La présentation de soi des auteur.e.s de blogs voyage : une identité discursive du voyageur amateur ?

Eugénie Pereira Couttolenc

▶ **To cite this version:**

Eugénie Pereira Couttolenc. La présentation de soi des auteur.e.s de blogs voyage : une identité discursive du voyageur amateur ?. Linguistique. Université Paris Cité, 2022. Français. ⟨NNT : ⟩. ⟨tel-03942834⟩

HAL Id: tel-03942834

https://hal.science/tel-03942834v1

Submitted on 17 Jan 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright - All rights reserved

Université Paris Cité
École doctorale ED 622 « Sciences du langage »
Laboratoire Éducation Discours Apprentissages
EA 4071

Thèse de doctorat en sciences du langage

La présentation de soi des auteur.e.s de blogs voyage : une identité discursive du voyageur amateur ?

Eugénie Pereira Couttolenc

Dirigée par Patricia von Münchow

Présentée et soutenue publiquement le vendredi 2 décembre 2022

Devant un jury composé de :

Mme Florence Mourlhon-Dallies, Professeure en sciences du langage, Université Paris Cité, présidente et examinatrice ;
Mme Sophie Moirand, Professeure émérite, Université Sorbonne Nouvelle, rapporteur ;
Mme Fabienne Baider, Professeure associée en linguistique et en études de genre, Université de Chypre, rapporteur ;
Mr Michel Marcoccia, Maître de conférence, en sciences de l'information et de la communication, Université de technologie de Troyes, examinateur.
Mme Patricia von Münchow, Professeure en sciences du langage, Université Paris Cité.

Volume 1

La présentation de soi des auteur.e.s de blogs voyage : une identité discursive du voyageur amateur ?

Le numérique bouscule des modèles de légitimité et des paradigmes de crédibilité fondés sur la réponse à la question « qui peut dire quoi et avec quelle autorité ? ». Dans un cadre subordonné à l'analyse du discours et dans le champ discursif du tourisme, on interroge la présentation de soi des auteur.e.s de blogs voyage au prisme de leurs pratiques discursives, visuelles et techniques. Comment un individu inconnu du grand public peut-il, d'une part, bénéficier d'une audience et, d'autre part, disposer d'une résonance sur les agissements des internautes ? Pour répondre à cette question, on formule l'hypothèse que le blog voyage est un espace privilégié pour qui cherche à observer l'émergence de ce type de paroles. Une fois définis et délimités les enjeux sociologiques, théoriques et méthodologiques d'un tel objet, on caractérise les postures discursives des blogueur.euse.s à partir de documents extraits de 8 blogs voyage et recueillis au cours de deux configurations socio-historiques distinctes (2016-2020 et 2020-2021). On a donc procédé ainsi à la description de 8 pages de présentation de blogs, de 164 billets, de 110 images, de 9 vidéos et de 345 commentaires avant de souligner les similitudes et les différences entre les résultats obtenus à partir de l'exploitation des deux sous-ensembles de données. Les analyses ont alors fait état non seulement de la matérialisation d'un ensemble de visées communicationnelles (informatives, prescriptives et incitatives) conventionnellement attendues dans les productions des auteur.e.s mais ont également souligné la prépondérance surprenante de la dernière visée pragmatique. De fait, l'étude contrastive des données recueillies au cours du confinement (2020-2021) confortent les premiers résultats obtenus tout en pointant une modification majeure dans les interventions des locuteur.trice.s. L'originalité de ce travail est non seulement de questionner l'émergence d'une identité discursive, celle du voyageur amateur, mais également de présenter et d'analyser les productions dans un cadre de réflexion qui octroie aux conditions d'émergence et de production de la parole des auteur.e.s une place majeure. En sus, au cours du cheminement de la thèse, les notions de *textualité*, de *présentation de soi* et de *positionnement discursif* sont questionnées au prisme des caractéristiques qui composent les données de ce corpus numérique.

Mots clés : analyse du discours, présentation de soi, blogs voyage, numérique, tourisme.

The travel bloggers self-presentation: the emergence of an amateur traveler discursive identity?

Digital technology and its affordances are shaking up traditional models of legitimacy and credibility based on the answer to the question “who is legitimate to say what and according to which authority?”. Elaborated within the theoretical framework of discourse analysis, this dissertation addresses issues that concern tourism field studies too. Indeed, in this work, we analyze the self-presentation of travel bloggers from their discursive, visual, and technical practices to understand how an individual, usually unknown to web users, can benefit from an audience and gets an influence on their behaviors. To tackle this matter, we formulate the hypothesis that travel blogs stand in a privileged place for those who seek to observe the emergence of these prescriptive words. Once the sociological, theoretical, and methodological issues of such matter have been defined and delimited, we characterize the discursive postures of bloggers according to documents extracted from 8 relatively popular travel blogs and collected during two distinct socio-historical periods (2016-2020 and 2020-2021). We thus proceed to the analysis of a set of 8 blog presentation pages, 164 posts, 110 images, 9 videos and 345 comments. Results of the investigation not only show the materialization of a set of communication aims (informative, prescriptive and incentive) conventionally expected in the productions of the travel bloggers but also underline the surprising preponderance of the last pragmatic aim. The contrastive study of the data collected during the confinement (2020-2021) confirms the first results while pointing to a major modification. The originality of this work is thus not only to question the emergence of a discursive identity, that of the amateur traveler, but also to present and analyze the bloggers' posts in a theoretical and methodological framework that gives major importance to the conditions of production of the bloggers' speech. During our demonstration, the notions of *textuality*, *self-presentation* and *discursive position* are questioned through the prism of the characteristics that make up the data of this digital corpus.

Keywords: discourse analysis, self-presentation, digital, tourism, travel blogs.

La autopresentación de los blogueros de viajes: ¿el surgimiento de una identidad discursiva de viajero aficionado?

La tecnología digital y sus posibilidades están sacudiendo los modelos tradicionales de legitimidad y credibilidad basados sobre la respuesta a la pregunta "¿quién es legítimo para decir qué y según qué autoridad?". Elaborada dentro del marco teórico del análisis del discurso, esta disertación aborda cuestiones que conciernen los estudios de campo sobre el turismo también. Efectivamente, en este trabajo analizamos la autopresentación de blogueros de viajes a partir de sus prácticas discursivas, visuales y técnicas para entender cómo un individuo, generalmente desconocido para los internautas puede beneficiar de una audiencia e influenciarlo. Para abordar este asunto, formulamos la hipótesis de que los blogs de viajes son un lugar privilegiado para quienes buscan en observar el surgimiento de estas palabras prescriptivas. Una vez definidas y delimitadas las cuestiones sociológicas, teóricas y metodológicas del objeto de investigación, caracterizamos las posturas discursivas de los blogueros según una colección de documentos proviniendo de 8 blogs de viajes y recopilados durante dos periodos sociohistóricos distintos (2016-2020 y 2020- 2021). Así, se procedió a la descripción de 8 páginas de presentación de blogs, 164 publicaciones, 110 imágenes, 9 videos y 345 comentarios antes de subrayar las similitudes y las diferencias entre los resultados obtenidos de la explotación de los dos subconjuntos de datos. Los análisis no sólo muestran la materialización de objetivos comunicativos (informativos, prescriptivos e incentivadores) convencionalmente esperados en ese tipo de producciones, sino que también subrayan la sorprendente preponderancia del último objetivo pragmático. El estudio contrastivo de los datos recogidos durante el confinamiento (2020-2021) confirma los primeros resultados obtenidos al mismo tiempo que apunta a una importante modificación en las intervenciones de los autores. La originalidad de este trabajo es, pues, no sólo cuestionar el surgimiento de una identidad discursiva, la del viajero aficionado, sino también presentar y analizar las producciones de los blogueros en un marco de reflexión que otorga a las condiciones de producción de las palabras de los autores un lugar importante. Además, se cuestionan las nociones de *textualidad*, *autopresentación* y *posicionamiento discursivo* en relación con las características que componen los datos de este corpus digital.

Palabras claves: análisis del discurso, autopresentación, digital, turismo, blogs de viajes.

Remerciements

La métaphore du voyage s'applique avec justesse à celui du parcours doctoral. La longue exploration d'un sujet de recherche à laquelle l'aspirant chercheur s'attèle pour la première fois le mène, en effet, sur des sentiers parfois incongrus, souvent éprouvants mais du reste tellement passionnants. Ce cheminement semé d'écueils ne peut aboutir sans le concours indispensable de soutiens proches et lointains, présents ou absents, pratiques ou logistiques. Puisque la rédaction des remerciements atteste de la fin du périple, il est temps de témoigner ma gratitude à chacune des personnes sans laquelle cette aventure n'aurait pas pu voir le jour.

Tout d'abord, ce long voyage n'a pu s'initier que par un premier témoignage de confiance, celui de ma directrice de thèse. C'est donc à Patricia von Münchow que s'adresse mes premiers remerciements. En sus d'une profonde admiration pour la justesse de ses propos, son intégrité, sa disponibilité et sa bienveillance constante, je ne peux que lui exprimer une infinie reconnaissance pour m'avoir guidée et soutenue depuis plus de six ans. J'espère avoir gagné à ses côtés cet œil critique et exigeant qui concourt à cultiver dans l'esprit du chercheur rigueur et précision intellectuelle.

Je remercie ensuite chaleureusement les membres de mon comité de thèse, Mme Florence Mourlhon-Dallies et Mr Michel Marcoccia pour leur temps, pour leurs interrogations et pour leur appui dans la construction de la réflexion qui a été menée et qui est exposée dans ce manuscrit. Je remercie également mesdames Baider et Moirand, qui ont si aimablement accepté d'être présentes aujourd'hui pour juger de la qualité des travaux que je leur soumets. Ainsi, mesdames et monsieur les membres du jury, un grand merci.

Je remercie encore mes fidèles compagnons, les *Pvmunchians*, pour leur soutien, leurs encouragements, leur disponibilité et leur aide. Merci donc à Vanessa Münch, à Alice Cesbron, à Yuri Santos et à Annabelle Cara. Je remercie également mes « aînées » Élaine Anderson et Manon Him-Aquilli pour leur enthousiasme et leur gentillesse tout au long de ces années. Un grand merci à Martina Ronci pour son amitié, ses notes encourageantes et sa foi continuelle dans mes projets. Je remercie également Anna Khalonina qui conclut sa thèse à mes côtés cette année. Une configuration de fin de doctorat surprenante qui a beaucoup sollicité notre directrice de thèse tout autant qu'elle a mis à l'épreuve notre capacité à faire front ensemble. Un grand merci donc pour ces moments de partage, de doutes et de craintes échangés, d'écoute, de

solidarité et de compréhension mutuelle. Je suis reconnaissante que nos chemins se soient ainsi et fortuitement autant rapprochés.

Je remercie Céline Robillard et Emma Archimbaud pour leurs efforts dans le maintien d'un lien entre les doctorants du laboratoire Éducation, Discours et Apprentissages, pour leur affabilité, pour leur disponibilité et pour l'organisation de séminaires doctoraux auxquels j'aurai aimé participer davantage.

Je remercie les auteurs des blogs voyage Le blog de Mathilde, Nuage Nomade, Un Gaijin au Japon, Japon Secret, Maman Voyage, Un Couple en Vadrouille et Bestjobers pour m'avoir permis de voyager dans leur univers, dans leurs créations et pour m'avoir accompagnée par le biais de leurs récits durant les mois de confinement. J'espère que ce travail trouvera grâce à leurs yeux en tant qu'il est, en sus de ses apports pour la discipline, un sincère témoignage de mon admiration pour leurs réalisations.

Enfin, vient le moment des remerciements des proches, de ces alliés nombreux et affectueux qui m'ont donné la force d'avancer et de croire en mes capacités. L'aboutissement de ce projet leur doit énormément.

Je remercie ainsi ma confidente et meilleure amie, Stéphanie Corrard, qui a suivi, depuis bien longtemps déjà et toujours avec affection et bienveillance mon cheminement sinueux.

Je remercie Margarita Gòmez Gal et Alessandra da Fieno, mes douces amies à la fois fortes et pétillantes, pour leur fidèle support et leurs encouragements constants.

Je remercie avec une infinie gratitude mon mari, ce partenaire solidaire, et souvent aussi par l'état des choses, solitaire, sans qui ce voyage n'aurait pas été possible. Parce qu'il est avant tout mon ami, ma famille, mon compagnon de vie et qu'il m'a épaulée, soutenue et encouragée mais aussi félicitée à chacune de mes victoires aussi minces soient-elles et qu'il m'a permis, à sa façon, de garder les pieds sur terre, merci de tout mon cœur Chino.

Je remercie avec un profond amour et une tendresse infinie mes enfants, Antoine et Paul, mes sources d'énergie, mes petits bonheurs. Ce sont mes moteurs. La phrase « Maman fait sa thèse » aura probablement marqué leur enfance. J'espère que l'aboutissement de ce long parcours et la persévérance dont j'ai fait preuve les inspirera.

Je remercie mes parents pour l'éducation qu'ils m'ont donnée et leur soutien sans faille. Je les remercie notamment pour m'avoir inculqué l'importance du rôle de l'école, le goût du

travail et le culte de l'honnêteté intellectuelle. Maman et Papa un grand grand merci à tous les deux.

Enfin et tout particulièrement, je remercie encore une fois mon père, patient relecteur, fidèle partenaire de thèse. Que serait ce rendu sans l'émulation de nos échanges ? Je n'ai pas de mots qui décrivent l'admiration, la constance, le respect, la tendresse, la complicité et la confiance qu'il m'inspire et qu'il m'a toujours témoignés. Je n'en ai pas non plus pour le remercier. Si ce n'est, peut-être, de rappeler que la fin de ce parcours ne consacre pas uniquement le terme d'un projet individuel mais s'inscrit dans la continuité d'une histoire de famille qui a cherché à se départir des dictats sociaux.

En ce moment, je pense à mon grand-père qui ne savait ni lire, ni écrire, à mes deux parents qui se sont construits par eux-mêmes, à mon oncle et à mon frère Christophe qui ne sont plus, à Damien, à leurs enfants.

Je dédie ce travail à mon père et à ma mère ainsi qu'à leurs deux familles.

À mes enfants. Aucun de vos rêves n’est trop grand. Vous pouvez tout.

Sommaire

Remerciements **9**
Annotations **23**
Introduction **25**
Composition de la thèse **31**

Partie 1. Étudier la présentation de soi des auteurs de blogs voyage en analyse du discours **33**

Chapitre 1. Analyse du discours et présentation de soi **33**

1.1. L'analyse du discours : les fondements d'une approche qualitative des productions discursives 33
1.1.1. Les spécificités d'une linguistique du discours 34
1.1.1.1. Au-delà du texte : pour une approche articulant le linguistique et le social 34
1.1.1.2. Le programme de l'analyse du discours : questionner les modalités d'émergence du sens 35
1.1.1.3. Angle d'approche du discours 35
1.1.2. Observer les faits discursifs en analyse du discours 36
1.1.2.1. Le discours et ses relations aux autres discours 37
1.1.2.2. Le dialogisme du discours 37
1.1.2.3. L'interactivité constitutive du discours 38
1.1.3. De la formation discursive au concept de positionnement 39
1.1.3.1. Les entraves du concept de formation discursive 40
1.1.3.2. De la formation discursive au choix de la notion de positionnement 41
1.1.3.3. Positionnement, frontières et énonciation 43
1.1.3.4. Positionnement et interdiscours 45
1.1.3.5. Compétence discursive et compétence interdiscursive 46
1.1.4. Mémoire discursive 47
1.1.4.1. Présentation de la notion en analyse du discours 47
1.1.4.2. La mémoire discursive revisitée 49
1.1.4.3. La mémoire interdiscursive 50
1.1.5. Particularités d'une approche méthodologique du plan des observables 52
1.1.5.1. De l'utilité de la schématisation 52
1.1.5.2. La schématisation, les représentations et les images 53

1.2. La construction discursive de la posture de l'auteur 54
1.2.1. Un usage légitimé de la parole en discours 55
1.2.2. La présentation de soi, une instance constitutive du discours 56
1.2.3. De la vocalité à la corporalité de l'énonciateur 57
1.2.4. Image de soi et ancrage social 58
1.2.5. Image de soi et responsabilité du sujet parlant 60

1.3 Apports et direction de la recherche 62

Chapitre 2. Décrire et appréhender l'objet blog voyage en analyse du discours 65

2.1. Les enjeux sociologiques de l'émergence des blogs voyage 65
2.1.1. Démocratisation du savoir et émergence de la voix du quidam 65
2.1.2. La modification des pratiques touristiques au prisme du web 2.0 67
2.1.3. De l'économie de l'attention à la monétarisation des blogs 68

2.2. Décrire l'objet blog voyage 70
2.2.1. Des propriétés formelles aux éléments techniques 71
2.2.2. Le blog est un objet relationnel 72
2.2.3. Le blog est un objet ancré dans le social 74
2.2.3.1. Caractériser les motivations des blogueurs de blogs voyage 74
2.2.3.2. L'ancrage du blog à un domaine d'activité sociale 76
2.2.4. Des manières de dire le blog voyage et d'observer les dires des blogueurs en analyse du discours 77

2.3. Les éléments de la situation de communication du blog voyage 79
2.3.1. Le cadre participatif du blog voyage 80
2.3.2. Finalité et visées affichées 80
2.3.3. Éléments de synthèse 82

2.4. Le blog voyage : hypergenre, genre hybride ou technogenre ? 83
2.4.1. La notion de genre de discours 83
2.4.2. Le genre discursif du blog en question 84
2.4.2.1. Première hypothèse : le blog est une forme éditoriale à l'origine de genres hybrides 84
2.4.2.2. Deuxième hypothèse : le blog est un hypergenre – une réflexion sur les nouvelles textualités 86
2.4.2.3. Troisième hypothèse : le blog est un technogenre 87
2.4.3. Le blog voyage : pour une textualité spécifique et spécifiée 89
2.4.4. Identifier les lieux de la présentation de soi en ligne dans les blogs voyage 90
2.4.4.1. La notion d'ethos préalable en ligne 90
2.4.4.2. Localisation des lieux de la présentation de soi 91

Chapitre 3. Itinéraire de construction du champ discursif du tourisme 95

3.1. Contextualisation historique et sociologique des pratiques touristiques 95
3.1.1. De l'individu au mouvement collectif : l'émergence d'un phénomène socio-économique 96
3.1.1.1. Avant le phénomène, les expériences individuelles 96
3.1.1.2. Les transformations de la société et les premiers acteurs de l'industrie touristique 97
3.1.2. L'évolution de quelques destinations et des usages du tourisme 98
3.1.2.1. Voyager pour apprendre et voyager pour se soigner 99
3.1.2.2. Voyager selon les saisons 101
3.1.2.3. Voyager collectivement 103
3.1.2.4. Voyager seul 103
3.1.2.5. Voyager pour découvrir : le tourisme de l'Autre 105
3.1.2.6. Voyager autrement : vers de nouveaux territoires touristiques 106
3.1.2.7. Le touriste initié et l'internet 108

3.1.2.8. Synthèse 110

3.1.3. Comment définir le tourisme ? 111
3.1.3.1. Entre approche comptable et vision économique 112
3.1.3.2. Le tourisme sous l'angle de ses relations 113
3.1.3.3. Le tourisme sous l'angle de ses tensions 114
3.1.3.4. Le tourisme comme champ de production symbolique : définition 116

3.2. Les paradigmes constitutifs du champ du tourisme 117
3.2.1. Paradigmes et représentations sociales 118
3.2.2. La distinction 119
3.2.2.1. Le fonctionnement du processus distinctif 119
3.2.2.2. Les signes de la distinction au-delà des frontières physiques du voyage 120
3.2.2.3. Ne pas être touriste, se percevoir voyageur : les fonctions de l'antitourisme 121
3.2.2.4. La parole antitouristique dans les productions médiatiques 123
3.2.3. L'authenticité 124
3.2.3.1. La notion d'authenticité dans le champ du voyage d'agrément 124
3.2.3.2. Les enjeux biaisés de l'authenticité 125
3.2.3.3. L'authenticité mise en scène 126
3.2.3.4. Les spécificités du langage authentique et ses effets 128
3.2.4. Le sacré 130
3.2.4.1. L'imaginaire commun entre le voyage et le pèlerinage 130
3.2.4.2. Le voyage et le pèlerinage comme rite de passage 131
3.2.4.3. Temporalité et spatialité du sacré dans le voyage 132
3.2.4.4. Les marqueurs langagiers et plurisémiotiques de la sacralisation d'un lieu 134
3.2.5. La construction sociale du regard touristique 135
3.2.5.1. La photographie comme souvenir et comme invitation au voyage 136
3.2.5.2. Le règne de l'image : la reconnaissance plutôt que la connaissance 137
3.2.5.3. Les signes visuels de l'expérience touristique 138
3.2.5.4. La circularité du regard touristique : les moyens de l'injonction du visuel 139
3.2.6. Enchantement et tourisme 141
3.2.6.1. Le déni des réalités marchandes 141
3.2.6.2. Le déni des réalités sociales 142
3.2.6.3. La figure du post-touriste comme touriste expérimenté 144
3.2.6.4. La construction linguistique et visuelle d'une destination merveilleuse 145
Le recours aux procédés linguistiques du discours de célébration 145
Les moyens visuels de l'enchantement 148
3.2.7. Synthèse et apports pour la question de recherche 151

3.3. Le champ discursif du tourisme 153
3.3.1. Champ social et circulation des discours 153
3.3.2. La notion de champ discursif 154
3.3.3. Le champ discursif du tourisme 156

Chapitre 4. Élaboration, composition et traitement du corpus 159

4.1. Présentation du corpus 159

4.2. Les huit blogs voyage du corpus 161
4.2.1. Présentation des blogs 161
4.2.1.1. Le Blog de Mathilde (B1) 161
4.2.1.2. Nuage Nomade (B2) 162
4.2.1.3. Japon Secret (B3) 163
4.2.1.4. Un Gaijin au Japon (B4) 163
4.2.1.5. The Daydreameuse (B5) 164
4.2.1.6. Maman Voyage (B6) 164
4.2.1.7. Bestjobers (B7) 165
4.2.1.8. Un Couple en Vadrouille (B8) 165
4.2.2. Mise en perspective des huit blogs voyage 166
4.2.2.1. Visibilité et ancienneté des blogueurs : tableau de synthèse 166
4.2.2.2. Quelques remarques thématiques et sociodémographiques 167

4.3. Composition et documentation du corpus 168
4.3.1. Composition du corpus et nature des éléments recueillis 169
4.3.2. Documentation du corpus et limitation technologique 170
4.3.3. Anonymisation des informations, respect et protection des données 171
4.3.4. Traitement du corpus 173
4.3.4.1. Organisation et transcription du sous-corpus 1 173
4.3.4.2. Les étapes de traitement du sous-corpus 1 et du sous-corpus 2 175
4.3.5. Les pages d'accueil des blogs voyage 178

Chapitre 5 – Présentation des catégories d'analyse 183

5.1. Plusieurs entrées d'analyse 183

5.2. Présentation de soi verbale et subjectivité dans le langage 185

5.3. Les modalités de l'inscription verbale de la présentation de soi 186
5.3.1. De quelques exemples d'entrées d'analyse 186
5.3.2. Les marques de la personne et les déictiques 187
5.3.2.1. L'emploi des marques de la personne 188
Les emplois du « je » 188
Les marques de la personne du pluriel « nous » et « vous » 189
L'effacement des personnes 190
Le pronom indéfini « on » 192
5.3.2.2. Les marqueurs du temps et de l'espace 193
Plan non embrayé et plan embrayé 193
Les embrayeurs temporels 194
Les embrayeurs spatiaux 196
5.3.3. Les indicateurs du système d'appréciation de l'énonciateur 196
5.3.3.1. Les adjectifs subjectifs 197
5.3.3.2. Les verbes de sentiment 198
5.3.3.3. Modalité appréciative et modalité intersubjective 199
5.3.3.4. L'expression de l'intensité 200
L'intensité en langue 200
Les manifestations de la force d'un message 201

5.3.4 Situer et qualifier des objets de discours....203
5.3.4.1. Sélection des objets référentiels et hiérarchisation des attributs 203
5.3.4.2. Définir les objets dans les discours touristiques 204
Les traits linguistiques de l'énonciation directe et indirecte de l'acte définitoire.... 204
Spécificités de l'acte définitoire dans les guides touristiques 205
5.3.5. Les actes de langage : pour un point de vue pragmatique sur les réalisations du locuteur 207
5.3.5.1. Choisir le performatif comme catégorie d'analyse.... 207
5.3.5.2. Les actes de langage 208
5.3.5.3. Les actes de langage indirects.... 210
5.3.6. Synthèse 212

5.4. Pour une approche sémiotique de la présentation de soi : l'analyse des visuels.... 212
5.4.1. Présentation de la démarche sémiotique et articulation théorique....215
5.4.2. Les composantes retenues de la grammaire visuelle 217
5.4.2.1. Le regard du participant représenté 218
5.4.2.2. La signification du cadrage.... 221
5.4.2.3. L'horizontalité des plans.... 223
5.4.2.4. L'orientation verticale de l'image 225
5.4.2.5. Synthèse et retour d'expérience.... 226

5.5. Appréhender les hyperliens en sciences du langage 227
5.5.1. Réflexions sur la nature des hyperliens 227
5.5.2. Approche discursive de l'hyperlien 229
5.5.3. Traitement des hyperliens dans le corpus 230

5.6. Synthèse 232

Partie 2. Résultats des analyses.... 235

Chapitre 6. Se légitimer en tant qu'auteur de blog voyage 235

6.1. Identifier aux yeux du public l'appartenance générique du site.... 236
6.1.1. Une organisation classique 236
6.1.2. Les indices visuels et sémantiques de l'appartenance du site au genre du blog voyage 240
6.1.3. Les fonctionnalités du blog comme écho aux usages du guide pratique 242

6.2. La zone de titre au cœur des actes de singularisation des auteurs de blogs voyage.... 247
6.2.1. Exemple – un Gaijin au Japon 247
6.2.2. Exemple – Japon Secret 249
6.2.3. Renseigner les lecteurs : la visée informative de la zone de titre 251
6.2.4. Le thème viatique....253
6.2.5. La formulation d'une promesse : être heureux en voyageant 255

6.3. « À propos », « qui-suis-je ? » et autres lieux de l'ethos préalable en ligne 259
6.3.1. Les lieux de la description de la personne de l'auteur du blog....260

6.3.2. Réinvestir les formes usuelles de la première rencontre....263
6.3.2.1. La photo portrait des auteurs 263
6.3.2.2. Les textes d'introduction 265
6.3.3. Traits d'oralité et liens de connivence avec les lecteurs....266
6.3.4. Une configuration discursive dialogale 268
6.3.5. Interpeller l'interlocuteur dans son rôle individuel et collectif....270

6.4. Le curriculum vitae du *digital nomad* : démontrer sa compétence et se forger une image d'expert....273
6.4.1. La voix *off*....273
6.4.2. La figure du voyageur expérimenté....275
6.4.3. Le scénario du voyageur idéal 279

6.5. Édition et financements : les indices d'une professionnalisation de la démarche des blogueurs 282
6.5.1. Éditer des albums photos et des livres ou développer des applications....283
6.5.2. La monétarisation des contenus du blog....285

6.6. Synthèse : l'ethos préalable en ligne du voyageur expérimenté 287

Chapitre 7. Les figures discursives de l'auteur de blog voyage 289

7.1. Préambule....289

7.2. Le guide touristique, une figure prépondérante....292
7.2.1. Les contenus thématiques : catégories de voyage, modes de transport, hébergements et comptes-rendus d'expatriation....292
7.2.1.1. Catégories de voyage et modalités de déplacement 293
7.2.1.2. Destinations et formes de tourisme.... 294
7.2.1.3. Les médiations culturelles 296
7.2.1.4. Les indices de l'intertexte touristique.... 297
7.2.2. Définir les objets thématiques : attributs et séquences définitoires des destinations....299
7.2.2.1. Les attributs géographiques du référent.... 299
7.2.2.2. Le cumul des nombres.... 300
7.2.2.3. Les attributs topographiques, historiques et culturels.... 303
La localisation géographique 303
Histoire et patrimoine.... 308
Œuvres littéraires et chansons populaires 310
Caractériser une destination du point de vue de son économie, de ses caractéristiques sociales et/ou politiques : une pratique peu répandue.... 311
7.2.2.4. Les formes récurrentes des énoncés définitoires dans les blogs voyage 313
7.2.3. Les formes du conseil dans les blogs voyage 314
7.2.3.1. Signaler la présence d'un conseil 315
7.2.3.2. Les formules performatives : nommer le conseil 320
7.2.3.3. Du conseil à l'injonction.... 325
De quelques modalités intersubjectives : « Il faut savoir que…Mieux vaut … À savoir »..... 325
La mise en garde : « Attention ! »....327
Cibler les recommandations.... 329

7.2.3.4. De l'utilité de la scénographie dialogale 330
La mise en scène du dire de l'Autre 331
Conforter une posture discursive de sachant 334
7.2.4. « Suivez-moi ! » et autres invitations : les tournures oralisées des visites guidées 335
7.2.5. Les explications culturelles, le guide est un médiateur.....337
7.2.5.1. L'interculturel comme objet de discours 337
7.2.5.2. Le traitement et le rôle des emprunts..... 341
7.2.6. Synthèse : les moyens langagiers de la voix du guide 343

7.3. La figure du voyagiste : de la visée évaluative à la visée incitative.....345
7.3.1. Les fondements langagiers du discours apologique dans les blogs voyage.....345
7.3.1.1. Le système appréciatif de l'auteur du blog voyage 345
Foisonnement des adjectifs et des verbes subjectifs 346
Expressions figées et marques sémiotiques : les « coups de cœur » ♥ 349
Les marqueurs du degré haut de l'intensité..... 350
Les tropes de comparaison 351
7.3.1.2. L'image discursive de la destination : les moyens langagiers de la construction d'un idéal pour tous 354
Les champs lexicaux de la vue, du merveilleux et de l'unique..... 354
Marques du pluriel et énumération : l'image d'une terre d'abondance 357
La réunion des contrastes : une destination pour tous..... 358
La prédiction d'un bonheur assuré..... 361
7.3.1.3. Le traitement des éléments dysphoriques 362
Les formes de l'appréciation défavorable 363
Restreindre la valeur de la modalité appréciative défavorable : le contre balancement axiologique 365
Réinvestir le paradigme de la distinction : ne pas être touriste..... 367
7.3.1.4. Synthèse..... 369
7.3.2. Les mécanismes énonciatifs et plurisémiotiques du phénomène de l'enchantement dans le contexte des blogs voyage 370
7.3.2.1. Les ressources énonciatives de la dénégation des réalités sociales et économiques 370
L'absence d'échanges avec des tiers..... 370
Percevoir l'Autre sous l'angle des stéréotypes culturels..... 372
7.3.2.2. L'immersion temporelle et spatiale du lecteur 376
7.3.2.3. La dimension visuelle au service des enjeux de captation de la visée incitative..... 381
L'absence de personnages humains 382
La finalité contemplative des photographies..... 384
L'horizontalité : un trait sémiotique peu concluant 385
La distance de cadrage 386
Orientation verticale et pouvoir..... 389
Un scénario privilégié : le blogueur de dos face au paysage 392
La prégnance de l'imaginaire touristique dans les clichés..... 396
Synthèse : la reconnaissance plutôt que la découverte..... 400
7.3.3. Les interactions du blogueur avec les acteurs économiques du secteur touristique 401
7.3.3.1. Articulation des énoncés appréciatifs et marchands 401
7.3.3.2. L'hyperlien comme lieu d'inscription d'une double énonciation 403
La visée informative des hyperliens internes et des hyperliens externes..... 403
La visée incitative des hyperliens externes 405
7.3.4. Synthèse 413

7.4. La voix de l'amateur 414
7.4.1. Inscription énonciative et articulation aux autres figures discursives 414
7.4.2. Quand les blogueurs se justifient 417
7.4.3. Lieux et formes d'émergence de la figure discursive de l'amateur 422
7.4.3.1. Le registre familier 422
7.4.3.2. Les marques de la surénonciation expressive : rendre vivant les énoncés 426
7.4.3.3. Le rôle des parenthèses dans la construction des figures de l'auteur 430
Articuler les rôles énonciatifs du blogueur 430
Humaniser l'image de l'auteur 432
7.4.3.4. L'ethos ludique 435
7.4.4. Synthèse : la figure de l'amateur est un adoucisseur 437

7.5. Des visées affichées aux visées réalisées, le positionnement discursif des auteurs de blogs voyage 438

Chapitre 8. Le lecteur complice et la résurgence de la figure de l'amateur 443

8.1. Le rêve éveillé des lecteurs de blogs voyage 444
8.1.1 Des énoncés phatiques 444
8.1.2. Les actes de langage : le remerciement, l'assertion et la requête 447
8.1.2.1. Le remerciement 447
8.1.2.2. L'effet miroir des pratiques langagières et sémiotiques : le souvenir et l'éloge 449
8.1.2.3. Les demandes d'information comme écho au rôle de guide 451
8.1.3. Synthèse : le lecteur co-producteur de son expérience touristique 454

8.2. Pratiques sociodiscursives des blogueurs et pandémie de la Covid-19 455
8.2.1. S'adapter aux contraintes de la situation 456
8.2.1.1. Réaliser des tâches en attente et dynamiser des contenus existants 457
8.2.1.2. Prendre en compte les contraintes sanitaires 460
8.2.1.3. Explorer les frontières naturelles du voyage 466
8.2.1.4. Trouver de nouveaux financements 469
8.2.1.5. Le silence dans les blogs voyage : ne pas s'adapter, faire comme si ou disparaître 471
8.2.2. Explorer des genres de discours connexes 472
8.2.2.1. Le journal de bord 472
8.2.2.2. Du journal de bord aux formes écrites et médiatiques du carnet de vie 476
8.2.3. Le merveilleux malgré tout 479
8.2.4. Synthèse 484

Conclusion 487

Index des notions 493
Index des auteurs 495
Index des schémas 501
Bibliographie 503

Annotations

Les extraits du corpus sont reproduits sans modifications orthographiques ni typographiques. Ils sont présentés avec un retrait de 1,5, en police 11, interligne simple.

Les interventions de l'auteure de la thèse, dans les exemples issus du corpus, sont pointées par l'emploi de la couleur orange qu'il s'agisse de visuels, d'énoncés extraits du corpus ou de captures d'écran.

Les mots en italiques pointent, selon les cas, une notion ou un emprunt à une autre langue.

On emploi le masculin singulier dans le manuscrit. Ce choix ne reflète en aucun cas le positionnement de l'auteure quant à l'emploi de l'écriture inclusive.

Introduction

Lorsque les auteurs de blogs voyage[1]Aala, Mathilde, Mylène et Mickaël, Myriam, Aurélie, Jordy, Christine, Élisa et Max[2] prennent la plume, ou plutôt leur clavier, pour partager la découverte de leurs itinérances, leurs productions s'adressent à un public d'internautes qui se joint à eux pour investir un domaine d'activité ancré dans les mœurs des sociétés occidentales depuis les débuts aristocratiques du Grand Tour. Ce sont des passionnés de voyages qui offrent des descriptions, des conseils et des recommandations touristiques à partir d'une expérience acquise sur le terrain. Les blogueurs accompagnent leurs énoncés de photos, de vidéos, de commentaires et d'hyperliens qui orientent le parcours de navigation vers telle page du site, vers tel organisme ou vers tel acteur privé du tourisme. Le rêve d'ailleurs est à l'origine de la prise de parole des auteurs et se situe, avec tout autant d'influence, à l'origine de l'attention des lecteurs. Le plaisir de suivre les découvertes d'un globe-trotteur qui navigue en Aquitaine, randonne dans les Dolomites, arpente les rues de Boston, campe dans les contrées désertiques américaines ou explore des lieux interdits comme les hôpitaux ou les parcs d'attractions abandonnés alimente le désir de voyage des internautes. Une aspiration qui s'enrichit de renseignements, d'informations pratiques et qui se dote des moyens concrets pour transposer le rêve à la réalité. Mais à l'aune de cette pratique une question se pose : comment un individu inconnu du grand public peut-il, d'une part, bénéficier d'une audience et, d'autre part, disposer d'une influence[3] sur les agissements des internautes ?

L'émergence de ces nouvelles modalités d'influence est à relier aux effets du numérique[4], des effets reconnus comme « pervasifs » puisque pénétrant toutes nos activités (Boullier,

[1] On convient qu'il existe plusieurs termes pour désigner le blog voyage, ses acteurs et la pratique qu'il induit. On relève, par exemple, la forme de « blogue voyage » chez Combes (2019), celle de « blogs de voyage » chez Deseilligny et Angé (2011) ou encore « blog » chez Cardon (2008). On utilise dans la thèse la terminologie suivante : « blog voyage », « blogueur(s) », « blogueuse(s) », « blogging ».
[2] Les prénoms mentionnés sont ceux des auteurs des blogs voyage composant le corpus de la thèse.
[3] Le terme « influence » est initialement employé au XIII[e] siècle dans le domaine de l'astronomie. Il désigne l'incidence d'une personne sur les opinions et sur les croyances d'une autre tout en poursuivant la finalité de lui faire adopter un comportement attendu (Huyghe, 2009).
[4] Le chapitre 1 de l'ouvrage de Boullier propose une histoire du numérique (Boullier, 2016 : 31-98).

2016 : 6). La diffusion de la technologie cognitive[1] du web[2] affecte effectivement les processus sociaux, les organisations, les pratiques et les techniques de nos sociétés (*Ibid*.). Loin d'être une innovation localisable (*Ibid*.) ou un nouveau canal d'information (Merzeau, 2009), le numérique induit des mutations de notre écosystème relationnel (Boullier, 2016 : 6). Ses caractéristiques, à l'égal de celles de l'imprimerie en son temps, modifient nos conditions de lecture et, par corrélation, les conditions de circulation des connaissances (*Op. Cit.* : 12)[3]. La diffusion massive d'internet[4] au cours de ces dernières années, dans ce tout ce qu'elle peut porter de promesses comme d'inégalités[5], engendre de nouvelles normes culturelles qui « remettent en cause des conventions et des traditions établies, bien ancrées dans le savoir-lire, le savoir-écrire et l'économie de la culture imprimée, et dans son cadre sociopolitique » (Doueihi, 2011 : 11-12). On observe ainsi l'émergence d'une compétence numérique (*Op. Cit*. : 37) qui inclut de nouvelles formes d'appropriation, de rédaction et de publication (*Op. Cit*. : 101). La recherche d'information est dématérialisée et extraite des murs des bibliothèques et des circuits de l'édition. Les utilisateurs peuvent, d'une part, relier, au moyen des liens hypertextes des documents entre eux, les rendant ainsi exploitables et mesurables par les

---

[1] Le principe d'une technologie cognitive repose sur la conception développée par Hutchins (1994) qui indique que « notre activité cognitive est distribuée entre diverses entités, que sont d'autres parties du corps, d'autres cerveaux humains et des dispositifs techniques : c'est la circulation entre ces éléments qui produit la connaissance » (Boullier, 2016 : 132). Le concept présuppose d'accepter l'idée formulée initialement par Goody (1979) qui met en évidence la manière dont un dispositif (en l'occurrence dans son ouvrage, la graphie) rend compte des pratiques tout autant qu'il les modifie en retour (Goody, 1979).

[2] Le web (*Word Wide Web*) est une application d'internet apparue à la fin des années 1980 (Paveau, 2017a : 14).

[3] Sur ce point, Boullier retrace les étapes clés de l'invention de l'imprimerie et effectue un parallèle avec les conditions de l'émergence et de la diffusion du numérique en précisant que la véritable innovation de Gutenberg n'est pas celle de l'imprimerie à proprement parler (l'imprimerie existait en Chine depuis le IX^{e} siècle) mais celle d'avoir associé plusieurs inventions (telle que la presse des vignerons et le papier auxquels s'ajoute 50 ans plus tard le caractère mobile d'Aldo Manuce) pour amorcer ce qui est devenu une industrie de l'impression (Boullier, 2016 : 7-8). Après 1500, le livre imprimé n'est plus la copie des incunables du Moyen-Âge. Plus petit, il est plus transportable et moins coûteux (*Ibid*.). C'est donc « la mobilité et la recombinaison (des caractères) d'un côté et la portabilité (des ouvrages) de l'autre » qui assurent la propagation de l'imprimé (*Ibid*.). Le livre imprimé permet une appropriation individuelle des textes. À la lecture unique s'opposent alors des lectures interprétatives et sans intermédiaire des contenus. C'est un phénomène qui trouble les monopoles des savoirs établis de l'époque à l'égal de celui dont on est le spectateur aujourd'hui (*Op. Cit*. : 11).

[4] « Internet » désigne l'Inter Network qui est apparu au cours des années 1960. Ce réseau mondial relie entre eux des ordinateurs et propose initialement plusieurs types de services tels que le partage de fichiers, l'échange de messages instantanés, l'envoi de courriers électroniques et le web (Paveau 2017a : 14). Sur la diffusion massive de la technologie internet, Flichy notait, en 2009, que 69% des Français utilisaient un ordinateur à domicile et 65% se connectaient à internet au moins une fois par semaine ((Flichy, 2010 : 15). On précise, au titre de l'actualisation des données, qu'en 2020, 88 % des adultes (âgés de 16 à 74 ans) au sein de l'UE déclarent avoir utilisé internet au cours des trois derniers mois (https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/13576300/KS-EI-21-001-FR-N.pdf/72039424-08d5-b165-6092-5bd54ec5382c?t=1634633888591, consulté le 2 mars 2022). En 2021, 91% de la population française est connectée à internet et passe en moyenne près de 6h par jour à naviguer (https://wearesocial.com/fr/blog/2021/02/digital-report-france-2021/, consulté le 2 mars 2022).

[5] Sur le sujet des inégalités exacerbées et induites par la diffusion du numérique dans les foyers, voir le chapitre intitulé « Fracture numérique ? » (Boullier, 2016 : 118-128).

moteurs de recherche et, d'autre part, trouver par eux-mêmes les informations (Boullier, 2016 : 143) dont ils ont besoin. Ce sont donc les « architectures du savoir » (*Ibid*.), en tant que jalons d'une structure gardienne d'un ordre irréfragable pour penser le monde et lui donner sens, que les usages des fonctionnalités du numérique ont fait évoluer. Le numérique bouscule de la sorte des modèles de légitimité et des paradigmes de crédibilité (*Ibid*.) fondés sur la réponse à la question « qui peut dire quoi et avec quelle autorité ? » (*Op. Cit*. : 102).

Ainsi, s'il est un domaine d'activité où le numérique permet aux individus[1] de délaisser leur rôle passif pour s'octroyer le devant de la scène via l'appropriation des affordances[2] des logiciels d'exploitation hébergés sur internet (Flichy, 2010 : 7) c'est bien celui du tourisme. Le web 2.0[3] a renversé les comportements d'achats et les manières de communiquer du secteur. Les facilités d'accès à la recherche d'information et aux services de réservation en ligne offrent désormais l'opportunité aux voyageurs d'identifier, de sélectionner et d'acquérir sans intermédiaire des produits touristiques. Les plateformes procèdent en un temps record à la réservation du vol, de l'hôtel, du séjour, de la visite, etc. (Buhalis et Law, 2008 : 609-610). Les chiffres pointent, qu'avant 2007, le *user-generated content* (le contenu produit par des utilisateurs tels que les blogueurs de blogs voyage) était à l'origine de plus de 10 milliards de dollars d'achats de voyages en ligne par an (Xu et Pratt, 2018 : 958). Il ne fait pas de doute non plus que les réseaux sociaux ont un impact majeur sur les revenus de l'industrie du voyage (Xu et Pratt, 2018 : 958 ; Xiang et Gretzel, 2010). Les commentaires déposés sur Tripadvisor[4], les notes attribuées aux acteurs du tourisme sur Google et les évaluations des consommateurs changent ainsi la manière de communiquer le voyage vécu et celui à venir (Fabry, 2008 ; Xu et Pratt, 2018 : 958). En partageant leurs expériences, les touristes jouent un nouveau rôle (Gravari-Barbas et Jacquot, 2018 : 38), celui de « prescripteurs de fait » (*Ibid*.). Les sites de

[1] On considère la référence à l'individu telle que la définit Lahire : « non comme atome et base de toute analyse sociologique, mais comme produit complexe de multiples processus de socialisation » (Lahire, 2001 : 125).
[2] Le terme emprunté à Gibson (1979) est réinvesti en analyse du discours par Paveau. L'auteure définit le concept d'*affordance* comme attribuant « aux objets des capacités cognitives et en particulier celle de fournir (*to afford*) aux utilisateurs des instructions pour leur usage » (Paveau, 2015 : 2).
[3] Le web 2.0 ou encore appelé « web social ou participatif » est déployé au début des années 2000. Sa fonction est de connecter des personnes. En ce sens, il est défini comme le web des réseaux sociaux et celui du partage multimédiatique (Paveau, 2017a : 14-15). Le web 1.0 ou encore appelé « web statique », quant à lui, est contemporain des années 1990, il connecte des informations dans des sites dédiés ou sur des forums (*Ibid*.). Le web 3.0 qui a émergé durant la dernière décennie désigne le « web des données ou web sémantique » qui repose sur la collecte et l'organisation de données. Paveau indique que le web 4.0 dit « web intelligent ou métaweb » intègre, pour sa part, les données connectées de notre environnement de vie (*Ibid*.).
[4] Tripadvisor comptabilise, en 2019, 500 millions de commentaires sur des attractions, des hôtels et des restaurants localisés dans le monde entier (Gravari-Barbas et Jacquot, 2018 : 38).

partage de contenus comme Flickr, Instagram ou encore YouTube, les forums ou les blogs dotent alors la parole de l'usager d'une nouvelle teneur. Tandis qu'autrefois la prescription touristique était l'apanage des professionnels ou des experts, aujourd'hui ce sont donc les touristes qui, bénéficiant des effets du numérique quant à la « démocratisation des compétences » (Flichy, 2010 : 7), distinguent à partir de leurs expériences ce qui est digne d'être vu (Gravari-Barbas et Jacquot, 2018 : 39). Le blog voyage est, en ce sens, un espace privilégié pour qui cherche à observer les mécanismes de ces comportements prescriptifs.

Sans répondre pour l'heure à la question de la définition de l'objet blog voyage, on peut déjà stipuler que celui-ci ne se réduit pas à un dispositif de communication qui sédimenterait dans les productions qu'il héberge des pratiques anciennes. Ce n'est ni un guide pratique ni une brochure touristique. Ce n'est pas non plus un journal de bord. Certes, des anecdotes sont mentionnées, sporadiquement, çà et là. Néanmoins, c'est la dimension descriptive du voyage qui prime dans les réalisations. Le blog voyage ne bénéficie pas de l'aura d'une maison d'édition ou de l'aval d'une entité externe qui validerait son processus de publication. Il ne s'apparente ni à un reportage ni au contenu d'un magazine de la presse voyage. Il n'a pas vocation non plus à vendre des services ni à organiser des séjours personnalisés. Si les énoncés des billets se chargent d'une dimension évaluative, le blog voyage n'a pourtant rien de commun avec les plateformes de classement en ligne. La notation n'y est pas une fin en soi. Par ailleurs, les informations fournies ne font l'objet d'aucune vérification. Aucun organisme indépendant ne statue sur la qualité des interventions d'un blogueur ou sur la pertinence des données qu'il fournit. La situation de communication du blog est celle d'un anonyme qui prend la parole, dans un espace symbolique saturé de voix dont la légitimité n'est plus à démontrer, pour se faire entendre d'autres individus animés d'une même passion pour les voyages. Le questionnement de la légitimité à dire, évoqué précédemment dans le contexte de la diffusion du numérique, trouve dans cette première esquisse du fonctionnement du blog voyage une matérialisation féconde.

L'analyse du discours (AD), discipline dans laquelle cette thèse s'inscrit, s'avère d'une grande pertinence pour mettre au jour les procédés discursifs déployés par les auteurs de blogs voyage pour acquérir, incarner et consolider une figure d'autorité à même de formuler une invitation au voyage. En rapportant « la structuration des textes aux lieux sociaux qui les rendent possibles et qu'ils rendent possibles » (Maingueneau, 2014 : 43), l'AD offre, en effet,

un cadre théorique qui associe, dans la construction de ses objets de recherche, des productions authentiques à leurs conditions d'émergence et qui fait jour sur le dispositif énonciatif qui les relie. Ainsi, la démarche privilégie une analyse des données en lien avec leur contexte de production, en relation avec les éléments du cotexte qui participent de la construction du sens et au prisme des savoirs supposés partagés par les locuteurs (Maingueneau, 2021 : 4-5). En sus de l'intérêt d'une approche qualitative des discours, pour rendre compte de ce qui se joue dans les prises de paroles des animateurs de la blogosphère du voyage, les notions de *présentation de soi*[1], de *champ discursif*, de *positionnement* et de *dialogisme* composent un socle d'outils théoriques à même, d'une part de rendre compte des représentations discursives véhiculées dans les productions des blogueurs, d'autre part d'intégrer les spécificités plurimodales des énoncés et, enfin, de faire état de la manière dont une identité discursive négocie les frontières symboliques qui la distinguent des autres identités qui lui préexistent. De surcroît, l'AD se révèle encore d'une grande richesse pour saisir la façon dont le séjour à venir se manifeste et se construit en discours pour se conformer finalement à une certaine idée du voyage.

Par ailleurs, le cadre de théorique de l'AD s'impose également comme idoine pour l'étude menée en ce que les conditions de ce qui fait texte, c'est-à-dire de ce qui construit la *textualité*, y sont conçues comme dépendantes des transformations idéologiques et des innovations technologiques (Maingueneau, 2014 : 38) marquant l'époque dans laquelle un corpus est constitué. Il y est aussi considéré que ces mêmes évolutions affectent en profondeur « les modalités traditionnelles d'exercice du discours » (*Op. Cit.* : 175). En ce sens, les partisans d'une analyse qualitative du discours n'échappent pas aux réflexions théoriques et méthodologiques que la modification des pratiques induite par le numérique pose (Maingueneau, 2014 ; Paveau, 2015 et 2017a). Certes, il leur faut toujours viser à la compréhension des règles qui régissent l'occurrence d'un énoncé (Foucault, 1969 : 40). Les analystes continuent donc d'étudier les propriétés d'un genre de discours, les spécificités de certains rôles sociodiscursifs, les divers procédés langagiers mobilisés par les locuteurs dans une situation de communication donnée et dans une conjoncture sociohistorique déterminée[2] (Maingueneau, 2014 : 44-45). En revanche, si les questions de recherche ne varient pas, il n'en demeure pas moins que le numérique interpelle les analystes de la discipline. Par exemple, face

[1] Les notions présentées en italiques dans la section introduction seront définies dans le corps de la thèse.
[2] Cette liste des questions de recherche n'est pas représentative des nombreuses questions de recherche qui occupent le champ disciplinaire de l'analyse du discours.

au dualisme opposant oral et écrit qui a marqué l'émergence de l'AD dans les années 1960 (Maingueneau, 2014 : 175), Paveau, entre autres, pointe les incongruences de la mobilisation de dispositifs théoriques et méthodologiques développés dans un contexte pré-numérique (Paveau, 2015, 2016, 2017a et 2017b) pour appréhender les discours natifs d'internet (Paveau, 2017a : 14). Pour respecter l'esprit des fondements de la discipline, il est donc nécessaire de revisiter, voire de repenser, l'acceptation que l'on se fait de la notion de *textualité* au prisme des spécificités de la question de recherche que l'on pose.

L'objet de cette thèse est ainsi de questionner la manière dont la présentation de soi des auteurs de blogs voyage se matérialise dans les productions tout en prenant en compte le champ discursif dans lequel cette présentation s'inscrit et les matériaux plurimodaux qu'elle mobilise. De ce fait et puisque toute prise de parole implique une mise en scène de soi qui se fait au diapason de l'image que le locuteur souhaite donner de lui-même et de ce qu'il dit selon la représentation qu'il se fait de sa personne, de son interlocuteur et du thème qu'il traite (Amossy, 1999), on documente et on décrit les procédés discursifs, visuels et techniques utilisés par les blogueurs pour se désigner, pour s'adresser à leur public et pour rapporter le voyage vécu.

L'intérêt de la recherche exposée est donc triple. Tout d'abord, du point de vue de l'objet d'étude, la thèse s'inscrit ostensiblement dans la continuité des travaux en sciences humaines qui ont interrogé sociologiquement, anthropologiquement et linguistiquement le tourisme et ses imaginaires. La problématique souligne qu'on cherche à préciser les contours et les articulations de la parole des auteurs de blogs voyage qui par leurs interventions et leurs échanges construisent le sens du voyage. Du point de vue théorique et méthodologique ensuite, les défis à relever en termes d'appréhension de la matérialité d'un corpus plurimodal sont nombreux et requiert de se doter d'outils provenant de disciplines voisines telles que l'analyse sémiotique par exemple. L'intérêt de la thèse réside alors également en ce qu'on fait dialoguer les concepts de *présentation de soi* et de *textualité* au prisme des effets induits par le numérique. Pour conclure, du point de vue de la contribution concrète au champ disciplinaire qui nous occupe, il me semble que la description de l'émergence d'une parole profane qui déstabiliserait des postures énonciatives bien établies est un objet d'étude de choix pour le praticien du discours. Sur ces quelques lignes faisant office de prélude et sans plus attendre, je propose que le voyage de la thèse commence.

Composition de la thèse

La thèse se compose de deux grandes parties. La première partie pose les jalons théoriques, sociologiques et méthodologiques de la réflexion qui est menée tandis que la seconde est dédiée à l'exposition des résultats. Ainsi, dans un premier temps, on fait état des concepts qu'on mobilise et de la discipline dans laquelle on s'inscrit (Chapitre 1). On définit, ensuite le blog voyage, à l'aune de ses usages, de ses caractéristiques formelles et de ses spécificités communicatives avant d'en proposer une acceptation en AD (Chapitre 2). À la lumière des présupposés établis, une halte sociologique s'impose pour saisir la manière dont un simple individu s'approprie les conventions implicites d'un domaine d'activité social pour se singulariser. À cet effet, à partir des apports d'anthropologues, de sociologues et d'historiens du tourisme, on distingue cinq paradigmes qui agissent sur les comportements langagiers et sémiotiques des acteurs et des usagers du tourisme. Puis, on convient d'une acceptation du champ discursif du tourisme (Chapitre 3). Au fait des objectifs à atteindre et du cadre dans lequel la démarche s'inscrit, on décrit les données et les spécificités composant les deux sous-corpus sur lesquels l'étude s'appuie (Chapitre 4). Dans le dernier chapitre de cette partie, on justifie, enfin, du choix des entrées d'analyse des productions selon trois dimensions : langagières, visuelles et techniques (Chapitre 5).

La seconde partie se structure en trois chapitres. Le premier expose les procédés employés par les blogueurs pour élaborer aux yeux des lecteurs une posture d'autorité dans les différents lieux du blog où la présentation de soi se manifeste (Chapitre 6). Puis, on lève le voile sur les trois figures discursives invoquées au prisme des diverses ressources énonciatives, technologiques et visuelles auxquelles les auteurs recourent pour les incarner (Chapitre 7). Le troisième et dernier chapitre propose une synthèse de la confrontation des résultats obtenus entre les données des deux sous-corpus et en pointe les apprentissages (Chapitre 8). Ce dernier chapitre marquera la fin de notre expédition au cœur de la mise en scène de soi des auteurs de blogs voyage.

Partie 1. Étudier la présentation de soi des auteurs de blogs voyage en analyse du discours

Dans cette première partie, on réinvestit certains des présupposés épistémologiques clés qui régissent l'analyse du discours (désormais AD) (chapitre 1). On présente ainsi la discipline au prisme de ses objets d'étude et de quelques un de ses concepts phares afin d'éclairer la manière dont on approche, d'une part, les blogs voyage (chapitre 2) et, d'autre part, la présentation de soi des blogueurs. Une fois posés ces jalons théoriques, on s'attache à inscrire la démarche des auteurs des blogs dans la continuité des pratiques et des imaginaires qui façonnent le champ social du tourisme tout en décrivant leurs spécificités langagières (chapitre 3). Ensuite, à la définition du champ discursif du tourisme, succèdent la présentation de l'élaboration, de la composition et du traitement du corpus (chapitre 4) ainsi que la description des catégories d'analyse sélectionnées pour procéder à l'étude des données (chapitre 5).

Chapitre 1. Analyse du discours et présentation de soi

Pour décrire les mises en scènes de soi des auteurs de blogs voyage on s'inscrit dans le champ disciplinaire de l'analyse du discours (désormais AD). Dans ce chapitre, on fait état de la spécificité et de l'intérêt de l'approche. On démontre ensuite comment la *présentation de soi*, concept emprunté à la rhétorique et transposé à l'AD, doit être perçue pour être à même de rendre compte des enjeux sous-jacents à toute prise de parole.

1.1. L'analyse du discours : les fondements d'une approche qualitative des productions discursives

Le champ de recherche de l'analyse du discours s'est forgé, à partir de certains textes fondateurs, en élaborant une approche singulière de ses objets. On peut aisément faire état des contributions essentielles de penseurs tels que Pêcheux (1969), Foucault (1969), Althusser (1970) ou Dubois (1978). Néanmoins, il n'est pas du propos de cette section de restituer

l'intégralité des jalons de la construction de la discipline mais de souligner certains principes épistémologiques qui ont guidé la réflexion théorique menée dans ce travail et qui ont conditionné les choix méthodologiques réalisés pour appréhender la particularité des données du corpus.

1.1.1. Les spécificités d'une linguistique du discours

Les premiers pas de l'AD sont marqués par l'aspiration à mettre en relation des régularités linguistiques observées dans les productions textuelles des locuteurs avec des phénomènes d'ordre social (Maingueneau, 2014 : 10). On présente, dans cette section et de manière synthétique ce qui fait de l'AD une discipline singulière parmi les domaines du champ de la linguistique.

1.1.1.1. Au-delà du texte : pour une approche articulant le linguistique et le social

Si on reconnaît à Harris l'introduction du terme « analyse du discours » en 1952 et si on concède que la contribution affichée de l'analyse distributionnelle est de fournir, à partir de relevés de séquences récurrentes, des renseignements sur les relations entretenues entre un texte et des formes de comportements (Harris, [1952] 1969 : 11), les études relevant de l'AD, en tous cas telles que pratiquées dans l'espace académique francophone, s'émancipent d'une opposition présupposée entre un intérieur et un extérieur du texte (Maingueneau, 2014 : 10).

La discipline s'intéresse, en effet, aux rapports entre langue et société (Courtine, 1981 : 10). Dubois explicite le fonctionnement de l'AD en postulant la présence nécessaire de trois éléments : l'analyse se pratique sur des corpus composés d'énoncés finis ; il est nécessaire de déployer une méthode d'approche des données qui permette de déterminer les rapports inhérents au texte (c'est-à-dire les relations de dépendance ou d'associations, par exemple, que les termes d'un texte entretiennent entre eux) et qui définissent la structure du discours ; enfin, indépendamment de la variable de la langue l'interprétation des résultats obtenus ne peut résulter que de la prise en compte du locuteur, du thème de l'énoncé et des conditions de production de cet énoncé entendues comme regroupant au sens large « les conditions historiques » et les « conditions de communication » (Dubois, 1978 : 3-4). C'est

donc par le biais des conditions de production que se produit l'intrication entre les domaines du social et de la linguistique. Les discursivistes se réclamant de l'AD s'efforcent donc de maintenir, dans les réflexions qu'ils mènent, un équilibre entre la compréhension du fonctionnement du discours et celle de phénomènes sociaux tout en mobilisant un fort ancrage dans les sciences du langage (Maingueneau, 2012 : 6).

1.1.1.2. Le programme de l'analyse du discours : questionner les modalités d'émergence du sens

L'AD s'intéresse aux manifestations de l'ensemble des discours en tant qu'ils résultent de constructions linguistiques permettant au chercheur de mieux comprendre les relations entre les textes et la société dans laquelle ils sont produits (Maingueneau, 2014 : 13) et qu'ils façonnent en retour. En ce sens et dès à présent, on pose que par « discours », on entend une « dispersion de textes » que « leur mode d'inscription historique permet de définir comme un espace de régularités énonciatives » (Maingueneau, 1984 : 5). Marignier précise que le programme de l'AD des années 1960 et 1970, programme que l'on prétend perpétuer dans cet exposé, est d'interroger les « modalités d'émergence du sens » en tant que celui-ci « se manifeste toujours en discours » et en tant qu'il est pris dans l'étau de déterminismes socio-historiques (Marignier, 2016 : 61). Le projet de la discipline n'est donc pas de concevoir le sens comme un posé extérieur au langage (Longhi et Garric, 2013 : 31) ou comme résultant de la combinaison des possibilités des systèmes linguistiques étudiés. Il s'agit au contraire d'appréhender le sens dans la particularité de sa construction, c'est-à-dire en tant que résultat d'un procès de négociation dynamique entre textes et sociétés.

1.1.1.3. Angle d'approche du discours

En AD, un énoncé est un ensemble de phrases constituant une unité autonome (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 7) qui représente une « trace verbale de cet événement qu'est l'énonciation » (Maingueneau, 2013 : 45). Or et bien qu'également descriptive, la démarche de l'analyste du discours se différencie de celle de l'analyste de la langue en ce qu'elle ne prétend pas définir les règles qui permettent de produire des énoncés similaires ou autres que ceux observés. Elle formule en effet une tout autre question :

> [C]omment se fait-il que tel énoncé soit apparu et nul autre à sa place ? […] Il s'agit de saisir l'énoncé dans l'étroitesse et la singularité de son événement ; de déterminer les conditions de son existence, d'en fixer au plus juste les limites, d'établir ses corrélations aux autres énoncés qui peuvent lui être liés, de montrer quelles autres formes d'énonciation il exclut. On ne cherche point, au-dessous de ce qui est manifeste, le bavardage à demi silencieux d'un autre discours ; on doit montrer pourquoi il ne pouvait être autre qu'il n'était, en quoi il est exclusif de tout autre, comment il prend, au milieu des autres et par rapport à eux, une place que nul autre ne pourrait occuper.
>
> (Foucault, 1969 : 42-43)

L'approche du praticien du discours est donc de saisir la spécificité des dispositifs énonciatifs qui caractérisent des évènements discursifs tout en les rattachant aux lieux sociaux[1] dans lesquels ils sont apparus (Foucault, 1969 : 45 ; Maingueneau, 2014 : 43). Il ne s'agit pas de dissocier l'étude de l'organisation textuelle de celle de la situation de communication mais de questionner ce qui les noue au travers du dispositif énonciatif mis en place (Maingueneau, 2012 : 5). En conséquence, ce n'est pas tant l'objet *discours* qui fonde la singularité du champ disciplinaire de l'AD que l'angle sous lequel elle l'appréhende (Maingueneau, 2012 : 5)[2].

1.1.2. Observer les faits discursifs en analyse du discours

Des précédentes affirmations, on peut déjà convenir de plusieurs spécificités quant à la manière d'observer des faits discursifs en AD. D'une part, les analystes du discours utilisent des données réelles et authentiques extraites de conversations, d'écrits ou provenant d'autres sources médiatiques (Eisenhart et Johnstone, 2012). D'autre part, ils s'intéressent à la structure et à la fonction de fragments de discours ou de textes dont la longueur excède souvent l'unité de la phrase (*Ibid*.). Enfin, on a établi, sans le mentionner explicitement, que « le discours construit socialement le sens » (Maingueneau, 2014 : 23) en ce qu'il est le fait d'individus qui mobilisent la langue et la manipulent à l'intérieur de pratiques sociales déterminées. On

[1] La notion de *lieu social* est à saisir au sens large à l'instar de l'usage qu'en fait Maingueneau : « La notion de "lieu social" ne doit pas être prise dans un sens trop immédiat : ce lieu peut être une position dans un champ symbolique (politique, religieux...) » (Maingueneau, 2012 : 5).

[2] Sur ce point, Maingueneau précise : « [s]i l'analyse du discours est définie par un intérêt spécifique, cela signifie qu'elle n'a pas de données qui lui soient réservées : elle peut étudier les mêmes données que d'autres disciplines du discours, mais à travers son point de vue spécifique » (*Ibid*.).

souligne dans cette section d'autres principes théoriques nécessaires pour la suite de la réflexion menée dans ce travail.

1.1.2.1. Le discours et ses relations aux autres discours

La conception de la discursivité, telle qu'elle s'entend en AD, suppose d'appréhender un discours non pas pour lui-même, c'est-à-dire en tant que « séquence linguistique fermée sur elle-même » (Pêcheux, 1969 : 115), mais en ce qu'il entretient des relations de sens avec l'ensemble des discours rendus possibles par un certain état des conditions de production de ce discours (*Ibid*.). On suppose ainsi que ces discours partagent des invariants sémantico-rhétoriques et énonciatifs, qu'ils manifestent des régularités dans leur organisation transphrastique (Maingueneau, 2009 : 46) et qu'ils sont régis par des normes qui leur sont propres (Maingueneau, 2014 : 22). Ces lois, ces postulats et ces routines discursives influencent les attentes des individus.

D'une manière similaire, l'élaboration du sens ne se limite pas aux frontières naturelles d'une production. De fait, au-delà du début et de la fin marquant l'espace physique d'un ensemble d'énoncés, de sa configuration interne et de la forme matérielle qui lui est donnée, le discours est en prise permanente avec d'autres réseaux de significations (Foucault, 1969 : 36). Foucault illustre ce propos en convoquant la métaphore du livre : « [c]'est que les marges d'un livre ne sont jamais nettes ni rigoureusement tranchées […] il [le livre] est pris dans un système de renvois à d'autres livres, d'autres textes, d'autres phrases » (*Ibid*.). L'unité du discours est dont variable et relative. Elle se perçoit davantage sur le mode de la continuité puisqu'elle se compose d'autres discours qui à leur tour peuvent solliciter ce même premier discours ou peuvent en convoquer d'autres. L'empreinte que ces discours antérieurs délaissent à la surface des énoncés caractérise l'interdiscours constitutif de tout discours (Maingueneau, 1984 : 25). Un rapport inextricable lie donc « le Même du discours et son Autre » (*Ibid*.).

1.1.2.2. Le dialogisme du discours

Le *dialogisme*, tel qu'il est pensé dans les travaux de Bakhtine, récuse toute perspective de clôture du texte (Maingueneau, 2014 : 23). En effet, selon la perspective bakhtinienne,

l'énoncé est un maillon pris dans le flux de la chaîne de l'échange verbal (Bakhtine, [1984] 2017 : 334) qu'on ne peut pas détacher des énoncés qui l'ont précédé et qui le déterminent (*Ibid*.). Moirand insiste notamment sur le fait que les mots « charrient avec eux les sens qu'ils ont déjà rencontrés dans les discours et les situations qu'ils ont traversés, les communautés discursives qu'ils ont croisées et les locuteurs qui les ont utilisés » (Moirand, 2004a : 911-912). Prononcé dans un dialogue ou un monologue, un énoncé est, de la sorte, toujours tourné simultanément vers l'objet qu'il caractérise mais également vers les discours portés sur cet objet (Bakhtine, [1984] 2017 : 334) :

> [l]'objet du discours d'un locuteur, quel qu'il soit, n'est pas objet de discours pour la première fois dans un énoncé donné et le locuteur donné n'est pas le premier à en parler. L'objet a déjà, pour ainsi dire, été parlé, controversé, éclairé et jugé diversement, il est le lieu où se croisent, se rencontrent et se séparent des points de vue différents, des visions du monde, des tendances. Un locuteur n'est pas l'Adam biblique, face à des objets vierges, non encore désignés, qu'il est le premier à nommer.
>
> (Bakhtine, [1984] 2017 : 333)

En ce sens, un énoncé est foncièrement dialogique. Il ne peut en effet être monologique qu'en apparence puisque (1) il est produit toujours en lien avec les précédents emplois dont il a fait l'objet, c'est-à-dire en relation de dépendance avec les différents positionnements dans lesquels il a été sollicité, et (2) il est toujours le produit d'une énonciation d'un locuteur vers un allocutaire fictif ou virtuel. L'intérêt du *dialogisme* bakhtinien est, d'une part, d'intégrer le discours à la pensée, à la culture et à l'expérience humaine (Moirand, 2007 : 4) et, d'autre part, de constituer un apport heuristique quant à la manière dont les discours sont reliés.

1.1.2.3. L'interactivité constitutive du discours

Si l'énoncé est un maillon de l'échange verbal, il s'élabore dans un contexte de production où des participants actifs (fictifs ou réels) sont engagés de manière constitutive (Bakhtine, [1984] 2017 : 334-335 ; Maingueneau, 2014 : 21). En ce sens, l'énoncé, au moment de son élaboration, alors qu'il n'est encore qu'une intention émanant de son locuteur, se matérialise en fonction d'une anticipation de la possible réponse ou de la réaction de l'interlocuteur (Bakhtine, [1984] 2017 : 334). Dans toute prise de parole,

consciemment ou non, on s'adresse toujours à quelqu'un. Un énoncé est alors produit pour un allocutaire[1] donné ou imaginé. À la différence des unités de sens telles que les mots et les propositions qui appartiennent au système de la langue, un énoncé est la mobilisation par un auteur des possibilités de la langue à destination d'un ou de plusieurs interlocuteurs immédiat(s) ou différé(s) :

> Ce destinataire peut être le partenaire-interlocutaire immédiat du dialogue dans la vie courante, il peut être l'ensemble différencié de spécialistes dans quelque domaine spécialisé de l'échange culturel, il peut être l'auditoire différencié des contemporains, des condisciples, des adversaires et ennemis, des subalternes, des directeurs, des inférieurs, des supérieurs, des proches, des étrangers, etc. –, il peut même être, de façon absolument indéterminée, *l'autre* non concrétisé (c'est le cas pour toutes sortes d'énoncés monologiques de type émotionnel).
>
> (Bakhtine, [1984] 2017 : 335)[2]

La question posée implicitement au sein de cette citation est celle de la conception du destinataire qui se forge à partir du domaine de l'activité humaine dans lequel l'énoncé prend part ; de la configuration sociale et historique correspondant au moment de l'échange et de la nature des relations entretenues par les partenaires de l'échange. Sans qu'ils prétendent à l'exhaustivité, ces divers éléments déterminent les procédés compositionnels, les moyens linguistiques et le style qui seront choisis dans l'élaboration de l'énoncé. Selon ces postulats, on accepte que toute énonciation présuppose la présence d'une autre instance d'énonciation par rapport à laquelle le discours est construit (Maingueneau, 2014 : 20).

1.1.3. De la formation discursive au concept de positionnement

Dans la mesure où, à l'instar de Maingueneau, on considère le *discours* comme un ensemble virtuel d'énoncés productibles conformément aux contraintes d'une formation discursive (Maingueneau, 1984 : 10), dans cette section on s'attache à préciser la notion de *formation discursive* (désormais FD) avant de lui préférer celle de *positionnement*.

---

[1] On utilise de manière indifférenciée les termes d' « allocutaire » et d' « interlocuteur » dans le cadre d'un échange verbal. La prononciation effective d'un énoncé change le statut des participants de l'échange. On désigne alors le locuteur responsable de la production d'une énonciation comme l' « énonciateur » (Maingueneau, 2002b) et celui pour qui est destiné l'énoncé ainsi produit comme l' « énonciataire » ou le « co-énonciateur ».

[2] Les choix typographiques dans les citations sont le fait de (ou des) (l') auteur(e)(s) du texte cité.

1.1.3.1. Les entraves du concept de formation discursive

Lorsqu'il introduit en 1969 le concept de *formation discursive* (FD), Foucault théorise, dans son ouvrage *L'archéologie du savoir*, l'intrication du langage et du social. Dans la proposition de l'auteur, la FD se conçoit à la fois comme un système dont la cohérence repose sur la régularité d'apparition d'énoncés qui partageraient entre eux non seulement des règles et des fonctionnements mais également des positions, des choix de thèmes (Foucault, 1969 : 53). Maingueneau soulève les difficultés posées par une telle conception (Maingueneau, 2011 : 88). Foucault propose, en effet, à la fois une définition de la FD en tant qu'espace dissocié d'un ensemble, une unité qu'il serait possible d'identifier et d'isoler et il évoque, par ailleurs, une forme de répartition en dispersion des énoncés d'une même FD au sein de la sphère discursive (*Ibid.*).

Pêcheux, autre auteur pouvant revendiquer la paternité de la notion de FD, la décrit, pour sa part, comme « déterminant *ce qui peut et doit être dit* (articulé sous la forme d'une harangue, d'un sermon, d'un pamphlet, d'un exposé, d'un programme, etc.) à partir d'une position donnée dans une conjoncture donnée » (Maldidier, 1990 : 148). Selon le sens de cette citation bien connue des analystes de discours, tout énoncé produit dans une FD est donc conditionné aux lois de fonctionnement de cet ensemble. Les dires des individus sont ainsi soumis à des injonctions explicites ou tacites. Ces dictats diffèrent selon la FD mais également selon l'époque et la position sociale des sujets à l'origine de ces dires. Développée dans un contexte marxiste, le terme de « position » est à appréhender ici au prisme de l'idéologie[1] de la lutte des classes (Maingueneau, 2011 : 89)[2]. Dans cette perspective, les visions du monde (qu'elles soient d'ordre religieux, moral, juridique ou politique) sont « reliées à l'idéologie (qui recrute les individus en sujets) par les appareils idéologiques d'État (Althusser, 1970 : 35) » (Marignier, 2016 : 65). Les formations

[1] Dans la perspective de « l'analyse historique des rapports de production, des déterminations économiques et de la lutte des classes », la notion d'*idéologie* est à saisir ici comme « une histoire globale, où toutes les différences d'une société pourraient être ramenées à une forme unique, à l'organisation d'une vision du monde, à l'établissement d'un système de valeurs, à un type cohérent de civilisation » (Foucault, 1969 : 23).

[2] Maingueneau précise sur ce point que « cette notion de position n'est pas du tout celle de positionnement, au sens qu'a aujourd'hui ce terme en analyse du discours. Le positionnement se définit à l'intérieur d'un champ discursif, alors que la "position" dont parle Pêcheux est inscrite dans l'espace de la lutte des classes ; elle se situe donc sur un autre plan que les *genres de discours* » (Maingueneau, 2011 : 89).

idéologiques[1] convoquent en leur sein une voire plusieurs formations discursives interreliées (Maldidier, 1990 : 148). La formation discursive n'est donc pas un objet d'homogénéité mais d'interconnexions entre différentes prescriptions du dire qui se rencontrent dans l'élaboration des énoncés des sujets parlants. Développée dans les années soixante-dix, la notion de FD, décriée pour son instabilité et sa difficile manipulation, a depuis été délaissée ou réinvestie différemment.

1.1.3.2. De la formation discursive au choix de la notion de positionnement

Dans un contexte historique moins marqué par les théories marxistes ou les influences sociopolitiques (Maingueneau, 2002b : 454), Maingueneau clarifie son utilisation de la notion de *formation discursive* (Maingueneau, 2011 : 91-97) et propose de lui substituer le concept de *positionnement*. Tout en maintenant valide l'assertion selon laquelle une FD délimite « la zone du dicible légitime » en distinguant corollairement la « zone de l'interdit, c'est-à-dire du dicible fautif » (Maingueneau, 1984 : 32), Maingueneau revendique une distanciation avec les prémisses structuraux et doctrinaires qui qualifient la FD de Foucault et de Pêcheux. Ainsi, pour l'auteur, « parler de positionnement, c'est présupposer qu'il n'existe pas une doctrine fixe, mais un travail incertain de délimitation réciproque à l'intérieur d'un espace en reconfiguration permanente » (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 188). L'intérêt de la notion de *positionnement* réside en ce qu'elle « désigne à la fois une activité et le produit de cette activité, la délimitation d'un territoire et ce territoire » (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 188)[2]. Le concept apparaît, en ce sens, caractériser des zones de discours fluctuantes. La notion est d'intérêt pour le sujet de la thèse puisqu'il s'agirait, toujours selon Maingueneau, de porter l'attention du chercheur tant sur la posture

[1] Pêcheux définit les *formations idéologiques* comme « un complexe d'attitudes et de représentations qui ne sont ni "individuelles" ni "universelles", mais se rapportent plus ou moins directement à des positions de classes en conflit les unes par rapport aux autres » (Maldidier, 1990 : 148). La notion de *formation idéologique* est à relier à celle de *formation sociale* qui se caractérise à un moment de son histoire par « le *mode de production* qui la domine, par un état déterminé du *rapport entre les classes* qui la composent […] [,] à ces rapports correspondent des positions politiques et idéologiques, qui ne sont pas le fait des individus, mais qui s'organisent en formations entretenant entre elles des rapports d'antagonisme, d'alliance ou de domination » (*Ibid*.).

[2] Maingueneau ne précise pas au cours de l'entretien, dont on rapporte des extraits dans ce paragraphe, ce que recouvre le terme de « territoire » qui est pointé dans la citation. On déduit, à partir du sens de cet échange et des précédentes publications de l'auteur, que le « territoire » dont il est question est assimilable à la « zone du dicible légitime » mentionnée en amont (Maingueneau, 1984 : 32).

adoptée par une source énonciative que sur la négociation des frontières délimitant différents positionnements :

> L'unité d'analyse pertinente n'est donc pas un positionnement en lui-même, mais les multiples interactions à travers lesquelles il se constitue et se maintient. Autant dire que la gestion des frontières est l'activité essentielle de ceux qui énoncent en se réclamant d'un certain positionnement.
>
> (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 188)

Le positionnement est donc décrit comme une activité continue (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 190) qui n'est ni réductible à une vision du monde ni à un ensemble de textes rapportés à un unique locuteur (*Ibid*.). Dans un champ discursif[1], le positionnement définit :

> [U]ne identité énonciative forte (« le discours du parti communiste à telle période » par exemple), un lieu de production discursive bien définie. Ce terme désigne à la fois les opérations par lesquelles cette identité énonciative se pose et se maintient dans un champ discursif et cette identité même […] Le positionnement ne concerne pas seulement les « contenus », mais les diverses dimensions du discours : il se manifeste aussi bien dans le choix de tels ou tels genres de discours, dans la manière de citer, etc.
>
> (Maingueneau, 2002b : 453)

Pour sa part, Charaudeau désigne, par le terme de « positionnement », « une position qu'occupe un locuteur dans un champ de discussion » qui se rattache à certaines « valeurs qu'il défend (consciemment ou inconsciemment) et qui caractérisent en retour son identité sociale et idéologique » (Maingueneau, 2002b : 453-454). Développant la notion dans une perspective argumentative, l'analyste défend l'idée que le *positionnement* intègre l'ensemble de la « mécanique argumentative » :

> En effet, la façon de problématiser, d'élucider et de prouver relève à chaque fois de choix opérés par le sujet argumentant. Il est en son pouvoir de proposer-imposer une certaine

[1] La notion est développée en « 3.3.2. La notion de champ discursif ».

problématisation, de construire-imposer tel ou tel mode d'élucidation, de choisir-imposer tel ou tel type d'argument.

(Charaudeau, 1998)

Le choix de l'individu des formes de présentation de l'énoncé et du support de communication utilisé est une dimension importante dans les deux acceptations présentées du terme de « positionnement ». Néanmoins, Charaudeau envisage le concept comme un synonyme de celui de *position*[1]. Ainsi il détaille, dans un article sur le discours d'information à la télévision, cinq positionnements de base qu'il énumère comme étant des positions (*Ibid*.). Pour la suite de l'exposé, on retiendra l'acceptation de la notion de *positionnement* telle qu'elle est définie dans les travaux de Maingueneau, c'est-à-dire au sens d'une identité discursive[2] travaillée par les contraintes du champ dans lequel elle prend forme et par les énoncés des acteurs (singuliers ou collectifs) qui poursuivent leur quête de légitimité à l'intérieur de ce champ et dont les activités d'énonciation façonnent en retour les frontières.

1.1.3.3. Positionnement, frontières et énonciation

Les frontières symboliques d'un positionnement donné sont sources d'enjeux. Par exemple, dans le cas du discours religieux, des systèmes sémantiques peuvent entretenir des liens de cooccurrence (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 188) et associer ou dissocier des positionnements distincts sur la base de ces associations. Dans l'exemple du discours politique, la distinction entre deux positionnements peut se consolider sur le soutien apporté à des thèmes symboliques ou sur le respect de certains interdits. Par exemple, la distinction entre la droite et l'extrême droite en France « passe largement par le refus de la moindre alliance avec le Front national » ou par la défense de la laïcité (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 188-189). Les frontières entre les positionnements sont continuellement retravaillées

[1] Le terme diffère de l'acceptation qu'en fait Pêcheux (*Cf.* « 1.1.3.1. Les entraves du concept de formation discursive »).

[2] Dans une perspective constructiviste, la notion d'*identité discursive* désigne l'identité telle qu'elle se révèle dans et par le discours (Baider et al., 2004 : 9). On réinvestit à ce sujet la description des auteurs de l'ouvrage *La communication touristique* qui précisent que « [p]ar "identité discursive" on peut en effet comprendre la combinaison plus ou moins attendue (parce que codifiée) de marques langagières – explicites et implicites – reflétant les attentes supposées partagées, les enjeux, les stratégies et l'inscription subjective des participants à la communication dans un monde particulier » (*Op. Cit.* : 10).

par les énoncés qui sont dicibles et par ceux qui ne le sont pas (Maingueneau, 1984 : 32). En ce sens, l'énonciation[1], entendue comme « ensemble des procédés linguistiques (*shifters*, modalisateurs, termes évaluatifs, etc.) par lesquels le locuteur imprime sa marque à l'énoncé, s'inscrit dans le message (implicitement ou explicitement) et se situe par rapport à lui » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 32), occupe une place de choix dans le repérage des unités et des discontinuités entre des positionnements cohabitant à l'intérieur d'un champ discursif.

À l'image de la formation discursive, le positionnement impose un système de contraintes caché et transversal qui influence le dicible et ignore le découpage des genres de discours (Maingueneau, 2014 : 83). Reprenant les termes de Pêcheux, on convient que ces règles ne contraignent pas seulement la nature des mots utilisés, elles conditionnent également les constructions dans lesquelles ces mots apparaissent et elles déterminent leurs significations (Maldidier, 1990 : 148). Maldidier indique, de fait, que les termes « changent de sens selon les positions tenues par ceux qui les emploient » (*Ibid*.). Il résulte de ces affirmations que l'activité énonciative « doit gérer sa présence à la fois dans le monde qu'elle construit et dans le monde où elle se construit » légitimant, de manière réflexive et par ce biais, la situation d'énonciation à laquelle elle se rattache (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 190).

La production d'énoncés respectueux des normes établies dans un système donné représente une manière de s'octroyer une posture de légitimité à dire qui institue de cette façon doublement la parole prononcée (*Ibid*.). Un mouvement circulaire et réflexif s'établit donc entre des contraintes invisibles qui délimitent ce qui peut ou doit être dit selon les règles d'un positionnement donné et des énoncés qui investissent et travaillent en retour ce positionnement : « les prédicateurs modifient leurs énoncés en fonction des évolutions du champ discursif, tandis que ce dernier est bien obligé de prendre en compte, explicitement ou non, les discours qui circulent dans la masse des fidèles » (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 194). Les énoncés dessinent les contours de ces frontières sans s'y arrêter.

[1] Benveniste pose que l'*énonciation* est une « réalisation individuelle » qui « peut se définir par rapport à la langue, comme un procès d'appropriation. Le locuteur s'approprie l'appareil formel de la langue et il énonce sa position de locuteur par des indices spécifiques, d'une part, et au moyen de procédés accessoires, de l'autre » (Benveniste, 1970 : 14).

1.1.3.4. Positionnement et interdiscours

Le sens se construit à l'intérieur et au-delà des frontières d'un positionnement (Maingueneau, 2014 : 81). De fait, en indiquant que « toute énonciation est habitée par d'autres discours, à travers lesquels elle se construit », on a décrit en amont[1] la « primauté de l'interdiscours sur le discours » (*Ibid*.). À l'image de ce qui s'applique à l'unité du livre, l'unité d'un positionnement ne s'élabore qu'en interrelation et en miroir avec celle des autres positionnements habitant le champ discursif étudié. Cette unité n'est donc ni uniforme ni homogène ni attribuable à une seule source énonciative, fusse-t-elle singulière ou collective. Ce qui lui confère sa qualité d'ensemble se fonde en conséquent sur une structure interne qui permet aux énoncés produits d'être à la fois uniques, en tant qu'événements discursifs produits dans une situation donnée, et d'être possiblement répétés, transformés ou réactivés (*Ibid*.). Pour penser l'intérieur d'un territoire discursif, il est donc nécessaire d'y intégrer son extérieur :

> Ce qu'il s'agit dès lors de subvertir, c'est cette équivalence entre extérieur du discours et interdiscours, pour penser la présence de l'interdiscours au cœur même de l'intradiscours, ce que J.-J. Courtine appelle « l'inconsistance d'une formation discursive », entendue comme effet de l'interdiscours en tant qu'extérieur spécifique d'une formation discursive à l'intérieur même de celle-ci.[2]
>
> (Maingueneau, 1984 : 30-31)

L'interdiscours doit ainsi être pensé comme une altérité non localisable (ni sous la forme d'une citation, ni sous la forme d'une entité extérieure) (Maingueneau, 1984 : 31). Le discours ne forme en effet une totalité que lorsqu'on intègre dans son étude une altérité inhérente à son élaboration et qu'on révoque par ce biais toute perception essentialisante du concept. Il n'est donc pas possible de dissocier l'interaction des discours de leur fonctionnement intradiscursif (*Ibid.*) : « à partir du moment où ce sont les articulations fondamentales d'une formation discursive qui se trouvent prises dans ce dialogisme, la

[1] *Cf.* « 1.1.2.2. Le dialogisme du discours ».
[2] Conein, B., et J.-J., Courtine, *Matérialités discursives*, Presses Universitaires du Septentrion, Villeneuve-d'Ascq, 1981.

totalité des énoncés qui se développent à travers elles sont ipso facto inscrits dans cette relation » (Maingueneau, 1984 : 32).

1.1.3.5. Compétence discursive et compétence interdiscursive

En considérant les énoncés comme foncièrement dialogiques[1] et en faisant l'hypothèse que les énoncés s'élaborent selon un système de règles qui les rend possibles (Maingueneau, 1984 : 50), on suggère qu'il existe une compétence[2], partagée par les membres d'une communauté discursive[3] qui conduisent les énonciateurs à être capables d'identifier et de (re)produire des énoncés relevant de tel positionnement ou de tel autre (*Op. Cit.* : 52). Or la notion de *compétence* pose quelques problèmes quant à son articulation avec les préceptes épistémologiques de l'AD. En effet, évoquer une compétence présage d'une conception individuelle du sujet parlant qui serait libre de s'inscrire dans tel positionnement ou dans tel autre, de choisir librement son discours. Pour Maingueneau, la solution à ce problème épineux réside, d'une part, dans la réitération que les catégories sémantiques que les locuteurs mobilisent le sont selon les propriétés du système qui les articule et les rend possible et, d'autre part, en affirmant que la maîtrise des structures de ce système rend possible l'émergence d'autres discours. La réflexion porte, en conséquence, moins sur la question de la responsabilité du sujet parlant que sur sa capacité en tant qu'énonciateur d'un discours à reconnaître des énoncés relevant d'une formation discursive plutôt que d'une autre et sur son aptitude à produire de nouveaux énoncés à partir des règles constitutives de cette formation discursive. Une telle compétence positionne l'énonciateur à la fois comme le producteur et le lecteur de ses énoncés et de ceux d'autrui (*Op. Cit.* : 52-53).

---

[1] *Cf.* « 1.1.2.2. Le dialogisme du discours ».

[2] Lorsque Maingueneau présente la notion de *compétence discursive*, il précise en note que ce concept n'est pas stabilisé et qu'on l'associe davantage à une « *compétence communicative* » qui régirait une grande partie des règles d'énonciation (Maingueneau, 1984 : 78).

[3] Kerbrat-Orecchioni décrit les communautés discursives en tant qu'« ensembles de locuteurs qui possèdent en commun une langue au moins et un même stock de ressources communicatives (compétence linguistique et compétence communicative) » (Kerbrat-Orecchioni, 1994 : 16-17), ce à quoi il faut encore ajouter la dimension sociale inhérente à toute expérience individuelle dans une société donnée. Pour l'auteure, la compétence communicative apparaît notamment « comme un dispositif complexe d'aptitudes, où les savoirs linguistiques et les savoirs socio-culturels sont inextricablement mêlés ; savoirs sur des règles de statut variable, mais dont la connaissance est supposée partagée par les interactants » (Kerbrat-Orecchioni, 1998 : 31).

Une fois posée la dimension cognitive du discours et en prenant en compte la dimension interdiscursive de celui-ci[1], on s'autorise à penser la compétence discursive comme une compétence interdiscursive (*Op. Cit.* : 53) qui suppose :

> [L]'aptitude à reconnaître l'incompatibilité sémantique des énoncés de la ou les formation(s) de l'espace discursif qui constitue(n) son Autre ;
> [L]'aptitude à interpréter, traduire ces énoncés dans les catégories de son propre système de contraintes.
>
> (Maingueneau, 1984 : 53-54)

L'utilité de la conceptualisation d'une compétence interdiscursive est double. D'une part, sa parenté avec la compétence discursive permet d'intégrer la possibilité qu'un individu soit au fait de l'existence de plusieurs réseaux de signification et qu'il lui soit possible de changer de discours[2]. D'autre part, par ce biais, elle permet d'envisager la possibilité pour les locuteurs de reconnaître et de produire des énoncés qu'ils ont croisés au cours de leurs expériences antérieures.

1.1.4. Mémoire discursive

Les notions d'*interdiscours* et de *compétence discursive* et *interdiscursive* pointent en creux un autre concept d'importance qu'on s'attache à décrire dans cette section et qu'on sera amené à faire intervenir en divers endroits de l'exposé : la *mémoire discursive*.

1.1.4.1. Présentation de la notion en analyse du discours

Sans retracer l'intégralité du débat sur le concept, on acceptera que la notion, évoquée par Pêcheux (Maldidier, 1990 : 34) et développée en AD par Courtine en 1981 (1981 : 52-

[1] *Cf.* « 1.1.4.1. Positionnement et interdiscours ».
[2] Sur ce point, Maingueneau indique qu'« au cours de sa vie le même individu peut, successivement et parfois simultanément, s'inscrire dans des compétences discursives distinctes » (Maingueneau, 1984 : 51). Il ne s'agit pas, là encore, de réveiller le débat sur la question d'un sujet parlant responsable de ses productions mais de considérer que « [c]e n'est pas parce qu'à un moment donné la domination discursive a basculé, qu'un discours s'est tari ou marginalisé que tous les usagers se sont tus ou ont laissé la parole à d'autres énonciateurs » (*Op. Cit*. : 51-52). La présence de l'interdiscours au sein même de l'intradiscours octroie, de fait, un caractère dynamique à la manière de concevoir le *positionnement* en discours qui rend possible ce type de changements.

53), est déliée de ses tenants psychologiques tout en étant adjointe à des considérations historiques :

> Ce que nous entendons par le terme de « mémoire discursive » est distinct de toute mémorisation psychologique du type de celle dont les psycholinguistes s'attachent à produire la mesure chronométrique [...]. La notion de mémoire discursive concerne l'*existence historique de l'énoncé* au sein de pratiques discursives réglées par des appareils idéologiques, elle vise ce que Foucault (71, p. 24) relève à propos des textes religieux, juridiques, littéraires, scientifiques, « discours qui sont à l'origine d'un certain nombre d'actes nouveaux, de paroles qui les reprennent, les transforment, ou parlent d'eux, bref, les discours qui indéfiniment, par-delà leur formulation, sont dits, restent dits et sont encore à dire ».
>
> (Courtine 1981 : 52-53)

S'appuyant sur une analyse des discours politiques, Courtine pointe les questions induites par la conceptualisation d'une mémoire discursive :

> [D]e quoi se souvient-on, et comment se souvient-on, dans la lutte idéologique, de ce qu'il convient de dire et de ne pas dire, à partir d'une position déterminée dans une conjoncture donnée dans l'écriture d'un tract, d'une motion, d'une prise de position ? C'est-à-dire : comment le travail d'une mémoire collective permet-il, au sein d'une FD, le rappel, la répétition, la réfutation mais aussi l'oubli de ces éléments de savoir que sont les énoncés ? Enfin sur quel mode matériel une mémoire discursive existe-t-elle ?
>
> (*Op. Cit.* : 53)

Selon Maingueneau, les propos de Courtine tendent à interroger « le mode d'existence des énoncés […] mais aussi la construction même de l'identité d'un positionnement » (Maingueneau, 2009 : 85). Dans les travaux de l'auteur de *Genèses du discours*, le concept de *mémoire discursive* est appréhendé dans son rapport au temps et au souvenir. En effet, pour l'analyste, la mémoire est double (Maingueneau, 1984 : 130-131) : elle se compose d'une mémoire externe qui place un texte relevant d'un positionnement dans la continuité des filiations des discours tenus dans d'autres configurations sociohistoriques et d'une mémoire interne qui relie les énoncés du texte à d'autres énoncés produits antérieurement à partir de ce même positionnement (Maingueneau, 2009 : 85). Solliciter des paroles fondatrices dans les domaines du politique, du philosophique, du religieux ou du littéraire

pour consolider une appartenance disciplinaire illustre le fonctionnement de cette mémoire qui se construit peu à peu en discours. La mémoire discursive ainsi conçue représente pour Maingueneau le médium par lequel le discours demandeur de traditions se fait créateur de sa propre tradition (*Ibid.*). Moirand résume les deux approches décrites de la manière suivante : « [l]a notion de mémoire discursive permet […] de rendre compte du fait que toute production langagière fait circuler des formulations antérieures, du déjà-dit, du déjà-énoncé... Elle constitue alors une sorte de reformulation de l'interdiscours de Pêcheux » (Moirand, 2007 : 4).

1.1.4.2. La mémoire discursive revisitée

Sans nier l'importance des apports des précédents contributeurs mentionnés au développement de la notion de *mémoire discursive*, Moirand regrette l'absence d'une dimension cognitive dans les réflexions menées. Elle y pourvoit en s'appuyant sur le cadre dialogique de l'énonciation proposé par Bakhtine et exposé *supra*[1]. En effet, à partir d'observations réalisées sur un corpus médiatique, l'auteure constate que ce qui fait la spécificité des discours de presse n'est pas tant les relations qui sont représentées dans les textes entre les acteurs des faits rapportés mais le caractère interdiscursif des productions. Des éléments, des mots et des manières de dire provoquent chez l'allocutaire une résonnance, une sensation de déjà vu, lu ou entendu et fonctionnent comme des « déclencheurs mémoriels » qui renvoient ou semblent renvoyer à des représentations, à des émotions, à des connaissances, à des faits et à des savoirs plutôt qu'à des fragments de parole précis (*Op. Cit.* : 9).

Pour Moirand, des mots-événements sont inscrits à l'intérieur d'une citation ou dans le déroulement d'un texte et rappellent, par leur structure sémantique ou syntaxique, un fait ou un événement (*Op. Cit.* : 9). L'hypothèse de l'existence d'un stockage préalable des emplois et des significations d'un mot se confirme (*Ibid*.). Cette mémoire sémantique ou encyclopédique s'inscrit donc dans le fil du discours par associations mentales de mots, d'images ou de sons :

[1] *Cf.* « 1.1.2.2. Le dialogisme du discours ».

> On voit ainsi s'inscrire au fil du discours non seulement le mot-événement, mais ce qui découle des représentations qu'on lui a mentalement associées (des mots, des images, des sons) ainsi que la temporalité qui lui est attachée, voire des domaines de mémoire également associés. Ainsi, évoquer un Tchernobyl aviaire (ex. 2), c'est provoquer une association entre le nuage de pollution nucléaire qui dépassa les frontières de l'URSS et le danger de propagation du virus de la grippe aviaire, mais c'est aussi mettre le doigt sur la contradiction entre les discours tenus à l'époque sur l'absence de ce nuage au-dessus de la France et les discours actuels qui montrent qu'il n'en était rien et qui dénoncent aujourd'hui les conséquences de son passage sur l'Est de la France.[1]
>
> (Moirand, 2007 : 5)

On le constate, ces fragments d'énoncés font autre chose que de rapporter un dire prononcé ailleurs en d'autres circonstances. Il en va de même pour l'intitulé d'un article de *Libération* « Alerte au soja fou. Bruxelles n'a pas tiré les leçons de la vache folle » (*Ibid*.) qui illustre également la manière dont les dires sont effectivement porteurs de mémoire (*Ibid*.).

1.1.4.3. La mémoire interdiscursive

Moirand fait de la *mémoire interdiscursive* un concept à la croisée de plusieurs disciplines : les sciences du langage, les sciences cognitives et les sciences humaines (Moirand, 2007 : 12). La notion se caractérise en priorité par son essence discursive – *mémoire* et *discours* sont des concepts constitutifs l'un de l'autre – puis par sa dimension historique (*Ibid*.). La mémoire des événements discursifs imprime en effet sa marque dans le fil du discours en y laissant des traces linguistiques (*Ibid*.). De ce fait, elle est tributaire des possibilités formelles de la langue. En ce sens, la mémoire interdiscursive s'appuie à la fois sur une appropriation individuelle et sur une appropriation collective des faits et des événements passés tels qu'ils sont mis en mots par ailleurs. En ce sens, un individu peut se remémorer un énoncé, l'associer à d'autres, le mobiliser à son tour et, corrélativement, convoquer le réseau de signification qui lui est associé. La distinction entre une mémoire individuelle et une mémoire collective est importante en ce qu'elle permet de concevoir que les souvenirs convoqués lors de la rencontre avec un segment particulier du

[1] L'exemple auquel Moirand fait référence « (ex. 2) » est un extrait de *Paris-Match* : « [l]e drame serait que les oiseaux migrateurs volent vers l'Afrique qui ne dispose d'aucun réseau sanitaire pour contenir le Tchernobyl aviaire » (Moirand, 2007 : 5).

discours ne sont pas systématiquement les mêmes pour tous. Pour Moirand, les indices mémoriels (les allusions, les mots-événements, etc.) qui se profilent à la surface des textes consolident les mémoires collectives au cours du temps et concourent à la construction de la mémoire des individus :

> Ce qui ressort de ces interrogations sur les indices mémoriels que constituent les allusions disséminées au fil des textes, c'est que celles-ci contribuent à renforcer les mémoires collectives communes de certaines communautés langagières, mais qu'elles participent également à la construction de la mémoire individuelle que chacun construit à travers son trajet d'expériences humaines, trajet qui n'est pas fait seulement d'expositions au discours mais qui est partiellement mémorisé à travers du discours : « si la mémoire collective tire sa force et sa durée de ce qu'elle a pour support un ensemble d'hommes, ce sont cependant des individus qui se souviennent, en tant que membres du groupe. De cette masse de souvenirs communs, et qui s'appuient l'un sur l'autre, ce ne sont pas les mêmes qui apparaîtront avec le plus d'intensité à chacun d'eux » (Halbwachs 1997 [1950] : 94-95). Mais comme le dit par ailleurs Maurice Halbwachs (*ibidem* : 98), « le fonctionnement de la mémoire individuelle n'est pas possible sans ses instruments que sont les mots et les idées, que l'individu n'a pas inventés, et qu'il emprunte à son milieu », à travers les discours et les images auxquels il est exposé, pourrions-nous ajouter.
>
> (Moirand, 2007 : 14)

Bien qu'il n'y ait pas, a priori, de concordance entre le corpus de Moirand et celui présenté dans cette étude[1], pour la suite, on accepte la conception de *mémoire discursive* revisitée sous l'angle de l'interdiscours telle qu'elle est proposée par l'auteure et on l'étend à l'ensemble des productions destinées à un large public.

[1] On note qu'en dépit de cette absence de concordance exacte entre les deux corpus, des points de similitude existent (bien que les conditions légitimant la parole de l'auteur d'un article de presse ou d'un billet de blog voyage soient clairement distinctes) entre les deux situations de communication en présence : un seul locuteur [ou « un locuteur unique »] rapporte un fait passé à un large public d'interlocuteurs anonymes. On développe ces éléments *infra* dans les sections concernant la situation de communication du blog voyage (*Cf.* « 2.3. Les éléments de la situation de communication du blog voyage ») et dans celles dédiées à la description de la présentation de soi en AD (*Cf.* « 1.2.2. La présentation de soi, une instance constitutive du discours »).

1.1.5. Particularités d'une approche méthodologique du plan des observables

Après avoir fait état de quelques préceptes épistémologiques et de quelques notions opératoires, on présente, dans cette section, le concept de *schématisation* emprunté à la logique naturelle[1] de Grize (1982) pour articuler le plan des observables à ceux des représentations et des images véhiculées à la surface des discours.

1.1.5.1. De l'utilité de la schématisation

La notion de *schématisation* de Grize est mobilisée en AD depuis de longues années. Berrendonner souligne la pertinence du concept transposé à la linguistique du discours (Berrendonner, 1997 : 219-220) en précisant que le projet de ce modèle global (Moirand, 2007 : 14) est d'expliciter comment le discours « impose ses propres objets, en construisant une fiction conceptuelle originale, provisoire et évolutive » (Berrendonner, 1997 : 219-220). Adam, pour sa part, en fait l'éloge dans l'introduction à l'ouvrage *Texte et discours : catégories pour l'analyse* (2004) regrettant alors que la notion soit peu sollicitée en linguistique du discours (Adam, 2004 : 8). Moirand, quant à elle, s'appuie sur ce modèle pour conceptualiser l'articulation entre mémoires, fil du texte et fil du discours (Moirand, 2007 : 14) en pointant qu'il permet de « relier les traces des opérations langagières et d'étudier l'effet produit par leur répartition et leur combinaison au fil du texte » (*Ibid*.). L'intérêt de cette approche cognitive est donc de relier le discours en tant qu'objet théorique, c'est-à-dire « conçu comme le lieu organisé d'un système de signes mettant en jeu des individus et des univers en représentation » (Ali Bouacha, 1993 : 47) et le discours en tant qu'objet empirique qui renvoie, lui, à du texte[2] (*Ibid*.). Dans la perspective de Grize, la *schématisation* prend en effet en compte les éléments du contexte, que Grize entend comme la partie antérieure et la partie postérieure au discours, et ceux de la situation, que l'auteur définit comme « l'ensemble des données non discursives qui vont de tout ce qui est

[1] Grize indique que la logique naturelle « se veut seulement l'étude des opérations que la pensée met en œuvre lorsqu'elle se manifeste à travers des discours. Elle est donc l'étude d'un certain nombre d'opérations qui peuvent être dites logico-discursives et qui sont marquées dans des textes nécessairement produits en situation. Il en découle que logique naturelle, analyse du discours, et linguistique textuelle sont intimement liées bien que distinctes et même complémentaires. » (Grize, 2004 : 23-24).

[2] On revient plus tard sur ce qui fait texte dans un blog voyage (*Cf.* 2.4.3. Le blog voyage : pour une textualité spécifique et spécifiée). Dans l'approche d'Ali Bouacha, le texte est « un ensemble de données linguistiques brutes qu'il faut ensuite traiter en données discursives » (Ali Bouacha, 1993 : 47).

perçu par les partenaires du discours aux conditions économiques et sociales dans lesquelles ils se situent » (Grize, 1982b : §6).

1.1.5.2. La schématisation, les représentations et les images

Pour Grize, une schématisation est un micro-univers qui se construit en discours (Grize, 1982b : §2) et dans lequel des objets de nature discursive sont à dégager (Grize, 1982a : §11). Ces objets discursifs sont élaborés à partir d'une production d'un locuteur (A) qui s'adresse à un interlocuteur (B) dans une finalité précise sur un thème déterminé. Dans cette dynamique interactionnelle, les objets schématisés sont présentés à (B) qui, fort de ses précédentes expériences, adopte telle qu'elle la schématisation qui lui est proposée ou bien ajoute ou ôte des propriétés qu'il associe à ces objets rencontrés par ailleurs (*Op. Cit.* : §12). Tout acte de mise en discours est donc en ce sens une « reconstruction du monde » (Moirand, 2007 : 14) élaborée pour un auditoire donné et modifiée et/ou complétée des connaissances et du vécu des interlocuteurs en présence :

> D'une part et dans la mesure où l'orateur ne fait jamais que construire une schématisation devant son auditoire sans la lui « transmettre » à proprement parler, ce dernier doit être à même de la reconstruire, en d'autres termes, de la recevoir. D'une façon triviale, jamais personne n'a été convaincu par un discours tenu dans une langue qu'il n'entendait pas. Mais ce n'est là qu'une situation extrême et l'analyse fait voir que tout le discours contient des éléments dont le rôle est moins d'informer que de permettre à l'interlocuteur de reconstruire ce dont il est question.
>
> (Grize, 1982c : §12)

De ce fait, une schématisation est toujours une construction dynamique qui se forge en direction et avec le concours d'un auditoire (Grize, 1982b : §28). Or, l'individu ou les individus auditeurs appartiennent à un milieu socio-culturel qu'il est nécessaire d'intégrer dans le cadre d'une réflexion menée sur la construction du sens en discours. Grize justifie cette affirmation en s'appuyant sur le fait que tout objet discursif charrie avec lui un faisceau de propriétés, de relations, de transformations virtuelles et de discours antérieurs qui varient

selon l'appartenance sociale de son auteur[1]. Ainsi, pour formuler une schématisation qui ait quelques chances d'atteindre la finalité poursuivie, il est nécessaire que son auteur dispose de quelques représentations de la situation de discours, de l'objet de discours dont il est question et de son auditoire (*Op. Cit.* : §30-32).

Dans la perspective de Grize, représentations et images sont à distinguer en ce que les premières se situent au niveau du locuteur tandis que les secondes relèvent du discours (*Op. Cit.* : §35). Ainsi, si les représentations ne peuvent être qu'inférées, puisqu'elles ne sont pas directement accessibles, il est possible de décrire les images par le biais des configurations discursives qui sont convoquées (*Ibid*.). À ceci, Grize ajoute que l'enjeu pour l'analyste ne consiste point à décrire le contenu des images mais à déterminer la manière dont le discours en dispose (*Ibid*.). Ce sont donc moins les images qui retiennent l'attention du chercheur que les relations qui les relient les unes aux autres. Dans cette conception, trois sortes d'images coexistent en discours et peuvent être données à voir dans une schématisation : « celle du locuteur, celle du destinataire et celle de ce dont il est question » (*Op. Cit.* : §37). Ces images discursives[2] constituent donc les « traces d'une pensée "mise en mots" » (Moirand, 2007 : 14). Sans entrer pour l'heure dans le détail des opérations énonciatives et prédicatives concernées par l'application du modèle, on pose qu'il est possible d'inférer les représentations du locuteur à partir de l'analyse des images qui s'inscrivent dans la matérialité discursive.

1.2. La construction discursive de la posture de l'auteur

Dans cette section, on démontre en quoi les spécificités de la notion de *présentation de soi*, empruntée à la rhétorique des Anciens, reprise par Amossy puis introduite par Maingueneau en AD, se révèlent être fondamentales pour appréhender la construction du sens dans les blogs voyage et dans la description des schématisations mises en place dans les productions. On introduit également, au prisme de ces apports, la notion de *présentation de soi en ligne*.

---

[1] L'auteur définit ainsi la notion de *préconstruit culturel* et en fait un objet porteur d'idéologie (Grize, 1982d : §27).
[2] On procède volontairement à un glissement terminologique entre le terme d' « images » et celui d' « images discursives ». La mention ultérieure d' « images discursives » renvoie dans la thèse à la notion développée dans cette section.

1.2.1. Un usage légitimé de la parole en discours

La légitimité[1] des auteurs de blogs voyage s'appuie sur leurs interventions et non sur le soutien d'une institution. En conformité avec cette affirmation et en cohérence avec les préceptes de l'AD, on se distancie des positions défendues par Bourdieu sur la préséance du social sur le langagier quant à la reconnaissance d'un usage légitimé de la parole :

> Tel est le principe de l'erreur dont l'expression la plus accomplie est fournie par Austin (ou Habermas après lui) lorsqu'il croit découvrir dans le discours même, c'est-à-dire dans la substance proprement linguistique […] de la parole, le principe de l'efficacité de la parole. Essayer de comprendre linguistiquement le pouvoir des manifestations linguistiques […] c'est oublier que l'autorité advient au langage du dehors […] Cette autorité, le langage tout au plus la représente, il la manifeste, il la symbolise.
>
> (Bourdieu, 1982 : 105)

Selon Amossy, le sociologue estime que le pouvoir d'action des mots employés dans une élocution prend sa source dans l'adéquation entre la fonction sociale du locuteur et le discours qu'il prononce. Selon cette conception de l'*autorité*, un discours doit, pour garantir les effets visés par son locuteur, être prononcé « par la personne légitimée à le prononcer dans une situation légitime […] devant des récepteurs légitimes » (Amossy, 1999 : 128). Ainsi, à l'inverse des apports de la pragmatique d'Austin[2], pour Bourdieu, l'influence du locuteur sur ses allocutaires n'est pas d'ordre langagier mais, là encore, purement social :

> [L]e pouvoir des mots réside dans le fait qu'ils ne sont pas prononcés à titre personnel par celui qui n'est que le « porteur » : le porte-parole autorisé ne peut agir par les mots sur d'autres agents, et par l'intermédiaire de leur travail, sur les choses mêmes, que parce que sa parole concentre le capital symbolique accumulé par le groupe qui l'a mandaté et dont il est le fondé de pouvoir.
>
> (*Op. Cit.* : 107-109)

[1] Au moment de la prise de parole des blogueurs, ceux-ci ne bénéficient ni de la crédibilité ni de l'autorité nécessaires pour être lus. Il leur est donc essentiel, à ce titre, de « se construire une position de légitimité » au regard de leur lectorat (Charaudeau, 2002 : 340).

[2] Austin, J.- L., *Quand dire, c'est faire*, Éditions du Seuil, Paris, [1962] 1970.

Bien que convoquant dans la suite de l'exposé les apports de Bourdieu en termes de forces symboliques et de positionnements dans un champ[1] et ceux de Maingueneau pour étayer le passage de l'imaginaire touristique et des pratiques à la définition et à la délimitation du champ discursif du tourisme[2], on considère, pour l'heure et en nuançant la posture communément adoptée par les pragmaticiens[3] (*Op. Cit.* : 128-129), que l'*ethos*[4] est une construction discursive dont l'autorité n'est pas nécessairement mais peut être produite uniquement en discours sans requérir une intervention extérieure.

1.2.2. La présentation de soi, une instance constitutive du discours

« Toute prise de parole implique la construction d'une image de soi » (Amossy, 1999 : 9). Ainsi débute l'ouvrage d'Amossy *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos* pour souligner que la manière de dire du locuteur porte en elle des indices sur son style, sur ses compétences langagières et encyclopédiques, sur ses croyances (*Ibid*.). Ces éléments donnent à lire, à entendre ou à voir une image discursive de sa personne, une présentation de soi (*Ibid.*). L'auteure s'appuie sur la notion d'*ethos* pour conceptualiser la construction de cette image. Empruntée à la rhétorique des Anciens (*Op. Cit*. : 10), le concept inscrit l'image de soi dans le discours dans une perspective d'efficacité de la parole (*Ibid*.). De fait, par leurs interventions, les partenaires de l'échange cherchent à s'influencer et à obtenir l'adhésion de leurs allocutaires (*Op. Cit*. : 18). L'*ethos* est en ce sens une dimension constitutive du discours (Amossy, 2015 : 7). Maingueneau utilise le concept dans le champ disciplinaire de l'AD et le rattache au processus énonciatif déployé par le locuteur. L'analyste indique notamment que l'*ethos* désigne la personnalité qu'un énonciateur dévoile de lui-même par son énonciation (Maingueneau, 2013 : 88), c'est-à-dire par le fait qu'il mobilise la langue et ses possibilités.

On ne cherche pas, lorsqu'on étudie l'image que donne à voir un locuteur de lui-même par le biais de la description des modalités de sa parole, à s'interroger sur la personne du sujet

---

[1] On développe ces points en sections « 3.3.1. Champ social et circulation des discours » et « 3.1.3.4. Le tourisme comme champ de production symbolique : définition ».
[2] *Cf.* « 3.3. Le champ discursif du tourisme ».
[3] Amossy précise que chez les pragmaticiens, la notion d'*ethos* « se construit dans l'interaction verbale et est purement interne au discours ». Chez les sociologues, le concept « s'inscrit dans un échange symbolique réglé par des mécanismes sociaux et des positions institutionnelles extérieures » (Amossy, 1999 : 131).
[4] Amossy utilise dans ses écrits les termes d' « ethos » et d' « image de soi » de manière synonymique.

parlant tel qu'il se présente dans la réalité en tant qu'« être empirique qui se situe dans un en-dehors du langage » (Amossy, 1999 : 15). On s'intéresse à l'instance discursive qui figure celui-ci dans ses productions (*Op. Cit*. : 16). La présentation de soi, en ce qu'elle prétend agir sur un auditoire, fait intervenir la question de la légitimité de la parole et de celui qui en est à l'origine. Ainsi, le locuteur, par son énonciation, se montre sous certains traits de caractère (Maingueneau, 2013 : 88) qui lui permettent de s'octroyer une position et de marquer son rapport à un savoir (Amossy, 1999 : 17). Ces traits se profilent à la surface des énoncés. Sur la base de ces indices discursifs, l'allocutaire peut, consciemment ou non, reconstituer le « corps énonçant » (Maingueneau, 1999 : 76) de l'instance discursive du locuteur (Amossy, 1999 : 18).

Une clarification et une précision s'imposent. Dans les travaux d'Amossy (Amossy, 1999 et 2015), la conception de l'*ethos discursif* ne recouvre *que* la mise en scène de la personne à partir de ressources langagières (Amossy, 2015 : 7) et ce dans des objectifs communicationnels divers (*Ibid*.). L'auteure rejoint volontiers la proposition d'expansion de la notion proposée par Maingueneau : l'*ethos*, à la différence de son usage et de son application dans la rhétorique antique, ne concerne pas uniquement les énoncés oraux, il vaut pour tout discours même écrit (Maingueneau, 2013 : 89). Compte tenu de l'importance octroyée aux conditions de production du discours dans la réflexion et anticipant la suite des apports de ce travail, on propose que le concept de *présentation de soi* soit élargi à l'ensemble des éléments concourant à la production de l'image de soi du locuteur quel qu'en soit la nature (langagière, technique, sémiotique)[1]. On convient de désigner l'application de ce concept dans l'univers numérique sous le terme de « présentation de soi en ligne ».

1.2.3. De la vocalité à la corporalité de l'énonciateur

Pour Maingueneau, tout discours porte en lui une vocalité particulière qu'on rapporte à une source énonciative (Maingueneau, 1999 : 78). Le ton des paroles prononcées alors concoure

[1] Maingueneau soulève un écueil propre à l'emploi de la notion d'*ethos* : « si l'on dit que l'ethos est un effet du discours, on est censé pouvoir délimiter ce qui relève du discours ; mais c'est beaucoup plus évident pour un texte écrit que pour une situation d'interaction orale. Il y a toujours des éléments contingents dans un acte de communication, pour lesquels il est difficile de dire s'ils font partie ou non du discours, mais qui influent sur la construction de l'ethos par le destinataire. C'est en dernière instance une décision théorique que de savoir si l'on doit rapporter l'ethos au matériau proprement verbal, donner le pouvoir aux mots, ou si l'on doit y intégrer des éléments comme l'habillement du locuteur, ses gestes, voire l'ensemble du cadre de la communication » (Maingueneau, 2002c).

à attester les dires du locuteur[1] (*Ibid*.). Cette manière de dire intègre l'intonation, le débit, le niveau de langue et évoque chez le partenaire de l'échange une manière d'être (Maingueneau, 2013 : 90). Dans son approche, l'analyste propose de substituer au terme de « voix » celui de « ton » qui lui parait plus flexible dans ses divers emplois (il note par exemple qu'il est plus aisé d'évoquer le « ton » d'un livre) (Maingueneau, 1999 : 78). C'est ce « ton » qui donne autorité à ce qui est dit dans l'énoncé. La figure discursive du locuteur se dote ainsi au travers de son énonciation d'un caractère et d'une corporalité (Maingueneau, 2013 : 89). Le premier terme regroupe alors un faisceau de traits psychologiques (*Ibid*.), tels que l'humour, tandis que le second renvoie à des traits physiques et matériels tels que la complexion corporelle, la manière de s'habiller et de se mouvoir (Maingueneau, 1999 : 79). En ce sens, des éléments extérieurs au langage peuvent concourir à forger l'image de soi du locuteur. Il appartient à cette figure énonçante de sélectionner les traits à mettre en œuvre dans ses énoncés pour influencer favorablement l'allocutaire.

1.2.4. Image de soi et ancrage social

L'ancrage social de la *présentation de soi*[2] s'articule à deux niveaux : au niveau de la représentation que le locuteur se fait de l'allocutaire et au niveau du cadre communicationnel dans lequel l'interaction se déroule. Dans la lignée de la tradition rhétorique[3] mais appliquée à une approche discursive de la notion, Amossy fait l'hypothèse que « l'énonciation est par définition allocution » (Amossy, 1999 : 11). L'auteure s'appuie pour cela sur la réflexion développée par Benveniste quant à l'inscription de la subjectivité dans le langage (Benveniste, 1974) et sur celle de Kerbrat-Orecchioni concernant les marques d'inscription du locuteur dans ses énoncés (Kerbrat-Orecchioni, 1980) pour accorder à l'allocutaire une place constitutive dans l'élaboration d'une image de soi en discours. L'inscription du locuteur dans les énoncés

[1] À l'instar de Maingueneau, on ne rapporte pas la production des énoncés en différenciant les pôles du « parlé », de l'« oral » ou de l'« écrit » (Maingueneau, 1999 : 78). Sur ce point, Maingueneau s'inscrit dans la lignée des propos d'Aristote puisqu'est précisé, dans l'ouvrage *Rhétorique* (2007), que dans une entreprise de persuasion, « il ne suffit pas de savoir ce qu'il faut dire ; il est nécessaire aussi de savoir comment le dire – ce qui contribue beaucoup au jour sous lequel apparaît le discours » (Aristote, 2007 : 223-224). Aristote souligne l'importance du jeu d'acteur de l'orateur parmi les éléments participant de la réussite d'une telle entreprise. Il pointe notamment la manière dont la hauteur, le rythme et le volume de la « voix » affectent le plaisir qu'à l'auditoire à écouter l'oraison qui lui est proposée (*Op. Cit*. : 224-225).

[2] On utilise les termes « présentation de soi » et « image de soi construite en discours » ou « image de soi en discours » de manière équivalente, à l'égal d'Amossy (1999, 2015).

[3] Aristote mentionnait par exemple qu'« il ne saurait, en effet, y avoir d'étude théorique du dire et de sa manière qui ne prenne d'abord en compte, pour tout discours, la présence effective de l'auditoire. » (Aristote, 2007 : 28).

se fait au diapason des représentations qu'il se fait de son public, de celles qu'il se fait de lui-même et de celles qu'il imagine que les autres se font de lui (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 20). D'une manière similaire, dans une perspective contemporaine de l'argumentation, Perelman et Olbrechts-Tyteca pointent la prépondérance de l'auditoire dans ce procès. Ils insistent notamment sur la nécessité pour le locuteur de se faire du public une idée fiable et en retour de donner à voir une image crédible de sa propre personne (Perelman et Olbrechts-Tyteca, 1970). En ce sens, les figures de l'énonciateur et celles de l'énonciataire sont en relation d'interdépendance (Amossy, 1999 : 11). Maingueneau ajoute sur ce point que « le texte n'est pas destiné à être contemplé, il est énonciation tendue vers un co-énonciateur[1] qu'il faut mobiliser, faire adhérer physiquement à un certain univers de sens » (Maingueneau, 2013 : 90).

Les énoncés sont donc produits en fonction des attentes supposées de l'audience et selon les connaissances présumées partagées entre locuteurs et allocutaires[2]. Pour ce faire, les productions réinvestissent un ensemble de valeurs, d'évidences et de croyances en-dehors desquelles tout dialogue avec le public visé s'avèrerait impossible (Amossy, 1999 : 132). Indispensables au bon déroulement de l'échange, ces prémices fondés sur le partage d'une *doxa* commune se rapportent aux *topoï*, c'est-à-dire aux lieux communs, que l'énonciateur suppose connus de tous au sein d'une communauté[3] donnée et qui, a priori, sont chargés d'une valeur positive (*Ibid*.). Or, au sein de ce savoir préexistant, des éléments d'information concernant le locuteur peuvent être contenus. Ces données constituent ce qu'Amossy désigne comme étant l' « ethos préalable » (*Op. Cit.* : 134) et que Maingueneau nomme « ethos prédiscursif » dans ses travaux (Maingueneau, 1999 : 78). Dans la situation du blog voyage, il est peu probable que de tels renseignements préexistent à l'intervention du blogueur, puisque celui-ci se revendique comme anonyme et non comme célébrité reconnue. L'auteur fonde donc ses réalisations sur un ensemble de représentations collectives (*Op. Cit.* : 133) qu'il suppose connues et partagées des lecteurs pour orienter favorablement leurs impressions.

---

[1] Les termes de « co-énonciateur » et d' « énonciataire » sont employés dans un sens similaire.
[2] Sur ce point, Culioli indique que « toute assertion concerne l'adéquation, pour un sujet, entre énoncé et valeur référentielle » et que « la relation entre sujets énonciateurs entraîne un ajustement complexe, parce que nous ne fonctionnons pas comme des machines pré-réglées et synchronisées, qui auraient en commun un stock de représentations fixes » (Culioli, 1999 : 92). L'auteur ajoute que « cela signifie que nous nous accordons, nous nous ajustons les uns aux autres, de sorte que nos représentations subjectives soient à portée d'autrui » (*Ibid*.).
[3] Les *speech communities* (Kerbrat-Orecchioni, 1994 : 9) « sont souvent reconnaissables par la circulation de discours et la répétition des activités, des croyances et des valeurs sur des objets qui sont constamment discutés, évalués, vérifiés, médiés et reconstitués par ses membres » (Morgan, 2014 : 7) (C'est moi qui traduis). On considère que divers positionnements circulent dans ces communautés de discours.

Par ailleurs, il est impossible d'appréhender la construction d'un *ethos* hors d'une situation de communication définie qui est elle-même intégrée dans une conjoncture socio-historique précise (Maingueneau, 2002c). Par conséquent, les éléments du cadre communicatif ou la reconnaissance du genre de discours[1] dans lequel l'échange ou le texte prend corps fournit des informations quant aux attentes que l'énonciataire est en droit de se fabriquer quant à l'*éthos* de l'énonciateur (Maingueneau, 1999 : 78). Le co-énonciateur, par son savoir doxique et par celui résultant de ses précédentes expositions à des interactions similaires, formule des hypothèses quant aux contenus informatifs qu'il est sur le point de recevoir. L'anticipation dont il est question au niveau des locuteurs relève de la compétence interdiscursive dont on a décrit et précisé le rôle *supra*[2]. L'*image de soi* est donc appréhendée en tant que concept dynamique ancré dans les représentations sociales qui sont véhiculées dans une communauté donnée à un certain moment de son histoire.

1.2.5. Image de soi et responsabilité du sujet parlant

Le double ancrage social de la *présentation de soi* pose indirectement la question de la responsabilité du sujet parlant dans la production d'un énoncé. Amossy résume ainsi les interrogations posées :

> [L]'ethos est-il le fruit d'une stratégie sciemment mise en place par le locuteur pour persuader l'autre, ou le résultat des contraintes qui pèsent sur tout énonciateur dans des cadres socio-discursifs donnés ? En d'autres termes, le sujet parlant est-il libre d'élaborer une image de soi qui correspond aux visées de son choix ou endosse-t-il, souvent à son insu, celle que lui imposent les règles et les rites de l'échange social ?
>
> (Amossy, 2015 : 41).

Sans entrer dans le débat de la nature d'un sujet qui serait ou non maître de son discours, on partage les postures de Lahire qui considère que l'individu est la somme d'un ensemble toujours unique de déterminismes (Lahire, 2013). À ce titre, le sujet est donc modelé par les modèles et les routines circulant au sein de sa communauté (*Ibid*.). Je rejoins également les propositions

[1] La notion est définie et développée *infra* en section « 2.4.1. La notion de genre de discours ».
[2] *Cf.* « 1.1.4.2. Compétence discursive et compétence interdiscursive ».

de von Münchow qui démontre dans une étude sur un corpus interrogeant les manifestations du non-dit, que :

> [L]es représentation mentales ne sont pas des reflets fidèles d'un ensemble de représentations sociales cohérentes, mais […] sont finalement (partiellement ou complètement, selon qu'on suppose un sujet acteur ou non) des interprétations singulières de représentations sociales dont plusieurs ensembles non nécessairement compatibles les uns avec les autres se font concurrence, ensembles dont la nature dépend de l'expérience de l'individu […] Même un sujet non-acteur, sans maîtrise sur son discours aurait donc cet « espace de singularité » là, espace constitué des « limites contradictoires des formations discursives différentes » (Orlandi 1994/1996 : 73).
>
> (Münchow, 2016)

On conçoit ainsi l'existence d'un sujet acteur dans la manière individuelle de s'approprier les représentations sociales[1] en vigueur dans une communauté. Le sujet est alors, dans une certaine mesure, « libre » de redéployer ou de retravailler ces représentations. En choisissant d'appréhender le phénomène d'imprégnation des représentations collectives au niveau de l'individu[2] de façon dynamique, on s'éloigne de l'influence du déterminisme social en prenant en compte la singularité du sujet[3].

---

[1] Dans son article portant sur l'analyse du fonctionnement du champ scientifique, Bourdieu définit, par juxtaposition (Mortureux, 1993), les représentations sociales comme « un pouvoir symbolique » (Bourdieu, 1976 : 89). On accepte, dans la suite de ce travail, que les représentations sociales, ou les représentations collectives, soient considérées comme une « modalité particulière de la connaissance, généralement qualifiée de "connaissance de sens commun" dont la spécificité réside dans le caractère social des processus qui les produisent. Elles recouvrent donc l'ensemble des croyances, des connaissances et des opinions qui sont produites et partagées par les individus d'un même groupe, à l'égard d'un objet social donné » (Guimelli, 1999 : 63). Conception des représentations sociales à laquelle von Münchow ajoute « les croyances, connaissances et opinions sur le discours à tenir à l'égard du même objet social » (von Münchow, 2016). L'analyste précise encore que l'acception du terme « groupe » est à prendre « de façon très large, pouvant recouvrir des ensembles de tous niveaux, y compris national, voire international » (*Ibid*.). L'auteure indique également que l'adhésion des membres d'un groupe aux représentations sociales véhiculées au sein de celui-ci n'est pas nécessaire mais une connaissance de ces représentations l'est cependant pour qu'il puisse y avoir groupe ou communauté discursive (von Münchow, 2021 : 44).

[2] Les représentations individuelles témoignent de l'incorporation des représentations collectives partagées d'une communauté à un certain moment de son histoire (Moscovici 2003 : 81-83).

[3] On se rapproche ainsi d'une posture que Charaudeau qualifie de moins globalisante : « Elle [la position] ne nie pas le jeu de la surdétermination du sujet, mais au lieu d'en faire une illusion, elle en fait quelque chose de positif. Il existe dans toute société des discours de doxa (lieux communs, stéréotypes), savoirs partagés de connaissance et de croyance ; ceux-ci circulent et se répartissent de façon aléatoire dans les différents groupes sociaux. Tout sujet est donc porteur, pour une part, de certains de ces discours, et du même coup cet appariement révèle (souvent à son insu) son positionnement social. On peut dire que, d'une certaine manière, ce sujet est "responsable" (ce qui ne veut pas dire conscient et volontaire) de ses représentations » (Charaudeau, 2009 : 11).

1.3 Apports et direction de la recherche

Selon les éléments épistémologiques décrits en amont, en AD, au-delà de l'observation et de la description des énoncés produits, on met en relation les données et leurs conditions sociales d'apparition de telle manière qu'on puisse appréhender les phénomènes sociaux à partir des représentations collectives, des actions qu'elles autorisent (Moscovici 2003 : 83) et des discours qui les portent (Charaudeau 1997 : 47). Concrètement, en AD, on s'attache à décrire le plus finement possible des formes linguistiques (Moirand 2004a : 154) qui sont, dans ce cadre, considérées « comme des traces d'inscription dans la matérialité textuelle des opérations langagières », elles-mêmes témoignant « des dimensions communicatives d'un texte ou d'une interaction » (*Ibid*.). Ces indices, relevés puis caractérisés, sont ensuite croisés avec les fonctions pragmatiques que l'on infère du cotexte (*Ibid.*). Il est alors concevable de déduire de ces données les images discursives que l'énonciateur donne à voir de « ce/ceux » dont on parle et d'en inférer les représentations individuelles (*Ibid*.).

Les analystes de la discipline articulent donc, dans l'approche de leurs objets de recherche, le linguistique et le social pour dévoiler les conditions et les moyens de l'émergence du sens en discours. Ainsi, en AD, lorsqu'on tente de saisir la manière dont un anonyme mobilise un espace de parole pour partager une expérience touristique auprès d'un large public, plusieurs éléments retiennent l'attention du chercheur. Premièrement, on s'intéresse nécessairement aux conditions de production qui non seulement autorisent et permettent à un locuteur de s'exprimer mais également façonnent les caractéristiques d'une telle prise de parole. À partir des réflexions menées sur le caractère foncièrement dialogique du discours et sur le rôle constitutif de la mémoire interdiscursive, dans le contexte de cette recherche, on admet que les conditions de production soient entendues au sens large intégrant de la sorte les données de la situation de communication du blog voyage mais également celles du champ sociologique[1] dans lequel le locuteur prétend agir au moyen de ses dires. Pour l'heure, ces conditions de production restent à décrire.

Une fois le discours ancré dans son contexte d'apparition, l'attention du chercheur se porte ensuite sur la description de la parole mise en scène dans les blogs à partir des images

[1] On développe infra la notion en section « « 3.3.1. Champ social et circulation des discours ».

discursives qui y sont convoquées. Mais il est à noter que les images de l'auteur, de l'auditoire et de l'objet de discours et les relations qu'elles entretiennent ne sauraient être étudiées qu'à partir d'une sélection de données faisant suite à une réflexion sur les éléments qui participent de la création du sens dans les blogs voyage. En retour, appréhender les productions discursives en relation avec leurs conditions d'apparition et selon les spécificités de leur matérialité influence le choix des entrées d'analyse qu'il faut mobiliser pour reconstituer les images élaborées au fil du discours.

Chapitre 2. Décrire et appréhender l'objet blog voyage en analyse du discours

Ce chapitre est consacré au blog voyage. On contextualise les interventions des blogueurs au prisme de l'émergence de la voix de l'amateur, on brosse les caractéristiques de la situation de communication et on formule des hypothèses quant aux visées poursuivies par les auteurs. Après avoir retracé les positions des analystes du discours sur la généricité du blog, on affirme que le blog voyage est un genre discursif dépendant de l'hypergenre du blog. Au sein de cette section, on admet une acceptation de la notion de *textualité* qui répond aux contraintes théoriques de l'AD tout en prenant en considération les éléments qui concourent à la présentation de soi en ligne des auteurs des blogs voyage.

2.1. Les enjeux sociologiques de l'émergence des blogs voyage

On décrit, dans la suite de ce travail, la pratique du blog voyage au prisme du phénomène de la démocratisation des savoirs induits par le numérique, de la matérialisation de la voix de l'individu amateur dans les lieux de diffusion de l'information et de l'impact des réseaux sociaux sur les comportements touristiques.

2.1.1. Démocratisation du savoir et émergence de la voix du quidam

La démocratisation des savoirs n'est pas un phénomène social neutre. En effet, auparavant considéré comme les derniers maillons de la chaîne de diffusion des connaissances, les individus délaissent leur rôle passif et s'octroient désormais le devant de la scène via l'appropriation des affordances des logiciels d'exploitation hébergés sur internet (Flichy, 2010 : 7). Bénéficiant des opportunités de la conjoncture sociohistorique de nos sociétés occidentales (telle que l'accessibilité au savoir ou l'allongement de la scolarité) et tout en ayant ni compétences précises ni diplômes particuliers, la parole de l'amateur est devenue omniprésente (*Ibid.*). Cette voix est celle du passionné qui partage une connaissance acquise sur le terrain et qui hisse son statut social au niveau de celui de l'expert (*Op. Cit.* : 8). Loin de faire table rase des traditionnelles postures d'autorité, cette mutation sociétale relève de

l'apparition d'une nouvelle figure qui s'immisce, sans les détrôner, entre celles de l'expert et du professionnel (*Op. Cit*. : 9) :

> Il [l'amateur] ne cherche pas à se substituer à l'expert professionnel ni même à agir comme un professionnel ; il développe plutôt une « expertise ordinaire », acquise par l'expérience, qui lui permet de réaliser, pendant son temps libre, des activités qu'il aime et qu'il a choisies […] L'amateur se tient à mi-chemin de l'homme ordinaire et du professionnel, entre le profane et le virtuose, l'ignorant et le savant, le citoyen et l'homme politique. Internet facilite cet entre-deux : il fournit à l'amateur des outils, des prises, des voies de passage.
>
> (Flichy, 2010 : 10-11)

L'amateur bénéficie donc de la diminution du temps de travail et du développement des loisirs. Le caractère authentique de sa démarche et de son témoignage est valorisé et substitue le personnage aux vulgarisateurs que peuvent incarner les journalistes par exemple (*Op. Cit.* : 14).

Parallèlement à la musique[1] et à la photographie numérique[2] qui, durant la première décennie des années 2000, sont deux activités de loisir qui occupent principalement les internautes, le nombre de blogs, perçus comme lieu d'accueil d'une forme d'expression de soi ou comme lieu de partage d'une passion, s'est démultiplié. Émergeant à la fin des années 90 (Rieffel, 2014 : 84), la blogosphère dépasse le demi-milliard de sites en 2021[3]. Si les carnets en ligne sont nés dans le prolongement d'une affiliation générique au journal intime, ils ont dépassé la seule dimension de l'extimité (Tisseron, 2011) pour devenir un espace de diffusion des activités réalisées en dilettante. Cette catégorie de blogs dénommée « phare » par Cardon (2008) mêle exposition de soi, réseaux sociaux et développements thématiques (Cardon, 2008 : 114). Les plateformes de *Content Management Systems*, telles que le célèbre WordPress, dispensent de la manipulation du langage HTML et fournissent des *templates*, c'est-à-dire « des modèles de publication préétablis » (Boullier, 2016 : 81) qui facilitent la production et le partage de contenu. En 2006, la revue *Time* faisait déjà de tout un chacun la personne de

[1] Le format digital de la musique est à l'origine de la popularité du site MySpace (Flichy, 2010 : 24-25).
[2] Au sujet du succès de la plateforme Flickr qui héberge des photographies au format numérique, Boullier mentionne que le site a été créé en 2004 et qu'il compte à son actif « 112 millions de membres en 2015 et 1,83 million d'images chargées chaque jour » (Boullier, 2016 : 91).
[3] En 2016, Boullier indiquait que le nombre de blogs référencés par l'entreprise Nielsen en 2011 était de 156 millions (Boullier, 2016 : 16). On en dénombre plus de 600 millions dix ans plus tard, en 2021 (https://hostingtribunal.com/blog/how-many-blogs/, consulté le 6 avril 2022).

l'année[1], soulignant l'amplification des contributions individuelles et leur influence : « Internet users can be the co-generators of Internet content. Individuals' influence has greatly expanded and even ordinary people can become online opinion leaders » (Xu et Pratt, 2018 : 958). Le blog voyage s'inscrit dans cette lignée d'objets émergeants et portés par le web social.

2.1.2. La modification des pratiques touristiques au prisme du web 2.0

En introduction, on a mentionné l'impact économique de la prescription touristique sur internet notamment sur les comportements d'achat des voyageurs (Xu et Pratt, 2018 : 958). Il est vrai que les réseaux sociaux ont donné aux touristes la possibilité de ne plus se cantonner à un rôle passif. Grâce au web 2.0, les individus peuvent décider de la manière dont ils accèdent aux informations, les partagent et les créent (Sigala, 2017 : 346) modifiant de fait la place qu'ils occupaient au sein de l'industrie du voyage. Ce changement en induit d'autres. La manière dont l'expérience touristique se vit et se communique (Sigala, 2018 : 7) évolue sous les effets des affordances numériques :

> The literature has mainly identified the following ways in which social media influence and form tourism experiences:
> - Generation and use of big data for personalizing experiences;
> - Customer empowerment for participating in experience customization;
> - Mushrooming of the digital touchpoints whereby tourists can interact with firms, travellers, communities and other actors for shaping their experiences. Social media empower all actors to own and operate a touchpoint [...];
> - Influence of customer experience at all stages of the customer journey; in fact, the use of social media shifts and changes tourists' behavior during various trip stages. For example, by using social media, many tourists: plan their trips while at the destination and last minute rather than during the pre-trip stage; share their tourism experiences and spread word of mouth while consuming the tourism experience and not after their trip [...];
> - The multimedia content generated and shared through social media (e.g. videos, customer reviews, photographs, travel suggestions, maps) influence all the dimensions of tourism experiences namely, emotional, cognitive, sensorial, physical and spiritual.
>
> (Sigala, 2018 : 7-8)

[1] http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html, consulté le 2 mars 2022.

À partir de ces constats, on note que les institutions, les entreprises, les acteurs du marché touristique ne sont plus les seuls responsables de l'organisation et du déroulement du vécu du voyage. De fait, le touriste a désormais accès tout au long du processus de l'expérience viatique à une pléthore d'informations qui tendent à affecter ce qu'il lui faut savoir, ressentir ou penser à l'égard d'une destination (*Ibid*.).

De nouvelles voix apparaissent et agissent sur le flux de transmission de l'information touristique. Ainsi, l'activité des blogueurs de blogs voyage ou bien celle des influenceurs voyage (Pereira Couttolenc, 2021) modifient les habitudes de diffusion du secteur. Le métier d'influenceur, en particulier, investit depuis quelques années la sphère du web social et correspond à une forme de professionnalisation de la démarche de l'amateur. Ces créateurs de contenu sont des individus qui animent des blogs, des comptes sur YouTube ou Instagram à l'image de Corinne du site Le Boudu Monde[1], de Camille du compte Loiseaurose[2] ou d'Anil B[3]. Actifs sur différentes plateformes de diffusion, ils occupent ostensiblement le rôle d'intermédiaires indépendants de la communication touristique (Magno et Cassia, 2018 : 288)[4]. Ce sont des *leaders* d'opinion (Freberg et al., 2011 : 1) qui fédèrent autour d'eux des communautés d'internautes et qui prétendent agir sur les comportements et les processus de décision de leurs publics par le biais de leurs productions (Magno et Cassia, 2018 : 288). Les réseaux sociaux transforment donc les comportements touristiques.

2.1.3. De l'économie de l'attention à la monétarisation des blogs

Citton pointe les effets d'une forme de capitalisme cognitif[5] (Citton, 2013 : 65) diffusé au sein des technologies des mass-médias (analogiques et numériques) qui ferait de l'attention des auditeurs, des spectateurs ou des internautes un enjeu mercantile pour les acteurs du marché

[1] https://leboudumonde.com/la-world-coolture-qui-est-corinne-presentations/.
[2] https://instagram.com/loiseaurose.
[3] https://www.youtube.com/c/AnilB.
[4] Dans un entretien accordé au Comité Régional du Tourisme et des Loisirs de l'Occitanie, Corinne, influenceuse voyage, décrit les enjeux, les impératifs et le rôle de son métier en relation permanente avec les partenaires touristiques de la région. On peut consulter le *podcast* à l'adresse suivante : https://soundcloud.com/user-733037651/a-la-decouverte-dun-nouveau-metier.
[5] Citton réinvestit les travaux de Franck publiés, entre autres, en 2005 dans un ouvrage intitulé *Mentaler Kapitalismus* et dans lequel est démontré en quoi la publicité est une forme d'occupation et d'exploitation de l'attention et est considérée dans cette perspective comme une forme de capital (Citton, 2013 : 171).

tels que les annonceurs (*Op. Cit.* : 171). Bien que les promesses du numérique laissaient présager d'un avenir où l'accès aux biens informationnels serait libre, le digital n'échappe pas aux principes du *capitalisme mental* décrit par Franck et traduit en Français par Degoutin (2013). Le système décrit par l'économiste repose ainsi sur l'omniprésence de la publicité qui conduit à la privatisation de l'« espace d'expérience » des utilisateurs ; sur la naissance de perspectives d'exploitation financière dont la monnaie d'échange est l'attention ; sur la monétarisation de cette valeur une fois des unités de mesure homogènes mises en place et une fois la circulation de cette monnaie assurée par des actes anonymes et orchestrée par les mass-médias (Franck et Degoutin, 2013 : 201). S'il est difficile de produire des études restituant la manière dont cette économie est organisée (ou non) dans l'environnement de la blogosphère voyage, on peut néanmoins faire état de quelques pratiques généralisées chez les producteurs de contenus digitaux.

Parmi les possibilités de financement des blogs, l'insertion de liens d'affiliation au sein de productions numériques est une pratique relativement ancienne puisque développée par le *leader* du commerce en ligne Amazon dès 1996 (Mercanti-Guérin et Vincent, 2016 : §4). L'affiliation consiste en la mise en relation d'un fragment (image, vidéo ou tout ou partie d'un texte) d'une page d'un site A vers un site B ou une plateforme de commercialisation de services au moyen d'un hyperlien (*Op. Cit.* : §2). Concrètement, si un internaute clique sur un lien proposé sur le site A et procède à un achat auprès du partenaire (l'affilieur) sur le site B, le blogueur (l'affilié) reçoit alors une contrepartie financière qui peut représenter un pourcentage de la vente (*Op. Cit.* : §4). Les blogs sont susceptibles d'être des lieux privilégiés d'insertion de liens d'affiliation puisqu'ils peuvent être des relais de promotion de produits commercialisés dans le domaine d'activité sociale dans lequel ils interviennent (*Op. Cit.* : §21). Parmi les pratiques, on relève également la possibilité de publier des articles sponsorisés qui doivent alors se conformer aux directives de l'annonceur quant au contenu à rédiger (ne pas mentionner une marque concurrente par exemple). Ces productions doivent alors faire l'objet d'une mention spécifiant le caractère promotionnel de la démarche (*Op. Cit.* : §22). Les blogueurs peuvent aussi réaliser des reportages conclus dans le cadre d'un partenariat. À la différence des contrats régulant les échanges entre un annonceur et une régie, les contraintes qui pèsent sur les créations du blogueur paraissent moins fortes (*Op. Cit.* : §2). Loin d'être exhaustif, le propos de cette description est de pointer la possibilité pour le blogueur de rentabiliser ou de professionnaliser son activité de partage.

Indépendamment de la difficulté pratique mentionnée *supra* pour documenter la financiarisation de ce qu'on pourrait nommer l'influence voyage, il est à noter que pour certains auteurs de blogs, la diffusion de leurs expériences auprès d'un large public et l'obtention et le maintien de la fidélité d'une audience dans un domaine d'activité sociale donné vise à établir une porte d'entrée dans un milieu professionnel afféré à l'activité (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 : 49). En ce sens, la monétarisation des blogs voyage pourrait faire l'objet d'une analyse spécifique. Winsky et Dickow déploient ainsi une approche contextuelle de la marchandisation des blogs pour démontrer les intrications entre les mises en scène de soi et les stratégies commerciales déployées par les blogueurs (Winsky et Dickow , 2021)[1]. Cependant, on convient, à l'image de Cardon et de Delaunay-Téterel, que l'aspiration à la professionnalisation ne peut être considérée comme une clef de lecture unique des attentes exprimées sur les blogs (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 : 49), qu'il s'agisse de celles de l'auteur ou de celles de son auditoire. De fait, le phénomène n'est pas à lire au prisme d'une perception légitimée ou légitimante de la culture et de ses acteurs traditionnels (*Op. Cit.* : 54.). Dans l'approche choisie dans ce travail, l'amateur est une figure émergente de l'appropriation des processus de diffusion du savoir et non un acteur porteur d'une forme de connaissance dégradée.

2.2. Décrire l'objet blog voyage

Les études en sciences du langage et en sciences de la communication se sont intéressées de près aux blogs depuis plusieurs décennies déjà. Les apports de ces travaux fournissent le socle nécessaire pour délimiter les contours de l'objet blog voyage et me permettent d'en proposer une définition.

[1] L'étude questionne ce qui est à l'œuvre dans la situation de communication du blog voyage. L'intention sous-jacente à la démarche de relier le blog voyage au champ d'activité sociale dans lequel il s'inscrit me paraît pertinente. En revanche, la méthode qui consiste à observer un fait acté en amont, « la marchandisation du blog », me paraît problématique. À ceci s'ajoute que la définition proposée de l'objet « blog » comme média complexe et dynamique au sein de mondes numériques ou encore comme « journal en ligne » ou « interface » qui permettrait aux membres d'une communauté de partager des conseils de voyage, d'échanger sur des activités touristiques et de communiquer les uns avec les autres (*Ibid*.) convient tout autant au blog voyage qu'à un forum. Par ailleurs, je note que les résultats font état de différences de visées sans en caractériser les éléments langagiers, techniques ou sémiotiques.

2.2.1. Des propriétés formelles aux éléments techniques

Comment caractériser l'objet blog voyage ? Peut-il suffire de le définir par ses propriétés formelles à l'égal de Doueihi ? Le chercheur désigne, en effet, ce type de site comme une forme de publication structurée selon l'ordre chronologique inversé dont l'auteur est souvent, mais pas toujours, un individu (Doueihi, 2011 : 111) et dont le sujet thématique peut relever d'un ou de plusieurs ancrages. L'auteur caractérise la taille des billets produits précisant que, souvent brefs, ils peuvent parfois aussi être longs (*Ibid*.). Il décrit le blog comme ayant des barres de navigation et des colonnes dans lesquelles, généralement, une section sur l'auteur du blog (souvent appelée « profil » ou encore « colophon ») apparaît, section dont l'objectif est de fournir des renseignements sur le blogueur et sur les outils dont il se sert pour créer et présenter ses contenus (*Op. Cit.* : 113). Doueihi cite aussi l'existence de liens vers les archives du site, d'un calendrier, d'une « blogoliste »[1], de lieux de regroupements des articles récents, des fils de syndication[2]. Il souligne également la matière plurimodale des messages puisque dans les productions apparaissent textes, images, fichiers audio, vidéos etc. (*Op. Cit.* : 113-114).

Doit-on privilégier, à l'image de Combes, la dimension socio-technolangagière du blog voyage ? (Combes, 2019). Parmi les caractéristiques techniques, on fait valoir, en ce cas, le rôle des hyperliens[3], constitutifs de la nature de cet objet natif du numérique (Paveau, 2017). Hyperliens qui font de cet espace un objet réticulaire (*Ibid*.) contribuant à la dynamique de la popularité chiffrée et calculée des classements des moteurs de recherche (Cardon, 2015). Des liens hypertextuels qui, entrelaçant au moyen de la citation des sites thématiques les uns aux autres, participent de la recherche d'influence sur la toile mais surtout concourent à tisser les liens d'une communauté d'intérêt, ce que Crystal désigne comme *blogging communities*

[1] La « blogoliste » (ou *blogroll*) est une liste de liens renvoyant vers une sélection de blogs « amis » du blog citant. Présentés en colonne, les *blogrolls* « forment une représentation communautaire des centres d'intérêt de l'auteur du blog » (http://www.dicodunet.com/definitions/Weblogs/blogroll.htm, consulté le 25 février 2022).

[2] « On utilise les notions de fil de syndication ou flux pour désigner un ensemble d'informations généré automatiquement (sous forme de fichier XML), dont le contenu formaté est récupéré et stocké sur son ordinateur par un agrégateur (logiciel de récupération de contenu). Le fil de syndication permet de tirer l'information à soi à son initiative, contrairement à une newsletter par exemple dont l'information est envoyée à l'initiative du service émetteur. Atom et RSS […] sont les deux formats de syndication de contenu Web les plus connus » (https://www.unil.ch/files/live/sites/riset/files/shared/Podcast/filSyndication.html, consulté le 30 mai 2022). C'est en ce sens que la syndication représente le partage de contenu sur le web (*Ibid*.). On peut qualifier ces outils de veille en ce qu'un utilisateur abonné au flux d'un site reçoit automatiquement les nouveaux contenus publiés sur ce site.

[3] Un hyperlien désigne un élément d'un texte citeur qui pointe l'URL d'une page citée dans son ensemble (Cardon, 2013).

(Crystal, 2006). Pour Combes, la nature des relations qui unissent locuteurs et allocutaires est à prioriser dans l'approche d'une description du blog voyage. De fait, l'auteure évoque les rassemblements d'individus en ligne autour du développement d'une telle thématique *via* le syntagme de « communauté sociotechnodiscursive », c'est-à-dire :

> [U]ne communauté qui se forme au sein d'un espace numérique privilégié comme la blogosphère ou la plateforme YouTube, autour d'un intérêt partagé pour une thématique et dont les liens, qu'ils soient plus ou moins faibles ou forts entre les internautes, sont principalement technodiscursifs.
>
> (Combes, 2019 : 76)

Dans une approche technologique et technique, il faut encore insister sur la précarité de la vie des blogs. De ce fait, pour autant que les productions de la blogosphère soient numériques et donc dématérialisées, elles ne sont pas épargnées par les étapes du cycle inaliénable qui caractérise toute vie : les blogs inanimés ou morts peuplent la toile[1] (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 : 20). Si l'on convient que la dimension visuelle, l'organisation du paratexte éditorial (Deseilligny et Angé, 2011 : 134) et les possibilités techniques du blog sont des éléments importants du blog voyage, ils ne forment pas le tout de ce dernier. L'objet numérique ne peut pas être réduit aux seules caractéristiques visuelles et techniques de son format ou de ses productions.

2.2.2. Le blog est un objet relationnel

Le blog voyage est un espace de « communication et d'expression personnelle sur un sujet thématique particulier » (Nardi, Schiano, Gumbrecht et Swartz, 2004 : 41). À la différence des guides pratiques par exemple, les blogs sont animés (en production et en réception) par des individus (*Ibid.*) : ainsi, un ou plusieurs blogueurs témoignent de leurs expériences et interagissent dans l'espace dédié aux commentaires avec les internautes. Leur audience est de taille variable, elle compte quelques centaines à quelques milliers d'abonnés. Cardon et Delaunay-Téterel décrivent le *blogging* sous l'angle de la relation qui se tisse entre un

[1] Dans une étude sur la vie et la mort des blogs, Massip indique que cette extinction peut se matérialiser au moyen de la suppression des contenus en ligne, de la disparition des serveurs qui les hébergeaient ou du simple abandon du site qui n'est alors plus actualisé (Massip, 2010 : 66).

internaute en quête de reconnaissance et un public hétérogène et anonyme (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 : 17). Pour les auteurs, le blog est à l'origine d'une nouvelle forme de sociabilité : « [t]out se passe en effet comme si les contours de la personne, tels qu'ils apparaissent dans les productions multimédias des blogueurs, servaient d'instructions sémiotiques favorisant des modes de mises en relation différents » (*Op. Cit.* : 18). Sans minimiser la place à accorder à la dimension expressiviste du blog (*Op. Cit.* : 17), il est pointé la nécessité d'analyser les manifestations de la présentation du blogueur dans les productions au prisme des « modalités relationnelles de sa réception » (*Op. Cit.* : 18). Cette mise en perspective vise concrètement à mieux appréhender la diversité des usages du blog, la pluralité des parcours des blogueurs et la « plasticité des formes de l'espace public » concerné (*Ibid.*). Les auteurs précisent que le caractère « public » d'un blog est relatif, de fait, à sa finalité :

> Dire d'un blog qu'il est public revêt de facto une extrême diversité de situations : du blog solitaire qui n'a jamais été commenté et sans doute jamais lu que par son auteur au blog de personnalité faisant l'objet d'un travail éditorial professionnel, attirant de nombreux commentateurs et dont les propos sont régulièrement repris par d'autres blogs ou par les médias traditionnels, la notion d'espace public prend des sens très différents, même si, juridiquement, ils sont tous deux soumis au même droit de la publication. Avant d'être un ensemble abstrait et sérialisé de lecteurs, 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.
>
> (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 : 21)

La portée du travail que le blogueur réalise sur lui-même comporte d'autant plus d'enjeux que l'appréciation de la qualité de ses productions est liée à l'image qu'il véhicule auprès de son lectorat. Ce qui était peut-être perçu comme un obstacle à la circulation des œuvres matérielles se révèle valorisé positivement dans l'univers numérique :

> Parce qu'elles sont de natures fondamentalement interactives, les productions des blogueurs restent liées à l'expression de l'identité personnelle de leur auteur tout en leur permettant d'établir des liens directs et personnalisés avec leur public. La constitution de l'œuvre et la rencontre du public paraissent alors inséparables, puisque les possibilités interactives du blog facilitent une cofabrication continue des énoncés mis en circulation.
>
> (*Op. Cit.* : 23-24)

Le blog est donc un objet relationnel. Compte tenu de la priorité accordée au technique, on ne réinvestit pas la terminologie de Combes qui entrevoit le blog voyage comme un « genre de la relation » (Combes, 2019 : 76). En revanche, on retient de ces travaux la description du rôle du locuteur principal qui « se met en scène par des pratiques extimes qui vont de la narration de soi à la première personne à l'autoportrait ou l'autoscopie » et qui témoigne d'un engagement fort pour fédérer autour de lui ses interlocuteurs (*Ibid*.). Une implication qui se dénote des termes d'adresse employés, des boutons d'appréciation (symboles des *like*, du pouce levé ou baissé ou encore des étoiles utilisés) et des espaces d'échanges entre auteurs et lecteurs qui sont insérés tels que les commentaires par exemple (*Ibid*.). De ces faits, on admet que le blog est irréductible à sa structure ou à la multimodalité de ses productions. Il est le résultat d'une co-construction entre un blogueur et son public réunis dans l'échange autour d'un intérêt commun.

2.2.3. Le blog est un objet ancré dans le social

On démontre dans cette section en quoi le blog est un objet ancré dans le social à partir des motivations affichées par les blogueurs, des publics visés dans leurs productions et de l'inscription de leur démarche dans un domaine d'activité sociale.

2.2.3.1. Caractériser les motivations des blogueurs de blogs voyage

À partir de 23 entretiens individuels (Nardi et al., 2004), Nardi et al. énumèrent les motivations des blogueurs sans prétendre à l'exhaustivité. Ceux-ci choisiraient de s'exprimer pour documenter leur vie, pour faire connaître leurs opinions ou leurs sentiments, pour s'investir dans un processus de création à l'image de ces jeunes auteurs s'essayant à l'écriture, ou bien encore pour créer un lieu de partage communautaire à l'instar du mode de fonctionnement d'un forum (*Ibid*.). Bien que Cardon et Delaunay-Téterel poursuivent une finalité similaire à celle de Nardi et al., l'approche méthodologique des motivations des auteurs de blogs diffère en ce qu'ils étudient non pas leurs productions ou leurs déclarations mais le profil des internautes intervenant dans les commentaires des blogs. Cette étude fait apparaître quatre ensembles distincts.

Le premier ensemble regroupe les sites dédiés au « partage des intériorités » (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 : 30). Carnets personnels ou journal intime, l'énonciateur se livre sur ses états internes et sa vie privée qui font du « soi » un projet, voire un récit (*Op. Cit*. : 32). Les marques linguistiques renvoyant à la personne de l'auteur abondent dans ce type d'intervention. On relève le sur-emploi de la première personne, des mélanges d'oralisation et d'effets littéraires, des verbes exprimant des sensations, des syntagmes faisant état de jugements sans nuance, de l'auto-ironie et des exagérations (*Op. Cit*. : 34). Dans ces productions, la figure de l'énonciateur peut, tout aussi bien, désigner alors tout le monde ou personne.

Dans les blogs du second ensemble, le public visé n'est pas seulement composé d'anonymes, il comporte aussi des proches et des membres de la famille du blogueur. À la différence des auteurs de blogs de type intimiste, les rédacteurs de « blogs familiers » (*Op. Cit*. : 38) arbitrent constamment le contenu de leurs interventions entre ce qui relève du personnel et du public, du dicible et de l'indicible, de l'intime et du quotidien (*Op. Cit*. : 39). Ils se soumettent donc à l'autocensure, ceci témoignant de l'influence de la composition de l'audience dans le processus de création des contenus. Dans ces usages, le blog est alors perçu comme un canal de transmission de l'information aux côtés de la messagerie électronique ou instantanée (*Op. Cit*. : 40). L'intention de communication n'est pas orientée en direction de l'établissement de nouveaux liens mais elle pointe vers la consolidation de relations préexistantes au blog ou effectives hors-ligne (*Op. Cit*. : 41).

Au sein de cette typologie, le troisième regroupement, dénommé « le recrutement des pairs » (*Op. Cit*. : 48), est le plus pertinent pour décrire les caractéristiques du blog voyage. Dans cette configuration communautaire[1], à la différence du premier et du deuxième modèle, le propos du locuteur n'est plus d'interroger son intériorité (*Ibid*.). Il déploie ses capacités et ses compétences techniques, rédactionnelles et relationnelles pour exposer une facette de son identité[2] (*Op. Cit*. : 48). Dans ce mode de communication, les auteurs

[1] Les auteurs précisent qu'il s'agit d'une configuration communautaire qui n'est pas soumise à une logique d'enfermement (Cardon et Delaunay-Téterel, 2006 : 56).

[2] Dans le cadre de cette étude sur la présentation de soi des auteurs de blogs voyage, on ne réinvestit pas le concept d'*identité numérique* – proposé par Georges – qui indique que celle-ci s'élabore dans le « système de la Représentation de soi » en ligne lui-même forgé par « l'ensemble des signes valorisés par le dispositif » (Georges, 2009 : 168). L'*identité numérique* se compose de l'*identité déclarative* (ce sont les données saisies par l'utilisateur

pointent que l'identité de l'auteur et la production des contenus se coproduisent dans un processus dynamique (*Ibid*.). Le blogueur présente un pan de sa personnalité, souvent une passion : c'est un amateur de tricot, un fan de cinéma, de romans policiers, de voitures anciennes etc. Auteurs et lecteurs sont alors réunis par l'intérêt qu'ils portent à un domaine d'activité sociale. Le dernier ensemble de blogs relevé est celui de « l'énonciation citoyenne » (*Op. Cit.* : 57). Les interventions du locuteur se veulent publiques et traitent de questions qui touchent au domaine sociétal : « les blogueurs projettent leurs propres avis et commentaires sur des évènements publics qu'ils commentent. Ils organisent ainsi des débats et des micro-sondages » (*Ibid*.). Les thèmes abordés sont impersonnels. À la différence de l'approche proposée par Nardi et al., celle déployée par Cardon et Delaunay-Téterel précise au prisme des publics visés la démarche des blogueurs. La dimension relationnelle et l'ancrage thématique sont alors soulignés.

2.2.3.2. L'ancrage du blog à un domaine d'activité sociale

La description d'un blog voyage ne peut pas être dissociée de ses caractéristiques formelles, de ses éléments techniques et structuraux, des relations engagées dans cet espace et encore moins des enjeux que représente son ancrage thématique. Pour reprendre une observation d'Herring (2004), la finalité d'usage d'un blog est dépendante du secteur d'activité dans lequel il est employé :

> Journalists see blogs as alternative sources of news and public opinion. Educators and business people see them as environments for knowledge sharing ; blogs created for this purpose within an organization or institution are sometimes called k(nowledge)-logs. Last but

au moment de son inscription telles que le nom, la date de naissance etc.), de l'*identité agissante* (c'est-à-dire les actions techniques relevées par le système du type « x et y sont maintenant amis ») et de l'*identité calculée* (le nombre d'amis, d'abonnés, d'affiliation à des groupes etc.) (*Ibid*.). L'identité à laquelle font référence Cardon et Delaunay-Téterel est une *identité montrée* en ce qu'elle se laisse entrevoir dans les inscriptions et dans les productions des auteurs. On convient, pour la suite de l'exposé, que le concept *identité* désigne la conscience individuelle de l'existence « à travers la prise de conscience de son corps (un être-là dans l'espace et le temps), de son savoir (ses connaissances sur le monde), de ses jugements (ses croyances), de ses actions (son pouvoir de faire) » (Charaudeau, 2009 : 15). La prise de conscience de soi est concomitante de la perception de l'Autre comme différent (*Ibid*.). Cette relation à l'Autre « s'institue à travers des échanges qui font que chacun des partenaires se reconnaît semblable et différent de l'autre. Semblable en ce que pour qu'une relation existe entre les êtres humains il faut que ceux-ci partagent, du moins en partie, des mêmes motivations, des mêmes finalités, des mêmes intentions. Différent en ce que chacun joue des rôles qui lui sont propres et que, dans sa singularité, il a des visées et des intentions qui sont distinctes de celles de l'autre » (*Ibid*.).

> not least, private individuals create blogs as a vehicle for self-expression and self-empowerment.
>
> (Herring et *al*., 2004 : 1)

Au sein de la typologie de Cardon et Delaunay-Téterel, le blog voyage correspond au troisième regroupement de blogs. En ce sens, pour appréhender l'ensemble des conditions de production de la parole du blogueur, il est essentiel d'appréhender le blog voyage en relation avec le champ d'activité sociale dans lequel la parole de l'auteur aspire à s'inscrire.

Le blog voyage se caractérise donc par son format, par sa structure, par la nature des éléments technologiques et plurisémiotiques qui le composent, par les spécificités de la démarche de présentation de soi de son locuteur principal, par les finalités que l'auteur poursuit à l'égard de son public, par la nature des relations que le blogueur cherche à établir avec celui-ci et par la production d'un contenu thématique basé sur son expérience ou son désir d'exploration. À partir de ces affirmations, je postule que le blog voyage est un objet relationnel plurisémiotique né d'un environnement numérique au sein duquel un individu partage auprès d'un public hétérogène des expériences de voyage réalisés pour le plaisir à des fins essentiellement informatives et didactiques.

2.2.4. Des manières de dire le blog voyage et d'observer les dires des blogueurs en analyse du discours

L'interaction qui s'établit au fil des connexions entre blogueurs et lecteurs est empreinte de la sédimentation des pratiques qui entoure le phénomène de *blogging* depuis son apparition. De fait, Lehti observe que l'utilisation première de l'espace du blog comme carnet personnel (Lehti, 2011) affecte l'échange d'une perception morale. La filiation des usages impose à la voix du blogueur de respecter un impératif non seulement de véracité et d'authenticité mais également de transparence (Candel, 2010 : 30)[1]. Ces critères contraignent la parole des blogueurs et influent les attentes du lectorat. D'un point de vue intertextuel, Deseilligny relève

[1] Pour Candel, « les genres de l'écriture du moi – autobiographie, journal intime – sont des genres surdéterminés par la notion de véracité. En empruntant à la pratique générique, en s'assimilant par prédilection au genre autobiographique, le blog engage ainsi une pratique génétique, c'est-à-dire une morale de l'écriture » (Candel, 2010 : 30).

que les pratiques d'écriture du grand publique dans les blogs s'inscrivent en mimétisme des usages épistolaires tout en intégrant les nouvelles fonctionnalités du logiciel[1] (Deseilligny, 2010 : 74) : la datation, les séquences d'ouverture et de fermeture et l'identité du locuteur inscrit en bas de la page rappellent les conventions de la lettre (*Ibid*.). La chercheuse note l'emploi de ligateurs énonciatifs[2] interpellant l'attention du lecteur et relève par ailleurs divers jeux graphiques qui caractérisent la mise en place d'une « écriture vive »[3] (Deseilligny, 2006 : 28). Elle précise encore que :

> […] [L]es journaux personnels en ligne sont émaillés d'interjections appellatives comme « hé ! » ou « hep ! » qui ont une fonction déictique en signifiant au lecteur qu'il est engagé dans la communication, doublée d'une dimension phatique puisqu'il s'agit d'attirer son attention pour ne pas « parler dans le vide ». Enfin, les onomatopées – appelées également interjections « dictales » – sont des morphèmes qui articulent la communication et l'imitation vocale ; elles apparaissent comme une description imitative, codifiée et stylisée de leur objet. Par exemple, pour exprimer la plainte et le dégoût, une diariste emploie « mmmouain » et « eurk ».
>
> (Deseilligny, 2006 : 28)[4]

Dans une perspective similaire, Deseilligny s'associe à Angé pour mettre en évidence la contamination des pratiques entre des guides imprimés, des récits littéraires et un corpus de blogs voyage à destination de l'Inde[5] (Deseilligny et Angé, 2011). Les traces de l'intertextualité se repèrent dans la structure du paratexte *via* les regroupements thématiques des billets, par villes parcourues par exemple, ou dans les intitulés des albums photos qui ne sont pas sans rappeler les intitulés des rubriques clefs des guides tels que « Inde pratique », « avant le départ » etc. Les auteures soulignent la dimension prescriptive de la parole du blogueur qui tend à

---

[1] Dans cet article, Deseilligny fait du blog un dispositif de communication qui réinvestit des « formes textuelles, discursives et de communication écrite bien plus anciennes liées à l'écriture de soi » (Deseilligny, 2010 : 73-74). Des formes qui sont donc renouvelées dans les architectures du logiciel. On développe cette question sous l'angle du genre discursif *infra* (*Cf.* « 2.4. Le blog voyage : hypergenre, genre hybride ou technogenre ? »).

[2] Le terme est emprunté à Morel et Danon-Boileau et est extrait de l'ouvrage *Grammaire de l'intonation. L'exemple du français*, Ophrys, 1998.

[3] Rosier qualifie ce type d'intervention injonctive et graphique d'« écriture vive » (Rosier, 2006 : 112-126).

[4] Pour appuyer ces affirmations, Deseilligny mentionne le travail de Perret, « Termes d'adresse et injures », *Cahiers de lexicologie*, n°12, 3-14, 1968 et sollicite les travaux de Bally, C. dans son ouvrage *Linguistique générale et linguistique française* paru en 1965 aux éditions Francke à Bern.

[5] L'article ne précise pas la taille du corpus et ne fait aucune mention des noms des guides imprimés et des récits sur lesquels l'analyse s'appuie.

devenir « exemplaire par la visibilité qu'elle acquiert du fait de son processus de diffusion » (*Op. Cit.* : 136). Elles observent l'émergence d'autres voix à côté de celle du prescripteur, celle du voyagiste par exemple, sans pour autant mentionner les formes ou les manifestations langagières ou sémiotiques de cette énonciation marchande (*Op. Cit.* : 138). Des marques d'autodérision sont identifiées et signalées comme indices d'un inconfort dans le maintien des différentes postures (*Ibid*.). L'idée selon laquelle les productions du blog sont réduites à leur dimension écrite et aux routines discursives qu'elles empruntent n'est pas conforme à l'approche conceptuelle que je souhaite développer. Néanmoins, ce que la clé de lecture de l'intertextualité me semble apporter d'intéressant, dans ces contributions et dans la situation de communication du blog voyage, c'est l'intrication des productions a minima discursives au sein d'un même domaine d'intervention.

2.3. Les éléments de la situation de communication du blog voyage

Pour appréhender la complexité des postures des auteurs du blog voyage, il faut saisir celles-ci dans l'ensemble de leurs manifestations (textuelles, visuelles, technologiques). Pour ce faire, le cadre théorico-méthodologique doit incorporer les éléments permettant d'élaborer le sens de la relation entre les blogueurs et leurs lecteurs. On a procédé à un état des lieux de l'objet blog voyage qui a indiqué que l'espace du blog est non seulement défini par ses propriétés formelles et structurelles mais également par sa dimension relationnelle et sociale. Pour clarifier le processus de l'interaction qui prend corps dans le blog voyage, je propose, à partir des constats précédents, d'élaborer des hypothèses quant à la caractérisation de la situation de communication[1]. Ainsi, on fait état *infra* des participants qui prennent part à l'échange et qui composent le cadre participatif ; on présume des attentes de ces participants ; enfin, on suppute la ou les finalités affichées et les visées poursuivies par l'auteur du blog. Ces présupposés ne sont en aucun cas une grille de lecture. Ils informent sur les possibilités du contrat de communication reliant les blogueurs à leur lectorat.

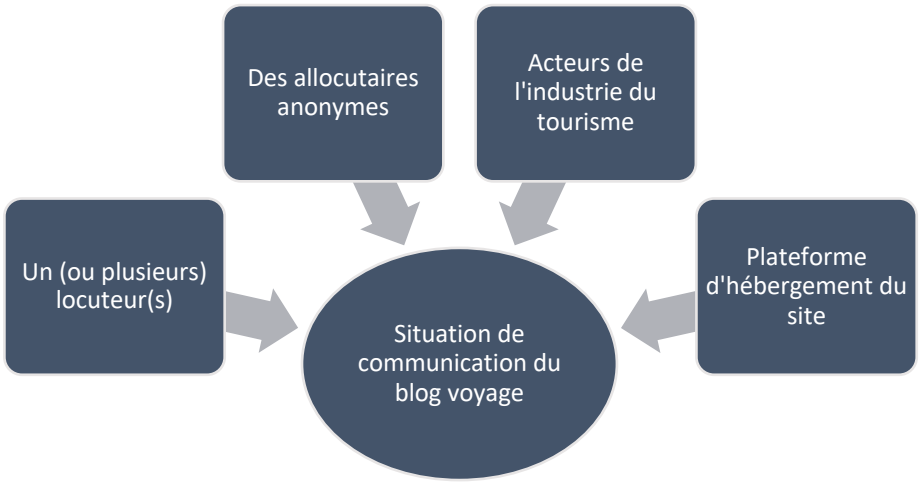
---

[1] Pour Charaudeau, la situation de communication est « ce qui détermine, à travers les caractéristiques de ses composantes, les conditions de production et de reconnaissance des actes de communication, conditions d'énonciation sous leur aspect externe » (Charaudeau, 2001). Pour l'auteur, « chaque situation de communication sélectionne, pour définir sa finalité, une ou plusieurs visées dont généralement une (parfois deux) d'entre elles est dominante. […] la *finalité*, et donc la visée qu'elle sélectionne, n'est pas le tout de la situation de communication. Mais elle en est un des éléments essentiels qui se combine avec les caractéristiques des autres composantes : l'*identité* des participants […] ; le *propos* et sa structuration thématique […] ; et les *circonstances* qui précisent les conditions matérielles de la communication » (*Ibid*.).

2.3.1. Le cadre participatif du blog voyage

Les participants de l'interaction engagent, dans la situation de communication du blog voyage, plusieurs intervenants. Un ou des locuteur(s) participent au processus de création des productions du blog. Un large public est visé. Cet auditoire peut être composé d'un nombre indéfini de lecteurs, anonymes pour la plupart. Les potentialités du blog sont à mentionner dans cette section, la composante technologique n'étant pas neutre. On relève que les acteurs du web 2.0 tels que les plateformes de gestion de contenus contraignent le déroulement des interactions. Par exemple, la zone des commentaires offre l'opportunité aux lecteurs de déposer un message d'appréciation, une requête ou une salutation. La fonctionnalité de filtre soumet la publication du contenu de ce *post* à l'approbation du gestionnaire du site, l'auteur du blog voyage. Des travaux mentionnés *supra*, on déduit qu'en sus des participants évoqués, des acteurs marchands de l'industrie du tourisme pourraient également surgir comme participants. On synthétise sommairement les hypothèses du cadre participatif comme suit :

Schéma 1 « Les hypothèses du cadre participatif du blog voyage ».



2.3.2. Finalité et visées affichées

On a mentionné que le propos (la finalité) du blog voyage est de partager des expériences de voyage à des fins informatives et didactiques. On a, par ailleurs, évoqué le caractère

prescriptif du témoignage du blogueur. De ces observations, on déduit que la principale visée[1] affichée par les blogueurs semble être « le partage d'informations ». Selon Charaudeau, la visée d'information indique qu'un « je » désire « faire savoir » quelque chose à un « tu » (Charaudeau, 2001). Ce « je » se doit, par conséquent, d'être légitimé dans sa position de savoir (*Ibid*.). La seconde visée engagée serait celle de l'instruction dont l'objectif est de « faire savoir-faire » (*Ibid*.). La position de l'énonciateur suppose, une fois encore, une autorité de savoir et de légitimation pour transmettre des connaissances (*Ibid*.). Dans ce cas, le défi du blogueur repose donc sur sa capacité à légitimer sa parole dès son apparition sur le web puisqu'il projette de formuler des conseils et d'adresser des recommandations pour faciliter l'organisation d'un voyage à venir. L'aspiration à être lu et donc à être visible est implicite mais laisse néanmoins supposer la présence sous-jacente d'une visée d'incitation à « faire faire » (Charaudeau, 2001) qui serait de faire lire le blog ou de faire voyager le lecteur. Le déploiement de cette dernière intention discursive implique que le « je » ne soit pas en position d'autorité : « il ne peut qu'inciter à faire ; il doit alors "faire croire" (par persuasion ou séduction) à *tu* qu'il sera le bénéficiaire de son propre acte » (*Ibid*.).

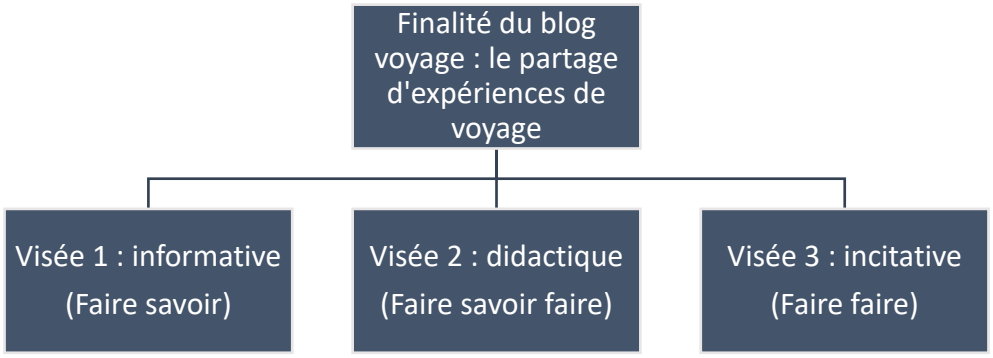
Pour Charaudeau, tout domaine de communication impose des conditions qui organisent et gèrent le déroulement et l'enjeu de l'échange entre les participants. Ces contraintes sont nécessaires pour garantir la possibilité d'intercompréhension (Charaudeau, 2001) :

> La situation de communication est ce qui impose un enjeu social et des contraintes aux sujets de l'acte de langage […] [la situation de communication] surdétermine en partie ces acteurs, leur donne des instructions de production et d'interprétation des actes langagiers et […] est constructrice de sens. Mais tout acte de langage se trouve sous la responsabilité d'un sujet qui est à la fois contraint par la situation et libre de procéder à la mise en discours qu'il jugera adéquate à son projet de parole.
>
> (Charaudeau, 2007)

[1] Charaudeau indique que les visées « correspondent à une intentionnalité psychosocio-discursive qui détermine l'enjeu de l'acte de langage du sujet parlant et, partant, de l'échange langagier lui-même. Les visées doivent être considérées du point de vue de l'instance de production qui a en perspective un sujet destinataire idéal, mais évidemment elles doivent être reconnues telles par l'instance de réception […] Elles correspondent donc à des attitudes énonciatives de base que l'on retrouverait dans un corpus. […] Les types de visée sont définies par un double critère : l'intention pragmatique du *je* en relation avec la position qu'il occupe comme énonciateur dans le rapport de force qui le lie au *tu* ; la position que du même coup *tu* doit occuper […] » (Charaudeau, 2001). L'auteur précise que les visées se situent en amont du texte (*Ibid*.).

Ces conditions constituent ce que l'auteur désigne comme le *contrat de communication*. Dans le cadre du blog voyage, le contrat qui lie le blogueur à son lectorat repose explicitement sur les deux premières visées et implicitement sur la troisième. Le déploiement de la visée informative et la sédimentation des pratiques liées aux premiers usages du blog comme témoignage personnel font peser sur la parole du blogueur des impératifs de véracité et d'authenticité. Le contrat de communication du blog voyage pourrait alors se conceptualiser de la manière suivante :

Schéma 2 « Conceptualisation du contrat de communication du blog voyage ».



2.3.3. Éléments de synthèse

On a envisagé le blog voyage sous sa forme structurelle, visuelle, et organisationnelle. Sans omettre de privilégier la dimension technique et technologique de l'objet, on a choisi de définir le blog voyage comme un objet relationnel ancré dans le social. Un « je » et un « tu » se rencontrent dans une sphère d'échange pour partager des informations sur le thème du voyage. Les interactions sont situées. Elles sont localisées sur un site du web social. Elles engagent plusieurs intervenants et elles traitent d'un objet thématique commun. A priori, ces interactions sont une co-construction entre un désir de partage et un besoin d'informations. On a aussi fait l'observation de diverses approches du blog voyage : une approche technolangagière et relationnelle chez Combes, discursive chez Deseilligny et Angé. Tantôt les conditions de production du blog sont privilégiées tantôt elles sont omises et tantôt ces dernières sont les héritières des pratiques écrites du domaine touristique. Loin d'être des formes dégradées

d'écrits légitimes, on a convenu que les productions des blogueurs sont des manières de témoigner à part entière de leurs expériences et de ce pan de leur identité qu'ils ont à cœur d'exposer.

2.4. Le blog voyage : hypergenre, genre hybride ou technogenre ?

Dans cette section on se positionne sur les questions du genre de discours dont relève les blogs voyage et on s'interroge sur les données à considérer dans une approche de la présentation de soi de leurs auteurs en contexte numérique.

2.4.1. La notion de genre de discours

Le genre discursif est une catégorie (prototypique) de pratiques discursives qui détermine « qui doit, peut et/ou ne peut pas dire quoi et comment » (Münchow, 2021 : 31) dans une configuration socio-historique précise (Maingueneau, 2013 : 50). Le dicible est ainsi contraint de plusieurs manières. Il est dépendant du champ d'activité (par exemple, journalistique, politique ou didactique) dans lequel il s'inscrit[1], des paramètres des situations de communication, de l'image-type du participant[2] et de l'objet de la prise de parole (Münchow, 2021 : 31-32). Le genre discursif est, outre sa manifestation sous une forme réelle (*Ibid*.), dans laquelle les locuteurs concrétisent leurs interventions, une représentation cognitive qui est intériorisée (Moirand, 2006 : 43-44) et à laquelle l'individu est exposé au cours de sa vie dans les différents lieux de parole de son quotidien.

---

[1] Bakhtine notait à ce propos que « l'utilisation de la langue s'effectue sous forme d'énoncés concrets, uniques (oraux et écrits) qui émanent des représentants de tel ou tel domaine de l'activité humaine. L'énoncé reflète les conditions spécifiques et les finalités de chacun de ces domaines, non seulement par son contenu (thématique) et son style de langue, autrement dit par la sélection opérée dans les moyens de la langue – moyens lexicaux, phraséologiques et grammaticaux – mais aussi et surtout par sa construction compositionnelle. Ces trois éléments (contenu thématique, style et construction compositionnelle) fusionnent indissolublement dans le *tout* que constitue l'énoncé, et chacun d'eux est marqué par la spécificité d'une sphère d'échange » (Bakhtine, [1984] 2017 : 293).

[2] Von Münchow indique reprendre un apport de Dolinine (1999) qui « considère qu'à la base de tout [genre discursif] se trouve "l'image-type de participant d'une [situation de communication] standard", autrement dit un "rôle conventionnel complété par des caractéristiques spécifiquement communicatives liées aux conditions concrètes de la communication" » (Münchow, 2021 : 31).

Comme on l'a mentionné en amont en mobilisant les concepts de *dialogisme* et de *compétence interdiscursive*[1], la fréquence d'exposition à tel format ou à tel dispositif permet au locuteur en réception d'identifier le « patron » de la situation de communication, d'en attendre un certain type d'interventions orales, verbales ou multimodales et d'y adapter ses productions (verbales ou non verbales) (*Ibid*.). La notion de *genre de discours* mobilise l'expérience de l'ancrage social de l'individu au sens où il lui est nécessaire d'avoir des repères pour s'inscrire dans le monde des signes, pour signifier ses intentions et pour communiquer (Charaudeau, 2001). Des repères qui résultent du processus de socialisation de l'individu à travers le langage et de la manière dont le langage est mobilisé en retour (*Ibid*.). Le genre permet donc d'effectuer une médiation qui fournit au locuteur, pris dans ses rôles de producteur et de récepteur, des instructions pour élaborer et interpréter des discours (Paveau, 2017a : 295). Ainsi, des « étiquettes comme "magazines", "vaudeville", "entretien d'embauche", "talk-show"' etc., désignent ce qu'on entend habituellement par genres de discours » (Maingueneau, 2013 : 50). Or, la multimodalité et les nouvelles pratiques induites par les objets du web exigent de s'interroger (Maingueneau, 2014 : 177) : quelle conception de la discursivité et de ce qui en constitue le matériau faut-il adopter pour appréhender les espaces numériques ?

2.4.2. Le genre discursif du blog en question

Différentes postures académiques s'affrontent quant à la catégorisation du blog en tant que genre discursif. Il faut donc exposer et clarifier les divergences avant de prendre part au débat.

2.4.2.1. Première hypothèse : le blog est une forme éditoriale à l'origine de genres hybrides

Pour Candel (2010) ou pour Herring (2004), le blog n'est pas un nouveau genre de discours. C'est, en revanche, une nouvelle forme éditoriale (Candel, 2010 : 24) qui se prête à une grande variété d'usages (*Ibid*.), qui abrite des contenus multiples (*Op. Cit.* : 27) et qui peut donner voix à de nombreux énonciateurs (*Ibid*.). Le blog est, en ce cas, un site internet

[1] *Cf.* « 1.1.4.2. Compétence discursive et compétence interdiscursive ».

qui se singularise par une iconicité[1], c'est-à-dire, une image relativement stable, récurrente et reconnaissable du texte produit (*Op. Cit.* : 26). La manipulation de cette forme éditoriale est simplifiée et standardisée en ce qu'elle repose sur des modes d'édition et de publication (*Ibid*.) prévus et organisés par les *Content Management Systems* (CMS) ou systèmes de management de contenu. Ces plates-formes proposent des modèles, c'est-à-dire des gabarits et des patrons typiques (*Ibid*.) qui simplifient et systématisent tant les tâches d'édition que celles relevant de la mise en forme (*Ibid*.). Dans cette conceptualisation, le blog est encore un instrument qui met en relation des personnes et des contenus. C'est un logiciel de réseaux sociaux (Escolin-Contensou, 2010 : 16) auquel on peut « rattacher » des genres institués tels que le roman, le poème, le récit de voyage, le journal intime, la critique, ou encore l'article de journal (*Ibid*.). Des genres qui se voient alors (re)travaillés par le dispositif (*Ibid*.) et donc qui sont potentiellement transformés (*Ibid*.).

On convient qu'il existe un format prototypique visuellement reconnaissable du blog produit conjointement par les CMS et leurs utilisateurs. On concède également qu'au sein du support interactif se manifestent des propriétés formelles telles que la centralité sémiotique du locuteur, une liste de liens, un calendrier qui permet d'accéder aux archives du site, une organisation fragmentée, verticale et antéchronologique des billets publiés ou encore l'inscription d'un caractère polyphonique dans les pages par le biais de l'intervention des lecteurs dans les zones de commentaires (Candel, 2010 : 25). Néanmoins, référer à l'*énonciation éditoriale* (Souchier, 1998) pour justifier du statut discursif du blog comme genre hybride ne me paraît pas approprié. En effet, Souchier précise que le concept d'*énonciation éditoriale* renvoie à une élaboration plurielle, et donc composite, de l'objet textuel (*Op. Cit*. : 141). Et de fait, les conditions de production des contenus d'un blog diffèrent singulièrement de celles d'un récit de voyage. Il importe pour la suite de la discussion de prendre cet élément en considération.

[1] Pour Souchier, « il n'est pas de texte qui, pour advenir aux yeux du lecteur, puisse se départir de sa livrée graphique » (Souchier, 1998 : 138). Texte et image du texte sont intrinsèquement liés en tant que manifestation d'une énonciation éditoriale (*Op. Cit.* : 141).

2.4.2.2. Deuxième hypothèse : le blog est un hypergenre – une réflexion sur les nouvelles textualités

Dans une perspective distincte de celle exposée *supra*, Maingueneau évoque l'émergence de nouvelles textualités (Maingueneau, 2014 : 175) au prisme de la complexité croissante de la multimodalité des productions (*Ibid*.). Au regard du canal emprunté pour communiquer et de l'évolution de la proportion iconographique dans la présentation des écrits, la notion de *texte* évolue (*Op. Cit*. : 176) et demande une réflexion adaptée aux objectifs de la recherche (*Op. Cit*. : 177). Pour l'auteur, le blog est un hypergenre (*Op. Cit*. : 181) qui suppose une relation communicationnelle où une « entité [dotée d'un nom propre] parle de lui/elle-même à quelqu'un qui visite son site » (*Ibid.*). En quelque sorte, le blog serait un (macro)genre de site dont le formatage peu contraignant est indépendant du domaine d'activité (*Ibid*.), ceci rendant possible des scénographies diverses (*Ibid*.). Ainsi, d'un blog thématique à un autre, la scénographie diffère en ce qu'elle met en scène à chaque fois et d'une manière singulière l'énonciation du blogueur. Elle est, en ce sens, un aménagement de la situation énonciative à partir de laquelle un énonciateur prétend énoncer. Par exemple, un roman pourra s'énoncer à partir de différentes scénographies en arborant les caractéristiques prototypiques du journal intime, du récit de voyage ou encore celles de la conversation au coin du feu ou de l'échange épistolaire (*Op. Cit*. : 129). Cependant, il faut se préserver de percevoir la scénographie à l'image d'un cadre ou d'un décor préétabli dans lequel se déploierait le discours :

> […] l'énonciation en se développant s'efforce de mettre progressivement en place son propre dispositif de parole. La scénographie implique un processus en boucle paradoxale. Dès son émergence, la parole suppose une certaine situation d'énonciation, laquelle, en fait, se valide progressivement à travers cette énonciation même. La scénographie […] légitime un énoncé qui, en retour, doit la légitimer, doit établir que cette scénographie dont vient la parole est précisément *la* scénographie requise pour énoncer comme il convient, selon le cas, la politique, la philosophie, la science, ou pour promouvoir telle marchandise…
>
> (Maingueneau, 2013 : 79-80).

Selon cette proposition, le blog voyage relève d'un hypergenre – le blog – dans lequel une configuration particulière de la parole se déploie. Si l'exigence d'une réflexion à mener sur les nouvelles textualités du numérique est présentée comme impérative et si la description

d'une scénographie singulière apparaît comme pertinente pour amorcer la caractérisation des manifestations de la présentation de soi des auteurs de blog voyage, la nature composite des éléments élaborant le sens des productions en ligne me semble pourtant encore trop délaissée dans cette approche.

2.4.2.3. Troisième hypothèse : le blog est un technogenre

L'Analyse du Discours Numérique (désormais ADN) est une discipline qui propose une analyse qualitative des discours natifs de l'internet (Paveau, 2017a : 14) en imposant de respecter certains choix méthodologiques et qui aspire à se détacher d'une conception des discours perçue comme logocentrique (*Ibid*.). L'origine de l'émergence de l'ADN repose sur plusieurs constats. Le premier est concomitant d'une conception plurimodale de l'énonciation. En effet, le processus de production à l'origine des discours du web n'est pas uniquement façonné par les interventions d'un locuteur, il procède également de la rencontre de celui-ci avec les affordances de l'interface numérique. Les discours produits en ligne sont alors observés sous l'angle de leur mise en discours dans un environnement technologique (Paveau, 2015 : 3) qui participe de la construction du sens (*Ibid*.). Dans cette acceptation des discours natifs en ligne[1], l'homme et la machine sont à l'origine d'une production conjointe de la parole. Selon cette approche, il est nécessaire d'adopter un cadre de réflexion postdualiste qui permette d'appréhender et de penser les écrits numériques comme intrinsèquement liés à leurs lieux d'émergence (*Op. Cit.* : 2).

La seconde observation se fonde sur la matière composite et relationnelle de la textualité numérique. En effet, Paveau estime que les observables de l'ADN ne sont pas uniquement langagiers, ils sont composites en ce qu'ils charrient en eux du social, de la culture, de l'historique et du technologique (*Op. Cit.* : 3). Pour l'auteure, les possibilités d'investigation des énoncés du web et leur délinéarisation possible « modifient la combinatoire phrastique en créant un discours composite » (*Ibid*.) dont le caractère relationnel est constitutif. L'analyste du discours insiste notamment sur ce point en précisant que :

[1] Paveau emploie le terme de « discours natifs en ligne » pour « désigner les discours produits dans les environnements du Web » (Paveau, 2015 : 1). L'auteure décrit ces discours en tant qu'« ensemble des productions verbales élaborées en ligne, quel que soient les appareils, les interfaces, les plateformes ou les outils d'écriture » (Paveau, 2017a : 8).

> [l]es discours natifs du web sont par ailleurs relationnels : l'architecture du réseau fait qu'ils sont tous matériellement interreliés, entre eux et à leur énonciateur, ce qui leur donne des propriétés particulières comme leur investigabilité (tout énoncé en ligne peut être cherché et trouvé *via* des outils de recherche comme les moteurs) et leur idionumériсité (tout énoncé du web en ligne possède une forme unique et subjective, déterminée par les paramètres de navigation, de sociabilité, de lecture et d'écriture de l'internaute).
>
> (Paveau, 2017a : 13)

Le troisième et dernier constat est celui de la trace qu'un usager laisse au fil de son parcours de navigation. Ces traces forment des empreintes que les algorithmes[1] calculent, classent et qui concourent à façonner des « formes de prédiction » (Paveau, 2017a : 20). De fait, selon les indices semés par les internautes au cours de leur navigation et exploités par les calculateurs, certaines informations seront favorisées, plus visibles dans les classements des moteurs de recherche et donc mieux disséminées que d'autres ou au contraire seront délaissées (*Op. Cit*. : 19). Cette empreinte numérique (Merzeau, 2009), qui est produite automatiquement au moment d'une recherche ou d'une simple connexion, produit une modification de l'environnement qui affecte tant les structures que les relations (*Ibid*.).

À partir de ces trois observations, dans l'espace du web social, la communication, l'interaction et la publication de contenus langagiers (Paveau, 2017a : 15) requièrent une analyse écologique qui dépasse le seul critère du linguistique (*Ibid*.). Cette approche intégrative vise à rendre compte, par ses cadres conceptuels et sa terminologie, de la complexité des énoncés produits en ligne en les reliant à leur ancrage sociotechnique (Develotte et Paveau, 2017 : 201). Selon ces préceptes, le blog est un « technogenre prescrit » (Paveau, 2017a : 301), un système d'écriture en ligne fortement contraint par un dispositif technologique (*Ibid*.) et qui oriente, par sa facture, « le mode de lecture et de production de sens » (*Ibid*.). La perspective de Paveau ne s'élève pas contre les observations

[1] Cardon (2015) distingue quatre familles d'algorithmes que Paveau résume ainsi : les algorithmes *à côté* du web « mesurent des audiences en calculant le nombre de clics, selon le principe de popularité » ; les algorithmes *au-dessus* du Web « hiérarchisent l'autorité des sites au moyen des *liens*, comme le fait le célèbre *PageRank* de Google, selon le principe de l'*autorité* ; les données sont alors des *liens hypertextes*, qui constituent des données langagières et concernent directement l'analyse du discours numérique » ; les algorithmes *dans* le web qui eux « calculent la réputation en prenant en compte le nombre d'amis, de retweets, de favoris, etc. » ; les algorithmes *en-dessous* du web, calculent des *traces* pour influencer les comportements futurs de l'internaute selon le principe de la prédiction ; les données traitées sont des traces numériques, dont on sait qu'elles sont, en ligne, très majoritairement langagières et écrites » (Paveau, 2017a : 21).

de Candel (2010) sur les propriétés formelles et reconnaissables du blog. En revanche, l'analyste incarne une posture radicale quant à la place prépondérante qu'elle accorde aux conditions de production des discours et au regard des apports de la première et de la deuxième hypothèse quant à la description du genre blog. Une approche écologique permettrait ainsi de représenter au plus près l'expérience de l'usager du web : on analyserait les productions en ligne dans leurs environnements natifs. Or, à mon sens, une retranscription totale et similaire des conditions dans lesquelles un énoncé ou un signe est émis est une illusion du réel, c'est une représentation. Il importe néanmoins, d'une part, de tendre vers cet idéal et, d'autre part, de prendre en considération trois éléments essentiels pointés par l'analyste : la nature composite des éléments, leur réticularité et leur traçabilité.

2.4.3. Le blog voyage : pour une textualité spécifique et spécifiée

À partir des trois postures décrites en amont et des apports qu'on a choisi de retenir (le format iconotextuel des blogs est standardisé et est produit – en partie – par des plateformes ; la scénographie plastique de l'hypergenre du blog héberge diverses configurations ; les données numériques sont de nature composite, réticulaire et traçable) et de la conception théorique qu'on se fait de la discipline, on pose que le blog voyage est un genre discursif dépendant de l'hypergenre du blog. Une réflexion sur les composantes de la *textualité* n'a de sens qu'en relation avec la question de recherche qui est posée. Dans la mesure où celle-ci interroge la manière dont les affordances du numérique reconfigurent (hypothétiquement) les positionnements au sein d'un champ discursif donné et puisque ma démarche aspire à qualifier l'inscription des auteurs de blogs voyage dans leurs productions, l'ensemble des éléments concourant à l'élaboration de la (ou des) figure(s) discursive(s) qu'ils incarnent importe.

Pour Souchier et Wrona, un texte est « une configuration signifiante d'objets sémiotiques inscrite sur un support matériel et prise dans un contexte de communication » (Souchier et Wrona, 2015 : 174). C'est donc une acceptation large de la notion de ce qui fait texte que je choisis d'adopter. En ce sens, je ne réinvestis pas la notion de *textiel* empruntée aux Sciences de l'information et de la communication (SIC) (Jeanneret, Béguin, Cotte, Labelle, Perrier, Quinton et Souchier, 2003). Bien que celle-ci présente l'intérêt de penser la « textualité connectée » (Mayeur et Paveau, 2020) et se centre sur le rôle interprétatif du lecteur (*Ibid*.), il me semble que le concept de *texte* tel qu'on le conçoit suffit à accueillir les éléments du blog.

Par conséquent, j'ai considéré comme concourant au sens des articles du blog les commentaires des internautes, les éléments iconographiques tels que les images et les photographies, les éléments technolangagiers tels que les boutons de partage, les *smileys* et autres émoticônes symptomatiques de la surénonciation expressive (Rosier, 2006 : 117) des écrits d'écran (Jeanneret et Souchier, 2005), les encarts publicitaires et les liens hypertextuels. Cette matérialité textuelle complexe requière, pour être appréhendée et analysée, une approche descriptive, conforme aux démarches qualitatives de l'AD, et exige de recourir à des apports empruntés aux disciplines de l'analyse sémiotique et de la pragmatique.

2.4.4. Identifier les lieux de la présentation de soi en ligne dans les blogs voyage

La présentation de soi en ligne des auteurs de blogs voyage recoupe les postures discursives incarnées à la surface des énoncés et au creux des mises en scène des productions plurisémiotiques. Elle vise à positionner la parole de ces sujets parlants dans un champ discursif[1] et à leur fournir une image de source énonciative légitime. L'image de soi se compose alors de ce qu'un locuteur énonce sur lui-même (le dit) et de ce qu'il dévoile de lui dans les modalités de sa parole (le dire) même lorsqu'il n'est pas l'objet de son propre discours (Amossy, 2015 : 113)[2]. De ces affirmations découlent plusieurs points importants pour l'élaboration du corpus et pour son exploitation. Mais avant de s'immerger dans le détail de ces éléments, il est nécessaire de faire une halte théorique et pratique.

2.4.4.1. La notion d'ethos préalable en ligne

On a introduit, en amont, les notions de *présentation de soi*, de *présentation de soi en ligne* et d'*ethos préalable*[3]. Cependant, l'application de la notion d'*ethos préalable* dans un tel corpus et au prisme d'une telle démarche de légitimation nécessite d'être précisée, voire redéfinie. Amossy pointe que le concept désigne l'image discursive du locuteur en amont de sa prise de parole[4]. Dans le contexte du blog, une telle image est inexistante. En revanche, les affordances du blog, en ce que l'espace du site rend possible de naviguer sur une ligne

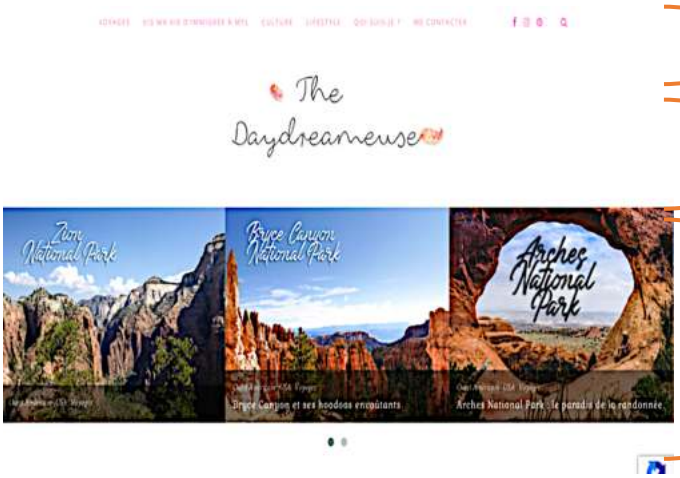
[1] On définit le champ discursif du tourisme en particulier en section « 3.3. Le champ discursif du tourisme ».
[2] Cette distinction est désignée sous les termes d'« ethos dit » et d'« ethos montré » chez Maingueneau (Maingueneau, 2013 : 95).
[3] *Cf.* « 1.2. La construction discursive de la posture de l'auteur ».
[4] *Cf.* « 1.2.4. Image de soi et ancrage social ».

antéchronologique au travers des articles postés ou de consulter à tout moment les éléments d'introduction de la personne de l'auteur du blog dans les zones dédiées à cette finalité, octroient la possibilité au lecteur de se forger une première impression de qui parle et de ce dont il parle. L'*ethos préalable en ligne* n'est donc pas un en-dehors de la situation d'énonciation du blog mais en est une partie constituante. L'image discursive ainsi construite dans les lieux dédiés au processus de légitimation du webmestre conditionne la perception de crédibilité de ses paroles. C'est sur les spécificités de cet ethos non pas préexistant mais coexistant aux nouveaux dires du blogueur, que celui-ci s'appuie pour publier d'autres billets. Des billets qui, en retour, consolident ou modifient auprès du public l'image que l'auteur propose de lui-même. On définit donc l'*ethos préalable en ligne* comme l'ensemble des éléments énonciatifs, sémiotiques et techniques concourant à établir une image légitimant et crédibilisant chaque nouveau dire de l'internaute. On a listé *infra* les lieux qui se prêtent à cet enjeu dans le blog. Ces mêmes emplacements servent une finalité similaire dans les cas d'un blog de cuisine ou d'un compte personnel sur Instagram. De fait, toute nouvelle publication sur le net se rattachant à un objet numérique donnant voix à un individu méconnu du grand public réactive l'ethos préalable en ligne qui y est déployé soit en le consolidant soit en le modifiant, à la manière classique de l'*ethos préalable* tel que le définit Amossy. L'élaboration de l'ethos préalable en ligne de l'auteur du blog voyage s'amorce ainsi dès l'entrée de l'internaute sur la page d'accueil du site.

2.4.4.2. Localisation des lieux de la présentation de soi

Au sein des données qui relèvent de ce que le blogueur énonce de lui-même, on insère les bandeaux verticaux ou horizontaux ainsi que les sections et les billets intitulés « À propos » ou « Qui-suis-je ? ». On admet également que les zones de titres, l'organisation des sections et les menus déroulant de la barre de navigation intégrée à la page d'accueil (extraits exposés *infra*) participent de ce que le blogueur communique de lui-même à son auditoire.

Extrait 1. Les éléments de la présentation de soi où le blogueur est l'objet de son propre discours dans le blog voyage The Daydreameuse :



(https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 15 mars 2022)

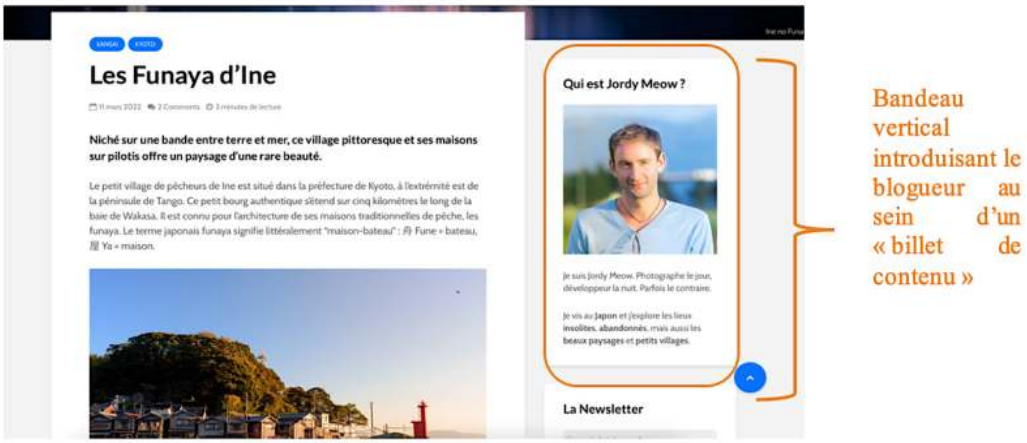
Zone de titre, barre de navigation et menus déroulant :

(https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 15 mars 2022)

Section « Qui suis-je ? » :

(https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 15 mars 2022)

Exemple de bandeau vertical introduisant la personne du blogueur de Japon Secret :



(https://japonsecret.fr/funaya-ine-kyoto/, consulté le 15 mars 2022)

Au sein de ce que j'ai nommé des « billets de contenu », c'est-à-dire des articles plus ou moins longs rapportant l'expérience d'un séjour, d'un hébergement ou de tout autre produit touristique, le locuteur se laisse entrevoir dans la matérialité plurisémiotique du texte. La figure de l'auteur s'appuie sur des énoncés, sur des visuels et des cartes intégrées au déroulement du *post*, sur des hyperliens et sur des commentaires de lecteurs.

Extrait 2. Les éléments de la présentation de soi composant la textualité des billets du blog voyage The Daydreameuse :

Des commentaires d'internautes insérés à la fin du billet :

Une zone de commentaires qui prolonge l'échange entre auteur et lecteurs.

(https://www.thedaydreameuse.com/monument-valley-sur-les-traces-des-cowboys/, consulté le 26 septembre 2022)

Avant de plonger au cœur de la description du corpus et de l'outillage méthodologique qu'on déploie pour explorer ces divers matériaux composites, il est nécessaire, à ce stade de l'étude, de définir le champ discursif dans lequel toute parole émanant des blogs voyage s'inscrit.

Chapitre 3. Itinéraire de construction du champ discursif du tourisme

Dans le chapitre 1, on a ancré la démarche de la recherche dans les principes théoriques qui régissent la discipline de l'AD et on a choisi de privilégier la construction du sens dans le genre discursif du blog voyage au prisme d'une conceptualisation élargie de la *présentation de soi* des auteurs. Dans le chapitre 2, on a délimité l'objet d'étude et on en a proposé une définition en tant qu'objet relationnel et social. À la lumière des résultats de travaux préexistants sur des problématiques voisines, on a émis des hypothèses quant à la présence de marques langagières caractérisant les productions des blogs, quant au contrat de communication régissant les interactions du blog et quant aux visées qui, a priori, sont poursuivies par les blogueurs. Dans ce chapitre, on se livre à une contextualisation de la praxis du blog dans la continuité historique des comportements touristiques et des imaginaires sociaux qui façonnent les habitudes et les représentations discursives des acteurs et des usagers du champ social du tourisme. Le portrait communicationnel du blog étant brossé et l'environnement sociologique, historique et imaginaire du tourisme étant dépeint, on procède alors à la définition du champ discursif du tourisme.

3.1. Contextualisation historique et sociologique des pratiques touristiques

Le tourisme est une construction culturelle (Urbain, 2020 : 63). Il est la poursuite d'un plaisir de voyager qui s'élabore au fil du temps dans l'agrégation des comportements individuels. Selon Urbain, l'imaginaire qui accompagne les pratiques touristiques se compose de représentations qui sont modelées par des siècles de culture (Urbain, 2020 : 63). Cet imaginaire touristique est un objet transitionnel (Amirou, 1995 : 9) qui aide à appréhender la rencontre entre le touriste et son objet-attraction (*Op. Cit.* : 64). C'est un espace symbolique où s'inscrivent tant « les rêveries exotiques, les rituels de vacances et les images mentales sur l'altérité » (*Ibid.*) que les thèmes, les images, les significations qui accompagnent les déplacements pour le plaisir des êtres humains (*Op. Cit.* : 26)[1]. Ainsi, dans cette section, on

[1] Amirou précise qu'il faut distinguer l'idéologie de l'imaginaire : « l'idéologie véhicule une conception du monde qui modèle et façonne la représentation en lui imposant un sens qui pervertit aussi bien le "réel" matériel que cet autre réel, l'"imaginaire". Ce n'est que par le coup de force qu'elle réalise par rapport au "réel" contraint à entrer

rapporte les conditions de l'émergence du tourisme et on retrace l'évolution des pratiques individuelles puis collectives. À partir de ces observations, on conceptualise le domaine sous l'angle de ses tensions après avoir écarté les approches comptables et relationnelles. En contextualisant les productions des blogueurs dans le socle des habitudes des premiers voyageurs et des touristes modernes, certains paradigmes et certaines figures discursives habitant et façonnant l'imaginaire[1] du tourisme se laissent entrevoir.

3.1.1. De l'individu au mouvement collectif : l'émergence d'un phénomène socio-économique

Bien qu'il soit peu aisé d'expliquer la manière dont surgit le phénomène touristique dans l'histoire, comme le souligne Marc Boyer (Boyer, 1999 : 13), on restitue les étapes qui ont jalonné la consolidation sociale et économique d'une pratique collective initialement réservée à quelques privilégiés.

3.1.1.1. Avant le phénomène, les expériences individuelles

L'origine et les raisons de l'essor du tourisme sont toujours soumises au débat (Boyer, 2005 : 14). Néanmoins, on constate que l'apparition de cette nouvelle habitude sociale est concomitante au développement de l'urbanisation (Urbain, 2018 : 39). Les causes sont multiples et sont à déceler dans le contexte historique et géographique, culturel et économique de la civilisation industrielle du XIX^{e} siècle (Boyer, 1999 : 80). Si on peut identifier des « proto-touristes » (Urbain, 2018 : 34) – c'est-à-dire des pionniers du phénomène souvent hommes de réflexion qui par loisirs souhaitent réaliser un beau voyage (*Ibid.*), comme Michel de Montaigne, qui de septembre 1580 à novembre 1581 traverse l'Allemagne, la Suisse et l'Italie[2] – les raisons de se déplacer durant le Moyen-Âge et à l'époque de la Renaissance sont le plus souvent marchandes ou religieuses (Cousin et Réau, 2016 : 5). Le Grand Tour – ce voyage de plusieurs mois qui vise à parfaire l'éducation des jeunes nobles anglais en leur faisant rencontrer leurs pairs d'autres pays, expérimenter des

---

dans un cadre conceptuel préconçu que l'idéologie a une certaine parenté avec l'imaginaire [Le Goff, L'imaginaire médiéval, Paris, Gallimard, 1991, préface, p.2] » (Amirou, 1995 : 31-32).

[1] Pour Urbain l'*imaginaire* dont il est question est un « mode d'interprétation du réel » qui est « constitutif de notre intellect, de notre aptitude à donner du sens » (Urbain, 2020 : 63).

[2] Montaigne, M. de, *Journal de voyage*, Édition de Fausta Garavini, Collection Folio Classique, n°1473, Gallimard, Paris, 1983.

conditions matérielles moins confortables, côtoyer des classes sociales considérées comme inférieures ou encore en les poussant à visiter des sites et des monuments mentionnés dans des guides comme celui de Louis Dutens (Boyer et Viallon, 1994 : 12) – marque un tournant dans la consolidation du phénomène. Ces nombreuses expériences n'en demeurent pas moins individuelles[1]. Les traces de présence de ces premiers voyageurs amateurs sont épinglées, pour la première fois, dans la définition du mot « touriste » qui entre dans le dictionnaire de l'Académie en 1878 (Urbain, 2002 : 45).

3.1.1.2. Les transformations de la société et les premiers acteurs de l'industrie touristique

En accord avec les sociologues et les anthropologues du tourisme, on observe que la situation collective à l'origine du tourisme (Urbain, 2018 : 35) s'amarre à trois transformations sociétales du 19e siècle. Le développement des transports, ferroviaires en particulier, facilite les déplacements et marque la naissance des acteurs de l'industrie du tourisme (Cousin et Réau 2016 : 10 ; Urbain, 2002 : 52). Le voyagiste Thomas Cook organise, en 1841, ce qui est considéré comme le premier « *packaged tour* » (Urry, 2005 : 21) : il mène ainsi 570 personnes à une réunion d'information sur l'alcoolisme et négocie, en leur nom, un rabais sur le prix d'un billet de train et sur le coût d'un repas sur place[2]. La deuxième force instigatrice de l'avènement du tourisme est l'émergence de classes moyennes qui installent de nouvelles catégories de partants (Cousin et Réau, 2016 : 10). Enfin, le troisième facteur est celui des mouvements de regroupements initiés par celui des commerçants et des hôteliers suisses qui s'organisent sous forme d'associations dont la mission est de séduire et de convaincre des avantages du ski (*Op. Cit.* : 16). Ces rassemblements sont à l'origine de la création du premier syndicat d'initiative français à Grenoble en 1889 (*Ibid*.).

Entre la fin du 19e et le début du 20e siècle, le pouvoir d'achat et le temps libre augmentent (Boyer et Viallon, 1994 : 15). Cette période s'accompagne de droits qui

[1] Urbain affirme qu'à cette période « ce type de voyage, en France du moins, est encore une affaire de personne plus que de société ou de commerce et que, au fond, *le touriste n'a pas attendu le tourisme pour exister* … » (Urbain, 2018 : 35).
[2] Fléchaire, L., « Thomas Cook, l'inventeur des vacances en groupe », *Le Monde*, 29 mai 2001 [en ligne] consulté le 6 janvier 2021 (https://www.lemonde.fr/archives/article/2001/05/29/thomas-cook-l-inventeur-des-vacances-en-groupe_4170101_1819218.html).

tarderont à ouvrir la voie à de nouvelles habitudes de loisirs[1]. L'inauguration de stations balnéaires comme Deauville en 1860, La Baule en 1879, Le Touquet en 1903 (Cousin et Réau, 2016 : 14) est le point de départ d'une politique urbaine et touristique française qui s'appuie sur un réseau naissant. La collaboration aux activités économiques du Touring Club de France (TCF) créé en 1890 sur le modèle de l'*English Cyclist Touring Club* (*Op. Cit.* : 17) en est un exemple. Le TCF réunit non seulement les Parisiens huppés mais également des employés de commerce et de banque, des femmes et des étudiants autour d'un loisir commun mais encore coûteux de la pratique du cycle sur les routes de France. L'action de l'organisme permet de diffuser des informations techniques sur les cycles auprès de ses usagers, de mettre en place le fléchage des routes et donc d'aménager le territoire national en espace de loisirs, de réaliser la promotion d'activités de plein air etc. (*Ibid*.). En 1935, le président du TCF contribue à l'élaboration d'un rapport du Conseil national économique qui vise à « rendre productif le capital-beauté de la France » (*Ibid*.).

Les ingrédients pour que survienne le phénomène social et économique touristique sont alors réunis : les usagers (les voyageurs), les agents du secteur touristique (les transporteurs, les hébergeurs, les voyagistes, les organisateurs d'activités ludiques ou sportives), les représentants institutionnels (les syndicats d'initiatives à l'origine des offices du tourisme) et politiques (les gouvernements se dotent d'un Commissaire au Tourisme en 1935 (Boyer, 2005 : 6)) sont en place. La civilisation des loisirs (Dumazedier, [1962] 2018) peut se développer. Le tourisme n'est plus seulement l'affaire de quelques « hédonistes de la mobilité » (Urbain, 2018 : 276) mais c'est une manne qu'il faut dès lors chercher à comprendre et à attirer en amont du voyage.

3.1.2. L'évolution de quelques destinations et des usages du tourisme

L'évolution des destinations reflète les aspirations qui animent la société (Urbain, 2018 : 43-44) et sa description pointe différents aspects de « l'envie du monde » (Urbain, 2018). En retraçant ces transformations, on souligne que le tourisme est un mouvement

[1] Bien qu'à partir de 1936, le droit aux vacances soit un fait établi en France (Boyer et Viallon, 1994 : 7), cette date marque uniquement une évolution du cadre légal des formes du temps de travail en imposant un temps de repos aux travailleurs. 1936 n'est ainsi pas le point de départ de nouvelles pratiques de loisirs. Il faudra attendre jusqu'en 1950 pour comptabiliser 20% de partants avant de constater une rapide évolution de ce taux à 37 % en 1961, 50% en 1970, puis près de 60% au début des années 1980 (*Op. Cit.* : 8).

dynamique. Ainsi, un site, qualifié d'incontournable au cours d'une époque donnée, peut devenir rapidement un lieu à éviter (Urbain, 2018 : 43-44).

3.1.2.1. Voyager pour apprendre et voyager pour se soigner

Les premières destinations touristiques se composent des villes ponctuant l'itinéraire du Grand Tour en Europe : Paris, Vienne, Prague, Saint-Pétersbourg, etc. (Boyer, 1996 : 30). Tout d'abord, c'est à cheval ou en carrosse que les jeunes gens de la haute-société anglaise se déplacent de ville en ville pour enrichir leur esprit, pour satisfaire leur fascination de l'époque antique et pour acquérir les manières extérieures du parfait *gentleman* (Boyer, 1996 : 20-28). Ils s'abreuvent des mêmes lieux à voir pointés dans les ouvrages de Nugent[1] ou de Dutens[2]. Certains d'entre eux prolongent leurs expériences et rédigent des lettres ou maintiennent des carnets de voyages qui feront parfois l'objet d'une publication contribuant ainsi à diffuser des itinéraires types et des manières de voyager (Gravari-Barbas et Jacquot, 2018 : 10) : Tobias Smollet rapporte en 1766 son récit de deux ans de voyage aux côtés de son épouse ; Laurence Sterne dépeint ses émotions et décrit ses rencontres lors de son séjour en France et en Italie (*Op. Cit*. : 11). On joint la carte réalisée par Gravari-Barbas et Jacquot qui retrace, à partir de récits de voyage, les itinéraires récurrents du Grand Tour :

[1] Nugent, T., *The Grand Tour or, a journey through the Netherlands, Germany, Italy, and France to which is now added, the European itinerary*, volume the second, Londres, 1756.
[2] Dutens, L., *Itinéraire des routes les plus fréquentées ou Journal de plusieurs voyages aux villes principales de l'Europe, Théophile Barrois le Jeune*, Paris, 1783.

Les itinéraires du Grand Tour

Source : Gravari-Barbas, M. et Jacquot, S., *Atlas mondial du tourisme et des loisirs – Du Grand Tour aux voyages low cost,* Éditions Autrement, Collection Atlas/Monde, Paris, 2018.

Parallèlement au rite de passage bourgeois de ces jeunes nobles (Urbain, 2018 : 52), en Angleterre on redécouvre les vertus de l'eau thermale pour la santé. La « révolution de Bath » (Boyer, 2005 : 66) consiste à exploiter les bienfaits connus des eaux de cette petite ville de Cornouailles et à s'appuyer sur le prestige du lieu octroyé par les visites récurrentes de personnalités royales pour se soigner et pour en faire une étape indissociable de la vie mondaine du 18e siècle :

> L'ingéniosité britannique fut de transformer cet évènement [la visite de la reine Anne à Bath] en une mode […] L'essentiel de la mutation a consisté à transformer des *healthy places* en *holiday* ou en *pleasure resorts* […] il devient *fashionable* d'aller dans les spas de Bath et de Tunbridge Wells.
>
> (Boyer, 2005 : 67)

L'influence de cette localité dépasse la seule injonction à être vu parmi ses pairs. Bath pose en effet les normes de l'élégance et les règles de fonctionnement de ces sociabilités oisives (Boyer, 2005 : 67). La ville promeut ainsi le même souci de soi qui oriente aujourd'hui les voyageurs contemporains vers les spas mêlant le fait chic et le « *green* » (Boyer, 2005 : 69). Alors que la notoriété de la cité s'affaiblit et qu'il faille sans cesse se procurer du nouveau et de l'extraordinaire, c'est vers la balnéation maritime de Brighton que les mondains se tournent. Toujours dans cette même ambiance élitiste, la ville est consacrée, là encore, par la venue de membres de la famille royale (Boyer, 2005 : 74). Les nouvelles classes riches s'initient aux belles manières dans un cercle plus enclin à accepter les nouvelles rencontres sociales (Boyer, 1996 : 37). Si l'usage du voyage est affaire de statuts, le voyage que l'on réalise pour le plaisir devient aussi au fil des décennies affaire de saisons.

3.1.2.2. Voyager selon les saisons

Les destinations deviennent sujettes aux saisons[1]. L'hiver se passe à Nice ou à San Remo (Boyer, 1996 : 72). L'été on profite de la montagne ou de la campagne (*Op. Cit.* : 39-45). La fuite de l'espace urbain s'intensifie entre 1750 et 1850. Les voyageurs recherchent alors la proximité avec la nature, avec les monts et les rivages. Au début du 20^{e} siècle, l'invention de la glisse (Boyer, 2005 : 299) fait apparaître les séjours de sport d'hiver à Chamonix et à Zermatt où les trains d'accès fonctionnent désormais l'hiver (*Op. Cit.* : 301). Puis, c'est le village haut savoyard de Megève qui, sous l'impulsion des investissements de la famille Rothschild, vole la vedette aux villes de St Gervais et de Combloux auparavant privilégiées pour leurs vues sur le Mont-Blanc (Boyer, 2005 : 301). Les « stations-villages »

[1] Boyer décrit une réclame pour l'hôtel Beau-Rivage de Monte-Carlo publiée au début du 20^{e} siècle en ces termes : « [c]omme beaucoup d'hôtels et de restaurants, […], l'hôtel Beau-Rivage à Monte-Carlo fonctionne au rythme des "saisons" et suit les touristes dans leurs déplacements. Sur son dépliant publicitaire, à côté des multiples avantages qu'il offre à ses clients, il signale que ses propriétaires tiennent l'hôtel du Mont-Blanc à Chamonix pendant la saison d'été » (Boyer, 1996 : 72).

laissent la place aux « stations fonctionnelles » de Courchevel ou de Chamrousse où sont regroupés les habitats au pied des remontées mécaniques et de l'arrivée des pistes (*Op. Cit*. : 303). La machine étatique organise en conséquence le développement des stations pour faire de la France une destination privilégiée pour le ski (*Ibid*.). Le plaisir de la descente sur neige devient séjour d'une semaine pour les plus aisés de la classe moyenne. Parallèlement, un nouveau tropisme se développe : celui des rivages et du soleil. Les trois « S » de « sea, sand and sun » (Boyer, 1996 : 117) naissent en Floride, où les tropiques et les plages de sable fin, les couleurs de lagons verts et l'exotisme des cocotiers attirent le touriste (Boyer, 1999 : 131). Cette nouvelle destination s'étend vers 1960-1970 à la zone des caraïbes, de l'Océan Indien, de l'Indonésie et aux rives de l'Afrique (*Ibid*.). En France, le paradigme héliocentrique s'incarne dans les villes de Saint-Tropez, de Collioure (*Ibid*.) ou dans la plage de Juan-Les-Pins (Boyer, 1996 : 117). Cannes s'ajoute dès 1931 au tourisme des villes d'hiver de Nice, Hyères, Menton, Monaco, Grasse et Saint Raphaël. La Méditerranée devient la première destination estivale des Français (Boyer, 2005 : 306).

Le modèle élitiste du développement des premières destinations touristiques se maintient mais ce sont désormais les profils des élites et des icônes à l'origine de la force d'attraction de ces lieux qui changent :

> La société est toujours pyramidale, même si la base s'en est élargie, par diffusion du tourisme plus que par démocratisation. En haut, il n'y a plus la famille royale anglaise […] [ou] les aristocrates de naissance, mais les stars. Ces vedettes du cinéma, de l'art, de la littérature et de la chanson, les magnats des médias et du « show-biz » sont les *gate-keepers*, tôt imités par les grandes bourgeoisies des capitales.
>
> (Boyer, 1996 : 116)

Ainsi, les saisons et les destinations n'ont de cesse d'évoluer. Si pendant plusieurs décennies, l'été favorisait les séjours à la montagne et l'hiver se prêtait davantage aux douceurs de la mer Méditerranée, après la seconde guerre mondiale les habitudes changent. Les sensations des sports d'hiver et le farniente des corps bronzés s'imposent comme de nouveaux usages des saisons illustrant par la même occasion l'instabilité des tendances et des lieux du tourisme (Cazes, 1989 : 279).

3.1.2.3. Voyager collectivement

L'année 1936 annonce le cadre légal qui permet aux travailleurs de partir en vacances. Pourtant, le pouvoir d'achat rendant réalisable ce départ n'est pas au rendez-vous (Boyer, 1996 : 98). Ce sont les conditions économiques des trente glorieuses qui facilitent l'accès des autres classes au voyage (peu de chômage, une forte croissance, de meilleurs revenus, des moyens de mobilités accrus). Les nouveaux droits s'accompagnent d'un temps libre qu'il faut occuper : on visite la famille, on se rend chez des amis, on fait du camping en tente ou en caravane (Boyer, 2005 : 312). Le tourisme est bientôt pensé au prisme d'une idéologie sociale. Les comités d'entreprises, les organismes et autres associations à but non lucratif proposent des tarifs préférentiels à ceux qui n'ont pas les moyens de partir en vacances et offrent un modèle de vie communautaire où la responsabilité de la gestion du quotidien est collective et est partagée entre tous les membres. Les centres et les villages de vacances, les auberges de jeunesse, etc., répondent ensemble à une volonté de vivre pour un temps dans une société idéale, dans une utopie (*Ibid*.).

La décennie des années soixante-dix voit également l'essor de l'action des « marchands de bonheur » qui offrent du « tout compris » (*Op. Cit* : 125). Des complexes hôteliers jaillissent aux pourtours de la Méditerranée ou sur les îles de Bali ou des Seychelles. Ces hébergements sont conçus selon un modèle identique, loin des habitants du lieu visité (Boyer, 1999 : 231). Ils constituent l'essence de ce que Cazes désigne comme « les nouvelles colonies de vacances » (Cazes, 1989). Le parcours de l'entreprise espagnole Iberostar illustre cette nouvelle ère. Quant au Club Méditerranée, il exemplifie le basculement du tourisme collectif et social vers des structures et des intérêts propres aux fonctionnements de l'industrie touristique[1].

3.1.2.4. Voyager seul

Parfois, à l'image du récit de Kerouac, c'est la route qui se fait elle-même motif de voyage. Elle est une destination qui se construit dans la succession de pas, d'étapes, de

[1] De fait, à ses débuts, le Club Med est une association dont l'objectif non lucratif est de proposer une alternative conviviale et active à l'état de touriste. En 1957, le groupe devient une société anonyme qui fait entrer des fonds privés dans son capital. Aux fusions succèdent la diversification des implantations puis l'expansion mondiale. Aujourd'hui, l'entreprise repose toujours sur l'esprit d'un tourisme jovial mais elle s'adresse, désormais, à une clientèle sélective et exigeante (Boyer, 2005 : 313-124).

rencontres et de détours empruntés (Kerouac, [1957] 2015). On part alors sans objectif géographique mais avec un projet personnel : celui de s'exercer au nomadisme (O'Reilly, 2005 : 152). Le voyage se fait trajet initiatique et peut devenir mode de vie. Ainsi, la tentation du sac à dos, pour reprendre l'expression de Pommery, est un appel du large auquel des jeunes âgés d'une trentaine d'années répondent pour différentes raisons. Ils partent à l'aventure pendant une durée plus ou moins longue de trois semaines ou de plusieurs mois soit dans le cadre de leurs études par le biais d'un dispositif d'échange du type Erasmus ou bien dans le cadre d'un projet professionnel[1] (Pommery, 2015) ou encore simplement pour fuir leurs soucis personnels ou leurs responsabilités (O'Reilly, 2005 : 150).

Le voyage long et solitaire renoue avec ses premiers amours : il a comme vocation d'apprendre des autres et aussi de soi. Il prolonge la durée des trois dimensions qui scandent la vie du touriste : le rapport à soi, à l'espace et aux autres (Amirou, 2007 : 8). À l'égal du Grand Tour en son temps, c'est un voyage qui s'inscrit en complément de la formation des élites contemporaines (Wagner, 2007) où l'on peut côtoyer d'autres cultures, d'autres milieux sociaux, jouer plusieurs rôles (Cousin et Réau, 2016 : 37) ou encore se découvrir (*Op. Cit.* : 49). L'attrait du *backpacking* n'est pas récent et s'insère dans les dynamiques du tourisme dès les années soixante (Simon, 2013). Les études sur les voyages en sac à dos montrent en effet que la pratique du nomadisme moderne répond au besoin de se différencier en tant que « voyageur » non institutionnalisé par opposition au touriste institutionnalisé qui est pris en charge par des intermédiaires, voyagistes ou autres acteurs de l'industrie (Cohen, 1972 et 1973). Ce vagabond est une sorte d'« adulescent » qui cherche à prolonger l'étape de découverte insouciante du monde si propre à l'enfance :

> […] I [previously] conceived of the drifter as: "… the type of [international] tourist [who] ventures furthest away from the beaten track… He shuns any kind of connection with the tourist establishment … He tends to make it wholly on his own, living with the people and

[1] La dynamique de la mobilité étudiante est en mouvement croissant : le nombre d'étudiants partis étudier en Europe avec le programme Erasmus a augmenté de près de 7% entre 2009 et 2010, les stages à l'étranger sont plus fréquents (+ 22,7 %), le volontariat international en entreprise (ViE) remporte un vif succès (Pommery, 2015). Plus récemment, Campus France indique que 5,1 millions d'étudiants dans le monde sont partis étudier à l'étranger en 2019, soit une augmentation de 28% depuis 2014 (https://www.campusfrance.org/fr/mobilite-internationale-des-etudiants-toutes-les-tendances-sont-dans-les-chiffres-cles-2019-de, consulté le 25 septembre 2022) et ils sont plus de 6 millions en 2022 (https://www.campusfrance.org/fr/chiffres-cles-2022-le-retour-d-une-mobilite-etudiante-en-pleine-recomposition, consulté le 25 septembre 2022).

> often taking odd-jobs to keep himself going. He tries to live the way the people he visits live… The drifter has no fixed itinerary or timetable and no well-defined goals of travel. He is almost wholly immersed in his host culture". I characterized the drifter as predominantly a child of affluence on a prolonged moratorium from adult, middle-class responsibility, seeking spontaneous experiences in the excitement of complete strangeness[1].
>
> (Cohen, 1973 : 89)

Une même position est partagée, quelques décennies plus tard, par O'Reilly qui décrit la construction narrative de l'identité du *backpacker* à partir d'analyses d'entretiens individuels et de séquences extraites sur des forums : « Backpackers could be characterized as "tourist" playing at being "vagabond", enjoying the privileges of the tourist but all the while toying with the image of the vagabond » (O'Reilly, 2005 : 154).

Mais il en est des pratiques du tourisme comme des individus voyageant seulement avec leur sac-à-dos : à la diversité des unes fait écho la variété des profils des autres. Il a été démontré que le *backpacking* réunit bon nombre d'adeptes autour de la recherche d'expériences originales éloignées des intermédiaires de l'industrie du voyage et de la fuite d'un imaginaire touristique alors perçu comme trop standardisé (Simon, 2013). Néanmoins, il est avéré que cette catégorie revêt différents types de vécus (Uriely, Yonay et Simchay, 2002) et ne se caractérise pas, non plus, par l'homogénéité de ses usages (Simon, 2013 ; Uriely, 2009). On conclut ce paragraphe en soulignant, somme toute, le caractère volontairement distinctif de la démarche du globe-trotteur qui souhaite réinvestir un espace et un temps « moins prescrit et fabriqué par les discours, moins formalisable et préhensible par les clichés » (Simon, 2013).

3.1.2.5. Voyager pour découvrir : le tourisme de l'Autre

Le tourisme est aussi désir de connaissances. Ainsi, les voyageurs qui s'envolent vers les pays en voie de développement ne sont pas tous attirés par le tourisme balnéaire. D'autres motifs animent les visiteurs telles que la découverte de sites religieux, de villes d'art et d'histoire … L'Inde attire et suscite une curiosité culturelle et artistique (Boyer,

[1] Cohen cite, dans ce passage, un extrait de son travail publié en 1972 « Toward a Sociology of International Tourism », *Social Research*, Vol. 39, N°1, 164-182.

1999 : 234). Au Mexique, les ruines de Palenque, celles de la pyramide de Teotihuacan, les canaux de Xochimilco, les *zocalos*[1] des villes coloniales de Querétaro et de Morelia ouvrent le regard sur d'autres modes de vie et sur d'autres époques. Ainsi, l'ethno-tourisme se développe sur la base d'un intérêt croissant des voyageurs occidentaux pour les us et coutumes des populations locales. L'éco-tourisme, pour sa part, réinvestit le désir d'altérité en se dotant d'une démarche aux apparences et aux aspirations solidaires en s'associant à des projets locaux de conservation des sites ou de l'environnement (Papen, 2005 : 80).

Ces deux tendances sont des pendants de ce qu'Urbain décrit comme le « tourisme de l'Autre » – c'est-à-dire une forme de tourisme culturel – qui s'oppose au tourisme de nature qui s'oriente vers la découverte d'espaces vierges et de terres inhabitées (Urbain, 2018 : 226). Dans ce contexte, c'est la rencontre qui est centrale. Le tourisme solidaire, dont la vocation est de pratiquer un tourisme responsable et respectueux (Urbain, 2018 : 228-229) et le tourisme humanitaire, qui engage les participants moralement et physiquement dans des projets de développement local (*Ibid.*), restent des pratiques minoritaires du tourisme de découverte[2]. Les destinations changent, le profil des voyageurs également. Bien que ces envies d'ailleurs, d'altérité, d'évasion ou de fuite de soi transcendent les époques et les tendances du voyage d'agrément[3], c'est à l'émergence d'un tourisme qui trouve l'exotisme au « coin de la rue » (Urbain, 2002 : 336) que les sociologues assistent.

3.1.2.6. Voyager autrement : vers de nouveaux territoires touristiques

Aux offres répondant au tourisme de masse, qui sont peu segmentées et différenciées, s'opposent, depuis quelque temps déjà, des comportements qui expriment la volonté de s'aventurer hors des cadres socio-temporels préétablis par les prestataires touristiques et de se rendre dans des lieux peu fréquentés par les touristes (Gravari-Barbas et Delaplace, 2015). Urbain décrit comme symptomatique de cette aspiration le refus de contracter un guide, d'envoyer des cartes postales ou de voyager en groupe (Urbain, 2002 : 302). Ces comportements, qui se construisent à la marge des circuits habituels, produisent de

[1] Le terme désigne les centres de villes et de villages au Mexique.
[2] Le tourisme de découverte, pour autant qu'il soit animé du désir de découvrir des modes de vie différents, n'en reste pas moins soumis aux écueils complexes qui sont inhérents aux rencontres interculturelles.
[3] On définit le voyage d'agrément par opposition aux autres formes de voyages contraints (migration économique ou sociale, voyages professionnels etc.). Le terme recouvre toute forme ou durée de voyage réalisé pour le plaisir.

nouveaux territoires touristiques (Gravari-Barbas et Delaplace, 2015). Ces lieux hors des sentiers battus pointent aussi bien alors des emplacements lointains, exotiques, inaccessibles que des attractions situées au coin de la rue (*Ibid.*). Ils bénéficient souvent d'une image d'espaces incontrôlés, inattendus, imprévus voire dangereux ou transgressifs dans une certaine mesure. La perception de l'authenticité de ces lieux est directement liée à l'absence d'intermédiaires commerciaux (*Ibid.*). Ces territoires sont réservés à quelques aventureux (*Ibid.*) qui, à défaut de vivre des expériences uniques vivent des expériences pour le moins singulières.

Dans la mouvance de l'exploration contemporaine, on distingue le tourisme de marge, de contestation, de petite dissidence (Urbain, 2002 : 302), de destinations qui se positionnent à la limite de la légalité. L'innovation est marquée par le secret et révèle un tourisme caché (*Op. Cit.* : 303). C'est, par exemple, le cas de l'Urbex[1], qui consiste à visiter des lieux abandonnés (Le Gallou, 2018), des constructions délestées de toute activité humaine telles que des usines désaffectées, d'anciens tunnels de métro, des parcs d'attractions oubliés, des hôpitaux fermés ou des prisons désertées (Ferrard, 2019). Cette tendance urbaine répond à une forte demande pour un tourisme dissonant aspirant à visiter des lieux différents de ceux intégrés dans les circuits touristiques (Le Gallou, 2018). Apparenté à une forme de tourisme patrimonial, d'héritage ou de mémoire, il s'agit pour le visiteur de découvrir des ruines contemporaines, de renouer ainsi avec la figure de l'explorateur qui repousse les limites autorisées du cadre conventionnel dans lequel les habitudes touristiques évoluent (Urbain, 2002 : 287-288). Selon une même inclination pour le transgressif, le tourisme sombre, le tourisme d'aventure (Le Gallou, 2019) ou encore le tourisme expérimental associent sensations et parfois risques inconsidérés (Urbain, 2002 : 306).

Le tourisme *dark* et le thanatourisme sont deux autres formes de tourisme transgressif. Les deux pratiques font du tabou de la mort des sociétés occidentales un objet de fascination et de visites (Hartmann, Lennon, Reynolds, Rice, Rosenbaum et Stone, 2018). Le

[1] Les terme « urbex » est l'abréviation de l'anglais « Urban Exploration ». Pour plus de détails sur la pratique, on peut s'orienter vers les contenus « Haikyo » du blog voyage *Japon Secret – Le Blog Japon Alternatif* (https://japonsecret.fr/urbex-japon-haikyo/) présenté dans le corpus de cette thèse. On mentionnera aussi le livre de Timothy Hannen *Urbex Europe – 35 lieux secrets et abandonnés en France et en Europe*, publié chez Arthaud en 2019.

thanatourisme puise ses racines dans l'histoire des civilisations. Il est motivé par un désir de rencontre réel ou symbolique avec la mort (on pense notamment aux pèlerins se rendant à Jérusalem pendant des siècles pour se recueillir à l'emplacement supposé de la crucifixion de Jésus de Nazareth ou aux visites des catacombes de Rome ou de Paris) (*Ibid*.). Le *dark tourism*, quant à lui, porte son intérêt sur les destinations où se sont déroulés des évènements tragiques et très médiatisés de l'histoire moderne (Auschwitz, Tchernobyl, le World Trade Center). S'inscrivant, a priori, en rupture avec les sentiments du merveilleux et du rêve qui, usuellement, habitent le monde du voyage, l'explorateur du tourisme sombre développe une fascination pour le caractère de folie, de macabre et de morbide (*Ibid*.) qui caractérisent les lieux de guerre, de massacres, de disparitions et de douleurs (Hartmann, 2014). C'est l'unicité et le caractère exceptionnellement tragique de la localisation qui attire.

3.1.2.7. Le touriste initié et l'internet

Le touriste initié désigne l'individu qui voyage hors-saison, qui est en quête perpétuelle de nouvelles destinations (Urbain, 2002 : 287-288) ou de formes alternatives de mobilité pour redécouvrir des lieux prisés : traverser la France en canot ou en van, randonner dans les Dolomites, bivouaquer en Aquitaine[1] en sont quelques exemples. Ce voyageur « dauphin » s'oppose aux touristes « banc de poissons » (Urbain, 2018 : 287). Il se passe des intermédiaires marchands, il court-circuite les circuits de diffusion traditionnelle de l'information (Urbain, 2018 : 287-288) en utilisant les sources d'informations disponibles sur internet pour organiser son voyage. Les matrices comparatives telles que Booking, Opodo ou encore Trivago servent les motivations de ce type de touristes plus indépendants. Les sites de comparaison[2] avantagent les intérêts d'une forme de tourisme standardisé où la recherche d'« une bonne affaire » (Cazes et Courade, 2004 : 248) prime sur l'importance accordée à la destination.

[1] Les propositions sont tirées de l'expérience de lecture des blogs voyage du corpus. Pour illustrer le propos, on peut consulter les billets du blog voyage des Bestjobers du 6 août 2020 sur les châteaux de la Loire, du 26 septembre 2020 sur les Gorges du Verdon, du 14 novembre 2020 sur les « Dolomites et Sud Tyrol hors sentiers-battus », source : https://www.bestjobersblog.com.

[2] Les phrases d'accroche et de présentation du site Trivago mentionnent que la plateforme regroupe « les offres de vos sites de réservation préférés, en un seul et même endroit », « nous comparons simultanément plusieurs sites de réservation : booking.com, ebooker.ch, Agoda, Vrbo, All Accors live limitless, Trip.com, Tui, et +100 autres ». Consultation du site Trivago le 22 février 2021. Source : https://www.trivago.ch/fr.

La puissance de traitement des données favorise parallèlement le développement du *fast tourism* qui encourage les échappées de dernière minute et les consommations d'impulsion (Urbain, 2018 : 186). La pratique comparative des budgets vacances se prend alors dans les filets des plateformes[1] et oublie d'interroger la fiabilité des systèmes de notation de l'e-réputation :

> […] [D]'aucuns émettent l'hypothèse que les systèmes d'e-réputation de certaines plateformes pourraient présenter un biais en faveur des commentaires positifs : une étude récente montre que les évaluations de certains logements présents à la fois sur Airbnb et sur Tripadvisor diffèrent drastiquement selon les plateformes, et que la moyenne des évaluations sur Airbnb (4,7 sur 5) est largement supérieure à la moyenne des évaluations des hôtels et logements sur Tripadvisor.
>
> (Lambrecht, 2016 : 30-31)

Aux phénomènes de *fast tourism* et de comportements de masse s'oppose un autre modèle de voyage, celui du *slow tourism* :

> Le *Slow tourism* ou tourisme lent qui repose sur la philosophie de la *Slow food* représente un nouveau mode alternatif au tourisme de masse. Il s'agit là d'un tourisme qui incite l'individu à prendre son temps pour apprécier l'expérience qui en découle. Une expérience du visiteur qui respecte le mode de vie de la population locale et va de pair avec les fondements du développement durable.
>
> (Hallem, Sahut et Hikkerova, 2020 : 129-130)

[1] Sur les spécificités des plateformes de mise en relation : « Il […] paraît important d'établir cette distinction entre les services de mise en relation tels qu'Uber ou Airbnb, et les moteurs de recherches et agrégateurs de contenu proposés par des tiers tels que Google Search, Google News, Expedia, Kelkoo, etc. Les plateformes de mise en relation exhibent des externalités réciproques entre les deux faces du marché (offreurs et consommateurs), car les deux catégories d'utilisateurs sont nécessaires au fonctionnement du service. Par contraste, dans le cas des moteurs de recherche ou agrégateurs, seule l'une des faces du marché (les utilisateurs) est nécessaire, alors que l'autre (les annonceurs) n'est pas indispensable au fonctionnement du service en lui-même, mais seulement à son financement. […] Ces plateformes peuvent être monétisées de diverses manières par leur gestionnaire, par exemple en prélevant une commission sur les transactions (Uber, Airbnb, La Ruche qui dit oui), en vendant des encarts publicitaires (Leboncoin), en offrant des services complémentaires payants (Homexchange, GuestoGuest), etc. » (Lambrecht, 2016 : 9-10).

Le voyageur aspire à occuper un rôle plus actif que celui qui lui est assigné par l'industrie touristique (Hallem, Sahut, Hikkerova, 2020 : 129) allant jusqu'à adopter certaines attitudes moralisatrices (Delisle et Jolin, 2007 ; Graburn, 2017 : 90 ; MacCannell, 2011).

Ces tendances et la facilitation des échanges sur le web 2.0 réinventent les principes de l'hospitalité envers des inconnus. Des communautés virtuelles apparaissent et offrent un hébergement gratuit à des individus qui se trouvent en situation de mobilité (Neveu, 2017). Le *Couchsurfing* et le *WWOOFing* (World Wide Opportunities on Organic Farms) permettent à leurs adeptes d'être hébergés et nourris par des exploitants agricoles en contrepartie de quelques heures de travail souvent manuel (*Ibid*.). HelpX repose sur un principe similaire et propose à ses abonnés d'être logés en échange de menus services (réparation d'une clôture, la préparation d'un repas, etc.) (*Ibid*.). Ces nouvelles pratiques s'écartent des schémas marchands qui, sous couvert d'authenticité, organisent la location de logements de particuliers (Airbnb) et l'échange de maisons (HomeAway) (*Ibid.*). Le portrait de ces touristes se rapproche alors du profil des *backpackers* puisque ces voyageurs sont majoritairement des Occidentaux issus des classes moyennes et supérieures, qu'ils disposent d'accès aux nouvelles technologies et qu'ils peuvent voyager à l'international (*Ibid*.). Ils sont en recherche de flexibilité, d'interactions et d'une forme de prises de risques aussi. À ce titre, c'est le personnage de l'explorateur qui surgit ici et que Graburn décrit comme étant la figure du touriste la plus élitiste (Graburn, 2017). Pour autant qu'ils soient importants, les effets de la digitalisation des interactions en amont du voyage ne dématérialisent ni le voyageur ni le voyage et encore moins le sens que l'un donne à l'autre.

3.1.2.8. Synthèse

Il serait possible, pour aller plus loin dans les descriptions des pratiques touristiques, des destinations et de leurs évolutions, de reproduire ici le graphe circulaire de Boyer présentant les contenus du tourisme et les articulant aux intentions et aux comportements des touristes (Boyer, 1999 : 182-185). Nous pourrions également reprendre la typologie basée sur le vécu de l'expérience touristique de Cohen (*The Recreational Mode* , *The Diversionary Mode*, *The Experiential Mode*, *The Experimental Mode*, *The Existential Mode*) mais dans tous les cas, l'objectif d'exhaustivité ne serait pas atteint. On renvoie donc le lecteur curieux de ces classements à des ouvrages d'auteurs savants sur la question

des usages touristiques du voyage tels que Corbin, Rauch ou encore Boyer (Corbin, 1995 ; Rauch, 1996 ; Boyer 1996, 1999 et 2005) tout en arguant que le domaine de la description des zones privilégiées par les touristes, de leurs usages et de leur évolution est sans fin. Outre le fait que « savoir pourquoi les hommes partent, pourquoi ils sont ici et pas ailleurs, en cette saison et pas à une autre, est une tâche ardue » (Boyer, 2005 : 315), ce champ d'observation ne peut être ni essentialisé ni réduit à une liste. En revanche, souligner les caractères évolutifs et variés des destinations permet de poser le postulat selon lequel le « tourisme est fait d'une série d'inventions de distinction » qui se développent en réactions aux effets de la diffusion de la popularité d'un lieu par imitation (Boyer, 2005 : 316). Ce mouvement perpétuel (Urbain, 2018 : 47-48), de changements dans les tendances touristiques, est permanent (Urbain, 2018 : 141) et m'est apparu essentiel à la compréhension du fonctionnement du phénomène touristique et à une première approche de ce qui anime l'imaginaire touristique. Au prisme des pratiques décrites, des mouvements évolutifs des manières de voyager pour le plaisir et compte tenu de la quête poursuivie dans ce travail, il est temps de proposer une définition du phénomène touristique.

3.1.3. Comment définir le tourisme ?

Comment saisir la complexité du phénomène touristique ? Quelle conception faut-il en donner pour appréhender au mieux l'ancrage social de la parole du blogueur de blogs voyage ? Est-il requis, comme l'encourage Boyer, d'aller au-delà de l'évidence qui réduit le domaine à une « migration de personnes libres » (Boyer, 1999 : 13) sans considération pour les causes ? Quelle filiation épistémologique choisir pour cette définition ? Historique (Boyer, 1999 et 2005), géographique (Cazes, 1999 et 1992), gestionnaire (Demen-Meyer, 2005), économique (Leiper, 1979), sociologique (Cousin et Réau, 2016), anthropologique (Urbain, 2002 et 2018), sociolinguistique (Dann, 1996), sémiologique (MacCannell, [1976] 2013) ? Quelle description peut-on en proposer : sélective ? exhaustive ? Dans ce dernier cas, la tâche s'avère impossible à réaliser. En effet, si on se réfère à Cazes, il faudrait pour ce faire, tout à la fois, intégrer des mobilités, des lieux du patrimoine, des images, des représentations, des perceptions, des systèmes de production touristique, des enjeux géopolitiques et internationaux, des acteurs multiples telles que des individus, des institutions, des entreprises … (Cazes, 1999 : 102). Dans le cadre de l'économie de la thèse et dans l'intérêt d'une démarche qualitative, on se concentre sur trois angles descriptifs du phénomène en tentant d'en démontrer les avantages s'il y a lieu

ou d'en dénoncer les inconvénients si nécessaire. Ainsi, l'angle des chiffres est abordé avant de privilégier d'autres traits propres à l'activité qui mettent en scène davantage les mobiles et les interrelations effectives puis symboliques du champ.

3.1.3.1. Entre approche comptable et vision économique

Dans la tradition des approches comptables des organisations internationales[1], l'Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T.) décrit en 2021 le tourisme comme une activité liée à des visiteurs qui se rendraient au cours d'un déplacement de moins d'un an dans un lieu hors de leur environnement habituel quel qu'en soit le motif (affaire, plaisir ou tout autre motivation personnelle)[2]. L'Insee complète cette définition en indiquant qu'il est nécessaire que le séjour soit d'au moins une nuit (Cousin et Réau, 2016 : 22). La durée y est donc privilégiée (Cazes, 1992 :6), le motif du voyage et la pratique de l'usager y sont négligés. Dans ces descriptions, ce qui importe c'est l'aspect opératoire du comptage des touristes eux-mêmes (Boyer, 2005 : 16)[3] afin de faciliter la mesure de la contribution du secteur au développement économique d'un pays. Constater que le tourisme occupe une place croissante dans les économies de services (Cousin et Réau, 2016 : 23) et observer le phénomène sous l'angle des chiffres permet de mesurer l'importance des enjeux économiques à l'œuvre[4]. En revanche, cette perspective ôte la possibilité d'appréhender les

[1] Boyer note que la plus ancienne description du tourisme est celle de la Société des Nations qui, en 1937, le définit par la durée du temps passé hors de son domicile sans se soucier du mobile : « [t]ouriste, toute personne, qui, voyageant pour son agrément s'éloigne pendant plus de 24 heures et moins d'un an de son domicile habituel » (Boyer, 2005 : 6).

[2] Cette définition est extraite du glossaire du site de l'Organisation Mondiale du Tourisme (https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms) le 11 janvier 2021. Elle s'appuie sur les recommandations du département des Affaires Économiques et Sociales des Nations Unis pour la réalisation et l'exploitation de statistiques touristiques (*International Recommandations For Tourism Statistic 2008,* p.10, United Nations, New York, 2010. https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21).

[3] C'est un angle d'approche dont on observe la réitération dans la déclaration de l'O.M.T. quant aux résultats économiques du secteur en 2019 : « [o]n a enregistré 1,5 milliard d'arrivées de touristes internationaux à l'échelle mondiale en 2019, en hausse de 4 % par rapport à l'année précédente ; c'est aussi le taux attendu pour 2020. Cette croissance confirme le rôle moteur du tourisme et sa résilience en tant que secteur économique, eu égard en particulier aux incertitudes actuelles. Elle exige, par ailleurs, d'en assurer une gestion responsable pour exploiter au mieux les possibilités que le tourisme peut offrir aux populations, partout dans le monde » (World Tourism Organisation, « Le tourisme mondial consolide sa croissance en 2019 », [en ligne], publié le 20 janvier 2020, consulté le 10 janvier 2021).

[4] Cousin et Réau pointent, par exemple, que « l'industrie du tourisme a, en France, un poids économique comparable au secteur de l'automobile. En 2014, la consommation touristique en France s'élève à 158, 3 milliards d'euros (soit 7,4 % du PIB) » (Cousin et Réau, 2016 : 57).

relations, les pratiques et les tensions qui se sont tissées au cours de l'histoire du tourisme et qui animent l'ensemble de ce champ de l'activité humaine.

Toujours dans une logique de description d'un secteur de l'économie de marché, on peut restreindre le tourisme au tourisme de loisirs, par exemple. Le tourisme inclut alors « l'ensemble des déplacements d'agréments et des activités consécutives à ces déplacements, qui se voient pris en charge par des structures d'organisation spécialisée » (Mourlhon-Dallies, 1995 : 21). La proposition souligne le plaisir comme motif principal du voyage entrepris et pointe l'intervention d'acteurs professionnalisés accompagnant la réalisation de ce désir d'ailleurs. Mourlhon-Dallies centre la définition du tourisme sur la mobilité et la prise en charge de l'individu. Ce faisant, l'analyste du discours articule l'action combinée des deux pôles structurants du domaine « le tourisme comme voyage » et « le tourisme comme industrie » (Mourlhon-Dallies, 1994 : 18). Ce constat, aussi juste soit-il, ne fait qu'effleurer l'existence de tensions qui sont à l'origine de l'imaginaire qui façonne le phénomène.

3.1.3.2. Le tourisme sous l'angle de ses relations

Le tourisme est aussi un objet hybride aux nombreuses facettes qui peut être appréhendé sous l'angle de ses flux réels et virtuels[1]. Il est alors étudié comme un réseau social composé d'individualités, d'organisations privées ou publiques, mais également de porte-clefs tour Eiffel vendus à la sauvette, de plateformes de réservation en ligne, de locations de studios meublés dans le Marais, de commerçants dans le quartier de Soho à Londres, d'hôtesses de l'air, de monuments, de parcs d'attraction etc. (Cousin et Réau, 2016 : 90). Prenant en compte la multiplicité et la diversité des situations touristiques et des modalités d'interactions, cette conceptualisation appréhende le phénomène touristique sous une forme plurielle et dynamique. Le tourisme y est perçu comme un espace social qui se construit dans les interstices des relations que le voyageur tisse en amont, au cours et en aval de son séjour. Des interactions qui, dans un mouvement réflexif, alimentent à leur tour ce milieu[2].

[1] En référence à l'ouvrage de Latour, *Changer de Société. Refaire de la sociologie*, Éditions La Découverte, Paris, 2006.
[2] Dans cette conception, on adopte l'angle d'observation décrit par Lahire pour qui « étudier le social individualisé, c'est-à-dire le social réfracté dans un corps individuel qui a pour particularité de traverser des institutions, des

Il est donc nécessaire, pour comprendre un certain état de notre société, de s'intéresser aux « plis singuliers » (Lahire, 2013)[1] qui se forment dans ce grand tissu social qu'est le tourisme.

Le niveau d'observation et d'analyse des interrelations concrètes qui se jouent entre les participants de cet univers n'est pas suffisant pour appréhender la complexité de ce qui est à l'œuvre entre l'individu voyageant et l'espace social dans lequel il évolue. Dans la mesure où le tourisme « is the only economically important large-scale complex of secular behaviors that is driven by a positive vision of the world, that searches the entire world for things that are worth seeing, doing, decrying, preserving, experiencing » (MacCannell, 2013 : xvi), pour saisir la manière dont les plis se déploient ou s'amoncellent dans chacun des voyageurs, la conceptualisation du tourisme requiert de dépasser le niveau identificatoire et descriptif des relations entre participants. Puisque le voyage pour le plaisir se construit sur la base d'une vision du monde perçue comme positive, sur des attitudes de quêtes enracinées dans l'histoire des pratiques des voyageurs et sur la valorisation d'actions et d'objets d'intérêts, il importe de proposer un cadre de réflexion qui intègre l'humain et le social (MacCannell, 2013 : xxv) et d'adopter un angle d'étude symbolique.

3.1.3.3. Le tourisme sous l'angle de ses tensions

La notion de *champ* introduite par Pierre Bourdieu dans le domaine de la sociologie (Bourdieu, 1976) peut être exploitée pour souligner les lignes de tensions qui parcourent l'espace social du voyage d'agrément. Cependant, la prudence est nécessaire. En effet, la tentation est forte d'observer le tourisme d'un point de vue économique. Dans ce cas, on retrouverait rapidement les écueils soulevés précédemment dans les différentes tentatives de description du phénomène. Ainsi, à l'image de la réflexion de Suchet qui élabore une approche interdisciplinaire du tourisme sur la base du concept de *champ* (Suchet, 2013), il serait aisé de voir dans le secteur du tourisme la construction sociale d'un espace perçu

---

groupes, des scènes, des champs de forces et de luttes différents, c'est étudier la réalité sociale sous sa forme incorporée, intériorisée » (Lahire, 2001 : 125).

[1] Selon Lahire, « ce que suggère utilement la métaphore du pli, c'est aussi le fait que l'"intérieur" n'est qu'un "extérieur" à l'état plié. Il n'y a pour les individus aucune existence possible hors du tissu social. Et, plus que cela encore, les fibres de ce tissu, qui se croisent et s'entrecroisent, sont *constitutives* de chaque individu. L'intérieur est de l'extérieur plié » (Lahire, 2013 : 15).

comme un marché, constitué d'acteurs qui agissent sur leur milieu de la même façon que le milieu agit sur eux, tous unis dans un espace de luttes régi par des « lois spécifiques, résultant d'un processus de différenciation historique parmi lesquelles en premier lieu la poursuite de l'intérêt proprement matériel » (Bourdieu, 1997). Dans cette perspective, le tourisme est un sous-champ d'un champ de production symbolique plus vaste : celui de l'économie mondiale. Très opératoire pour les analystes de l'industrie touristique, ce rattachement et cet angle de vue marchand contiennent des présupposés qui ne correspondent pas au regard critique et qualitatif que je souhaite adopter dans ce travail[1].

La démarche conceptuelle qui sous-tend la notion de *champ* se définit comme un questionnement sur la logique de fonctionnement d'un *champ de production symbolique* (Bourdieu, 1976) qui peut tout aussi bien relever des domaines de la haute-couture, du littéraire, du religieux ou du scientifique. Cette approche a le mérite d'interroger les conditions d'apparition et les mécanismes de (re)production de produits sociaux comme les vérités scientifiques ou les préceptes religieux. Elle conçoit les champs sociaux de l'activité humaine sur la base dynamique des rapports de force qu'entretiennent des positions dominantes et d'autres dominées à l'égard d'enjeux communs (Bourdieu, 1976 : 89). La particularité de ces positionnements dominants et dominés présents dans cet espace de luttes est qu'ils ne sont pas immuables. En effet, les postures adoptées par les agents du champ se traduisent par des discours qui les font circuler et les modifient réflexivement. C'est par la circulation des discours sans examen de leurs présupposés et grâce à « la croyance collective qui leur est accordée » que le mécanisme de production des discours dominants fonctionne et se perpétue (Bourdieu, 1976 : 88-204). Tandis que les mécanismes de circulation circulaire propres à ce type de discours engendrent des stratégies de conservation des postures occupées, de nouveaux agents entrant dans le champ peuvent développer des stratégies pour s'immiscer dans le jeu des rapports de force établis (*Ibid*.). Ces dernières stratégies font, à leur tour, circuler de nouveaux discours provoquant ainsi la rupture de « la chaîne prophétique dans laquelle chacun prêche des convertis qui prêcheront à leur tour, et sans en avoir l'air, d'autres convertis » (*Ibid*.). Plus concrètement, d'un point

[1] Il n'est pas de mon propos de juger de ces présupposés mais de pointer qu'il existe une sorte d'évidence dans notre société à assimiler le phénomène social à son pendant économique, occultant ainsi les perceptions de l'individu au profit du système de fonctionnement qui encadre ses déplacements. Cette évidence est décrite en 1991 par l'anthropologue Urbain (Urbain, [1991] 2002) qui dénonce la superposition des caractéristiques de l'image de l'industrie touristique à celles de la figure du touriste perçu comme mauvais voyageur.

de vue économique, ces positions dominantes seraient ce qu'on pourrait appeler des acteurs du marché occupant une place de quasi-monopole sur un secteur touristique particulier : l'entreprise Disney pour les parcs d'attractions par exemple.

3.1.3.4. Le tourisme comme champ de production symbolique : définition

À partir des présupposés décrits précédemment sur la notion de *champ de production symbolique*, on considère le tourisme comme un champ de production de représentations sociales où le désir de voyage (MacCannell, 2013 : xxii), cette envie d'ailleurs décrite par Urbain (2002 ; 2018), est l'enjeu de cet espace de luttes. L'intérêt de la mobilisation de la notion de *champ* telle que développée par Bourdieu est, à mon sens, de traiter de l'affrontement des représentations sociales dans un espace donné et, en ce sens, de réintroduire la dimension cognitive nécessaire à la compréhension du domaine du voyage d'agrément. Dans cette approche, le tourisme est un espace social en mouvement parcouru par des tensions dont quelques-unes ont déjà été évoquées précédemment :

- une tension qui s'est construite historiquement sur la volonté individuelle de se différencier socialement de ses pairs via une pratique des voyages qui se veut élitiste et statutaire par opposition à des usages perçus comme massifs et populaires ;
- une tension entre une quête individuelle de plaisir et des actes d'encadrement politique et économique[1] ;
- une tension économique entre les acteurs pluriels (institutionnels et privés) d'un marché dynamique et croissant qui s'affrontent autour d'enjeux locaux, nationaux et internationaux.

D'autres lignes symboliques d'affrontement traversent le champ du tourisme. En amont de cette nouvelle étape identificatoire et en s'appuyant sur les réflexions précédentes, on propose, à ce stade, de stabiliser une définition du phénomène touristique qui sert de point de référence pour la suite : on considère l'activité humaine du tourisme comme un champ de production symbolique qui inclut l'ensemble des situations, des interactions (sociales,

[1] On prend, pour exemple, le tableau de synthèse de Cousin et Réau, « Les politiques touristiques de l'État en France (1910 – 2016), Cousin, S. et Réau, B., *Sociologie du tourisme*, 82-83, La Découverte, Paris, 2016.

logistiques, économiques et langagières) et des représentations sociales qui accompagnent un individu dans la réalisation de sa quête de plaisir par le voyage. On nomme ce territoire « champ du tourisme » ou « champ du voyage d'agrément », les deux appellations pointant la quête de plaisir par le voyage.

L'intérêt de cette proposition définitoire est d'intégrer non seulement les individus en tant qu'acteurs d'un secteur reconnu pour sa contribution à l'économie mondiale mais également en tant que composante singulière et inhérente au champ du voyage d'agrément. L'angle réticulaire qui se concentre sur les relations entre agents du marché économique, qu'ils soient humains ou technologiques, ne peut parvenir à expliquer de façon satisfaisante les enjeux sociaux et discursifs du domaine. Pour comprendre ce qui se joue dans l'univers du tourisme, il faut donc s'intéresser aux éléments qui le construisent : à l'individu et aux représentations qui le traversent. Pour mettre en acte cette démarche, il me faut poursuivre le travail d'identification des forces motrices que j'ai amorcé en amont. L'observation des comportements et leur évolution initiée au début de ce chapitre, l'angle d'approche mentionné *supra*[1] ainsi que les premières esquisses des représentations jouant sur les postures des individus[2], permettent, dans le chapitre suivant, d'identifier les paradigmes qui structurent les positions occupées dans le champ du tourisme.

3.2. Les paradigmes constitutifs du champ du tourisme

Le champ du tourisme se construit sur la base dynamique de rencontres et de luttes entre des lignes de forces. Dans cette section, on proroge de manière plus approfondie le travail d'identification et de description des paradigmes qui façonnent l'espace de la quête du sens par le voyage. Ces paradigmes agissent sur le domaine du tourisme et sur les perceptions des voyageurs comme des mécanismes de sélection et de recomposition qui sont « destinés à rendre intelligible une réalité (à lui donner du sens) » et qui, de cette manière, « transforme[nt] cette réalité en représentation » (Mucchielli, 1995 : 13-14). On scrute ainsi et successivement les paradigmes de distinction, d'authenticité, du sacré, de la construction sociale du regard et de

[1] *Cf.* les sections « 3.1.3.3. Le tourisme sous l'angle de ses tensions » et « 3.1.3.4. Le tourisme comme champ de production symbolique : définition ».
[2] Je rappelle que, dans ce travail, on conçoit l'adhésion individuelle aux représentations sociales qui traversent les individus non pas comme déterminative mais propositionnelle.

l'enchantement qui façonnent les imaginaires qui se rencontrent dans le champ du voyage d'agrément. Cette synthèse de contributions anglophones et francophones s'appuie sur des travaux académiques réalisés en anthropologie et en sociologie du tourisme qui pointent systématiquement les caractéristiques et les inscriptions sociolangagières et sémiotiques de ces paradigmes dans les productions étudiées.

3.2.1. Paradigmes et représentations sociales

La notion de *paradigme* est couramment rapportée aux travaux de Kuhn[1]. Willett décrit les deux acceptations du terme chez l'auteur de la manière suivante :

> [d]'une part, il [le terme de « paradigme »] représente tout l'ensemble de croyances, de valeurs reconnues et de techniques qui sont communes aux membres d'un groupe donné. D'autre part, il dénote un élément isolé de cet ensemble : les solutions d'énigmes concrètes qui, employées comme modèles ou exemples, peuvent remplacer les règles explicites en tant que bases de solutions pour les énigmes qui subsistent dans la science normale. (Kuhn, 1972, p. 207).
>
> (Willett, 1996 : 2)

On privilégie la première définition bien que la seconde permette d'expliquer en partie la circulation des croyances, des valeurs reconnues et des techniques dans une communauté de communication (*Ibid*.). La notion de *paradigme* et celle de *représentations sociales* sont toutes deux situées au niveau symbolique et circulent au sein de groupes définis. Dans mon approche, le paradigme est un agrégat de représentations sociales distinctes et évolutives. Par exemple, le paradigme de la distinction, qu'on s'apprête à présenter, s'appuie sur la diffusion de l'image négative du touriste, sur le scénario du voyageur idéal etc. Le plus souvent, ces images désignent des contenus différents selon le contexte socio-économique et historique. On postule que le paradigme de la distinction, en revanche, est symptomatique des pratiques du champ du tourisme quelle qu'en soit l'époque et les caractéristiques de la société.

[1] Kuhn, T. S., *La structure des révolutions scientifiques*, Flammarion, Paris, 1972.

3.2.2. La distinction

Selon Boyer, l'évolution des pratiques touristiques répond à un impératif double d'invention de distinction et de diffusion des modes par imitation (Boyer, 1999 : 105). On décrit le processus et la manière dont celui-ci influence le sens attribué au voyage.

3.2.2.1. Le fonctionnement du processus distinctif

On a décrit comment l'aspiration à adopter les mœurs des aristocrates anglais incitent les jeunes nobles européens à s'initier au long voyage du Grand Tour. On a mentionné la manière dont le petit cercle de privilégiés et de personnalités royales qui fréquentent la station de Bath puis celle de Brighton attisent les tentations d'imitation des bourgeois. Le phénomène des tendances touristiques se caractérise ainsi par un mouvement perpétuel qui condamne les *Gate-Keepers*[1] à inventer de nouveaux lieux touristiques et de nouvelles pratiques (*Ibid*.). Ces influenceurs d'antan sont, on l'a vu, artistes, écrivains, hauts courtisans ou nobles. Ils inventent des lieux de repos très sélectifs et difficiles d'accès pour les populations moins aisées. Les destinations se succèdent créant toujours de nouveaux enclos privilégiés et plus cotés (*Op. Cit.* : 115). Jusqu'au 20e siècle, la pyramide socio-culturelle (*Ibid*.), présentant le mécanisme de création des lieux du tourisme et de leur diffusion par imitation descendante, est relativement pérenne.

Les changements des sociétés européennes (le développement des mobilités, l'avènement des droits encadrant le temps) concourent à une modification de la dynamique distinction – imitation. Les évènements macro-économiques, notamment celui des trente glorieuses, ont contribué à l'expansion du tourisme dans les différentes strates de la société. Les rentiers ont disparu et avec eux les normes et les formes de rêve qu'ils proposaient (Amirou, 1995 : 134). Les cours se sont reconstituées ailleurs, dans les stations balnéaires ou dans les clubs de vacances (*Ibid*.). Le modèle royal de comportements (*Ibid.*) est délaissé au profit des icônes des années cinquante et soixante. La « *high society* devient la *jet society*, sautant d'un avion à l'autre, ne connaissant dans les pays où ils atterrissent que quelques

[1] Boyer précise, dans un autre ouvrage, que le terme de « *Gatekeepers* » (cette fois écrit sans tiret), est un « mot créé par Lewis, sociologue nord-américain, désignant "les gardiens des clés", "les gardiens culturels"» (Boyer, 1994 : 18).

rues chics » (Boyer, 1996 : 116-117). Les stars du cinéma, les chanteurs populaires, les écrivains toujours, mais le monde des paillettes surtout, sont alors les nouveaux prescripteurs du champ.

Dans les sociétés contemporaines, en dépit qu'il soit plus aisé de reproduire les pratiques d'une couche sociale supérieure, le mécanisme moteur du fonctionnement du champ du tourisme ne change pas : des individus suscitant l'admiration assurent les lancements des nouvelles tendances. Ces influenceurs peuvent se situer au sommet de la pyramide des classes sociales ou bien être des originaux connus et appréciés de la majorité des membres de la communauté (Boyer, 1994 : 18) : « un petit groupe les "branchés", savent vite ce qui est rare et distingué : voyage au Ladakh, surf à Hawaï » (*Op. Cit* : 19). Les médias jouent alors un rôle majeur dans les changements sociaux induits. Ils accentuent en particulier la rapidité et le déploiement des messages novateurs.

3.2.2.2. Les signes de la distinction au-delà des frontières physiques du voyage

La différenciation entre partants et non-partants pousse à adopter, en sus des attitudes et des habitudes, des signes extérieurs qui changent après la seconde guerre mondiale. Au blanc de la peau des aristocrates qui distingue le travailleur de l'oisif, le hâle du bronzage prend une autre signification : il signale un séjour au ski ou à la mer (Boyer, 1996 : 116-117). La tenue vestimentaire et l'équipement sont des éléments de distinction. La mode du voyage s'étend au-delà des limites temporelles et spatiales en style de vie : « Plutôt que de "se vêtir pour le voyage" (en choisissant une tenue commode, comme on le faisait auparavant), on est aujourd'hui amené à "revêtir le voyage", autrement dit à endosser la condition de voyageur à chaque instant du quotidien » (Calefato, 2018). Le sens donné au sac à dos dépasse celui de son utilité. Il est un symbole qui évoque explicitement un déplacement dans un territoire difficile d'accès, inexploré voir inconnu (*Ibid*.). La chaussure féminine délaisse l'escarpin pour la basket plus adaptée au mouvement et à la marche. Les carnets de voyage comme le Moleskine, utilisés par Hemingway et Céline ou encore Chatwin qui en fait un objet de culte, sont désormais produits en série et ont fait leur entrée dans les usages du quotidien : ils servent d'agenda, ils recueillent des notes d'écritures (*Ibid*.). Les objets du voyage se dotent d'une charge distinctive qui dépasse les frontières traditionnelles du champ du tourisme. Partir en vacances est un marqueur social et

économique de réussite mais également un différenciateur social au quotidien. C'est la reconnaissance d'une appartenance à un groupe privilégié ou, en tous cas, restreint (Bourdieu, 1976 : 93).

3.2.2.3. Ne pas être touriste, se percevoir voyageur : les fonctions de l'antitourisme

Dans le champ du voyage d'agrément, le procédé distinctif agit sur les représentations du voyageur comme un prescripteur de figures à adopter ou à rejeter. De fait, on l'a pressenti dans les sections précédentes, on le confirme ici : la figure du touriste est décriée. Indépendamment de la justesse ou non cette représentation[1], l'image de ce voyageur-là est noyée dans la masse indéfinie et informe des individus – consommateurs qui la composent. Acteur d'une forme de voyage dégradé (Mourlhon-Dallies, 1995 : 18), le touriste ne voyage pas, il circule (Urbain, 2022 : 16), il consomme des lieux (Urry, 2005 : 25) et se fait, malgré lui, le complice d'une forme d'impérialisme (Nash, 1977)[2]. L'aspiration à la différence (*Op. Cit.* : 71), qui nous pousse à rejeter l'image du touriste pour adhérer à celle du véritable voyageur (Amirou, 1995 : 95), est omniprésente, diffuse et binaire voire essentialisante. L'aversion pour cette image négative gagne jusqu'aux voyageurs qui refusent d'être perçus comme de simples consommateurs (Urry, 2005) et se veulent perçus non comme des touristes mais comme des acteurs de leurs propres expériences :

> Most participants define themselves as simply travelers, "real" traveler's or "nomad" and while nearly every budget traveler in India is reliant on *The Travel Survival Kit* or *Rough Guide* to varying extents, a significant number are hostile to the idea of being perceived as

[1] On rejoint les propositions d'Urbain (2002 : 18), de MacCannell (2013 : xix) et de Paquot (2014) qui soulignent, dans ce qu'on pourrait appeler un mouvement de réhabilitation de l'*homo viator* (Dortier, 2012), que les touristes ne sont pas plus ou moins ignorants que n'importe quel groupe d'individus de la société et que « la condamnation du tourisme entraîne souvent celle du touriste » (Urbain, 2002 : 18). Urbain pointe encore l'idée selon laquelle « [c]e procès fait au voyageur entre alors dans le jeu du préjugé et avalise le stéréotype séculaire du touriste intrus. Tourisme et touriste ne sont pourtant pas des réalités équivalentes ; et cette condamnation du voyageur provoque un amalgame entre les nuisances d'un système et les rêveries d'un homme » (*Ibid*.). S'il est juste d'affirmer que tourisme et touriste sont à distinguer, l'approche qu'on privilégie dans cette section est de démontrer en quoi l'antitourisme est une clé de voûte de l'imaginaire touristique qui se fonde sur l'aspiration du voyageur à se différencier de son *alter ego* touristique.

[2] Tout en gardant une attitude vigilante et critique sur l'aspect décrié ici, on précise que les indicateurs montrent qu'en termes d'émission de touristes internationaux, « la part relative de l'Europe dans le monde diminue régulièrement depuis vingt ans. Elle est passée de 60% des arrivées en 1990 à 53% en 2008, l'Asie passant durant la même période de 13% à 20% » (Urbain, 2018 : 32). Le marché du tourisme bien que toujours symptôme d'inégalités est à percevoir sous un angle dynamique. Les chiffres du sociologue sont issus du *Mémento du Tourisme* 2009 publié par la Direction du Tourisme/DGIS.

consumers of an externally framed travel experience, rather than producers of their unique experience.

(Davidson, 2005 : 35)

La figure de l'antihéros des récits de voyage (*Op. Cit.* : 67) ne peut se forger que dans un mouvement dialectique avec son pendant monolithique : l'image d'un héros qui incarnerait à l'opposé du touriste la somme des idéaux du thème du voyage. Cette opposition est absolue (*Op. Cit.* : 71) mais elle est surtout nécessaire.

Dans les sociétés occidentales, l'accès à une plus grande mobilité, le développement du pouvoir d'achat, la généralisation du niveau d'instruction[1] permettent à un public plus large d'accéder à des destinations auparavant réservées à quelques groupes fermés. La distinction et l'imitation sont toujours à l'œuvre et la diffusion du mythe du voyageur idéal n'est pas moins verticale aujourd'hui qu'elle ne l'était hier. Si la fonction distinctive du fantasme se poursuit dans ce processus dichotomique, on observe cependant un déplacement de sens dans l'application du procédé : il ne s'agit plus seulement de discriminer des classes sociales par leurs habitus[2] mais de valoriser des groupes d'individus selon l'adéquation de leurs représentations, et par conséquent de leurs comportements touristiques, à l'éthique du parfait voyageur. La croyance « en l'inaliénable privilège d'un regard contemplant un monde inconnu qu'il s'approprie, puis qu'il révèle au plus grand nombre afin d'asseoir sa différence » (Urbain, 2002 : 78) fonde socialement le mythe du voyageur idéal et est toujours d'actualité. Ce qui a changé, ce n'est ni le procédé ni le fonctionnement de cette

[1] Bourdieu établit une corrélation directe entre les goûts et le niveau d'instruction des individus : « [c]ontre l'idéologie charismatique qui tient les goûts en matière de culture légitime pour un don de la nature, l'observation scientifique montre que les besoins culturels sont le produit de l'éducation […]. Les préférences en matière de littérature, de peinture ou de musique sont étroitement liées au niveau d'instruction (mesuré au titre scolaire ou au nombre d'années d'études), et secondairement à l'origine sociale » (Bourdieu, [1979] 2016 : 8). On élargit ici le champ d'application de l'affirmation portant sur les goûts aux croyances et aux valeurs associées au monde du voyage.

[2] La notion d'*habitus*, telle que la conçoit Bourdieu, implique des dispositions (Bourdieu, [1979] 2016 : 253) propres à certains groupes (possibilités linguistiques, perceptions, goûts, affinités …) et incorporées (*Op. Cit.* : 3092) par les membres de ce groupe. Ces propriétés sont intimement liées à la logique d'un champ particulier (*Op. Cit.* : 2406) influençant de la sorte les pratiques et les positionnements à l'intérieur de ce champ (Bourdieu, *Op. Cit.* : 2796). Néanmoins, on rejoint la position de Lahire qui réfute les caractères de fixité et d'homogénéité que la notion d'*habitus* assigne aux dites dispositions et à la description des groupes (Lahire, 2001 : 130) : « [a]insi, les individus socialisés peuvent-ils avoir intériorisé durablement un certain nombre d'habitudes (culturelles, intellectuelles...), et n'avoir cependant aucune envie particulière de les mettre en œuvre. Ou bien ils les mettront en œuvre par routine, par automatisme, par habitude, ou pire, par obligation ("je le fais, mais on me pousse" ou "je me force"), sans passion ni enchantement » (*Op. Cit.* : 132).

rhétorique, mais le signifié du référent, c'est-à-dire, le sens collectivement attribué à cette allégorie. Hier, le visage de l'argonaute du tourisme portait les traits de la noblesse, de l'élite, de la jet set. Aujourd'hui, ses caractéristiques sont celles communément attribuées à la figure du nomade, de l'explorateur.

3.2.2.4. La parole antitouristique dans les productions médiatiques

Les critiques négatives pullulent autour de la figure du touriste le caricaturant et lui ôtant ainsi son humanité (Urbain, 2002 : 56) : on retrouve ce type de commentaires péjoratifs dans la presse (*Ibid*.), dans les actions de promotion des acteurs de l'industrie (McWha, Frost, Laing, Best, 2016 ; Urbain, 2002 : 126) institutionnels ou privés (Gravari-Barbas et Delaplace, 2015), dans les guides pratiques, dans les blogs voyage, dans les conversations entre amis… Déjà à l'œuvre dès le 19e siècle[1], le diptyque distinction – imitation se construit sur la prégnance du discours antitouristique et sur le mythe du voyageur idéal. L'opposition en discours de ces deux figures se caractérise par la mobilisation de traits sémantiques distincts. Ainsi, la figure du voyageur est dépeinte comme un personnage de l'« avant-garde » (Urbain, 2002 : 75). On lui attribue la primauté des découvertes géographiques et culturelles. Il est toujours décrit comme actif au sens où il « observe, découvre, respecte, préserve, améliore, sauve ou espère sauver le monde » (*Op. Cit*. : 74-75). Ces désignations sont donc marquées par le trait sémantique du « faire ». À l'inverse, le touriste est dépeint comme un être qui est séduit, transporté, logé, servi, nourri, guidé, conseillé, orienté et donc passif… Dans les marques langagières, il est également commun d'opposer la singularité du voyageur au pluriel des touristes (Urbain, 2018 : 282). Il faut donc fuir les lieux « envahis » ou les visiter en prenant garde à la « fréquentation » (Urbain, 2002 : 72).

La construction du mythe du voyageur idéal dans les productions langagières ne se limite pas à la description de l'attitude de l'individu au cours de son voyage mais se poursuit à son retour par l'écriture qui vient assoir sa posture de grand témoin des faits du monde

[1] Urbain cite à ce sujet la définition de *touriste* dans le *Littré* de 1872 qui fait apparaître des indices linguistiques de réprobation : « se dit des voyageurs qui ne parcourent des pays étrangers *que par* curiosité et désœuvrement, qui font *une espèce de* tournée dans des pays habituellement visités par leurs compatriotes. Se dit des voyageurs anglais en France, en Suisse et en Italie » (Urbain, 2002 : 44). Les mentions en italiques sont de mon fait.

(*Op. Cit.* : 77-78). Selon Amirou, il est tacitement admis que « la narration de voyage qualifie automatiquement celui qui s'y livre du titre d'"expert ès voyages" » (Amirou, 1995 : 18). Les récits de voyage s'appuient donc sur un antagonisme fondateur (Urbain, 2002 : 67) et ils participent simultanément à sa diffusion. L'approche littéraire, sociologique et historique d'Urbain permet d'éclairer une tension constitutive du champ du voyage d'agrément que d'autres auteurs perçoivent sans la nommer explicitement (Boyer, 1994 : 13 ; Boyer, 1999 : 172-173 ; Dann, 1996 : 66-67 ; Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 134-135 ; Mourlhon-Dallies, 1995 : 18). L'opposition entre figure du touriste et figure du voyageur idéal se perpétue au travers des époques et influence les comportements.

3.2.3. L'authenticité

La construction en noir et blanc des deux figures constitutives du champ du voyage d'agrément, le touriste et le voyageur, repose sur un mouvement d'attraction-répulsion qui me semble conditionner l'articulation, voire l'existence même, des autres paradigmes agissant dans le champ du tourisme. Ainsi, si le voyageur déchu (Urbain, 2002 : 64) est une parodie (*Op. Cit.* 77) incarne le superficiel, le profane, le rapide et le visuel, le voyageur idéal recherche quant à lui l'authentique hors des arcanes du jeu marchand (*Op. Cit.* : 75).

3.2.3.1. La notion d'authenticité dans le champ du voyage d'agrément

L'*authenticité*, conçue comme ce qui relève du vrai, est un enjeu de distinction qui est pris dans les mailles du discours antitouristique. Mais comment définir l'*authenticité* ? Qu'est-ce qui construit le caractère vrai (Boyer, 1996 : 127) d'un lieu ? Est-ce le fait de préciser que tel objet ou tel emplacement est authentique par opposition aux lieux ou aux artéfacts artificiels ? Que revêt cette conception pour les voyageurs ? S'agit-il de visiter des contrées inexplorées ou bien de découvrir des endroits vierges de toute exploitation économique ? Pour Boyer, l'authentique est synonyme de simplicité, de retour aux racines, de désirs de villages et d'îles préservées et d'espaces naturels (*Ibid*.). Pour Cousin, sociologue du tourisme, l'*authenticité* se pense au départ « comme un concept analytique, permettant de juger du caractère originel et / ou original d'un site, d'une œuvre, d'une situation » (2011 : 60). C'est une notion qui pour l'auteure se construit également en négatif puisque par essence le tourisme évoque dès ses premières apparitions l'idée d'une

inauthenticité (Cousin, 2011 : 60 ; Cousin et Réau, 2016 : 41). Le tourisme est perçu comme un art de la reproduction et de l'artifice qui ne donnerait à voir que de pâles copies des traditions et des lieux culturels à un public qui a soif de reconnaissance plus que de connaissance (*Ibid*.).

Le concept d'*authenticité* est donc omniprésent que ce soit dans les jugements de l'activité touristique, dans les recherches savantes ou dans les analyses économiques ou marketing (*Ibid.*). Cette diversité de perceptions et d'emplois marque l'instabilité de ce que recouvre le terme. La notion est d'autant plus prégnante qu'elle est relayée par les écrivains de la littérature du voyage, par les anthropologues, par les auteurs de guides et par les touristes eux-mêmes (Urbain, 2002 ; Cousin, 2011 : 60-61).

3.2.3.2. Les enjeux biaisés de l'authenticité

Le touriste, en quête d'expériences vraies, fuit tout autant les mécanismes de l'industrie touristique que les indices de la présence de ses complices. Or, l'authentique est une valeur différenciatrice sur le marché des produits touristiques qui fait vendre (Furt et Tafani, 2017 : 4 ; Gravari-Barbas et Delaplace, 2015). Urbain avait déjà pointé, en 1991, les biais inhérents à la recherche d'authenticité :

> […] le drame du voyageur contemporain est qu'il est imitable, et imité. […] On parvient à ce paradoxe : le voyageur, qui met un point d'honneur à se distinguer radicalement du touriste […] est aujourd'hui le premier promoteur du tourisme. Créant des routes et des manières nouvelles de voyager, c'est maintenant pour le tourisme que le voyageur « travaille », professionnel sponsorisé et médiatisé et non plus héros solitaire du voyage.
>
> (Urbain, 2002 : 101)

L'alternatif, le collaboratif, le solidaire, le nomadisme, etc. se donnent pour finalité de redessiner de nouvelles relations à l'espace et au temps (Gravari-Barbas et Delaplace, 2015). Mais ces pratiques, alliant innovation et authenticité (Falardeau, Bourdeau, Marcotte, 2018), ne sont que les traces d'une « émancipation d'apparat » (Urbain 2002 : 131) qui pousse le xénomane contemporain au renouvellement perpétuel de ses lieux de fréquentations et de ses manières de voyager.

La valeur d'un lieu ou d'un objet résulte d'un agrément collectif renouvelé au cours du temps. Ce qui est qualifié d'authentique, aujourd'hui, fut un jour inventé (Falardeau, Bourdeau et Marcotte, 2018). Par ailleurs, un même élément perçu initialement comme « inauthentique ou artificiel peut ainsi, avec le temps, devenir authentique (Wang, 1999 : 355) » (*Ibid*.). A titre d'exemple de cette forme d'« authenticité émergente », les auteurs pointent le parc d'attraction Disneyland : « [c]e site, construit de toutes pièces pour la mise en scène d'une expérience touristique familiale et ludique, a acquis au fil du temps un lustre d'authenticité » (Falardeau, Bourdeau et Marcotte, 2018). Le concept est donc complexe. L'authentique est, contrairement aux emplois que Boorstin en fait, un concept dynamique, subjectif et par conséquent négociable (Cohen, 1988 : 374). Délaissant le caractère fixe de « l'authentique lié aux choses », Wang affirme que les objets ou les lieux qui semblent être authentiques ne le sont pas intrinsèquement (Wang, 1999 : 349 – 351). Ils sont construits en tant que tels, c'est-à-dire en tant qu'objets ou lieux authentiques, par les points de vue, les croyances, les perspectives et les jeux de pouvoirs (*Ibid*.) qui ont cours dans les sociétés auxquelles ils appartiennent. C'est dans cette perspective qu'on s'intéresse à la posture particulière de MacCannell qui introduit le concept de *staged authenticity*.

3.2.3.3. L'authenticité mise en scène

Pour Boorstin, l'authenticité est une valeur perdue. Pour Urbain, elle est un leurre réincarnant différemment le mythe du voyage. En revanche, pour MacCannell, l'authenticité est au cœur d'une intention naïve du touriste moderne qui cherche à se glisser derrière les coulisses, en *backstage* (Gravari-Barbas et Delaplace, 2015). Ainsi, pour MacCannell, dans les sociétés modernes et occidentales, la distinction entre ce qui est vrai et ce qui ne l'est pas se fonde sur un changement de la représentation culturelle de la réalité (MacCannell, 2013 : 92). En effet, il ne serait plus suffisant d'être un homme pour être perçu en tant que tel, il faudrait en quelque sorte surjouer son rôle (*Ibid*.). Pour fonder cette affirmation, le chercheur s'appuie sur le fait que le jeu de la performance sociale suppose que derrière le voile de l'intimité se cachent des activités ou des comportements qui sont destinés à être partagés uniquement par un petit cercle d'individus, jetant, de la sorte, un doute sur la valeur de vérité de ce qui est montré publiquement (*Op. Cit.* : 93). Selon l'auteur, il est très complexe de faire la distinction entre ce qui est de l'ordre de l'intime, et considéré comme vrai, et de ce qui relève du publique (*Op. Cit.* : 95), déploré comme faux.

Ainsi, dès lors que les touristes souhaitent entrevoir l'envers de la vie des populations locales, telle qu'elle est vécue en leur absence, en dehors de tout procédé de mystification[1], l'expérience est biaisée.

Le vrai peut ainsi être considéré comme une représentation théâtrale (un *show*) de ce qui est censé se dérouler derrière le voile du spectacle. La volonté de sortir des sentiers battus ou de s'immerger dans la vie des habitants d'un pays reflète un désir plus profond : celui de s'approprier dans l'espace-temps du voyage les sensations de la découverte virginale (MacCannell, 2013 : 99). Ainsi, les tours organisés dans les coulisses de la mission Apollo 13 sont, par exemple, les indices d'un nouvel emploi de l'espace social permettant à des béotiens de s'immiscer et de comprendre les arcanes de telle activité de loisirs ou de telle opération de création (*Ibid*.). Les touristes se sentent alors partie prenante de l'histoire passée : « [b]eing here's like being part of it » (*Ibid*.). La notion de *staged authenticity* de MacCannell insiste sur le caractère inévitable de la mise en scène des évènements touristiques et sur l'aspiration du voyageur à s'en éloigner[2]. Le concept suggère que le vrai ne se présente pas sous la forme d'une adéquation parfaite et objective avec les faits réels mais qu'il réside à l'intérieur même de la scénarisation du site (MacCannell, 2013 : 102). Wang distingue, pour sa part, trois niveaux d'authenticité (objective, construite et existentielle[3]). Ces strates permettent de recouvrir l'ensemble du déroulement des expériences touristiques[4] puisque l'auteure établit une différence entre le caractère original

---

[1] Le procédé de *mystification* est selon MacCannell inhérent à la dichotomie séparant le *front stage* du *back stage* : « [o]nce this division is established, there can be no return to state of nature. Authenticity itself moves to inhabit mystification » (MacCannell, 2013 : 93). La notion recouvre l'idée qu'on se fait de la réalité d'un objet ou d'un comportement en adoptant les traits considérés comme caractéristiques de cet objet ou de ce comportement dans une communauté donnée. Il cite, à titre illustratif, le fait d'injecter des nitrates qui colorent en rose le jambon pour le rendre plus appétissant et pour le faire davantage correspondre à l'idée communément partagée de ce que serait un « bon jambon » ou le fait de faire correspondre une partie de son corps à un certain idéal de corps féminin notamment par la voie de l'augmentation mammaire. Selon l'auteur, la *mystification* entretient un lien constitutif avec les structures sociales dans lesquelles elle agit : « [s]ocial structural arrangements can generate mystifications without the conscious manipulation on the part of individuals that occurred in the ham […] examples » (*Ibid*.).

[2] MacCannell tempère son affirmation en précisant que tous les touristes ne poursuivent pas une quête d'authenticité de même nature et que certains visiteurs peuvent même être rebutés par l'option de découvrir l'envers du décors (MacCannell, 2013 : 96).

[3] Le terme anglais « *existantial* » chez Wang ne recouvre pas le même emploi que chez Cohen. Chez ce dernier, le terme est à relier à une catégorisation des comportements observés chez les touristes : « "existential" tourists (Cohen, 1979 : 189-192), who tend spiritually to abandon modernity and embrace the Other as their elective center […] will be the most "purist" of tourists. They will strive to move furthest away from the beaten track and to get in most closely with the natives » (Cohen, 1988 : 377).

[4] La première strate, l'authenticité objective, rend compte de l'adéquation entre l'objet touristique et les énoncés de valorisation et d'information qui l'entourent ; la deuxième, l'authenticité construite, intègre le niveau des projections d'une société sur l'objet considéré et correspond à la notion de *staged authenticiy* décrite en 1976 par

d'une œuvre, sa représentation sociale et le ressenti individuel. Complexe à décrire et instable dans ses traits définitoires, l'authenticité n'en est pas moins une force motrice du champ dont les spécificités langagières et sémiotiques ont été largement étudiées.

3.2.3.4. Les spécificités du langage authentique et ses effets

S'il est laborieux de prédéfinir l'attribution du caractère authentique à un lieu sans passer par la négative de l'aspect marchand du tourisme, en revanche, des travaux ont pointé les mécanismes qui concourent à présenter un objet sous l'angle du vrai. Les observations de MacCannell démontrent la manière dont la rhétorique de l'industrie du tourisme se matérialise dans des formes linguistiques précises :

> The rhetoric of tourism is full of the manifestations of the importance of the authenticity of the relationship between tourists and what they see: this is a *typical* native house; this is the *very* place the leader fell; this is the *actual* pen used to sign the law; this is the *original* manuscript; this is the *authentic* Tlingit fish club; this is a *real* piece of the true crown of Thorns.
>
> (MacCannell, 2013 : 14)

L'auteur inclut ces traces langagières dans ce qu'il désigne comme des *truth markers*. L'emploi de ces adjectifs et de ces adverbes a pour effet d'élever l'information fournie à un statut supérieur (Dann, 1996 : 10) et de consolider le lien entre le visiteur et l'objet touristique (MacCannell, 2013 : 138). Cohen relève également la récurrence des épithètes dans des matériaux touristiques promotionnels. Ainsi, des réclames pour des circuits organisés dans la jungle thaïlandaise mobilisent les adjectifs « *original* », « *authentic* », « *real* » et « *actual* » (Cohen, 1989 : 40-51). Dans une étude portant sur des tours guidés, Katriel identifie, quant à lui, un autre procédé langagier. De fait, le passage du passé au présent historique en milieu de récit serait typique des constructions narratives proposées dans les musées (Katriel, 1993 : 134). L'alternance des temps des verbes apparaît comme une pratique courante puisque Dann en constate aussi l'occurrence dans des productions langagières telles que les blogs voyages (Dann, 1996 : 53).

MacCannell ; enfin la troisième, l'authenticité existentielle, désigne le niveau intra–personnel de l'individu durant le déroulement de la visite (Wang, 1999 : 351-352).

Dans une conception élargie et sémiotique[1] de l'attraction touristique, MacCannell pose que le marqueur d'authenticité désigne l'ensemble des productions verbales et non verbales qui construisent en amont, au cours et en aval la perception de la destination :

> My use of the term extends it to cover any information about a sight, including that found in travel books, museum guides, stories told by persons who have visited it, art history texts and lectures, « dissertations » and so forth […] Tourists carry descriptive brochures to and from the sights they visit. Some steal plaques and carry them off as trophies […] Where it is necessary to distinguish between information found at its sight and information that is separated from its sight, I will use the terms *on-sight marker* and *off-sight marker*.
>
> (MacCannell, 2013 : 110-111)

Dans cette vision, le marqueur est non seulement multimodal – il regroupe les éléments langagiers mentionnés *supra* auxquels sont annexés des objets (« *trophies* ») et des supports de différentes natures (« *travel books* », « *history texts* » …) – mais il est également symbolique (*Ibid*.) en ce qu'il est impossible de voir une attraction touristique dans son ensemble. Seules des parties représentatives d'un tout plus large sont accessibles au voyageur. MacCannell prend pour exemple la ville de San Francisco. Les touristes ne voient pas la ville californienne au sens empirique du terme. Ils voient le Golden Gate Bridge, ils vont au théâtre à Union Square, ils se promènent à Chinatown, etc., c'est-à-dire des lieux emblématiques de la ville dont chacun constitue une fraction d'un territoire plus vaste appelé « San Francisco » (*Ibid*.). C'est donc l'agrégat de ces marqueurs qui façonne l'expérience de la ville. Visiter la cité n'est pas tant la voir en tant que telle mais en reconnaître des symboles rencontrés en amont du voyage (*Op. Cit.* : 121). Ces divers indices sont les traces de l'effort de persuasion déployé par les acteurs de l'industrie. Un lexique rattaché au champ lexical[2] de l'authentique, des changements de temps dans la conjugaison des verbes au milieu de récits, des éléments morphosyntaxiques comme des adjectifs et des adverbes qualifiant des images vues en amont du voyage désignent quelques-uns des outils langagiers employés pour instrumentaliser le désir d'authenticité des touristes.

---

[1] MacCannell s'appuie sur les travaux de Peirce pour définir la sémiotique comme la science des signes dans le sens où « a sign represents something to someone » (MacCannell, 2013 : 109).

[2] Jouili définit la notion de *champ lexical* comme prenant « les traits d'une isotopie de surface » (Jouili, 2007 :1), c'est-à-dire un ensemble de mots qui désignent une même réalité (Pottier et al. 1973 : 56).

3.2.4. Le sacré

La fascination ressentie pour les expériences authentiques s'assimilerait à celle éprouvée lors de la poursuite d'une quête mystique (Dann, 1996 : 7-8), celle du sacré :

> […] he [MacCannell] believed that tourists sought out authentic experiences in other times and places, and that this search for meaning was a contemporary version of the pre-modern quest for the sacred. Thus, the tourist of today was to be understood as a pilgrim of the secular world paying homage to many and varied attractions which were symbolic of modernity and represented differentiations of society.
>
> (Dann, 1996 : 7)

Par la suite, on décrit les similitudes qui relient l'imaginaire touristique à celui du pèlerinage. On démontre tout d'abord en quoi le voyage d'agrément s'apparente au voyage initiatique. Puis, on caractérise les procédés langagiers et sémiotiques mis en place pour attribuer à un objet touristique une dimension sacrale.

3.2.4.1. L'imaginaire commun entre le voyage et le pèlerinage

On ne se préoccupe pas ici du pèlerinage en tant qu'hommage religieux que certains visiteurs rendent aux sites de Lourdes, du Vatican ou de La Mecque ou des dérives d'exploitation marchande de cet intérêt par l'Église ou par tout autre acteur institutionnel porte-parole d'une confession quelle qu'elle soit. Dans l'étude de l'impact du sacré sur les représentations investissant le champ du tourisme, l'intérêt est de dresser les points communs entre deux modalités de déplacement a priori distinctes : le voyage en tant qu'hédoniste et le voyage en tant que fidèle. Dupront observe plusieurs formes de contamination entre ces deux formes d'itinérance. La première convergence concerne la corrélation entre l'essor industriel de la fin du 19^{e} siècle et l'émergence des deux phénomènes sociaux allant jusqu'à suggérer un lien de filiation entre eux :

> Le pèlerinage a été le premier, dès le siècle dernier, à exploiter, comme immédiatement offertes, les possibilités fournies par la révolution industrielle et le raccourcissement de

> l'espace par le développement des moyens de communication. Les « foules de Lourdes » ont précédé, et de plus d'un demi-siècle, le tourisme de masse.
>
> (Dupront, 1967 : 97)

La seconde convergence est celle du motif qui encourage l'individu à franchir le seuil de sa maison pour s'évader de la morosité de son quotidien vers une destination « extraordinaire » (Dupront, 1967 : 97 ; Graburn, 1983 : 15 ; Turco, 2003 : 53). Que les touristes soient motivés par une idée de la rencontre avec l'Autre, animés du désir de s'éloigner ou de s'évader … ou encore qu'ils cherchent à se distraire, c'est une forme de « quête vitale d'autre chose » (Dupront, 1967 : 99) qui est poursuivie dans le pèlerinage tout autant que dans le voyage de divertissement :

> A tourist is half a pilgrim, if a pilgrim is half a tourist. Even when people bury themselves in anonymous crowds on beaches, they are seeking an almost sacred often symbolic, mode of communitas, generally unavailable to them in the structured life of the office, the shop floor or the mine (Turner et Turner, 1978: 20).
>
> (Graburn, 1983 : 17).

Ainsi, qu'il s'agisse de l'ascète ou du sybarite, l'aspiration à voir des hauts-lieux se construit sur un mécanisme commun. Il s'agit de visiter des endroits sélectionnés par la collectivité pour leur étrangeté, leur capacité à étonner, à dépasser l'habituel (Dupront, 1967 : 101). Ces lieux sont marqués par le récit d'une présence spirituelle ou bien par le passage d'hommes et de femmes d'un autre temps et sont autant de rencontres avec le grand et l'exaltant (*Ibid*.). Le touriste, en tant qu'il se confronte ainsi à de l'extraordinaire, s'ouvre aux voies/voix du sacré. Les rapprochements entre imaginaires du voyage d'agrément et ceux du pèlerinage ne s'arrêtent pas à ces deux convergences. Elles se prolongent également dans leur dimension initiatique.

3.2.4.2. Le voyage et le pèlerinage comme rite de passage

Le tourisme, via le déplacement individuel du voyageur au travers de frontières réelles et symboliques (« entre moi et lui, entre eux et nous, entre ici et là-bas » (*Op. Cit.* : 174)), exprime une idée de rupture avec les évènements du quotidien qui s'apparente à celle vécue

dans le rituel initiatique (Boyer, 1999 : 88). De fait, on se rappelle la fonction initiatique du Grand Tour qui permettait au jeune noble de consacrer son appartenance sociale (Dupront, 1967 : 99-100). La portée des actes du croyant, qui accomplit par le voyage un devoir religieux, dépasse la seule valeur de consécration de la foi : son aller-retour concrétise là aussi un changement de statut social (Amirou, 1995 : 181). Les dimensions d'incorporation et de socialisation propres au rite de passage (*Ibid*.) s'actualisent dans ces deux formes de voyage.

La convergence entre les deux domaines s'observe encore quant à la fatigue et à l'effort financier ou physique investis par le touriste pour contempler l'objet de ses fantasmes :

> C'est, en filigrane, le degré de difficultés et d'aléas surmontés qui légitime la pratique touristique et la transforme en voyage, au sens noble. […] Revendiquée chez l'un ou subie chez l'autre, la part « sacrificielle » que paye l'individu pour se mettre en vacances de soi et des autres coûte souvent cher.
>
> (Amirou, 1995 : 70-71)

Le chemin parcouru devient alors partie intégrante du voyage et se dote d'une valeur spirituelle (Boyer, 1999 : 88). Les obstacles affrontés par l'ascète s'assimilent par analogie aux cheminements du touriste faisant bénéficier ce dernier de l'aura sacral du premier.

3.2.4.3. Temporalité et spatialité du sacré dans le voyage

L'exploration des points de convergence entre itinéraire sanctifié et circuit touristique balisé amène à observer la manière dont l'individu habite l'espace et le temps consacré au voyage dans ces deux situations. Le temps est un construit social qui est affaire de perceptions (*Ibid.*) à l'image de l'espace qui est façonné par les sensibilités du touriste (Amirou, 1995 : 64). De fait, le temps du voyage pour le plaisir s'articule sur les trois temps symboliques que l'initié – dans le cas présent, le touriste – doit traverser : la séparation se vit comme un départ ; l'isolement correspond au séjour sur place ; le moment du retour marque la fin du voyage et l'agrégation au groupe social. Au cours de la phase de dissociation physique, le voyageur quitte un territoire et traverse des frontières en avion, en bateau ou en voiture qui étaient encore marquées par la présence de policiers entre chaque

pays il y a peu. En transit, l'individu devient un passager acquérant une nouvelle identité (Amirou, 1995 : 161). Partir aurait quelque chose de libératoire (*Op. Cit*. : 158). On s'envole dans un espace qui se situe dans un en-dehors temporel et spatial (*Op. Cit*. : 130). Les rites sont là pour faire vivre à l'initié un autre temps durant le séjour (*Op. Cit*. : 1966) allant parfois jusqu'à la création de bulles touristiques (*Op. Cit*. : 176). Bernardie caractérise la perception de temporalités plus lentes des îles en les contrastant avec la rapidité qui caractérise les rythmes des sociétés modernes (Bernardie, 2010 : 2). Ces îlots représentent symboliquement ceux des séjours à l'étranger, des *road-trips* où le temps suit le défilement des kilomètres, des sociétés fermées qui se créent dans les clubs vacances.

Ce qui est considéré comme un passé à conserver et à préserver au-delà des générations présentes relève aussi du sacré. Le respect déféré à l'artefact touristique dépasse les limites physiques de l'objet. Ce sentiment renvoie au caractère ancien et donc révolu de l'objet témoin du temps qui s'écoule. Passé, séculaire et nostalgie sont des thèmes récurrents dans le domaine du voyage, qu'il soit spirituel ou non (Cohen, 1986 : 14). L'analogie entre le monde du voyage et celui des pérégrinations religieuses affecte également les interprétations du paysage. La mer et l'eau gagnent des vertus thérapeutiques, tout comme l'air de la montagne. La verticalité se charge symboliquement d'une fonction différenciatrice entre le pèlerin qui atteint les sommets et accède à une région pure (Amirou, 1995 : 84) et l'ignorant du lieu sacré qui évolue simplement dans la vacuité de son quotidien[1]. Le voyageur se soumet au joug de la puissance et de la grandeur du lieu.

La prégnance du paradigme du sacré dans la construction des imaginaires du tourisme ne réside pas seulement dans un regard posé sur un paysage ou sur une temporalité commune entre rite de passage et déplacement touristique. Pèlerinage ou tourisme, ces deux itinérances drainent tous deux « un fantasme de mue identitaire » qui vise à partir pour ne plus revenir ou pour changer (Amirou, 1995 : 190). Leurs affinités mutuelles sont le fait d'un procédé orchestré et généralisé qui salue le choix d'un lieu pour ensuite le consacrer aux yeux du plus grand nombre.

[1] Le trait est épaissi volontairement.

3.2.4.4. Les marqueurs langagiers et plurisémiotiques de la sacralisation d'un lieu

Urbain rappelle, non sans humour, que « si le tourisme est une religion, l'infrastructure touristique est une vaste église » (Urbain, 2002 : 306). La mise en marche des processions de voyageurs nécessite en amont, en aval et au cours du séjour touristique que leur soit proposée une vision des espaces visités. Le procès sacral concoure à l'élaboration de la perception d'un site touristique et laisse, par ce biais, des traces dans les énoncés qui introduisent, décrivent ou rapportent la rencontre d'un visiteur avec son objet d'intérêt. Le système de marqueurs plurisémiotiques de MacCannell fonctionne à l'identique que cela soit pour construire le caractère authentique d'un espace ou bien pour le doter d'une dimension sacrée (Dann, 1996 : 11). Ainsi, les publicités, les brochures, les réclames parues à la télévision, les journaux et les magazines mobilisent des mécanismes similaires de mise en valeur de l'objet touristique :

> They [les supports de la communication touristique] emphasize the attractions of a place along with the items for which it is well known. By speaking in terms of ritual purification (the onsen with hot spring baths), old-fashioned food (shokusu), the countryside, nature and tradition, they represent a non-ordinary alternative of the past for over-crowded suburbanites of the present. [...] The physical settings, too, with their traditional buildings, shrines, waterwheels [...] are anchored by signs pointing to historical locales and events which can be resurrected in festivals and museums to make tourists feel that they are participating in sacred tradition.
>
> (Dann, 1996 : 11)

Chaque étape de la visite est sujette à des stratégies de valorisation qui visent à élever l'objet à un niveau d'idéalisation supérieure. MacCannell pointe l'usage des énoncés de désignation, il décrit les divers scénarii déployés lors des visites et il s'intéresse aux phénomènes de reproduction sociale mais il ne traite pas de la validation scientifique et sociale du site qui se déroule en amont. Pour le chercheur, la *Sight Sacralization* se scinde en une succession de quatre moments (MacCannell, 2013 : 43) :

- dans la phase de nomination (*naming phase*) (*Ibid.*), le nom de baptême de l'attraction est validé par des mentions, des panneaux, des récits rapportés qui authentifient l'objet comme digne d'intérêt pour le visiteur (Dann, 1996 :41) ;

- au cours de la phase de distanciation et d'élévation (*framing and elevation*), on dresse une barrière invisible entre l'attraction et ses visiteurs ou bien on le surélève (MacCannell, 2013 : 44). Le sentiment révérencieux peut alors se manifester également au moyen de métaphores reprenant le thème du joyau (« si beau, si précieux » (Dann, 1996 : 41)) ;
- l'effet du marquage spatial trouve son paroxysme dans l'étape de l'enchâssement (*enshrinement*). MacCannell illustre cette mise en scène en évoquant la manière dont est disposé l'exemplaire original de la Bible de Gutenberg au musée de Gutenberg en Allemagne (l'ouvrage centenaire est exposé seul sur un piédestal illuminé au centre d'une large salle sombre) (*Op. Cit.* : 45) ;
- enfin, la phase de reproduction mécanique salue le succès de l'ensemble des étapes précédentes. Les copies sous formes de photographies, de statuts et d'objets sont là pour attester de la visite du site et pour faire perdurer le souvenir d'avoir été, à un moment donné, en présence de l'objet sacré. La reproduction sociale survient lorsque les groupes, les villes et les régions prennent le nom de leurs célèbres attractions (*Ibid*.).

Le processus d'élévation d'un endroit au rang de haut-lieux du tourisme implique de doter un objet touristique de caractéristiques jugées par les voyageurs comme importantes et différenciatrices. La sacralisation trouve, par le biais des marques langagières et spatiales, des moyens de réunir les images qui traversent les deux champs symboliques que sont le religieux et le voyage d'agrément. Les étapes formalisant le processus de démarcation d'un site contribuent à extraire celui-ci du temps et de l'espace du voyageur pour le doter d'un caractère unique et exceptionnel le plaçant hors de la portée humaine. Le touriste se rendant sur un emplacement sacré se voit imprégné en retour de l'aura de l'objet. Sa simple présence augmente le pouvoir sacral du lieu (Dupront, 1967 : 101). L'unicité du lieu et la fascination qui en découle offrent au voyageur l'opportunité d'expérimenter des sentiments proches de ceux ressentis par les premiers explorateurs et de rejouer ainsi les scénarii des grandes découvertes du monde.

3.2.5. La construction sociale du regard touristique

Bien en amont du jour du départ, le voyage est nourri par des images vues ailleurs dans des formats variés. Que ce soit dans des manuels scolaires, des reportages, des documentaires, des films ou des séries télévisés, dans des magazines, des revues ou bien dans des guides pratiques ou encore dans des cartes postales reçues… le voyage commence dans le regard de

l'individu et s'y prolonge. D'ailleurs, si la construction du mot anglais *sightseers* peut paraître redondante (le substantif désignant littéralement des « voyeurs de vue(s) »), la composition sémantique de ce vocable permet d'effleurer l'influence de la dimension visuelle dans la réussite de l'expérience touristique dont on souligne l'importance dans cette section.

3.2.5.1. La photographie comme souvenir et comme invitation au voyage

Bien avant la carte postale, la photographie intègre le commerce des objets et des images souvenirs dès la fin du XIX^{e}. L'essor de l'iconographie se produit concomitamment à la mise en place de structures d'accueil et de promotion et au développement des réseaux ferroviaires et routiers (Bouillon, 2012 : 1). Au Mont-Saint-Michel, par exemple, le commerce des photos souvenirs se développe à partir de 1880 et prend son envol lorsque l'accès au site est facilité par la construction d'une digue routière insubmersible (*Op. Cit.* : 1-2). Ces clichés diffusés au sein du cercle familial, puis, plus tard, réalisés sur le lieu même de la visite ont guidé les aspirations des touristes suivants.

La photographie n'est pas seulement un outil technologique, elle représente également une nouvelle manière sociale de regarder le monde (Albers et James, 1988 : 135). Bien qu'elle prétende être une fenêtre sur la réalité, la photo n'en offre qu'une illusion (*Op. Cit.* : 136) ou, au mieux, une vue partielle. Elle peut effectivement présenter un pan d'un objet ou d'un paysage. Les sélections qui s'opèrent en amont (l'angle, le cadre, la lumière…) ne sont cependant jamais neutres ou objectives (*Ibid*.). Par sa facture, la photographie communique à ceux qui la voient des caractéristiques, des valeurs et des opinions (MacKay and Fesenmaier, 1997 : 538) qui sont le résultat d'un choix. L'image photographique construit du sens. Une fois la photo réalisée et partagée, son influence dépasse le seul aspect mémoriel de l'expérience, elle devient alors référence :

> As a form of meaning, photography is a primary medium through which people relate to visual images and make them their own. Once a picture is seen and filtered through the human symbolic system, it is externalized once again in the act of making other pictures and in the act of selecting what to see.
>
> (Albers et James, 1988 : 136)

Par son action et son utilisation dans le tourisme, la photographie est une forme de savoir qui s'impose en tant que première étape dans le chemin de la connaissance (Berger and Mohr, 2016). La scène photographiée et diffusée formule et institutionnalise l'image des lieux à voir et le regard que les voyageurs sont incités à poser sur l'emplacement :

> Photography is [...] intimately bound up with the tourist gaze. Photographic images organize our anticipation or daydreaming about the places we might gaze on. When we are away, we record images of what we have gazed on. And we partly choose where to go to capture places on film. The obtaining of photographic images in part organizes our experiences as tourists. And our memories of places are largely structured through photographic images and the mainly verbal text we weave around images when they are on show to others. The tourist gaze thus irreducibly involves the rapid circulation of photographic images.
>
> (Urry, 1990 : 140)

La photographie remplit de cette manière deux fonctions : d'une part, elle invite à une forme de voyage et, d'autre part, elle certifie le passage du touriste sur le lieu prescrit.

3.2.5.2. Le règne de l'image : la reconnaissance plutôt que la connaissance

Parallèlement aux innovations technologiques induits par la massification de l'utilisation des médias dans notre société, une théorie de la *sightseeing* s'est développée. Dans cette conceptualisation, il est admis que le touriste s'oriente vers les images des choses et non les choses en elles-mêmes (Burgelin, 1967 : 66). L'objet touristique est donc réduit à sa représentation iconographique (*Ibid*.). Dans cette vision, Boorstin oppose les concepts *image* et *ideal* (Boorstin, 1992 : 197-198). L'*ideal* serait à rapprocher, il me semble, de la définition du *canon*. Le modèle (traduction du grec *Kanôn*) inspire les comportements, il peut être atteignable mais il ne peut pas faire l'objet d'une appropriation. L'*image* serait, par contraste, un *pseudo-ideal*, c'est-à-dire une imitation synthétique, crédible, passive sensoriellement, simplifiée et ambigüe du *canon* (*Op. Cit.* : 185). Une image est synthétique dans le sens où elle résulte d'un choix visant à créer ou à recréer une impression particulière. Elle doit faire l'objet d'une adhésion. Pour cela, la photographie, la carte postale ou le *poster*, par exemple, doivent produire un contenu sémiotique en adéquation avec les représentations usuellement véhiculées sur la destination (*Op. Cit.* : 188). À l'inverse du

modèle qui encourage à être atteint, l'image impose son contenu à l'objet qu'elle représente et à son observateur presque naturellement (*Op. Cit.* : 188-189).

Pour attirer et séduire ses spectateurs, l'*image* de Boorstin fait appel aux sens. Elle donne envie de toucher, de voir, de sentir ou de ressentir. Elle doit être suffisamment inspirante pour que celui qui la regarde s'imagine vivant une situation identique (*Op. Cit.* : 193). Pour remplir sa mission, l'image essentialise l'objet représenté. Elle doit être plus simple que celui-ci pour faciliter son imprégnation sur l'observateur. Enfin, elle est ambiguë dans le sens où son contenu sémiotique flotte entre l'imagination et les sens, entre l'univers des promesses et celui de la réalité (*Ibid.)*. L'essentialisation qui caractérise l'image construit une perception de la destination en facettes. En mettant en lumière tel aspect d'un pays plutôt qu'un autre, elle octroie à certains lieux ou à certaines attractions le statut de signes représentatifs de l'endroit visité. Les appropriations de l'image et de l'objet figuré se confondent dans la théorie du *sightseeing*. Le lieu d'intérêt est réduit à ses propriétés symboliques (Burgelin, 1967 : 69). Dans cette perspective, le voyageur est un chasseur d'images, il est un touriste qui reconnaît la chose à voir à la manière d'un signal, sans, semblerait-il, vraiment la voir (*Ibid*.).

3.2.5.3. Les signes visuels de l'expérience touristique

La collecte d'images des lieux symboliques d'une ville s'ajoute aux signes mentionnés *supra*[1] qui capturent, par procédé métonymique, le sens des attractions touristiques qu'ils représentent. Ces éléments façonnent la singularité de l'emplacement. Ce sont eux qui incitent à demander une chambre avec vue ou à apprécier les couleurs des plantes exotiques ou des oiseaux tropicaux (Urry, 1992 : 172). Entre vision partielle de la destination et stéréotypes, il n'y a qu'un pas. Un pas que les agences de promotion franchissent aisément (Dann, 1996 : 74) dans leurs communications : « [w]hen a small village is seen, what is captured through the gaze is the sight of the "real old England". When a man and a woman are seen embracing in Paris the sign that is captured is "timeless romantic Paris" » (Urry, 1992 : 172-173). Le visiteur cherche par son regard à s'approprier un lieu. Entre *romantic gaze* et *collective gaze* (*Op. Cit.* : 173), la démarche du voyageur vacille de la rencontre

[1] *Cf.* « 3.2.5.2. Le règne de l'image : la reconnaissance plutôt que la connaissance ».

quasi-spirituelle avec l'attraction touristique à celle où la présence des autres touristes pointe le succès du lieu visité (*Ibid*.).

Une mer d'un bleu azur, une nature exhibée dans des teintes de vert, une plage de sable blanc…les couleurs dominent le langage iconographique du tourisme. Les isotopes visuels (Febas Borra, 1978 : 95-116) sont souvent des couleurs chaudes. Le bleu et le blanc sont récurrents dans le matériel de promotion des destinations évoquant le paradis sur terre (Cazes, 1974 : 22-23). La polychromie abonde également dans les descriptions et dans les représentations des destinations. Cazes reprend un extrait d'un corpus de publicités sur la Crète pour illustrer l'engouement suscité par la couleur bleue :

> Un je ne sais-quoi de merveilleux et de divin qui naît du bleu drapeau de son ciel, du bleu turquoise de sa mer, du bleu vert des cyprès, du bleu vif des Caïques dans les petits ports, du bleu pâle des agaves le long des routes. Tant de bleus dont vous avez peut-être oublié les nuances…
>
> (Cazes, 1974 : 23)

Le bleu tranquillise et apaise. La transposition symbolique des messages du matériel publicitaire se réalise également par le biais de couleurs éclatantes excluant systématiquement pour les pays du soleil « toute couleur pâle, froide ou dégradée » (*Ibid*.). Le bleu est réservé au touriste, la teinte du gris évoquant les problèmes relève de la partie informationnelle, celle dont s'occupe le tour opérateur ou le voyagiste. L'éco-tourisme est toujours associé au vert luxuriant évoquant la nature (Dann, 1996 : 191). La couleur sert l'image de la destination tout autant qu'elle contribue à attirer l'attention du voyageur.

3.2.5.4. La circularité du regard touristique : les moyens de l'injonction du visuel

L'influence du visuel dans le champ du tourisme ne s'arrête pas à la seule dimension technique de la diffusion des clichés ou à leur caractère physique. Les images touristiques s'étendent à l'univers des images mentales des voyageurs et forment une injonction qui s'appuie simultanément sur des caractères iconographiques et linguistiques. Ainsi, le voyageur se forge une idée, une image rêvée (Boyer et Viallon, 1994 : 71), d'une destination à partir non seulement de ce qu'il a vu mais également de ce qu'il a lu ou entendu sur celle-

ci. Lorsque Montaigne rédige le récit de son voyage en Italie, en Suisse et en Allemagne, il retrace pour d'autres un itinéraire marqué par des escales et par la visite de points d'intérêt (Dann, 1996 : 71). Lorsque les premiers guides pratiques utilisent, dès leur apparition en 1552, des légendes et des abréviations, ils pointent les villes importantes et les distances à parcourir : « depuis la fin du XVI^{e} jusqu'au milieu du XIX^{e} ces ouvrages ont fixé, précisé le *vivendum*, le *sight-seeing*, ce qui doit être vu » (Boyer et Viallon, 1994 : 55). La signalétique dirige le regard. Les mots agissent de même. Par exemple, Urry observe que le champ sémantique du visuel est fortement mobilisé dans des extraits de matériaux promotionnels de West Edmonton Mall : « *Imaging* visiting Disneyland, Malibu Beach […] *Contemplate* the Mall's indoor lake complete […] *you can view* sharks, octopi, tropical marine life [...] » (Urry, 1991 : 44). Cazes constate également l'influence du langagier et de l'iconique dans une analyse des représentations du Tiers-Monde véhiculées dans des supports publicitaires. Les descriptions et les représentations

> […] offrent une image extraordinairement étirée et délayée de l'espace, avec la fréquence des photographies obliques aux horizons fuyants et surtout la lancinante répétition de termes évocateurs : immense, éternel, infini, innombrable, sans fin, sans bornes, vaste, vide, le grand large, le grand sud, les vastes horizons, les paysages démesurés […] Les plages sont « longues », « immenses », « désertes », « infinies », « offertes », l'été « éternel » ou « perpétuel », aussi « disponible » en permanence que le soleil.
>
> (Cazes, 1974 : 21)

À l'égal du procédé photographique, la mise en mot de la destination précède le regard et l'oriente (Dann, 1996 : 21) :

> People go to see what they know is there. The only thing to record, the only possible source of surprise, is their own reaction [...] Much of our interest comes from our curiosity about whether our impression resembles the images found in newspapers, in movies and in television ... we go not to test the image by reality but to test reality by the image. Is the Trevi Fountain in Rome really like its portrayal in the movie *Three Coins in the Fountain*?
>
> (Boorstin, 1992 : 116)

Le pouvoir mémoriel de l'image dépasse, en ce sens, celui de la découverte ou de l'expérience. En amont ou en aval, une photo d'un volcan au Mexique, une carte postale

d'un petit village suisse, une vue des deux tours de Manhattan dans une série télévisée américaine participent à la tautologie du voyage (Boorstin, 1992 : 117). La construction sociale du regard touristique ne résulte pas uniquement d'un dictat sémiotique. Le processus est davantage pervasif. Il associe également à ce paradigme une dimension linguistique. On ne peut en ce sens dissocier le visuel de son pendant linguistique dans les procédés mis en œuvre pour se positionner dans le champ du tourisme. Les deux aspects façonnent les comportements des touristes et leur imaginaire tant en amont du séjour que durant leurs vacances ou à leur retour.

3.2.6. Enchantement et tourisme

En amont on a observé que le paradigme de la distinction agit sur les tendances touristiques et sur les nouvelles pratiques de voyage. On a ensuite rappelé en quoi certains procédés plurisémiotiques et langagiers servent à rendre une destination authentique ou à la doter d'un caractère sacré. Enfin, on a constaté que dans le champ du tourisme, les éléments iconographiques et langagiers procèdent d'une herméneutique fermée où l'expérience rêvée submerge la rencontre vécue avec l'Ailleurs et l'Autre. Dans cette section, on affirme que ces quatre lignes de tensions agissent sur les comportements collectifs et individuels des voyageurs dans la poursuite d'une même finalité : maintenir coûte que coûte les effets enchanteurs du voyage[1].

3.2.6.1. Le déni des réalités marchandes

Les individus, qu'ils soient de simples voyageurs ou des acteurs de l'industrie touristique, « coproduisent un déni des caractéristiques marchandes des services » et aspirent à maintenir à n'importe quel prix « une relation enchantée au monde social »[2] (Réau et Poupeau, 2007 : 10) au moyen de la dénégation de la réalité économique de l'opération transactionnelle qui les relie (Winkin, 2002 : 173). Pour encourager l'adhésion des touristes, des mécanismes d'euphémisation des rapports commerciaux sont déployés

[1] La question traitée dans cette section a fait l'objet d'un article (Pereira Couttolenc,2022).
[2] Réau et Poupeau (2007) réinvestissent le concept d'*enchantement* proposé par Winkin (2002).

(Réau et Poupeau, 2007 : 10). La magie de l'illusion touristique[1] met en suspens le temps et l'espace pour un moment. La réalité ordinaire s'efface alors au profit de la valorisation symbolique de la destination. Or, quand on est enchanté, un état d'euphorie nous envahit (Winkin, 2002 : 170). Un état qui se doit d'être constant et maintenu. Alors, à l'égal du petit enfant, le touriste charmé se prend au jeu du « faire comme si » (Dann, 1996 : 101). Il rencontre Néfertiti, il fait l'expérience de New York en prenant le *subway*. Les touristes « savent bien, mais quand même » (Winkin, 2002 : 170). Pour échapper à leur réalité quotidienne et se fondre dans un espace-temps éloigné, distant et distinct, réel ou mis en scène, les voyageurs acceptent une régression temporaire qui leur est salutaire et leur apporte plaisir et bonheur (Dann, 1996 : 111-115).

3.2.6.2. Le déni des réalités sociales

Le déni ne serait applicable, pour Réau et Poupeau, qu'au tourisme organisé (Réau et Poupeau, 2007 : 10) et à la consommation de produits touristiques achetés sur des catalogues à partir d'images et d'énumérations de prestations. Cependant, la conceptualisation anthropologique de Winkin pour décrire le tourisme au prisme de l'enchantement ne se limite pas aux seuls aspects financiers et organisateurs du tourisme de masse. Pour l'auteur, le concept opère simultanément une suspension des règles économiques et des règles sociales (Winkin, 2002 : 169 - 170). Pour Winkin, le phénomène engage une interruption de toutes les opérations visant à conforter l'incrédulité dans une situation donnée (Winkin, 2002 : 169 - 170). Il intègre dans ce paradigme tout à la fois les destinations créées avec l'objectif de transporter les touristes dans un autre univers (« Disney, Sun Park et autres Club Med ») ; celles qui ont été rétablies pour répondre au désir d'illuminer les visiteurs (« Bahia, Édimbourg, Paris, etc. ») ; les lieux introduits par un guide ; et ceux investis temporairement par un festival, un marché forain ou une braderie (*Op. Cit.* : 178). Dans une étude portant sur la diversité enchantée et sur les rapports

[1] Comme beaucoup de pratiques publicitaires, les pratiques de promotion touristique empruntent beaucoup d'éléments à l'univers de la magie (Dann, 1996 : 56). La magie se perçoit comme une herméneutique qui organise la perception de la réalité, une mythologie, où une transformation immédiate peut avoir lieu par le simple emploi d'un rituel langagier ou sémiotique (*Op. Cit.* : 55). La magie détient le pouvoir de déformer l'espace et le temps, de nous transformer, de rendre nos désirs atteignables et d'agir dans l'immédiat (*Op. Cit.* : 55-56). Pour exécuter le rituel, des formules, des instructions, la convocation de noms de divinités (soient des instruments linguistiques) et des amulettes et des talismans (soit des objets, c'est-à-dire des instruments non linguistiques) sont nécessaires.

symboliques dans les quartiers du Nord-Est de Paris, Corbillé remarque que le déni des réalités sociales et économiques laisse son empreinte sur les énoncés des guides touristiques introduisant leur démarche auprès de leur assistance :

> Cela apparaît clairement dans la manière dont les guides se présentent au début de chaque visite : tous précisent qu'ils ne sont pas des guides touristiques dont la ville constituerait le fonds de commerce, mais des accompagnateurs révélateurs de quartier, signifiant par là l'existence d'un rapport quasi magique et poétique à la ville auquel il est demandé aux visiteurs d'adhérer.
>
> (Corbillé, 2009 : 40)

L'accord tacite entre acteurs et usagers du voyage ne s'arrête pas aux pratiques langagières des « ingénieurs de l'enchantement » (Winkin, 2002 : 172) ni aux seuls aspects logistiques ou économiques du voyage. Comme le mentionne Corbillé, en évoquant les itinéraires hors-des-sentiers battus de l'association du tourisme *Belleville Insolite*, la concordance s'établit également sur une perception enjolivée des rapports sociaux et culturels où les rencontres avec la population sont limitées dans le temps et dans l'espace (Corbillé, 2009 : 45). Pour les visiteurs en quête d'authenticité et d'insolite[1], les relations tissées lors de ces expéditions avec les gens du quartier ne peuvent être que plastiques et diffèrent fortement des liens plus durs qui existent entre les habitants (*Op. Cit.* : 46).

Selon Papen, le tourisme de l'Altérité, comme celui dépeint précédemment ou bien celui que l'on rencontre dans les séjours de découverte des communautés locales en Afrique, présente en apparence les caractéristiques d'un discours promouvant la diversité culturelle (Papen, 2005 : 80). Sur le terrain, les pratiques sont autres. Les promoteurs et les agents intermédiaires de l'industrie touristique construisent pour les visiteurs une version plus désirable des réalités sociales (*Ibid*.). Les supports promotionnels d'agences locales de voyages en Namibie proposant une immersion de qualité dans la culture notamment par la visite de Katutura (un *township* de Windhoek marqué par la ségrégation raciale) ne

[1] Les travaux de recherche de Corbillé s'intéressent aux pratiques touristiques d'une association de tourisme installée dans le 11e arrondissement de Paris, *Belleville insolite*, qui proposait de parcourir autrement la richesse de ce quartier « populaire et multiethnique ». Les modalités proposées étaient celle de la « découverte comme mode de relation à l'espace et aux autres citadins », celle de « l'authentique comme quête et moteur de la découverte » et enfin celle de la culture (Corbillé, 2009 : 31).

mentionnent à aucun moment les divisions persistantes entre communautés (*Op. Cit.* : 88). Au contraire, dans les brochures, l'histoire et la culture sont simplifiées dans une narration invitant à découvrir une image stéréotypée de la vie locale et de ses richesses pluriculturelles. Le passé récent est tu. L'histoire est « héritage » et la culture devient « folklore » (*Op. Cit.* : 88-89). La recherche de l'authentique (Corbillé, 2009 : 47) se confronte paradoxalement à l'acceptation d'un voile d'émerveillement qui recouvre tout autant les yeux du voyageur qu'une réalité dérangeante, à bien des égards :

> Beneath the presentation of the township as a place where tourists can experience the diversity of Namibia's history and present cultures is a common dilemma of « Third World » tourism. Tourists who come to visit the townshop want to « experience » Katura « face to face », but this does not mean that they necessarily want to look inside its shacks and houses. Poverty, malnutrition, sickness and death, all phenomena that even an ephemeral glance at Katura reveals, do not lend themselves to the beatifying tourist gaze.
>
> (Papen, 2005 : 89)

Les travaux de Papen démontrent qu'en dépit des intentions des acteurs du tourisme de sortir des sentiers battus de l'exotisme, les démarches éco- ou ethno-touristiques proposent des narrations simplifiées et atemporelles de la vie des communautés locales de Namibie.

3.2.6.3. La figure du post-touriste comme touriste expérimenté

Pour Winkin, le touriste ne serait pas dupe (Winkin, 2002 : 170) des stratagèmes déployés par l'industrie touristique mais résigné (Cohen, 2008 : 331). Il s'abandonnerait volontairement, et parfois même avec enthousiasme ou ironie, aux jeux des mises en scènes qui masquent la dimension commerciale de l'interaction entre visiteurs et visités (Cohen, 2008 : 331-332 ; Cousin et Réau, 2016 : 43-44). Cette forme de « réenchantement momentané du monde » (Winkin, 2002 : 170) induit donc une autre attitude de la part des voyageurs : celle d'être conscient de faire partie d'un processus de co-construction de l'événement touristique où leur participation est active et essentielle (Gravari-Barbas et Delaplace, 2015 ; Wood, 2005 : 321). Le *post-tourist* (Feifer, 1985) compose sa propre expérience touristique à partir de ce que les acteurs du secteur touristique lui proposent (Gravari-Barbas et Delaplace, 2015).

Ce voyageur-là n'est pas un observateur aguerri mais c'est un individu au fait des réalités de sa propre condition et des contraintes posées par l'industrie touristique (*Op. Cit.* : 318). Il se déplace lentement prenant le temps d'effleurer la poussière d'un signe, d'attraper des bribes de conversations, de percevoir une situation dans son ensemble et de se perdre dans les labyrinthes d'une attraction. Il est entouré par la foule ou il voyage en solitaire. Pour lui, l'authentique repose tant dans les détails d'un lieu que dans les efforts mis en place pour le valoriser. L'artificiel serait à saisir comme une dimension additionnelle et constitutive de l'expérience de la destination. En ce sens pour Wood, les figures du flâneur et du *post-tourist* sont identiques :

> Both adopt a stance that conveys recognition, even celebration, of the artificiality of the performance. Both also transform the totalizing spectacle of contemporary life into objects, snapshots, glances, and souvenirs, often in unintended ways – « dragging » new meanings upon established ones, superimposing personal meanings upon institutional ones.
>
> (Wood, 2005 : 321-322)

Le *post-tourist* incarnerait donc la figure du flâneur (Wood, 2005 : 317-318) qui joue le jeu du tourisme en se jouant de ses dictats.

3.2.6.4. La construction linguistique et visuelle d'une destination merveilleuse

La magie du temps qui s'arrête s'appuie sur les indices temporels d'un texte, sur le caractère essentialiste d'une photo qui illustre et fige un paysage. Certains aspects du phénomène de l'enchantement ont été largement étudiés par les chercheurs en sciences du langage. On en présente *infra* les manifestations linguistiques et visuelles.

Le recours aux procédés linguistiques du discours de célébration

Dans une étude sur les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques, Kerbrat-Orecchioni pointe des éléments de langage qui concourent à

valoriser un lieu sous l'égide du discours de célébration[1]. La dimension sémantique d'un « vocabulaire axiologique, d'hyperboles et d'euphémismes, de connotations poétiques voire parfois érotiques » (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 146-147) dessine[2] les contours merveilleux d'un espace idyllique. L'auteure indique, par ailleurs, que les atours de la destination (*Op. Cit.:* 135) se dessinent dans l'amoncellement d'adjectifs axiologiques positifs[3] (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 83-146) tels que « superbe », « agréable » ou « charmant » (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 137). La surabondance de ces évaluateurs contamine, par leur présence, les valeurs appréciatives que le lecteur devrait attribuer au référent décrit[4]. Le procédé est habile. L'énonciateur, qu'il soit narrateur d'un récit ou guide touristique, décrit un voyage, une attraction, un paysage en lui attribuant des caractéristiques qu'il juge pertinentes pour son audience. Ce faisant, l'évaluateur projette sur l'objet ses critères individuels d'évaluation, supposant alors que l'échelle de valeur sur laquelle il s'appuie est connue, partagée et acceptée parmi les membres de sa communauté d'appartenance (*Op. Cit.* : 146-147). En accordant à l'objet touristique des qualités de grandeur, d'unicité, d'exceptionnalité, de mémorabilité, l'auteur se voit valorisé en retour d'avoir visité, vu, ou été en présence d'un lieu si remarquable. Le lecteur n'échappe pas à la magie de l'incantation : en lisant le témoignage ou le descriptif, il devient (potentiellement) le héros du récit et se trouve au cœur de la projection des valeurs prescrites par le narrateur.

À la liste des procédés qui forgent, pour le plaisir du lecteur ou de l'observateur, un monde fantastique (Dann, 1996 : 61), il faut ajouter celui de minimiser les éléments dysphoriques (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 140). En effet, au commentaire qui atténue

---

[1] Kerbrat-Orecchioni ne développe pas son travail dans le cadre d'une illustration des effets de l'enchantement. Cette association est de mon fait. J'ai, en effet, choisi de réunir différents travaux dans cette section qui me paraissent éclairer le phénomène.

[2] Il est nécessaire à ce stade de préciser que je rejoins les thèses de Kerbrat-Orecchioni quant à la subjectivité actualisée et marquée en langue par l'énonciateur qui en fait l'usage. Ainsi, à son instar, je considère que les « "mots" de la langue ne sont jamais que des symboles substitutifs et interprétatifs des "choses" » et qu'en ce sens les unités lexicales ne sont pas des « étiquettes signifiantes » apposées sur des objets qui leur préexisteraient (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 70). Si on se garde d'adopter une démarche whorfienne du tout déterministe, il n'en demeure pas moins qu'on considère que les mots portent en eux le sens des multiples manipulations dont ils ont fait l'objet dans une communauté parlante (*Ibid*.), ainsi qu'on l'a précisé lors de la mobilisation du concept de *mémoire interdiscursive*. De cette posture découlent deux postulats : la subjectivité du langage et une forme de contrainte qui agit sur les « comportements perceptifs et descriptifs de la communauté parlante » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 70).

[3] On revient sur la description des axiologiques en section « 5.3.3.1. Les adjectifs subjectifs ».

[4] On précise ce point dans la section « 5.3.3. Les indicateurs du système d'appréciation de l'énonciateur ».

potentiellement une perception idyllique de l'expérience est opposée systématiquement une évaluation positive articulée par apposition ou par emploi de la conjonction adversative « mais »[1]. La neutralisation d'un préjugé, d'une critique ou d'un fait social ou politique déplaisant peut également s'effectuer au moyen de la dénégation :

> Le texte [celui d'une brochure touristique] comporte bien quelques évocations négatives, mais qui n'apparaissent que pour être aussitôt balayées : Chypre n'a rien d'un ilot désertique perdu en mer Méditerranée. La suite s'employant à combattre le préjugé et à neutraliser les termes *îlots* (« plus de 700 km de rivages », « la troisième île de la Méditerranéen »), *désertique* (« coteaux de vignobles et vergers abondants ») et *perdu* (insistance sur la proximité de Rhodes, de la Crète et des côtes turques). Quant à l'épineuse question de la partition de l'île, sur laquelle il est difficile de faire silence, elle est évoquée à travers la formule superbement euphémistique (puisque « particularité » est quasiment un terme positif) : sa particularité est cette division de l'île.
>
> (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 138)

Par ailleurs, la réunion des contrastes n'est pas rare dans les stratégies de séduction. Le destinataire, quel qu'il soit, se voit offrir les promesses d'un site qui allie magiquement les critères de tradition et de modernité, ceux de caractère sauvage et de vertus hospitalières (*Op. Cit.*: 138). En associant des valeurs radicalement opposées, le prospectus vise un large public auprès duquel il professe l'assurance que la diversité des paysages saura satisfaire tous les types de publics (*Op. Cit.* : 140). L'irréalisable pointe à l'horizon mais l'envoûtement fonctionne et s'étend au-delà des limites du voyage. De fait, l'état d'euphorie dans lequel tout un chacun est plongé au cours du voyage se prolonge dans les marques linguistiques bien après la fin du séjour. L'analyse pragmatique des notes inscrites au dos des cartes postales révèle que les images idéalisées au *recto* de la carte sont les échos des appréciations positives exprimées au *verso* (Kennedy, 2005) :

[1] Dans les textes touristiques (guides, brochures …), l'auteure remarque que la conjonction « mais » est un opérateur privilégié du mécanisme de « balancement axiologique » qui ponctue l'apparition d'un élément dysphorique selon le mode concessif suivant « l'été est très chaud mais pas trop humide » (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 140).

> There appears to be a social rule operating that the sender should project a positive image of the activities presented in the postcard – the overall impact on the reader is one of positive evaluation. It is expected and accepted that negative elements should generally be suppressed or at least minimized. Holiday should be presented as enjoyable experiences and it is not acceptable to admit to any problem, unless it is to turn it into a joke or exaggerate it so that it becomes unreal. [...] where negative statements do occur, hedging is used as a politeness device to attenuate the potentially negative impact on the reader.
>
> (Kennedy, 2005 : 234)

La photographie participe d'une manière similaire à cette mise en beauté de la destination pour le regard du lecteur ou du futur visiteur.

Les moyens visuels de l'enchantement

Tourisme et photographie construisent le sens de la narration du voyage (Baerenholdt 2004 : 69). On l'a mentionné, l'image capturée et diffusée dans la sphère publique répond à une injonction du visuel qui inspire le voyageur et conditionne son départ (Jenkins 2003 : 308 ; Urry 1990 : 138). Or, la construction sociale du regard touristique ne se limite pas aux images (visuelles ou textuelles) véhiculées dans une société. Elle s'agglomère aussi aux murs, aux enceintes, aux espaces désignés comme l'attraction ou la destination : « [p]laces possess certain material and imagination stimulating qualities. They are able to attract tourists because they also represent these qualities *prior* to the arrival of tourists » (Bærenholdt, Haldrup, Larsen et Urry, 2004 : 13). En modulant les spécificités d'un lieu (son histoire, ses couleurs, sa modernité, sa finalité mémorielle ou hédoniste etc.) aux canons de la photographie touristique, le paysage ainsi capturé renforce les effets de l'enchantement. On retrouve alors des clichés de plage associant le bleu profond de l'océan à l'azur clair du ciel et au blanc des plages de sable corallien ou encore les coloris de villages perchés sur les flancs d'une montagne ou d'une côte. On a glané quelques exemples de ces récurrences chromatiques au sein de supports propres à la communication touristique :

Illustration 1a. Le ciel bleu dans des guides touristiques.

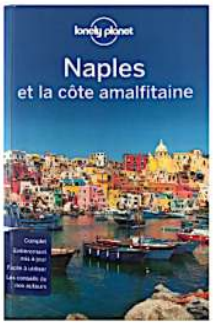
Bonetto, C., Smith, H., *Naples et la côte amalfitaine*, Lonely planet, Baume-les-Dames, 2016.	Gloaguen, P., *Autriche*, Le Routard, Hachette, Mayenne, 2018.	Gloaguen, P., *Bretagne Sud*, Le Routard, Hachette, Lavis, 2018.	*Scotland*, DK Eyewitness Travel Guide, 122-123, London, 2008.
			

Illustration 1b. Le ciel bleu dans des magazines de la presse voyage.

Elle Voyage, hors-série n°20, printemps 2020.	Dupuis N., Salvaing M., « La magie Tahiti », *Elle Voyage*, hors-série n°20, 30-31, printemps 2020.	New York, *Monde Voyages*, Presse Actu, 8-9, Paris, 2020.	New York, *Monde Voyages*, Presse Actu, 37, Paris, 2020.

Illustration 1c. Le ciel bleu dans des brochures ou des sites de voyagistes.

Brochure été-hiver 2021-2022, *Compagnie du Ponant*, 1, consultée en ligne le 15 juillet 2021. (https://www.ponant.com/brochures)	Brochure été 2021, *Compagnie du Ponant*, 1, consultée en ligne le 15 juillet 2021. (https://www.ponant.com/brochures)

Comptoir des voyages, page d'accueil du site internet consulté le 15 juillet 2021. (https://www.comptoir.fr)	*Kuoni*, page d'accueil du site internet consulté le 15 juillet 2021. (https://www.kuoni.ch/fr/)

L'iconographie suggère que la destination est une source de plaisirs illimités (Dann 1996 : 195) tout en attestant de la présence de l'auteur et, par conséquent, de la véracité de son témoignage (Kerbrat-Orecchioni 2004 : 135). En mêlant effet de suspension du temps, voyage dans l'espace et preuve physique du séjour réalisé, le glissement vers le merveilleux s'effectue inexorablement et sans heurt pour le lecteur. Pour décrire

l'enthousiasme visuel et énonciatif qui singularise les comportements dans le champ du tourisme, Cazes évoque une vision euphorique du monde du tourisme. L'auteur, dans son élan, décrit, sans pondération aucune, « l'incontinence verbale » qui inonde les productions touristiques de superlatifs (Cazes, 1976 : 42). À la lecture des procédés employés pour brosser un portrait embelli, voire merveilleux de la destination, le sort jeté par la magie du langage (Dann, 1996 : 55) ne peut que fonctionner. Seules comptent les aspirations du voyageur à rejoindre le temps d'une parenthèse un endroit plus lumineux, que celui-ci soit une illusion ou non.

3.2.7. Synthèse et apports pour la question de recherche

Phénomène historique, social et culturel, le champ du tourisme s'est développé sur la base de paradigmes qui influent sur les attitudes, les croyances et les valeurs des voyageurs de toutes les époques. Dans cette section, on a tout d'abord démontré la manière dont les mécanismes de distinction entre individus et d'imitation des pratiques œuvrent perpétuellement en faveur de nouveautés. On a observé que, tandis que les premiers touristes cherchaient à s'approprier un modèle de voyage réservé à une clientèle de renom dotée de moyens financiers conséquents, les suivants choisissent des modalités d'explorations variées. L'égotisme encouragé par le couple distinction-imitation s'est ainsi perpétué au fil des décennies. On a ensuite souligné que l'authentique est une valeur inatteignable qui agit à l'égal d'une injonction du vrai. Puis, on a établi la manière dont le voyageur s'imprègne de l'histoire des êtres ou des faits qui ont marqué la destination à l'égal d'un rituel sacral qui rappelle à bien des égards ceux des pèlerinages. On a décrit également la manière dont la perception de l'attraction, de son caractère superficiel ou authentique, sacré ou singulier se construit dans le regard de l'individu en amont du voyage. On a pointé notamment que l'image de l'objet touristique se forge, dans l'esprit du voyageur, au cours de chacune de ses rencontres avec le lieu rêvé avant de partir. Le voyageur alors submergé des images (textuelles et visuelles) qui l'entourent s'y enfouit ne cherchant qu'à valider les promesses vues ailleurs. On a enfin souligné que l'expérience touristique ne saurait être réussie sans enchantement. Langage et visuel se réunissent alors pour proposer au voyageur une image merveilleuse du voyage en cours ou à venir.

Les paradigmes identifiés laissent des traces de leur présence dans les productions verbales et non verbales des agents du champ : ainsi le fonctionnement du paradigme de la

distinction repose sur un discours antitouristique et se matérialise dans les énoncés par un dénigrement de la figure du touriste indépendamment de l'époque étudiée ou de la nature du grief ; la sacralisation d'un lieu se donne à voir dans la mise en scène spatiale de l'attraction et dans le lexique employé pour le décrire ; des marqueurs linguistiques (tels qu'épithètes ou adverbes etc.) sont utilisés pour construire le caractère authentique de l'objet touristique ; la construction du regard du voyageur se fait au contact des photographies publiées dans les magazines de la presse voyage, des images aperçues dans des films, des éléments de signalétiques qui orientent son attention dans les guides pratiques, dans les textes de contextualisation historique et culturel des sites à visiter… ; enfin, l'enchantement impose l'emploi de stratégies de valorisation de la destination et de procédés d'euphémisation des éléments dysphoriques. Le champ du tourisme est ainsi traversé par des lignes de tension qui agissent tant sur les représentations collectives que sur leur appropriation individuelle et qui déposent les indices de leur présence dans le tissu langagier des voyageurs.

Les pratiques langagières et visuelles des acteurs et des usagers du tourisme investissent un espace habité de paradigmes longuement forgés et consolidés au cours des siècles précédents. En conséquence, une parole nouvelle s'inscrivant dans la dynamique d'un champ déploie ou non, retravaille ou non, les traits[1] de ces forces symboliques. Dans une approche théorique intégrant au sens large les conditions de production du discours, la caractérisation de la présentation de soi des auteurs de blog voyage requérait d'appréhender et de décrire les lignes de force qui façonnent l'imaginaire touristique et qui traversent le champ du tourisme. À partir de la prise en compte des spécificités communicatives du blog voyage et de sa description en tant qu'objet relationnel ancré dans le social, on pose, et ce désormais de manière explicite, que les pratiques des auteurs et des lecteurs du blog s'inscrivent parmi celles circulant dans le champ touristique. Par conséquent, on formule l'hypothèse que les comportements exprimés en réception ou en production dans les blogs voyage porteront les marques de présence d'un ou de plusieurs des paradigmes identifiés et exposés en amont. Sans que ce prisme serve d'entrée d'analyse du corpus, il sera une clé de lecture utile à mobiliser durant la phase interprétative des résultats.

[1] À partir de la description des manifestations des paradigmes, on entend par « traits » des éléments de nature sémantique, syntaxique, énonciative et sémiotique.

3.3. Le champ discursif du tourisme

Dans la section suivante, on capitalise les apports de la précédente section et on mobilise les travaux de Maingueneau quant à la notion de *champ discursif* afin de définir le champ discursif du tourisme.

3.3.1. Champ social et circulation des discours

Dans la conception bourdieusienne, chaque agent d'un champ social donné est pris dans une dynamique de luttes où les positions, de dominants et de dominés, sont constamment réévaluées à l'aune des stratégies de succession[1] ou de subversion[2] déployées par les nouveaux entrants. Les postures déjà bien installées assoient leur statut par la diffusion de leur existence, de leur contenu et de leurs règles de fonctionnement autorisant ou dénonçant celles qui sont divergentes (Bourdieu, 1976 : 96). Le propre d'un champ social est de rendre ces postures évidentes en cachant les mécanismes d'autoconfirmation et d'autorenforcement qui caractérisent son fonctionnement circulaire (Bourdieu, 1976). Cette affirmation, extraite d'un article portant sur le champ scientifique[3], évoque en creux le rôle du discours dans les mécanismes qui reproduisent socialement l'ordre établi. Bourdieu évoque, à titre d'exemple de diffusion institutionnelle, le rôle de l'enseignement qui sélectionne et forme les futurs chercheurs et qui contrôle tant l'accessibilité des instruments de la recherche que la publication des travaux (*Op. Cit.* : 100) favorisant de la sorte une nécessaire adhésion aux présupposés du champ (*Ibid*.). De la même façon, le sociologue note que les revues, opérant en fonction des

---

[1] Bourdieu décrit les stratégies de succession dans le cadre de son étude sur le champ scientifique. Il indique notamment que ces « placements sûrs » permettent à tout nouvel entrant de s'assurer de la suite de sa carrière dans le domaine. Dans sa quête de légitimité à dire et d'autorité à acquérir, ses innovations s'inscrivent dans la continuité des précédents travaux réalisés et sont circonscrites aux limites autorisées par les postures dominantes dans le champ (Bourdieu, 1976 : 96).

[2] Dans la logique du champ de production symbolique où des postures en dominent d'autres, les stratégies de subversion sont des « placements plus coûteux et plus risqués qui ne peuvent assurer les profits promis aux détenteurs du monopole de la légitimité scientifique qu'au prix d'une redéfinition complète des principes de légitimation de la domination : les nouveaux entrants […] ne peuvent battre "les dominants à leur propre jeu" qu'à condition d'engager un surcroît d'investissements proprement scientifiques, et sans pouvoir en attendre des profits importants » (*Op. Cit.* : 96-97).

[3] Le parallèle que j'établis implicitement entre le champ social scientifique et celui du tourisme est légitimé par l'affirmation suivante de Bourdieu : « on peut, tout au long de ce texte, remplacer écrivain par artiste, philosophe, intellectuel, savant, etc. et littéraire par artistique, philosophique, intellectuel, scientifique, etc. […] Cela ne signifie pas que l'on ignore les différences entre les champs. Ainsi, par exemple, l'intensité de la lutte, et le degré auquel elle prend des formes visibles, donc conscientes, varient sans doute selon les genres, et selon la rareté de la compétence spécifique qu'ils exigent à chaque époque » (Bourdieu, 1991 : 4-5).

critères dominants, consacrent les productions conformes aux principes de la *doxa* officielle en cours (*Op. Cit.* : 96). La parole ainsi diffusée dans les médias ou dans les institutions est porteuse de systèmes d'évaluation et de valorisation qui visent à maintenir des certitudes et à écarter des doutes. Ces représentations collectives jouent un rôle crucial pour qui veut appréhender clairement les dynamiques de positionnement dans un champ social :

> […] une sociologie scientifique de la science (et la sociologie scientifique qu'elle contribue à rendre possible) ne peut se constituer qu'à condition d'apercevoir clairement qu'aux différentes positions dans le champ scientifique sont associées des représentations de la science, stratégies idéologiques déguisées en prises de position épistémologiques par lesquelles les occupants d'une position déterminée visent à justifier leur propre position et les stratégies qu'ils mettent en œuvre pour la maintenir ou l'améliorer en même temps qu'à discréditer les tenants de la position opposée et leurs stratégies.
>
> (Bourdieu, 1976 : 104)

Aux positions des acteurs dans le champ sont donc associées des représentations sociales qui habitent les énoncés de chacun des protagonistes.

3.3.2. La notion de champ discursif

Dans l'espace bourdieusien, ce ne sont pas uniquement les acteurs du champ qui interagissent entre eux et s'affrontent en quête d'une posture de légitimité et d'autorité. Les imaginaires se rencontrent et inspirent les individus qui investissent à leur tour le champ étudié des représentations collectives qu'ils partagent avec les membres de leur communauté et qu'ils se sont appropriés. La notion de *champ social* intègre, dans sa conceptualisation, les conditions de production et de (re)production de positionnements étayés et diffusés par le langage. Les individus construisent, par l'intermédiaire de leurs pratiques et de leurs croyances mises en mots, les phénomènes sociaux qui, à leur tour, alimentent la société de productions verbales et non-verbales porteuses de représentations. Maingueneau, poursuivant le raisonnement de Bourdieu en termes de *champ de forces*, de *positionnements* et de *représentations* (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 187), développe le corollaire discursif du *champ social*. Pour l'analyste du discours, le *champ discursif* (Maingueneau, 1983 : 15) désigne un espace constitué à partir d'un « ensemble de discours qui interagissent dans une conjoncture donnée » (Maingueneau, 2002a : 97) et où un « ensemble de formations discursives (ou de

positionnements) sont en relation de concurrence au sens large » et « se délimitent réciproquement » (*Ibid*.) en une région déterminée de l'univers discursif[1] :

> « Concurrence » est à prendre de la manière la plus large ; elle inclut aussi bien l'affrontement ouvert que l'alliance, la neutralité apparente, etc. entre des discours qui possèdent la même fonction sociale et divergent sur la façon dont il faut la remplir. Il peut s'agir de champ politique, philosophique, dramaturgique, grammatical, etc…
>
> (Maingueneau, 1984 : 28).

Un *champ discursif* n'a pas une existence physique (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 189), c'est une abstraction (Maingueneau, 1984 : 28). Cet espace n'est ni stable ni homogène. Le découpage de l'univers en champs ne vise pas à délimiter des zones (*Ibid*.) indépendantes et autonomes. Le champ discursif pointe une région en constante évolution puisque résultant de la coopération ou de la lutte d'une multitude d'acteurs pour gagner ou pour maintenir active une autorité énonciative (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 189). Filant la métaphore de l'espace géographique, Maingueneau indique que la composition (dynamique) de ce territoire qu'est le champ discursif gravite autour d'une zone centrale, se dotant de fait d'une périphérie et d'une frontière. Au centre, l'auteur précise que se trouvent les positionnements, dominants et dominés (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 189). S'appuyant sur l'exemple du champ discursif politique, l'auteur précise :

> En politique, on parle par exemple de « partis de gouvernement ». Les positionnements de la périphérie, eux, peuvent correspondre à trois cas de figure très différents : 1) ceux qui dans un état antérieur du champ étaient au centre, mais qui ont été progressivement marginalisés (par exemple en France le Parti radical) ; 2) les nouveaux entrants qui espèrent accéder au centre ; 3) ceux qui ne prétendent pas occuper un rôle central, mais qui s'efforcent de définir un sous-champ relativement autonome ou une « niche » : par exemple les mouvements régionalistes ou corporatistes (les chasseurs, les paysans...).
>
> (Maingueneau et Guilbert, 2019 : 189)

[1] L'*univers discursif* est un ensemble large mais nécessairement fini qui regroupe, au cours d'une configuration sociale et historique donnée, l'ensemble des formations discursives circulant dans une communauté discursive (Maingueneau, 1984 : 27). Le concept, ainsi défini, pose l'existence d'« une étendue maximale » à partir de laquelle il est possible d'étudier des ensembles plus restreints, des champs discursifs (Maingueneau, 1984 : 27).

L'enjeu, pour le nouvel entrant, est donc d'inscrire dans un ensemble, qui se trouve toujours déjà saturé des précédentes interventions, une parole à une certaine place existante ou nouvelle (*Ibid*.), ceci en vue d'obtenir ou de préserver un maximum de légitimité énonciative (Maingueneau, 2002a : 97).

3.3.3. Le champ discursif du tourisme

Le concept de *champ discursif*, fondé à partir de son homologue bourdieusien et réinvesti dans la discipline de l'AD, permet d'opérer un déplacement de l'analyse des dynamiques représentationnelles qui influent sur les comportements vers les dynamiques qui animent les discours du tourisme. Sur ce point on précise que, selon l'acception élargie de Yanoshevsky, on conçoit les discours du tourisme comme : intégrant l'exploration de la mise en mots et de la mise en tourisme de la destination mais également de la mise en littérature de l'expérience touristique et du patrimoine ; comprenant les discours s'adressant aux touristes et ceux qu'ils produisent quant à leurs expériences touristiques ; associant les représentations graphiques et les représentations visuelles de l'espace visité, c'est-à-dire les panneaux, les cartes, les indications de routes ; traitant des textes et des objets qui retracent l'expérience touristique (« comme les pins, les souvenirs ») (Yanoshevsky, 2021 : 6).

On l'a établi, le champ social du tourisme se caractérise par un ensemble d'individus et d'acteurs institutionnels ou privés qui agissent et interagissent en accord avec un imaginaire qui s'est sédimenté au cours de l'histoire en s'appuyant sur des paradigmes[1]. Le champ discursif du tourisme se définit alors comme le territoire où des ensembles de discours forgent de manière dynamique des identités discursives au contact de cet imaginaire[2] et de ces lignes de tension symboliques[3]. Ces ensembles de discours traversent les productions visuelles, langagières ou numériques des professionnels de l'industrie de la communication et de celles des touristes ou encore les récits de voyage des écrivains des 19^{e}, 20^{e} ou 21^{e} siècle. Le champ discursif du tourisme regroupe à ce titre l'ensemble des positionnements matérialisés par les pratiques (langagières et sémiotiques) et les interactions sociodiscursives ayant pour thème d'échange le

[1] *Cf*. « 3.2. Les paradigmes constitutifs du champ du tourisme ».
[2] On fait référence à l'imaginaire touristique.
[3] On réfère notamment aux paradigmes décrits en amont en section « 3.2. Les paradigmes constitutifs du champ du tourisme ».

voyage pour le plaisir. Les usages sociolangagiers des voyageurs et les routines discursives des acteurs de l'industrie du voyage sont donc inclus dans ce territoire. Une précision est nécessaire à ce stade. Discours du tourisme et champ discursif du tourisme n'interviennent pas sur les mêmes plans. Si les pratiques discursives du blog voyage composent effectivement une partie de l'ensemble des discours touristiques décrits *supra* par Yanoshevsky, la caractérisation des positionnements discursifs que ces pratiques reflètent relève d'un espace symbolique plus large, celui du champ discursif. De fait, le champ confère une identité aux discours qui l'habitent (Maingueneau, 1983 : 16) puisque ceux-ci se fabriquent à partir d'un « réagencement de ce qui est déjà là » (*Ibid*.).

Le champ discursif du tourisme est donc un espace symbolique où s'affrontent divers positionnements contraints par un système de règles qui leur est propre. Les identités discursives s'y façonnent au diapason ou en dissonance d'un réseau de paradigmes qui structurent ce terrain. Ainsi, le couple distinction – imitation, l'authenticité, le sacré, la construction sociale du regard du voyageur et l'enchantement pèsent, d'une manière ou d'une autre, sur les positionnements du champ du voyage d'agrément. On fait la supposition, à partir de l'observation rapportée des pratiques touristiques, du développement du domaine d'activité, des éléments langagiers ou discursifs que d'autres chercheurs ont mis en lumière dans leurs recherches, que chacun des acteurs (individus, institutionnels ou agents marchands) se situe dans le champ des discours possibles selon, et entre autres, ces cinq lignes de tension. En théorisant le champ du tourisme sous l'angle discursif après en avoir précisé les pratiques passées et actuelles, on évite l'écueil d'une conceptualisation qui ne serait qu'intellectuelle et qui ne confronterait pas les positionnements aux lieux, aux modes de vie et aux manières distinctes d'investir cet espace (Maingueneau, 2021).

Chapitre 4. Élaboration, composition et traitement du corpus

Le corpus a été constitué à partir des réflexions théoriques menées en amont sur le rôle des conditions de productions des discours, sur la particularité de la textualité dans les blogs voyage et sur la nécessaire intégration des éléments multimodaux concourant à la présentation de soi en ligne des auteurs. Il est également le fruit d'une exploration extensive de dizaines de blogs voyage (Annexe 11) et qui a permis de valider les hypothèses formulées en amont de sa composition : la structure du blog, l'organisation de la page d'accueil, la zone de titre du site, les bandeaux et les billets introduisant l'auteur participent de l'élaboration du sens qui se construit dans les articles de contenus. La volonté de proposer une étude qualitative poussant à limiter la quantité d'éléments réunis et après avoir consulté et lu de nombreuses productions, on a sélectionné huit blogs voyage. Dans ce chapitre, on se propose de présenter les blogs retenus, de fournir quelques renseignements sur leurs auteurs et de décrire les étapes de sélection et de traitement des éléments composant le corpus. On précise également la posture éthique qu'on a adoptée afin de traiter les données sensibles incluses dans le corpus.

4.1. Présentation du corpus

Au cours de la phase exploratoire, en amont de la thèse, on s'est immergée dans la blogosphère du voyage[1]. Cette immersion s'est prolongée de manière continue de 2016 à 2022. Initialement, on a consulté des listes de hiérarchisation des blogs voyage dont la valeur représentative est relative[2]. À partir des blogs recensés, on a navigué au fil des hyperliens et des mentions d'autres noms de blogs dans les *blogrolls*. On a, par la suite, consulté régulièrement une liste de 33 sites, parmi lesquels ont été sélectionnés les huit blogs mentionnés *infra*. On peut consulter les références des 25 autres blogs en Annexe 11 et les documents enregistrés les concernant en Annexe 12. Dans une seconde étape, on a ensuite procédé à la constitution du corpus.

[1] L'idéal aurait été de quantifier le nombre de blogs voyage francophones ou la proportion qu'ils occupent dans l'activité de la blogosphère. Je n'ai pas eu accès à cette donnée.

[2] Le classement du Tourdumondiste.com (https://www.tourdumondiste.com/classement-des-100-blogs-de-voyage-les-plus-influents) m'a servi de point de départ dans la recherche. Sa méthodologie de hiérarchisation des sites repose, d'une part, sur une estimation du nombre moyen de visiteurs par jour et du nombre de pages visitées et, d'autre part, sur le nombre d'affiliés aux comptes des blogueurs sur les réseaux Instagram, Facebook et Twitter.

Le corpus est divisé en deux sous-ensembles. Le premier sous-corpus regroupe des productions des auteurs de blogs voyage sélectionnés entre septembre 2016 et février 2020 tandis que le second rassemble les billets de ces mêmes auteurs produits entre le 15 mars 2020 et le 15 janvier 2021. Les éléments du premier corpus ont été recueillis sur une période relativement courte ceci afin de justifier d'une inscription des données dans une configuration sociohistorique stable. Ce premier ensemble a eu pour finalité de fournir des éléments de réponse à la question de recherche qui consistait à caractériser la spécificité de la présentation de soi des auteurs dans les blogs voyage. Les résultats obtenus ont ensuite servi de base de comparaison pour l'analyse des productions intégrées dans le second ensemble.

La création d'un autre corpus de travail répondait à plusieurs exigences. La première résultait d'une inquiétude quant aux modifications induites par la crise sanitaire de la Covid-19 sur le secteur du tourisme d'une part et sur les conditions d'exercice de l'activité de *blogging* voyage d'autre part[1]. En effet, on l'a établi, les animateurs de blogs voyage nécessitent de vivre des expériences viatiques, c'est-à-dire de se déplacer, de loger dans des hôtels, de visiter des musées ou des lieux touristiques pour pouvoir ensuite les partager dans leurs billets. Par ailleurs, on a mentionné qu'il est possible pour certains blogueurs d'entretenir des liens d'intérêts économiques avec les acteurs de l'industrie touristique. Or, la pandémie, en ce qu'elle a affecté la mobilité de tous et le fonctionnement de l'ensemble du secteur touristique (O.M.T., 2022), a privé les auteurs de blogs de leurs principales ressources d'inspiration. En ce sens, il est apparu pertinent, compte tenu du poids accordé à l'ancrage social dans la manière de conceptualiser tant la notion de *présentation de soi* que l'objet blog voyage et de l'importance octroyée aux conditions d'émergence des énoncés dans la démarche de l'AD, de comparer les résultats du premier corpus à ceux du second. On a donc opté pour la mise en perspective de données recueillies au cours de ces deux périodes consécutives mais distinctes socialement et

[1] La démarche ne vise pas à nier les réalités terribles auxquelles les malades et leurs proches ont dû faire face et font encore face à la date de publication du manuscrit. On souhaite au contraire éviter toute maladresse à leur égard et a fortiori ôter tout doute quant à l'opportunisme d'une telle entreprise. D'ailleurs, on remercie, à ce sujet, les membres du comité de suivi de thèse qui ont soulevé ces questions permettant, de ce fait, d'anticiper les éventuelles craintes quant à l'intégrité de cette recherche ou quant à la considération témoignée aux victimes de la Covid-19. Par ailleurs, on précise qu'on est conscient du risque que représente une mise en perspective des résultats au prisme de données recueillies uniquement durant les premiers mois de la pandémie : celui d'affecter la perception de « durabilité » de la contribution de la thèse. En tout état de cause et par conséquent, on limite l'intérêt de démarche comparative à ce qu'elle prétend : documenter si les incertitudes liées au déplacement géographique et au fonctionnement de l'économie touristique ont affecté les pratiques et les routines discursives des blogueurs du corpus. Les résultats de l'analyse sont présentés en section « 8.2. Pratiques sociodiscursives des blogueurs et pandémie de la Covid-19 ».

économiquement pour évaluer les éventuelles évolutions dans la manière dont les blogueurs se mettaient en scène auprès de leur public. Le rythme des publications avait-il changé ? Les spécificités sémiotiques et langagières de la mise en scène de leur parole se perpétuaient-elles de la même manière entre les deux sous-corpus ? Pouvait-on observer d'autres changements ? II s'agit donc par la nature des éléments du corpus et par la confrontation des résultats obtenus à partir de l'analyse des deux ensembles de proposer une vision qualitative et dynamique de la manière dont les conditions de production peuvent affecter la mise en scène de soi des auteurs de blogs voyage. On désigne, par la suite, « corpus » l'ensemble des données recueillies, « sous-corpus 1 » le premier corpus constitué entre 2016 et 2020 et « sous-corpus 2 » ou « corpus de comparaison » le second ensemble.

4.2. Les huit blogs voyage du corpus

À partir des éléments consultés durant la phase exploratoire de la recherche, on a retenu huit blogs voyage. On présente *infra* des informations concernant les thématiques abordées, les dimensions économiques affichées, le niveau de notoriété ainsi que quelques renseignements concernant les auteurs des blogs.

4.2.1. Présentation des blogs

Le Blog de Mathilde, Nuage Nomade, Japon Secret, Un Gaijin au Japon, The Daydreameuse, Maman Voyage, Bestjobers et Un Couple en Vadrouille sont les huit blogs voyage à partir desquels des pages de présentation, des extraits de section « À propos », des bandeaux et des billets ont été sélectionnés. On introduit ces huit blogs au prisme d'informations glanées sur le web et des éléments déclaratifs que les auteurs ont publiés dans leurs blogs. Pour la suite de ce travail, on désigne l'(les) auteur(e)(s) par leurs prénoms et leurs blogs par le nom du site affiché dans la zone de titre.

4.2.1.1. Le Blog de Mathilde (B1)

Selon les informations réunies à partir du site de la blogueuse, Mathilde est une jeune femme blanche dans la trentaine, vivant en couple et résidant à Boston depuis plus de dix ans (en 2022). Sans se réclamer explicitement de nationalité française, elle n'en est pas

moins francophone. Avant de partir vivre aux États-Unis, la blogueuse occupait des fonctions dans le secteur de l'édition. Son parcours professionnel évoque le suivi d'études supérieures. Mathilde se présente comme guide touristique, auteure de livres de conseils dans les domaines du voyage et du yoga. Son conjoint, mentionné dans certains passages, ne semble pas participer pas au processus d'édition du blog. L'auteure diffuse ses créations au moyen du blog et de son activité sur les réseaux Facebook, Instagram, Pinterest. La blogueuse fait l'objet de citations dans le blog 8000 km[1] et elle est l'objet d'articles dans les médias *L'Express*, *Marie France*, *Femme Expat*, *La presse.ca*, *Espace*, *Elle* etc. À la date du 4 février 2021, Mathilde cumulait 9 186 abonnés sur son compte Facebook[2]. Au sein du corpus, l'ensemble des éléments se rapportant au blog, dont l'adresse est https://www.maathiildee.com, est codé par le terme « B1 ».

4.2.1.2. Nuage Nomade (B2)

Derrière le site de Nuage Nomade, une jeune femme se présente comme auteure du blog voyage. Le blog, référencé sous l'adresse https://www.nuagenomade.fr, a été étudié, transcrit, analysé et exploité avant sa clôture en 2020. On a procédé à la conservation des données du blog dans le corpus puisque l'ensemble du processus (sélection, traitement, analyse) a pu être réalisé à partir de la version en ligne et être complété avant la fermeture du site. Il aurait été étonnant qu'aucun des blogs du corpus ne disparaisse au cours des six années d'observation, la vie au sein de la blogosphère étant plus que volatile[3]. Ainsi l'auteure, Miryam, se présentait alors comme célibataire et comme seule figure impliquée dans la gestion du blog. Sans que soit précisé explicitement son âge, la description de la poursuite d'études à l'étranger, puis l'entrée dans la vie professionnelle suggèrent une tranche d'âge se situant entre 25 et 30 ans. Francophone, la jeune auteure résidait à Francfort-sur-le-Main, en Allemagne, au moment de l'exploitation des productions. Elle

[1] Les productions de ce blog n'ont pas été intégrées dans le corpus, celui-ci ayant disparu au cours de la phase exploratoire bien en amont du travail d'analyse. Les documents enregistrés au format PDF sont inclus et apparaissent en tant que supports de documentation justifiant de la réalisation de la phase exploratoire (Annexes 12.1 à 12.17).

[2] Ils sont 9 161 à la date du 24 février 2022 (https://www.facebook.com/TheTrueBlogOfMaathiildee/, consulté le 24 février 2022).

[3] Je constate avec surprise et plaisir, au moment de la rédaction de la thèse, que la blogueuse a ouvert un autre site référencé sous l'adresse web https://nuagenomade.com (consulté le 24 février 2022). Elle vit toujours en Allemagne.

évoquait ses origines pluriculturelles et s'en servait d'argument pour compléter sa panoplie de voyageuse. Les informations postées sur le blog voyage trouvaient leur écho dans les comptes de Facebook, Twitter, Instagram, Google+ et Pinterest de l'auteure. Une mention de ce blog est, par ailleurs, faite dans une des productions d'Un Couple en Vadrouille (B8). Le nombre d'abonnés de Facebook indiquait 253 en février 2021 ; il en compte 252 une année plus tard.

4.2.1.3. Japon Secret (B3)

Japon Secret est un blog voyage sur le Japon qui aspire à en dévoiler les pans les moins touristiques. Le partage de visites de villages, d'hôpitaux ou de parcs d'attractions abandonnés y est un axe majeur. L'auteur s'introduit auprès de son public comme un jeune homme blanc âgé d'une trentaine d'années. Il se décrit en tant qu'amoureux du pays, photographe et amateur pratiquant l'Urbex. Derrière l'écran, il est le seul responsable des productions du blog. La photographie est un pan très exploré dans les billets du blog et dans les commentaires associés en comparaison aux autres blogs du corpus. Jordy Meow est à l'origine d'un livre de photographies sur les villages japonais. Le blogueur dit, par ailleurs, être originaire de la région d'Arcachon et avoir suivi des études supérieures d'ingénieur. Son site https://japonsecret.fr est consultable en langue française, anglaise et japonaise. Jordy Meow est actif sur les réseaux de Twitter, Facebook, Instagram, Google+, YouTube et Pinterest. Son compte Facebook est suivi par 27 737 abonnés en février 2021 ; ils sont 28 211 en février 2022. L'auteur développe des applications, en sus de ses activités hors blog et hors publication de livres de photographies.

4.2.1.4. Un Gaijin au Japon (B4)

Aala, l'auteur du blog Un Gaijin au Japon, est un jeune homme, né au début des années 80, dans la région lyonnaise. Le trentenaire se présente comme une personne multiculturelle riche de sa double culture franco-tunisienne. Après avoir obtenu un master dans une école de commerce, le jeune homme s'envole pour un tour du monde avant de choisir de réaliser

un PVT (Permis Vacances Travail)[1] d'un an au Japon. Il s'y installe en 2011 et y bâtit une vie. Il a parcouru le pays à pied. Aala est consultant (le domaine d'activité n'est pas précisé). Le jeune homme est marié à une Japonaise et il a au moins un enfant. Son compte Facebook comptabilise plus de 60 000 abonnés. Le blogueur relaie également les activités de son site https://www.gaijinjapan.org sur Twitter et Pinterest.

4.2.1.5. The Daydreameuse (B5)

Aurélie est l'auteure du blog voyage The Daydreameuse, dont l'adresse web est https://www.thedaydreameuse.com. C'est une jeune femme francophone qui réside en France et dont l'âge se situe entre 20 et 35 ans. Elle mentionne à l'occasion qu'elle vit en couple. Elle n'aurait pas d'enfants. Peu de références explicites concernant le parcours académique de la blogueuse ou son niveau socio-professionnel figurent dans les contenus. On déduit néanmoins que la jeune femme a fréquenté le milieu universitaire puisqu'elle revendique un séjour Erasmus en Grèce. La blogueuse est active sur les réseaux Pinterest, Facebook (où 956 abonnés suivent ses péripéties) et Instagram. Sa fréquence de publication est peu élevée allant de quelques articles à une quinzaine par an.

4.2.1.6. Maman Voyage (B6)

Maman Voyage (https://www.mamanvoyage.com) est le seul blog voyage du corpus animé par une femme se déclarant mariée et parent. Le blog a été créé en 2009 (sous un autre intitulé) et partage des conseils à des amateurs voyageant avec leurs enfants. La blogueuse est relativement prolifique puisqu'elle publie une chronique par semaine en moyenne. Christine est parisienne de père sicilien et de mère marseillaise. Elle a exercé dans les domaines de la finance et du marketing, un parcours professionnel qui révèle probablement l'accès à des études supérieures. Aujourd'hui, la blogueuse et sa famille vivent en Angleterre après avoir visité et vécu dans de multiples pays. L'auteure diffuse ses activités sur Flickr, sur Instagram, sur Twitter, sur Pinterest et sur Facebook, où elle réunit 4 800 abonnés à date.

---

[1] https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/services-aux-francais/preparer-son-expatriation/emploi/article/programme-vacances-travail-pvt.

4.2.1.7. Bestjobers (B7)

Les auteurs du blog Bestjobers se présentent comme un couple de trentenaires. Bien que l'écriture des billets du blog semble être le résultat du travail de la jeune femme (Elsa) et que la production photographique relèverait plutôt de l'activité de son conjoint (Max), les deux blogueurs participent ensemble à l'animation et à la gestion du site. Ils situent géographiquement le début de leurs aventures à Paris, puis en Australie. Aujourd'hui, les auteurs résident en France entre deux escapades. Référencés sur Twitter, YouTube et Facebook, ils comptabilisent sur ce dernier réseau social plus de 48 506 abonnés en février 2022. Ce sont les seuls auteurs du corpus qui assurent vivre de leur passion pour le voyage. Ils génèrent donc, par rapport aux autres blogueurs, des rentrées suffisantes pour financer leur mode de vie. Je décompte deux livres publiés et disponibles à l'achat depuis 2018. Une activité de création qui complète les revenus du blog. Leur activité de *digital nomads* est relayée dans la presse web et radio (*Madame Figaro*, *Nice Matin*, *Paris Match*, *Ouest France* et *NRJ* entre autres). L'adresse de leur site est https://www.bestjobersblog.com/a-propos/.

4.2.1.8. Un Couple en Vadrouille (B8)

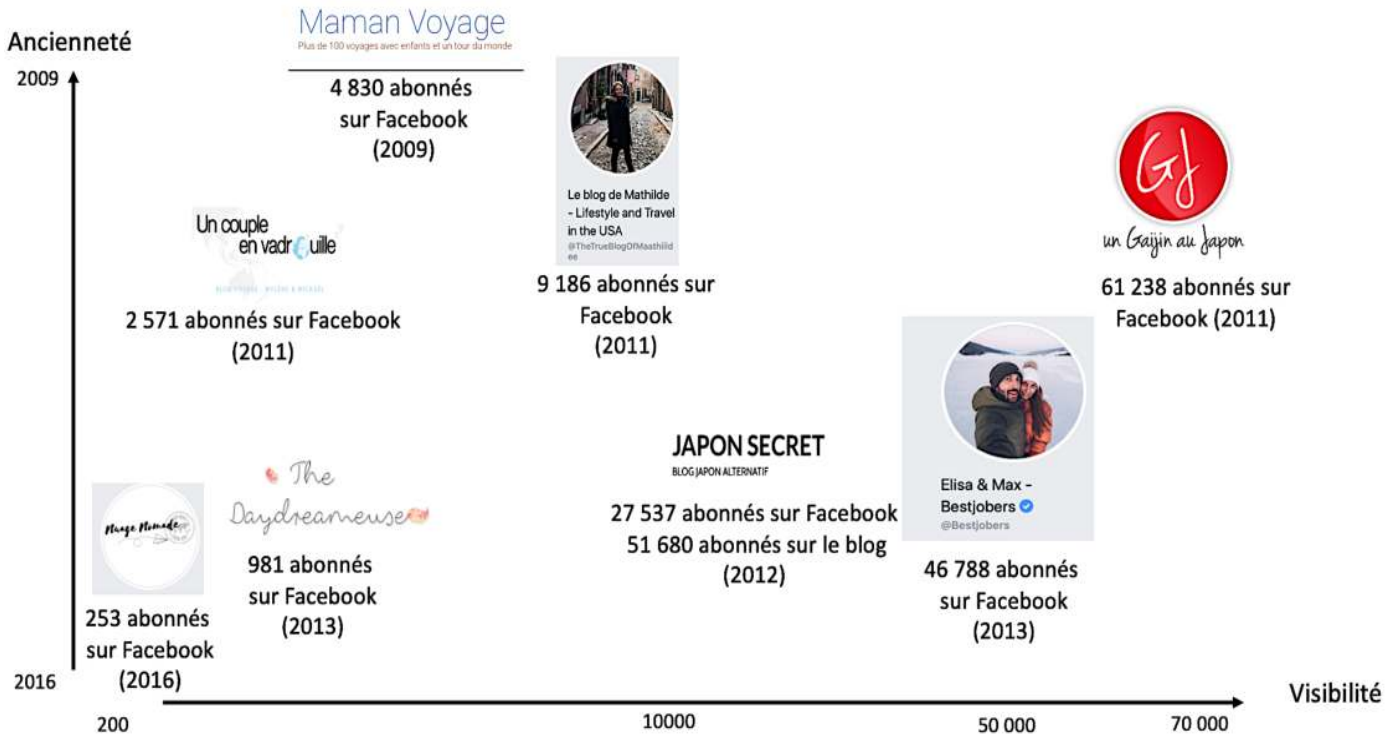
Un Couple en Vadrouille est un blog voyage animé, comme son nom l'indique, par un couple de blogueurs : Mylène et Mickaël. Les auteurs se répartissent les fonctions du blog : l'écriture est prise en charge par la jeune femme, la photographie par le jeune homme. Les deux voyageurs sont des amateurs qui partagent leurs expériences de voyage et souhaitent communiquer des astuces à leur public. Se déclarant dans la vingtaine, le couple travaillerait l'un dans une parfumerie et l'autre dans le secteur de la communication en Île-de-France. Peu d'informations sur le parcours professionnel des auteurs ou sur leur niveau socio-éducatif sont données. Le blog perdure sereinement depuis 10 ans et est référencé à l'adresse https://www.uncoupleenvadrouille.fr. Les auteurs sont suivis par 2 500 abonnés sur Facebook en février 2022. Ils sont aussi actifs sur Instagram, sur Twitter et sur Pinterest.

4.2.2. Mise en perspective des huit blogs voyage

À partir de critères arbitraires de visibilité et d'ancienneté, on propose de mettre en miroir la portée des activités des blogueurs. On fournit également quelques éclairages sur les thèmes abordés et sur le profil sociodémographique des blogueurs.

4.2.2.1. Visibilité et ancienneté des blogueurs : tableau de synthèse

Pour situer les blogs et leurs auteurs les uns par rapport aux autres, on a réalisé un tableau selon deux critères : la visibilité et l'ancienneté. Le premier indice se base sur le nombre d'affiliés au compte Facebook[1] de l'auteur. L'ancienneté est, quant à elle, définie à partir des éléments publiés sur le site ou en fonction de la date de parution du billet le plus ancien. Le propos du tableau[2] suivant est de donner une vision d'ensemble des huit blogs réunis.



[1] L'idéal aurait été d'avoir comme élément de comparaison le nombre de visites par mois pour chaque blog, chiffre auquel je n'ai pas accès.
[2] Le tableau a été réalisé en février 2021 pour la revue *Mondes du Tourisme*, n°20, décembre 2021. Il est réinvesti à l'identique dans ce passage hors mention d'un autre blog Le Sac à Dos (https://lesacados.com) qui m'avait été d'utilité pour l'article.

On remarque que le nombre d'abonnés qui suivent les blogueurs sur Facebook ne dépasse pas le chiffre de 62 000. Quels que soient leurs aspirations et leurs projets en termes d'influence, on observe que seuls trois d'entre eux répondent aux critères qualifiant au statut de micro-influenceurs[1]. Par ailleurs, on note que la « vie » de ces blogs est relativement pérenne puisque tous cumulaient, à la fin de la phase d'exploitation des données du corpus en 2020, au minimum 4 ans de longévité. On précise qu'un des blogs a disparu en 2020 (B2) et un autre a cessé son activité en janvier 2021 (B1) avant de reprendre le rythme de ses publications en janvier 2022.

4.2.2.2. Quelques remarques thématiques et sociodémographiques

L'univers de la blogosphère francophone est hétéroclite quant aux domaines d'activités, de visées et de profils qu'il rassemble. Ainsi, on trouve des blogs se donnant pour mission la valorisation du lien entre générations[2] ; on rencontre des blogs mêlant le thème du voyage à celui de la cuisine[3] (Annexes 12.18 à 12.24), des blogs dits *Lifestyle*, ceux dédiés à la décoration d'intérieur[4], ceux traitant de bricolage[5] ou encore ceux se dédiant au *gaming*[6]. Les blogs sont animés par une seule source énonciative derrière laquelle peut/veut s'exprimer une ou plusieurs personnes.

Pour répondre à la problématique posée, j'ai volontairement choisi des blogs unis autour d'une passion commune : le voyage. J'ai exclu de la sélection les webzines, ces blogs animés par un collectif d'auteurs[7] à la manière d'un magazine de presse en ligne, et les blogs relayant explicitement une activité de voyagiste[8]. En conséquence, j'ai rassemblé des auteurs de blogs se présentant comme voyageant seul, en couple ou en famille par simple plaisir. Bien que la composante du genre n'ait pas été explorée dans la composition de mon corpus ni dans son exploitation, je n'omets pas de noter :

---

[1] Selon *lejournaldunet*, il est admis que les micro-influenceurs comptabilisent entre 10 000 et 100 000 abonnés (https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1495777-micro-influenceur-definition-traduction/, consulté le 25 février 2022).
[2] https://fautpaspoussermamy.com/a-propos/
[3] https://www.madame-dree.com/humeur/gourmandises/
[4] https://sloe-home.fr
[5] https://leblogdubricoleur.com
[6] http://lageekroom.com
[7] https://lesexploratrices.com/a-propos/a-propos-les-exploratrices/
[8] https://nihonkara.fr/blog-japon/

- que les femmes sont naturellement plus nombreuses dans la rédaction des blogs voyage que leurs homologues masculins ;
- que les blogs francophones à destination de la communauté LGBT[1] sont peu nombreux (on note la présence de la plateforme Misterb&b qui héberge sur son site un blog[2] et celui des Blogtrotteuses[3] à titre illustratif).

On mentionnera également, pour être au plus juste quant à la dimension critique de la composition du corpus, que celui-ci ne contient pas de productions d'hommes ou de femmes noires (le blog anglophone de Marci Mondret[4] a été consulté lors de la phase exploratoire). Le niveau socio-éducatif des blogueurs n'a pas été un critère de pré-sélection, il n'en demeure pas moins que tous semblent avoir réalisé des études supérieures et tous témoignent de compétences rédactionnelles en contexte numérique. La tranche d'âge s'échelonne entre 20 et 35 ans. La construction du corpus s'étant focalisée sur des critères arbitraires, il est plus que probable que ma subjectivité (et mon propre parcours socio-éducatif) ai(en)t affecté les caractéristiques sociologiques et démographiques du corpus malgré la rigueur que j'ai tenté d'appliquer à chaque étape de la démarche. On peut également relier le niveau de compétences informatiques et rédactionnelles revendiqué par les blogueurs et manifesté dans les productions des billets à l'affirmation du sociologue Boullier qui décrit le web comme inégalitaire (Boullier, 2016 : 12). On note, pour conclure, que les auteurs du corpus se trouvent géographiquement dans deux situations distinctes : B1, B3, B4 et B6 sont des blogs rédigés par des auteurs résidant à l'étranger ; les autres vivent en France.

4.3. Composition et documentation du corpus

La composition du corpus procède d'une réflexion théorique sur les éléments concourant à la présentation de soi du blogueur et d'une exploration ardue de la blogosphère pour en

[1] « LGBT, ou LGBTQIA+, sont des sigles utilisés pour qualifier les personnes lesbiennes, gays, bisexuels, trans, queers, intersexes et asexuelles, c'est-à-dire pour désigner des personnes non hétérosexuelles, non cisgenres ou non dyadiques » (https://fr.wikipedia.org/wiki/Lesbiennes,_gays,_bisexuels_et_transgenres, 25 février 2022).
[2] https://www.misterbandb.com/fr/blog-gay
[3] https://www.blog-trotteuses.com/voyage-deux-filles-en-couple/
[4] http://marciemonfret.com/about-me/

comprendre les mécanismes, les usages, les interactions et donc la construction du sens. On a donc réuni des éléments plurimodaux qui ont posé plusieurs défis d'ordre théoriques, éthiques et pratiques au moment du recueil, du traitement et de la sauvegarde des données. Ce sont ces questionnements qu'on choisit d'exposer dans cette section.

4.3.1. Composition du corpus et nature des éléments recueillis

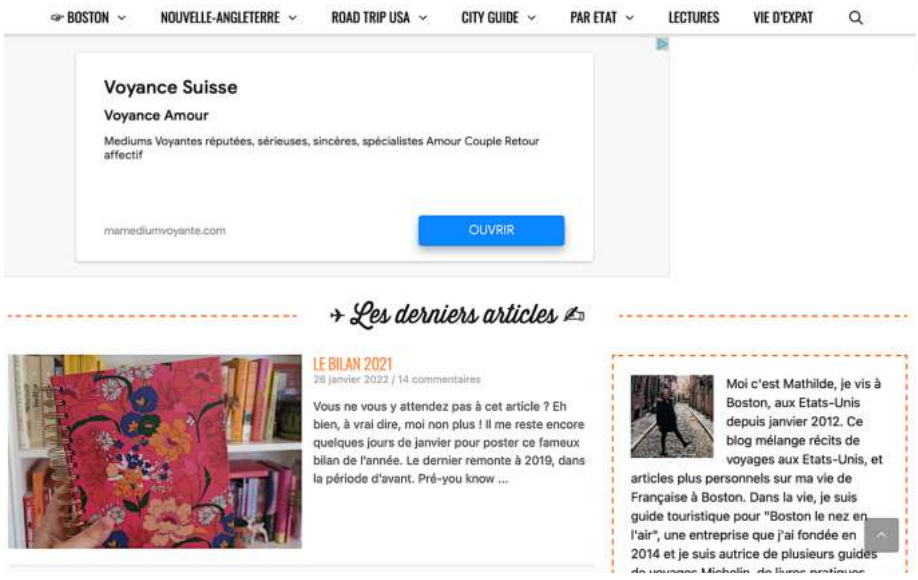
Le corpus se compose des pages d'accueil des blogs sélectionnés, des sections et des bandeaux dédiés à l'introduction du blogueur et des pages dites de « contenu », qui correspondent aux billets retenus. J'ai intégré les commentaires en fin d'articles à hauteur d'un maximum de 15 *posts* afin de limiter la quantité de données à analyser. J'ai sélectionné les photographies des blogueurs lorsqu'ils se présentent en tant qu'auteurs de leur blog et j'ai intégré les dix premiers éléments iconographiques apparaissant successivement dans un billet de contenu choisi de manière aléatoire.

Ainsi, le premier sous-corpus, une fois reçu le traitement de transcription des données, se compose de : 8 pages d'accueils (menus, organisation, zones de titres et logo etc.) ; de 47 billets (Annexe 6), soient 79 314 mots, 278 pages ; de 345 *posts* sélectionnés dont 199 commentaires de lecteurs et 146 réponses de blogueurs ; de 87 images (groupe d'annexes 14). Les dates de parution de ces billets se situent (hormis celui de B1–A1 publié en 2011 mais réactualisé au cours de la période d'observation) entre 2016 et 2020 (Annexe 7). Le second sous-corpus se compose, quant à lui, de 118 billets, 23 images analysées et de 9 vidéos publiées sur le média YouTube (Annexe 9). Les données du deuxième ensemble ont fait l'objet d'un processus d'analyse similaire à celui appliqué au premier sous-corpus. Néanmoins, les observables de ce second regroupement ayant été réunis et analysés dans une perspective comparative, il n'a pas été réalisé de transcriptions Word. On a, en revanche, procédé à un relevé systématique des concordances, des dissonances, des ajouts ou des absences entre les deux corpus. L'analyse s'est donc réalisée sur un total de 8 pages de présentation de blogs voyage, de 164 documents (les billets de contenu et les billets et bandeaux de présentation des auteurs sont inclus dans ce nombre), de 110 images et de 345 *posts*.

4.3.2. Documentation du corpus et limitation technologique

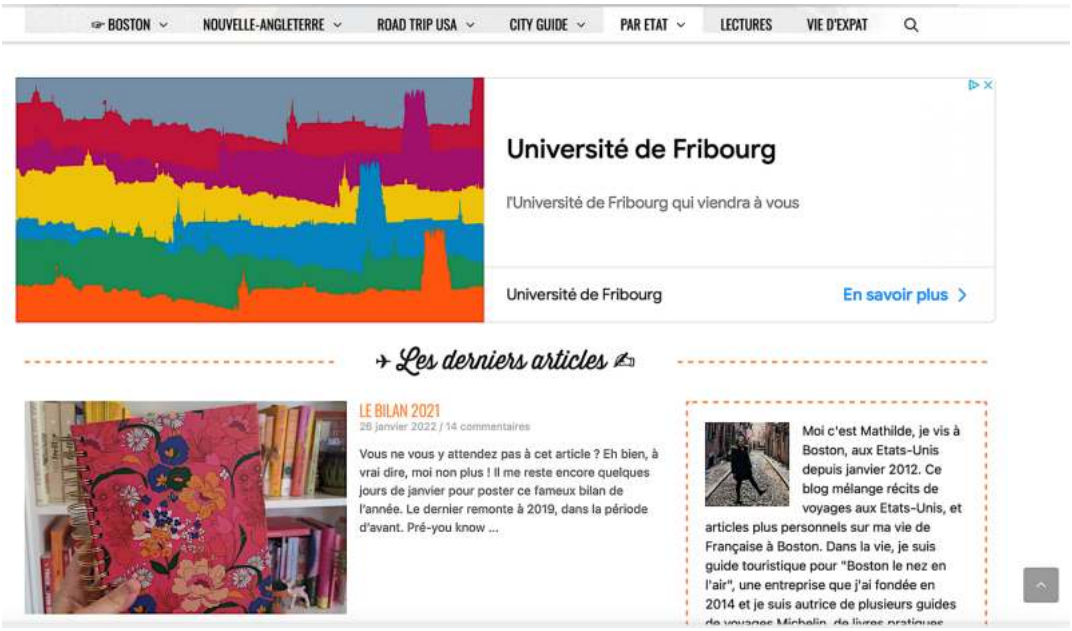
Idéalement, les productions natives du numérique se consultent et s'analysent à partir de leurs lieux de productions (Paveau, 2017a : 16), c'est-à-dire en ligne. Pour me rapprocher le plus possible de cet horizon à atteindre dans l'exploitation des observables et compte tenu des contraintes d'impression et de documentation de la thèse, j'ai expérimenté, en vain, l'utilisation d'un logiciel : Paparazzi[1]. Ce programme d'enregistrement est un utilitaire destiné à la capture des pages web longues ou larges ceci afin de faciliter leur affichage à l'écran[2]. Le rendu de ce programme est intéressant en ce qu'il conserve une mise en page telle que l'internaute peut l'expérimenter au cours de sa navigation. Cependant, des limites dans l'exploitation sont apparues. D'une part, si on effectue une comparaison d'une zone ciblée entre le rendu proposé par le logiciel Paparazzi (capture d'écran n°1) et celui proposé par une capture d'écran conçue à partir du site en ligne (capture d'écran n°2), on relève des différences notamment dans l'actualisation de la partie publicitaire. De fait, sur le premier document, l'encart publicitaire est occupé par une offre dont l'activité relève du secteur de la voyance. Dans le second document, la partie promotionnelle relaie une publicité pour une filière de master de l'Université de Fribourg.

Capture d'écran n°1, page d'accueil Le Blog de Mathilde, consultée le 25 février 2022, réalisée à partir du fichier capturé par le logiciel Paparazzi :



[1] https://www.01net.com/telecharger/mac/Multimedia/fiches/33747.html
[2] 01net.com, consulté le 25 février 2022.

Capture d'écran n°2, page d'accueil Le Blog de Mathilde, consultée le 25 février 2022, réalisée à partir de l'adresse https://www.maathiildee.com :



Par ailleurs, j'ai relevé un autre inconvénient. Une fois le fichier archivé, celui-ci est difficilement lisible, comme on peut en faire l'observation dans la reproduction proposée en annexe 17. Compte tenu de ces différents obstacles, j'ai choisi une procédure plus conventionnelle pour documenter les éléments des deux sous-corpus. J'ai enregistré les documents au format PDF (par exemple groupe d'annexes 10) et j'ai joint des captures d'écran systématiques et complètes de la page correspondant aux analyses réalisées sur Word (ces éléments sont par exemple consultables dans les grilles d'exploitation des éléments du sous-corpus 1, groupe d'annexes 2 et 3) et sur Word et Excel pour les images (Annexes 14).

4.3.3. Anonymisation des informations, respect et protection des données

Le traitement des données accessibles sur le web impose au chercheur de mener une réflexion éthique (Barats, 2016 ; Marcoccia, 2016). En sciences sociales et plus particulièrement en sciences du langage, l'observation de données dans leur contexte de production fait de l'internet un terrain d'étude privilégié (Barats, 2016 : 46). La facilité d'accès à des éléments situés est ainsi très tentante. Or, depuis plusieurs années déjà, une réserve est exprimée et adoptée quant au caractère accessible, et donc potentiellement exploitable, des productions publiées en ligne. De fait, des procédures encadrant la démarche du chercheur ont

été proposées. Parmi celles-ci, la recherche du consentement éclairé des participants de l'étude apparaît, compte tenu de la nature particulière des terrains d'observation dans le domaine des sciences humaines et sociales, complexe à mettre en place (Nissenbaum, 2011 : 34-35). Par ailleurs, le respect de la recommandation de l'AoIR[1] qui considère que « plus les messages étudiés sont publics moins est forte l'obligation de protéger l'intimité et la vie privée des internautes et la confidentialité de leurs discours » (Marcoccia, 2016 : 43) fait sens mais ne m'a pas pleinement satisfaite.

En dépassant la dyade « public-privé », qui conduit à des situations paradoxales dans le traitement de l'information[2], on a privilégié une approche du terrain respectant l'esprit de l'*intégrité contextuelle* (Nissenbaum, 2011). Le concept suggère au chercheur de s'interroger sur les motivations du locuteur et sur les caractéristiques du cadre dans lequel il s'exprime et par suite, d'en respecter l'intention initiale (Barats, 2016 : 48). Selon Barats, l'idée sous-jacente d'une telle approche est de considérer que dans chaque contexte social, des normes tacites ou implicites régissent la diffusion de la qualité et du volume d'information qu'il est possible de transmettre à des tiers (*Ibid*.). L'atteinte à la vie privée se produit alors lorsque ces normes sont violées (*Ibid*.). La recherche de visibilité est intégrée à ce faisceau de normes cachées.

En ce qui concerne le corpus de la thèse, j'ai traité le contenu et les interventions des blogueurs en tant que messages consciemment conçus et diffusés dans l'espace public numérique en vue d'obtenir une audience. À ce titre, j'ai procédé à un travail de citation systématique qui rend hommage à la créativité des auteurs de blogs voyage. Chaque élément (énonciatif, sémiotique ou iconographique) mentionné, en particulier dans la partie dédiée à la présentation des résultats obtenus, est associé à sa source via le nom du blog et son adresse web. À chaque référence faite au nom du blog, j'insère un lien hypertextuel proposant au lecteur de

[1] Association of Internet Researchers (https://aoir.org).

[2] Dans une première approche du traitement de la confidentialité des données, qu'on a voulue aussi intègre que possible, et en s'inspirant d'une proposition de Marcoccia (Marcoccia, 2016 : 45), on a effacé toutes références permettant, d'une manière ou d'une autre, de déduire des énoncés leur provenance : nom, prénom, toponyme étaient alors remplacés par des étiquettes telles que [nom B1], [prénom B1] et [nom de villages] etc. (Annexe 18.1). D'une part, cette règle de transcription a rendu difficilement exploitables les données du corpus dans le contexte d'une étude sur la présentation de soi au sein du champ discursif du tourisme (on peut en faire l'observation en annexe 18.2). D'autre part, la traçabilité des énoncés numériques (Barats, 2016 : 46 ; Merzeau, 2009) rend inutile cette démarche de protection. Enfin, Barats indique que « l'anonymat n'est pas toujours désiré par les auteurs de contenus : certains cherchent une véritable forme de reconnaissance » (Barats, 2016 : 50 ; Granjon et Denouël, 2010).

consulter le site mentionné. J'emploie donc les potentialités de l'outil informatique non seulement en faveur du respect du travail de production de contenu des blogueurs mais également pour favoriser, peut-être, les flux de passage des internautes sur leurs sites.

Ce qui me semble être une décision éthique à l'égard de l'exploitation des données peut, dans d'autres situations concernant le milieu de la blogosphère, ne pas être approprié. Par exemple, les conditions de visibilité sont sensiblement différentes entre un blog voyage et un blog s'apparentant à un journal intime. L'intérêt de la notion d'*intégrité contextuelle* est, précisément, de poser le point de départ d'une réflexion éthique qui doit s'adapter aux conditions de production des messages et aux intentions des locuteurs qui en sont à l'origine.

4.3.4. Traitement du corpus

Le sous-corpus 1 a bénéficié d'un traitement minutieux et extensif des données recueillies. On a en effet procédé, en sus de la phase de documentation, à une annotation des éléments. C'est de cette démarche dont il sera question dans la section ci-après.

4.3.4.1. Organisation et transcription du sous-corpus 1

J'ai tout d'abord organisé le sous-corpus 1 selon trois axes : les billets et les bandeaux (verticaux ou horizontaux) produits dans le cadre d'une introduction de la personne du blogueur (groupes d'annexes 2, 4 et 10), les billets dits de « contenu » (groupes d'annexes 3, 5 et 10) et les images (groupes d'annexes 14 et 15). En ce qui concerne la documentation et le traitement des éléments de cet ensemble, on aurait pu se contenter du format PDF à l'égal de ce qui a été mis en place pour le sous-corpus 2. Pourquoi en ce cas suggérer une étape additionnelle sur fichier Word comme je l'ai fait ? D'une part, la transcription des fichiers du sous-corpus 1 me permettait de favoriser une phase d'appropriation des observables, d'autre part, la spécificité de l'annotation des hyperliens exigeait une intervention manuelle pour appliquer la typographie particulière que je leur ai assignée[1].

[1] On justifie et on explicite la démarche d'annotation des hyperliens en section « 5.5.3. Traitement des hyperliens dans le corpus ».

La transcription s'est effectuée en respectant les principes suivants (Annexe 19) :

- Le document est organisé, pour chaque billet, en deux parties : la première partie est dédiée au billet et la seconde intègre la section des commentaires. L'entrée dans cette zone est signalée par l'étiquette [COMMENTAIRES] ;
- Le nom du document, les dates de publication et de consultation ainsi que l'adresse de la page web sont précisés ;
- Les émoticônes et les signes informatiques représentant des émotions sont mentionnés comme tels. Une brève description de l'élément plurisémiotique indique sa nature puis son action : [émoticône – souriant la bouche ouverte] pour un *smiley* souriant la bouche ouverte, [émoticône – souriante] affichant un sourire bouche fermée etc. ;
- Les éléments iconiques sont notés selon leur nature et au moyen des étiquettes suivantes : [photo], [image] ou [carte]. À chaque photo publiée est attribuée une étiquette. Par voie de conséquence, la publication de deux photos entraîne, dans la structure du texte, l'occurrence suivante « [photo] [photo] » ;
- Dans la zone des commentaires, la plateforme contraint les internautes à choisir un avatar par défaut ou une image ou bien propose de télécharger une photo personnelle. Il est nécessaire, ensuite, d'indiquer le prénom ou le pseudonyme de l'intervenant. Les photos montrant des visages ou des personnes de face ou de dos sont décrites dans l'encart [photo]. Par exemple, le premier commentateur d'un billet est désigné comme C1 suivi de la description suivante : « [photo d'une jeune femme] [prénom féminin – commentateur 1] [date] [heure] ». De fait, concernant le repérage des échanges dans la zone des commentaires, les commentateurs sont désignés par leur ordre d'intervention. C1 désigne donc le premier commentateur de la liste des commentaires. RC1 désigne la réponse du blogueur au commentateur C1 et ainsi de suite ;
- Les vidéos insérées dans le texte des billets du blog sont mentionnées sous la bannière [vidéo]. Leur finalité humoristique ou illustratrice est indiquée. Ainsi, une vidéo relatant avec humour et en anglais les manies des adeptes du yoga est mentionnée comme [vidéo humoristique]. La plateforme de diffusion choisie par l'auteur est également pointée. Ainsi, cette même vidéo humoristique est annotée comme suit : [vidéo humoristique hébergée sur YouTube] ;
- En ce qui concerne les hyperliens, on applique une annotation de la direction des textes cibles qu'on décrit en section « 5.5.3. Traitement des hyperliens dans le corpus » ;
- Les typographies en gras, en majuscules et en italiques sont respectées dans la mesure où elles dénotent une volonté de l'auteur d'attirer l'attention du lecteur sur un groupe de mots. En revanche, quand le soulignement généralisé rendait flou la lecture du texte, il a été

supprimé. Les couleurs sont respectées. Dans une perspective d'homogénéisation de la typographie de présentation des billets constituant le corpus, un interligne 1,5, la police Times New Roman et la taille 12 sont utilisés par défaut ;

- On inventorie également les boutons/objets numériques de partage. Ainsi, les boutons inclus systématiquement dans chaque intervention sont désignés par leurs icônes officielles ou bien par leur nom complet. Par exemple, les mentions écrites de « *Reply* » ou de « *Share* » suivies d'un menu déroulant intégrant les boutons-logos de Twitter et de Facebook sont notées : « reply – share [Twitter] [Facebook] » ;
- Enfin, les encarts publicitaires sont annotés dans la structure en vert et entre crochets. Le thème de la publicité est spécifié. L'adresse web de l'hyperlien est indiquée. On note ainsi [encart publicitaire vers une agence de voyage pour le Japon] un espace consacré à la promotion d'un service.

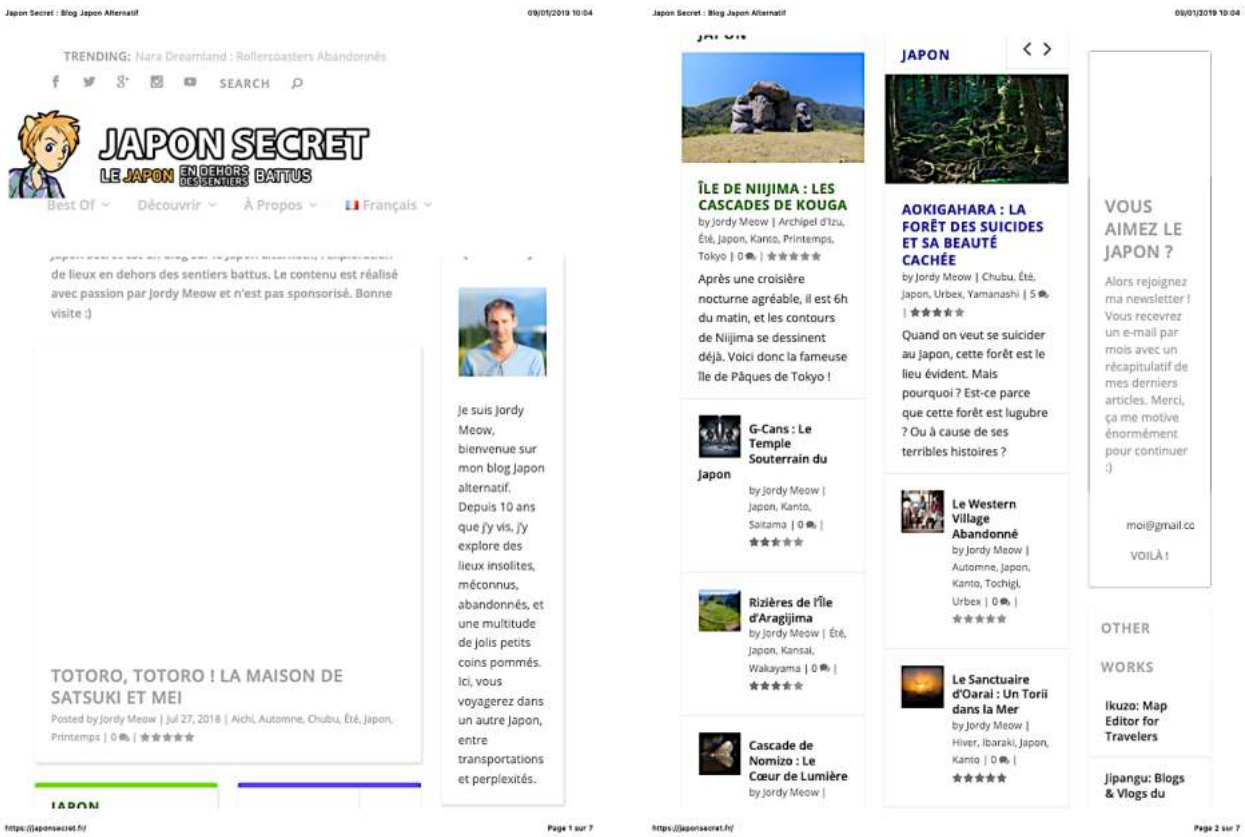
Toute transcription est, quelle que soit la convention qui est appliquée, un premier acte de discrimination des observables et une première modification du statut de ceux-ci. La finalité du traitement qu'on a imposé aux données du sous-corpus 1 est de souligner l'intrication des éléments plurisémiotiques qui composent le billet du blog ou un bandeau vertical et de les faire apparaître dans la lecture du document. Il est à noter que cette phase a induit, par la procédure d'annotation qu'elle impose, une immersion dans le corpus propice à l'identification de récurrences.

4.3.4.2. Les étapes de traitement du sous-corpus 1 et du sous-corpus 2

On a donc procédé à une sauvegarde systématique des éléments recueillies sur document PDF pour les deux sous-corpus. Puis, uniquement pour les données du sous-corpus 1, on a réalisé selon la convention de transcription exposée *supra*, une transposition des contenus verbaux et sémiotiques sur Word. À partir de ces fichiers, on a ensuite créé des grilles d'analyse des observables (on présente un exemple de ces grilles appliqué à B1 en Annexe 3). La démarche de travail s'est réalisée durant l'ensemble des phases de recueil, d'annotation et d'analyse en lien direct avec les billets publiés en ligne. Lors de la consultation des annexes, on remarquera que les en-têtes des documents mentionnent non seulement la date de publication du billet ou du document analysé mais également la date à laquelle il a été consulté. Ainsi, à chaque étape, la date de la consultation en ligne est précisée.

La démarche de repérage temporel se justifie par le caractère volatile des données. De fait, la comparaison systématique entre documents recueillis et annotés et ressources en ligne a permis de faire le constat de changements parfois significatifs. Par exemple, entre la phase de documentation, d'annotation et d'analyse du document référencé en tant que « B3 – P4 – Bandeau de présentation » (Annexe 4.8), on a observé la modification de la forme et du contenu du bandeau de présentation du blogueur Jordy Meow, auteur de Japon Secret. *Infra*, on présente successivement une capture d'écran du document PDF enregistré lors de l'étape de collecte, puis une capture d'écran du fichier Word correspondant au moment de la transcription avant d'exposer la capture d'écran provenant du fichier créé pour conserver les données d'analyse.

Annexe 10.31. Support de documentation B3 – P4 – Bandeau de présentation (phase de recueil) le 9 janvier 2019 :



Annexe 4.8. Support de documentation B3 – P4 – Bandeau de présentation (phase de transcription) :

Informations générales :

Nom du Document : B3 – P4 – Bandeau de présentation

Date de consultation : Consulté le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisé.

Commentaires associés : N/A.

1

Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus. Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé.

2

Bonne visite :)

Capture d'écran de la « Grille d'analyses B3 – P4 – Bandeau de présentation » (Annexe 2.8) :

Grilles d'analyse B3 – P4 – Bandeau de présentation

Document : B3 – P4 – Bandeau de présentation.

Date de consultation : 4 décembre 2019.

Date de publication : Non précisée.

Source : https://japonsecret.fr

1. Description de l'organisation de la page internet

Le bandeau de présentation horizontal se situe après les sections d'en-tête, de titre du blog, de navigation et de présentation du dernier billet publié. C'est un texte sans photo composé d'une seule phrase. La typologie gris-clair sur fond blanc n'attire pas le regard.

Extraits 1 et 2 de la page de présentation du blog et de l'emplacement du bandeau horizontal :

Extrait 1

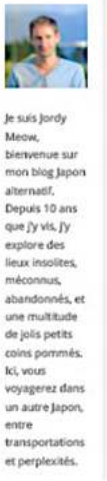
(https://japonsecret.fr, consulté le 04/12/2019)

Extrait 2

(https://japonsecret.fr, consulté le 04/12/2019)

Ce bandeau diffère fortement de celui de la précédente présentation du blog enregistrée le 09 janvier 2019. L'organisation du bandeau était alors verticale. Cette section mettait en valeur une photo du blogueur et une présentation de sa personne justifiant de son expérience de vie au Japon. Une invitation à voyager, dans un « autre Japon » et à travers le blog, incitait le lecteur-navigateur à poursuivre sa découverte des billets tout en étant tenté par la promesse de découvrir des « lieux insolites, méconnus, abandonnés et une multitude de jolis petits coins pommés ».

Extrait du bandeau de présentation vertical de la précédente présentation du blog, enregistré le 09 janvier 2019 :



(https://japonsecret.fr, consulté le 09/01/2019)

Extrait du bandeau de présentation horizontal consulté et enregistré le 4 décembre 2019 :

(https://japonsecret.fr, consulté le 04/12/2019)

Ces étapes préparatoires réalisées en amont de l'analyse ont permis de refléter les changements qui occurrent régulièrement lorsqu'on intervient sur un corpus numérique.

4.3.5. Les pages d'accueil des blogs voyage

Les pages d'accueil font l'objet d'une documentation similaire à celle employée pour sauvegarder les éléments des sous-corpus. En revanche, leur description impliquait de détailler

leur organisation sous forme de « modules ». Ces modules se composent de la barre d'en-tête, de la zone de titre, d'une ou de deux sections d'organisation thématique ou antéchronologique des billets de contenu du blog, de la barre de fin de page. Ainsi, le document B4-D fait état de la manière suivante de l'organisation des éléments du blog voyage B4 – Un Gaijin au Japon :

> Extrait « B4–D, description de la page d'accueil du blog B4 » (Annexe 1.5), consulté le 6 janvier 2019.
>
> « La page d'accueil du blog B4, Un Gaijin au Japon, est constituée de 5 zones modulaires :
>
> - une barre d'en-tête gris clair regroupant 4 thèmes présentés sous la forme de mots cliquables comme « Accueil » et de mots reliés à des menus déroulants ;
> - une zone de titre composée d'un logo et d'un sous-titre ;
> - une section d'organisation des billets du blog classés par intérêt thématique : [VOYAGE AU JAPON], [VIE AU JAPON], [SOCIÉTÉ JAPONAISE], [LANGUE JAPONAISE], [CULTURE JAPONAISE], [BLOG]. Chaque étiquette est associée à un menu déroulant ;
> - La quatrième zone est scindée verticalement en trois parties entre un encart de présentation du billet le plus récent, une suite de billets organisés thématiquement et une zone de recherche dans le blog ;
> - Pour conclure la barre de fin de page reprend divers éléments juridiques concernant les droits d'utilisation du blog et des contenus produits tels que la « politique de confidentialité » ou l'utilisation des *cookies*. Un mot cliquable [blog japon] redirige la navigation sur la page d'accueil et un autre mot cliquable permet de revenir en haut de la page [back to top] ».

Les éléments de chaque section sont ensuite documentés par captures d'écran et décrits à l'instar de cet extrait de la description de la barre d'en-tête :

> Extrait « B4–D, description de la page d'accueil du blog B4 » (Annexe 1.5), consulté le 6 janvier 2019.
>
> « Description de la barre d'en-tête :
>
>
>
> (source : https://www.gaijinjapan.org, consulté le 6 janvier 2019)
>
> La barre d'en-tête aide le lecteur-internaute dans sa navigation sur le site en proposant de cliquer sur l'une des étiquettes suivantes : [ACCUEIL], [A PROPOS], [CONTACT], [GUIDES JAPON].
>
> Ces éléments semblent présentés de façon discrète et n'attirent pas le regard : ils sont situés en haut de la page ; ils empruntent une colorimétrie de tons clairs (gris clair, blanc, gris). Cette barre de navigation permet au lecteur – internaute de satisfaire son besoin d'identifier la source et l'origine du blog, de (peut-être) se construire une image du blogueur et d'en évaluer le sérieux.

L'étiquette [ACCUEIL] mène à la page d'accueil du blog. En revanche, si l'on glisse le curseur de navigation sur l'étiquette [A PROPOS], un menu déroulant propose de cliquer sur l'une des sections de présentation du blog ci-dessous.

(source : https://www.gaijinjapan.org, consulté le 6 janvier 2019)

Ainsi on retrouve une étiquette [GAIJIN AU JAPON] qui reprend le nom du blog et qui mène vers un billet de présentation du blog et de la démarche du blogueur.

Les étiquettes [A PROPOS D'AALA] et [A PROPOS DE NICOLAS] mènent à deux billets de présentation des auteurs et acteurs du blog. On y apprend que si le blog a été initié par un seul acteur, il est aujourd'hui co-animé par un second blogueur dont la mission est de fournir du contenu photographique et textuel.

Les étiquettes [CONTACT] et [ANNONCEURS] fournissent des instructions pour entrer en relation avec le blogueur selon que l'allocutaire s'identifie comme un simple internaute ou bien comme le représentant d'une entité privée.

(source : https://www.gaijinjapan.org, consulté le 6 janvier 2019)

Enfin la dernière étiquette [GUIDES JAPON] déroule un menu proposant d'obtenir :

- des informations sur les moyens de transport au Japon en téléchargement sans coût le guide produit par le blogueur ;
- un guide payant réunissant les recommandations et conseils du blogueur pour devenir professeur de français au Japon.

(source : https://www.gaijinjapan.org, consulté le 6 janvier 2019)

Ci-après, la capture d'écran correspondant à la zone d'achat du guide *Devenir professeur de français au Japon – Le guide complet* par l'auteur du blog :

»

(source : https://www.gaijinjapan.org/professeur-de-francais-au-japon-2/, consulté le 6 janvier 2019) »

Enfin, pour conclure la description des pages d'accueil des blogs, une impression générale sur la place attribuée à la photographie dans la présentation du blog est annexée. Éminemment subjective, cette comparaison interne est non quantifiée. Elle n'est utile qu'en tant que témoignage d'une expérience d'utilisateur.

Le traitement du sous-corpus 1 a été long mais instructif. Il a permis de fournir un socle d'imprégnation des données utile pour la phase d'analyse dont on peut consulter des exemples de grilles en annexe 2, pour les documents dédiés à l'introduction de la personne de l'auteur auprès de ses lecteurs, et en annexe 3. Ce dernier ensemble de documents présente les grilles d'analyse des billets de « contenu » du blog B1, Le Blog de Mathilde, à titre d'illustration. Par ailleurs, éminemment détaillées, les descriptions des pages d'accueil sont importantes en ce que leur structure est reproduite à l'intérieur de chaque billet de contenu. Les éléments structurels du site, tels que les barres d'en-tête et de fin de page, les menus déroulants et les suggestions d'articles, sont systématiquement inclus dans les documents internes au blog. L'exploitation d'un billet de contenu au cours de la phase d'analyse est précédée d'une comparaison qui valide les similitudes avec l'organisation de la page d'accueil ou bien qui en pointe les différences.

Chapitre 5 – Présentation des catégories d'analyse

Dans le chapitre 5, on fait état des entrées d'analyse sélectionnées pour analyser le corpus et pour appréhender la nature composite des données (langagières, sémiotiques, techniques) qui le composent. À partir des présupposés de la situation communicative et sociodiscursive du blog voyage, de la caractérisation de cet espace social, des prises de position théoriques sur les positionnements occupés dans un champ discursif, des représentations sociales qui peuvent peser sur les postures énonciatives et compte tenu de la finalité de l'étude, on a élaboré un système d'identification des traces laissées par les images discursives que les auteurs donnent à voir d'eux-mêmes, de leurs interlocuteurs et de leurs objets de discours dans les productions. Ainsi, contrairement aux études déployant deux ou trois catégories, on a privilégié un nombre important d'entrées dans le corpus. En effet, pour saisir les représentations de soi, de celles des autres et de celles de ce dont on parle dans les schématisations discursives proposées par les auteurs des blogs, on a mobilisé les registres du langagier, de la sémiotique et de la technique. De ce fait, les domaines de la sémantique, de la syntaxe, de l'énonciatif et du performatif ont été déployés pour approcher le contenu, la construction, l'articulation et la visée intentionnelle des énoncés. Les champs disciplinaires de la pragmatique et de la sémiotique ont été également sollicités pour appréhender les visuels et les hyperliens. Dans l'approche choisie, les lectures théoriques et méthodologiques ont accompagné continuellement la lecture flottante des blogs[1]. C'est donc par suite d'un constant aller-retour entre théorie, méthodologie et lecture du corpus qu'on a sélectionné les entrées d'analyses présentées *infra* et qu'ont été établies les grilles d'analyse présentées en exemple dans les groupes d'annexes 2 et 3.

5.1. Plusieurs entrées d'analyse

Les productions des discours touristiques (Yanoshevsky, 2021) ont été étudiées, le plus souvent, à partir de corpus composés de guides pratiques et de brochures touristiques au prisme de deux ou de trois catégories d'analyse. Dans un cadre subordonné à l'étude des écrits de la

[1] On peut consulter les blogs étudiés au cours de la phase exploratoire en complément de ceux ayant fait l'objet d'une analyse fine en Annexe 11. Cette liste n'est pas exhaustive. De nombreux blogs morts composant la démarche d'enquête sont inactifs au 15 mars 2022 et n'y figurent pas. On citera à titre d'exemples, les sites Mum Everywhere (http://momeverywhere.com/construire-son-nid/) (Annexe 16.1 et 16.2) et MumInLearning (http://www.muminlearning.com/2017/breve-dexpat-la-visite-de-la-national-environment-agency-6434) (Annexe 16.3, 16.4).

communication spécialisée, Grcic et Lukezic privilégient, par exemple, la caractérisation des routines langagières des guides pratiques selon deux entrées lexicales, les séquences figées et semi-figées et les registres de langue (Grcic et Lukezic, 2018 : 156). Dans une perspective similaire, Moirand relève les marques désignant le locuteur et les destinataires des messages dans un corpus composé là-encore de guides pratiques (Moirand, 2004b : 154-155). Mourlhon-Dallies décrit, pour sa part, la manière dont l'appréciation se manifeste dans un corpus contrastif composé de brochures et de guides touristiques faisant la promotion de la destination de Venise (Mourlhon-Dallies, 1994 : 235). Enfin, Giaufret et Vicari, quant à eux, ont caractérisé la manière dont les lieux de mémoire sont (re)présentés dans les guides au moyen du repérage des indices de présence de l'hétérogénéité énonciative montrée[1] (Giaufret et Vicari, 2020 : 3). Le choix d'une seule ou de deux entrées discursives permet au chercheur d'exploiter les productions observées en se concentrant, à la manière d'un filtre apposé sur les données, sur la fréquence d'apparition et les usages de telle ou telle catégorie.

Plus rarement les chercheurs ont fait le choix d'un plus grand nombre d'entrées d'analyse. Par exemple, Azariah étudie la manière dont les auteurs mobilisent les divers traits caractéristiques du langage touristique (Dann, 1996) dans les textes et dans les images d'un corpus de blogs voyage professionnels et amateurs (Azariah, 2017). Bien que la démarche de la chercheuse australienne soit séduisante puisque fondée sur une vision plurisémiotique des productions et une approche discursive des productions, on se distancie des positions qu'elle adopte dans ses travaux. En effet, l'hypothèse de départ, sur laquelle se fonde l'ensemble de son raisonnement, repose sur une opposition de fait entre activités relevant du voyage, compris comme réel et authentique, et activités propres à l'industrie touristique, perçues comme superficielles et soumises aux dictats consuméristes (Azariah, 2017 : 1). Cette hypothèse, on l'aura compris, n'est pas compatible avec les postures qu'on a choisi d'adopter dans cette thèse. Dans un cadre théorique attenant aux principes de l'AD, et donc plus à même de répondre à l'approche de ce travail, Seoanne propose, pour sa part, d'étudier un corpus de guides pratiques au prisme de plusieurs entrées d'analyse telles que les prises en charge énonciatives, l'étude des déictiques, les stratégies discursives déployées, les thèmes abordés et les finalités communicatives poursuivies soit l'ensemble des mécanismes énonciatifs qui caractérisent le genre et le positionnement discursif des auteurs (Seoanne, 2013). À la lumière des données

[1] La notion est développée par Authier-Revuz (Authier-Revuz, 1982, 1984).

exposées en amont sur les requis du cadre théorique et sur les caractéristiques du champ social du tourisme et compte tenu de la nature plurimodale des productions numériques et de la diversité des visées que les blogueurs prétendent poursuivre, un large spectre d'entrées d'analyse est requis pour appréhender la présentation de soi des auteurs dans le corpus recueilli.

5.2. Présentation de soi verbale et subjectivité dans le langage

L'image de soi s'inscrit dans la construction en discours d'un « je » et d'un « tu » on l'a établi[1]. Dans une conception moderne de l'*ethos discursif*, Amossy affirme que le sujet parlant mobilise les possibilités de la langue au travers d'un dispositif énonciatif (Amossy, 2015 : 103) qui témoigne de son aspiration à transmettre une image de lui-même positive. De fait, les manifestations de cette activité subjective[2] peuvent se centrer sur celui-ci ou bien sur ce dont il parle (Rabatel, 2019 : 15). Or, l'auteure soulève une articulation théorique qu'il est nécessaire de transposer dans cette section pour justifier des postures adoptées précédemment sur la responsabilité du sujet parlant et de l'utilisation d'outils relevant de l'inscription de la subjectivité dans le langage (Benveniste, 1966, 1970, 1974). De fait, Amossy précise que l'incompatibilité entre les deux pans de cette question n'est qu'apparente

> [puisque] les déterminations sociodiscursives et l'agentivité [d'une notion de l'*ethos* perçue comme un instrument de persuasion et d'action sur le monde] ne se situent pas sur le même plan. D'un côté, force est bien aujourd'hui de reconnaître que le sujet parlant n'est pas maître des significations, mais est nécessairement conditionné par les codes de la langue, par le discours ambiant et par des contraintes idéologiques, institutionnelles et culturelles. D'un autre côté, le fait que le sujet soit parlé par les codes langagiers et façonné par le discours social ne signifie pas qu'il ne participe pas pleinement à la dynamique de l'échange. À l'intérieur de celle-ci, il est bien une instance agissante. Il l'est à la fois dans le sens où il accomplit un acte de parole, et dans celui où il exerce sa volonté, fût-elle conditionnée et traversée par la *doxa* de l'époque.
>
> (Amossy, 2015 : 107)

---

[1] *Cf.* « 1.2.4. Image de soi et ancrage social ».

[2] Rabatel indique que « [l]a subjectivité s'entend comme source subjective d'une part et comme manifestation de la subjectivité, d'autre part. Ces manifestations linguistiques explicites opèrent à travers des subjectivèmes, lesquels peuvent être centrés sur le sujet énonciateur ou sur l'objet » (Rabatel, 2019 : 15). L'auteur intègre au cœur de la question de la subjectivité tout autant les phénomènes d'effacement énonciatif, les effets d'objectivation que les stratégies de communication par exemple (*Ibid.*).

L'*ethos* peut alors légitimement être saisie tant dans sa visée agissante que dans sa dimension sociale. On pose en conséquence que les auteurs de blogs voyage sont pris dans un réseau de déterminations sociales et discursives qui influencent leur parole et la contraignent sans que cela nuise pour autant à l'expression d'une volonté de faire partager à d'autres leurs points de vue (*Op. Cit.* : 107-108).

5.3. Les modalités de l'inscription verbale de la présentation de soi

Amossy pointe que la construction de l'*ethos* d'un locuteur peut se déduire du relevé et de l'analyse des traces discursives de la présence du locuteur dans ses productions. Elle mobilise, dans cette perspective et pour illustrer son propos non seulement les travaux de Benveniste en proposant d'examiner la manifestation de la présentation de soi par le biais du relevé des personnes grammaticales (Amossy, 2015 : 108) mais elle recoure également à l'ensemble des procédés linguistiques et performatifs qui témoignent d'une prise de position du locuteur par rapport à l'objet de son discours et par rapport à son auditoire (*Op. Cit.* : 109). Dans cette section, après avoir fait état de quelques exemples illustrant les catégories utiles à la construction d'une image de soi en discours, on s'intéresse plus particulièrement aux marques formelles pointant la personnalité, les compétences culturelles et les valeurs des locuteurs.

5.3.1. De quelques exemples d'entrées d'analyse

Pour analyser l'ethos discursif des locuteurs et la schématisation qui sont donnés à voir dans les productions, les chercheurs mobilisent des entrées d'analyse distinctes. Par exemple, Adam choisit de restituer les images de soi du Maréchal Pétain et du Général de Gaulle à partir des discours prononcés les 17 et 18 juin 1940 au prisme de la présence (ou de l'absence) de connecteurs argumentatifs, des actes de langage[1] réalisés et des indices personnels utilisés (Adam, 1999 : 118-125). Haddad, pour sa part, éclaire par l'examen du processus argumentatif et par le jeu des marques de la personne déployé dans un article de Romain Rolland la manière

[1] On décrit les actes de langage en section « 5.3.5. Les actes de langage : pour un point de vue pragmatique sur les réalisations du locuteur ».

dont ce dernier revendique un ethos pacifiste alors que l'Europe vit sa première guerre mondiale (Haddad, 1999 : 155-176).

Pour illustrer les modalités verbales de la présentation de soi (Amossy, 2015 : 108), Amossy emprunte un segment à Victor Hugo « La voiture noire me transporta ici, dans ce hideux Bicêtre » (*Op. Cit.* : 109) et en conduit l'autopsie. On ne retransmet pas dans ce paragraphe l'intégralité de l'analyse menée par l'auteure. En revanche, on pointe que la chercheuse s'appuie sur la construction syntaxique de la phrase et sur les caractéristiques morphosyntaxiques des unités qui la composent pour en déduire le rôle passif du narrateur (matérialisé par le pronominal « me »), sur la mobilisation du sens du déictique « ici » pour souligner la référence spatiale faite au locuteur, sur les traits sémantiques et axiologiques de l'épithète « hideux » qui ajoutent un caractère sombre et sinistre à la description (*Op. Cit.* : 109). Dans un autre passage de l'ouvrage[1], Amossy pointe la juxtaposition des énoncés, l'absence de connecteurs, le style (*Op. Cit.* : 110) comme étant tout autant des indices de la mise en scène de soi du locuteur. Le niveau de langue, les choix lexicaux et la dimension performative sont également sollicités par l'auteure en tant que marqueurs de subjectivité témoignant là encore d'une prise de position (*Op. Cit.* : 113-119). Par exemple, le « je » d'un Alfred Dreyfus écrivant à sa femme dans une formulation telle que « je ne veux pas, tu m'entends bien […] il faut que […] » (*Op. Cit.* : 119) pose le narrateur en époux légitimé à formuler des conseils et à donner des instructions. L'analyse de la présentation de soi peut vraisemblablement être déduite de quelques entrées ou d'un nombre plus important de catégories. La démarche adoptée dans ce travail relève de la deuxième approche. Pour saisir les particularités des images discursives des locuteurs dans la matérialité des blogs voyage, on s'est donc en effet doté d'un spectre de plusieurs catégories.

5.3.2. Les marques de la personne et les déictiques

La présence du locuteur s'inscrit de diverses manières dans les énoncés. L'auteur se matérialise, dans les productions, au moyen d'embrayeurs, d'adjectifs affectifs, de modalités appréciatives, d'interjections, d'exclamations, d'actes directifs ou d'interpellations de

[1] Amossy, R., *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, PUF, [2010] 2015.

l'allocutaire. Bien qu'on mobilise des éléments de nature syntaxique et sémantique pour entrer dans le corpus, on a porté une attention particulière aux catégories présentées *infra*.

5.3.2.1. L'emploi des marques de la personne

L'inscription d'une figure du locuteur dans l'échange ne peut être pensée qu'en relation duale entre un « je » et un « tu », dualité qui s'actualise dans l'acte énonciatif (Amossy, 2015 : 103) et qui en est constitutive. De la sorte, pour observer les manifestations de la présentation de soi en discours (*Op. Cit*. : 104), il faut observer les moyens par lesquels le locuteur se désigne et se montre dans la matérialité des énoncés. L'étude des personnes grammaticales s'avère alors particulièrement prolifique en termes d'informations fournies sur ce point (*Op. Cit*. : 103.). Dans la mesure où la parole du blogueur vise à partager un vécu, on suppose que les segments porteurs d'embrayeurs de personne[1] (Maingueneau, 2021 : 88), notamment ceux de la première personne du singulier et du pluriel, se feront fréquents dans les productions. Sachant que la valeur de ces formes dépend du contexte énonciatif de leur emploi (Mondada, 2002 : 129) on dresse un bref état des lieux des formes linguistiques relevant de cette catégorie et de leurs modes d'utilisation les plus récurrents.

Les emplois du « je »

Les pronoms personnels[2] et les possessifs sont les déictiques les plus faciles à repérer dans les productions. En reprenant les apports des travaux de Benveniste, on admet que le « je » désigne « la personne qui énonce la présente instance de discours

[1] Maingueneau désigne par le terme « embrayeurs », appelé aussi « déictiques » dans la terminologie de Kerbrat-Orecchioni (1980 : 36), les embrayeurs de la personne, du temps et de l'espace. Les embrayeurs de la personne se composent des pronoms personnels (1ère et 2e personne par exemple), des déterminants et des pronoms possessifs masculins et féminins, singuliers et pluriels qui leur correspondent (Maingueneau, 2021 : 88). On définit plus généralement les déictiques comme désignant l'ensemble des « unités linguistiques dont le fonctionnement sémantico-référentiel (sélection à l'encodage, interprétation au décodage) implique une prise en considération de certains des éléments constitutifs de la situation de communication, à savoir : le rôle que tiennent dans le procès d'énonciation les actants de l'énoncé, la situation spatio-temporelle du locuteur, et éventuellement de l'allocutaire » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 36).

[2] Dans l'emploi qu'en fait Kerbrat-Orecchioni, les personnels, « pour recevoir un contenu référentiel précis […] exigent […] du récepteur qu'il prenne en considération la situation de communication, et cela de façon : nécessaire et suffisante dans le cas de "je"et de "tu" : ce sont de purs déictiques ; nécessaires mais non suffisants dans le cas de "il(s)" et "elle(s)", qui sont à la fois déictiques (négativement : ils indiquent simplement que l'individu qu'ils dénotent ne fonctionne ni comme locuteur, ni comme allocutaire) et représentants (ils exigent un antécédent linguistique) » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 40).

concernant je » (Benveniste, 1966 : 261). La correspondance entre la personne du discours et celle de la marque grammaticale « je » incarne la situation énonciative la plus courante à l'instar de cet extrait du sous-corpus 1 où le pronom personnel « je » et l'adjectif possessif « ma » désignent la blogueuse :

> C'est un grand moment de solitude où je regarde des photos zoomées de tout ce qui déconne dans ma bouche (Annexe 5.4).

Maingueneau fait état d'un autre cas, celui de l'identification (Maingueneau, 2021 : 108). L'analyste observe, en effet, un emploi particulier des marques de la première personne dans une publicité qui fusionne les instances de l'énonciatrice et de la lectrice : « Quelle réunion ! Ces petits déjeuners d'affaire, tous ces croissants, ces petits pains, c'était si tentant, je n'ai pas pu y résister … Mais je vais me reprendre […] » (*Ibid*.). Dans cet exemple et dans ce contexte socio-communicatif[1], l'auteur souligne que le « je » peut tout à fait désigner un seul individu ou toutes les femmes concernées par une situation professionnelle similaire. L'énonciatrice, quelle qu'elle soit, est invitée, par ce procédé énonciatif, à prendre en charge la responsabilité de l'énoncé (*Op. Cit.* : 109). Dans l'exemple suivant, extrait d'un des billets de Le Blog de Mathilde, on constate que la marque de la première personne du singulier n'implique pas en effet le locuteur de l'énoncé :

> J'achète le mini guide » (Annexe 5.3).

Le « je », en ce qu'il est un non-déictique instructionnel, qu'on retrouve également dans les manuels scolaires[2], peut, effectivement et en ce cas, être assumé par n'importe quel lecteur du billet.

Les marques de la personne du pluriel « nous » et « vous »

Les marques de la personne du pluriel sont polyvalentes dans les emplois qu'un locuteur peut en faire. Ainsi, si le « nous » désigne rarement un « je » singulier (à

[1] Maingueneau précise à ce sujet que l'interprétation des marques de la personne dépend des spécificités de la scène énonciative dans laquelle ces formes linguistiques sont apparues (Maingueneau, 2021 : 85-86).
[2] Je remercie Patricia von Münchow pour cette précision.

l'instar du « nous » de majesté ou bien du « nous » désignant par convention un auteur se désignant dans un travail académique) (Maingueneau, 2021 : 107), la plastique de la marque de la première personne du pluriel héberge tout autant dans ses référents un [je + tu singulier ou pluriel] qui exprime une valeur inclusive, un [je + il(s)] exprimant alors une valeur exclusive, un [je + tu + il(s)] ou encore un [je + tu et/ou il] (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 41). En s'appuyant sur les travaux de Benveniste (1966 : 234-235), Maingueneau justifie ces diverses utilisations en qualifiant le « nous » de marque de la personne pointant un « "je" dilaté au-delà de la personne stricte » (Maingueneau, 2021 : 107).

De même, un « vous » accueille tout autant comme référent un seul individu, dans le cas du « vous » de politesse, qu'une collectivité de « tu » (*Ibid*.). La polyvalence référentielle de cette marque peut induire des glissements au sein d'un même texte. Maingueneau en fait précisément l'observation dans une annonce désignant, dans un premier segment, un individu puis, en fin de paragraphe, une pluralité d'allocutaires : « rattaché au responsable Export, vous mettez en œuvre la politique commerciale du groupe […] Vous identifiez les opportunités de développement et en assurez la prospection » et « Merci de nous adresser vos candidatures […] » (*Op. Cit.* : 106-107). L'extrait du corpus suivant illustre le cas où la seconde personne du pluriel désigne au sein d'une même occurrence deux types d'allocutaires :

> Vous voyez sur la photo à gauche, le mot qui dit « Thank you » ? Et bien c'est la dentiste, qui m'a écrit une petite carte de remerciements pour les avoir choisis (Annexe 5.4)

S'il est vraisemblable que dans le contexte du blog, la marque de la deuxième personne du pluriel désigne la collectivité de lecteurs du billet, en revanche, l'action d'orienter un regard vers un lieu de l'écran pointé par la blogueuse ne peut se réaliser en effet qu'à l'échelle individuelle, action impliquant dès lors un unique destinataire.

L'effacement des personnes

Certains textes s'affranchissent de la situation d'énonciation en effaçant les traces ostensibles de l'énonciateur ou du co-énonciateur (Maingueneau, 2021 : 109). Or, dans

la mesure où il n'est pas possible d'effacer sa présence de son propre discours (Rabatel, 2004 : §4), Rabatel[1] précise de ce fait que l'*effacement énonciatif* (EE) :

> [c]onstitue une stratégie, pas nécessairement consciente, permettant au locuteur de donner l'impression qu'il se retire de l'énonciation, qu'il « objectivise » son discours en « gommant » non seulement les marques les plus manifestes de sa présence (les embrayeurs) mais également le marquage de toute source énonciative identifiable.
>
> (Rabatel, 2004 : §3)

Maingueneau infère que l'EE relève d'une stratégie visant à impliquer fortement le co-énonciateur mais surtout d'une manière d'octroyer au contenu des énoncés une valeur de vérité intemporelle, puisque celui-ci se présente comme dissocié du dispositif énonciatif (Maingueneau, 2021 : 109). Ainsi, dans le segment suivant, le blogueur ne réfère explicitement ni à sa présence ni à celle du lecteur :

> Extrait « B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon » (Annexe 5.12).
>
> Il n'y a personne et le parc est seulement protégé par des barrières de quelques centimètres de haut. Le ciel se dégage et ce haikyo promet une exploration facile et agréable. La matinée s'annonce bien !
>
> (https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, consulté le 5 décembre 2019).

Les indices pointant la présence du locuteur à la surface du discours sont alors autres (Rabatel, 2004 : §5-§6). Sans fournir l'ensemble de la liste des marqueurs linguistiques servant à construire l'EE dans un texte, Rabatel indique que celui-ci surgit de manière privilégiée à travers la référenciation (*Op. Cit.* : §7). Les moyens de la référence nominale (tels que la substantivation des adjectifs, la nominalisation, l'emploi de termes semblant dénués de tout jugement ou d'appréciation, le pronom indéfini « on ») et ceux de la référence verbale (tels que les phrases averbales, les infinitivations, certaines formes d'impersonnalisation et de passivation, les énoncés génériques, stéréotypiques etc.) notamment sont sollicités pour construire une perception objectivée de l'objet décrit (*Op. Cit.* :§ 8-11).

[1] Rabatel convoque les travaux de Vion (2001) pour définir le concept d'*effacement énonciatif* (Rabatel, 2004).

Le pronom indéfini « on »

La pluralité de l'utilisation des marques de la première et de la deuxième personne du pluriel n'est pas sans rappeler la polyvalence de ceux du pronom indéfini « on » (Maingueneau, 2021 : 112). Forme de subjectivité particulière qui s'inscrit dans les énoncés, le pronom réfère à un individu, il occupe la fonction grammaticale du sujet et il ne varie pas (*Ibid*.). En fonction du cotexte et du contexte, l'embrayeur désigne soit l'énonciateur, soit le co-énonciateur, soit les deux réunis ou bien encore une communauté indéfinie pour reprendre les termes de Rabatel (Rabatel, 2001 : 29). Ainsi, le marqueur « on » produit l'effet d'un « effacement des frontières entre les positions de première, deuxième et troisième personnes » (Maingueneau, 2021 : 112). Du fait de ces propriétés, la forme peut répondre à différentes intentions. C'est donc, en dernière instance, l'analyse du cadre énonciatif et de ses indices de référenciation qui permettent d'interpréter ce à quoi renvoie l'emploi du pronom personnel indéfini (Rabatel, 2001 : 29-30). Ainsi, dans un billet de Le Blog de Mathilde où l'auteure décrit le moment où elle annonce son départ pour les États-Unis à son entourage, on relève 4 occurrences de la forme linguistique « on » :

> Extrait « B1 – Section [Vis ma vie d'expatrié] – Akward questions // les questions qui fâchent quand on s'expatrie » (Annexe 5.1).
>
> (1) « Les questions qui fâchent quand on s'expatrie » ;
> (2) « Ça y est ! C'est décidé, on part aux États-Unis. Mais alors qu'on s'attendait à un peu de soutien et d'encouragements de la part de la famille et des amis, on doit faire face à de bien étranges questions… ».
>
> (https://www.maathiildee.com/awkward-questions1/, consulté le 17 novembre 2020)

Dans le premier segment (1), l'énoncé reprend l'intitulé du billet. Le pronom indéfini pointe, dans ce contexte, tout autant la blogueuse que l'ensemble des individus lecteurs du blog concernés par un projet d'expatriation voire, au-delà, toutes personnes amenées à considérer un départ pour les États-Unis. Les trois occurrences du segment (2) désignent le couple de la blogueuse. C'est un « on » mis pour un « nous ». Les indices temporels du passif d'état (« c'est décidé ») et de l'imparfait (« mais alors qu'on s'attendait ») ainsi que la référence aux proches de l'auteure (« la famille », « les amis ») éclaircissent le référent à attribuer au pronom. L'intégration du lecteur dans la

première apparition de l'embrayeur laisse supposer que l'emploi de la forme « on » vise à attirer l'attention de l'internaute.

Sans avoir voulu prétendre à l'exhaustivité, on a pointé dans cette section, quelques-uns des emplois des personnes qu'il est possible d'observer dans les données du corpus. On a donc été attentive aux moyens par lesquels l'énonciateur et son ou ses co-énonciateurs sont désignés, à la présence ou à l'absence de ces formes et aux outils mobilisés pour inclure, explicitement ou non, le ou les allocutaire(s).

5.3.2.2. Les marqueurs du temps et de l'espace

On a évoqué en amont le fait que les marques de subjectivité ne se limitent pas aux formes linguistiques dont on vient de faire état dans la section précédente. Si les embrayeurs de la personne renvoient au locuteur et à l'interlocuteur, les déictiques spatio-temporels réfèrent quant à eux au lieu et au temps de l'énonciation (Kleiber, 1989 : §3)[1] participant ainsi à la construction de l'image de l'énonciateur. Les symboles indexicaux organisent le dispositif énonciatif selon deux plans, le plan non embrayé et le plan embrayé, dont on décrit *infra* les principaux indices formels.

Plan non embrayé et plan embrayé

Dans un plan non embrayé, l'univers de référence proposé se veut autonome (Maingueneau, 2021 : 94). Le type d'énoncés concerné par le plan non embrayé ne comporte alors ni traces de la présence des actants de la situation de communication ni références spatiales et temporelles pointant le moment de l'énonciation (*Ibid*.). La valeur de vérité du contenu de la proposition est, de ce fait, généralisée et atemporelle (*Op. Cit.* : 117). Dans le déploiement de ce dispositif énonciatif, ce sont les temps du présent non déictique, le passé simple et l'imparfait qui sont les plus usités. Le désembrayage apparaît de manière saillante dans l'exemple suivant :

[1] Kleiber précise que la propriété de référenciation selon les éléments composants la situation d'énonciation (locuteur, interlocuteur, lieu et moment d'énonciation) différencie les expressions et les marques déictiques des expressions anaphoriques et de celles dites de référence absolue (Kleiber, 1989 : §3).

> Bien sûr, il y a toujours les rangers dans les parcs traversés, qui sont là pour donner pas mal de renseignements pratiques au jour le jour, mais tous les rangers ne se valent pas (Annexe 3.2).

Dans cet extrait, aucune référence n'est faite à la situation énonciative. L'affirmation est vraie quel que soit le moment où la phrase est prononcée.

Les temps qui composent le plan embrayé prennent appui sur le présent à valeur déictique par rapport auquel le passé composé, l'imparfait, le futur simple et le futur périphrastique[1] s'articulent pour situer les éléments mentionnés dans les productions. Dans l'exemple ci-joint, deux occurrences de verbes conjugués au présent de l'indicatif prennent la forme du présent déictique, le troisième, employé dans une construction syntaxique mobilisant un emprunt anglais au présent simple, évoque un futur proche :

> Extrait « B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> (1) « D'ailleurs, j'écris cet article dans le vol du retour, il est 23h50, on *touch down* dans 20 minutes à Boston » ;
> (2) « Beaucoup de SDF le matin et le soir, ce qui donne un air sketchy au quartier, mais tout à fait ok pour 2 nuits. J'en reparlerai bientôt dans l'article dédié à Portland ! ».
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019)

Dans le segment exposé *supra*, le moment de l'énonciation pris en référence est celui de la rédaction de l'article. Les marques du passé, imparfait, passé composé des verbes de l'énoncé (1), sont ainsi ancrées par rapport à cette référence à l'instar du futur employé dans l'extrait (2).

Les embrayeurs temporels

Le repérage chronologique s'effectue au moyen des marques temporelles rattachées au radical des verbes mais également par le biais d'adverbes, de locutions adverbiales ou de prépositions fonctionnant comme des indicateurs de localisation sur l'axe du temps. Pour se guider dans l'interprétation des valeurs d'emploi des temps

[1] Rebotier, A., « Le futur périphrastique français avec aller : un renvoi spécifique à l'avenir ou un temps en voie de grammaticalisation ? Une approche contrastive », *Revue de Sémantique et Pragmatique*, n°38, 11-34, [https://journals.openedition.org/rsp/502#tocto1n2], 2015.

grammaticaux des verbes dans le corpus, on s'appuie sur l'approche sémantique proposée par Reichenbach (1947) et reprise par Moeschler dans une étude portant sur le présent historique où sont distingués le moment de la parole, le moment de référence et le moment de l'évènement (Moeschler, 2013 : 2). Ainsi, puisqu'en français, les configurations temporelles se regroupent entre la simultanéité du moment de la parole et celui de référence (cas auquel sont associés les temps verbaux du présent, du passé composé et du futur proche) et leur différenciation (cas dans lequel les marques des temps de l'imparfait, du passé simple et du plus-que-parfait apparaissent à l'image de celles des temps du futur et du futur antérieur) (*Op. Cit.* : 2-3), on porte une attention particulière dans l'analyse des données du corpus à la coïncidence (ou à la non-coïncidence) entre le moment de l'énonciation et celui pris en référence dans le texte. En ce qui concerne les adverbes et autres mots ou groupes de mots porteurs d'une marque du temps, on ne produit pas une liste des éléments à repérer. On s'appuie, en revanche, selon les cas sur les travaux de Moeschler (Moeschler, 1991 : 97-122) et de Kerbrat-Orecchioni (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 47-48) pour éclairer les exemples de cas mentionnés dans les résultats.

Par exemple, pour illustrer l'emploi d'un présent servant à rapporter des faits passés au moment de l'énonciation, on cite un passage de Japon Secret dans lequel on pointe en orange les marques indicielles du phénomène de l'énallage temporel (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 62-63) :

> Extrait « B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi : Chihiro, Singes & Onsen » (Annexe 5.10).
>
> Kanaguya
> C'est une très ancienne auberge japonaise, pour de vrai ! Cependant, à la fin des années 70, il fait très sombre à l'intérieur et c'est très vétuste. Les singes arrivent sans problème à s'immiscer à l'intérieur par les vieilles fenêtres en bois et représentent un véritable problème pour les clients. Kanaguya n'est pas une auberge confortable et elle est sur le point de fermer. [photo].
>
> (https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/, consulté le 21 novembre 2019)

Dans cet extrait, le groupe nominal « à la fin des années 70 » établit un repère sur l'axe du temps situé dans le passé par rapport au moment de l'énonciation. Le temps grammatical de l'imparfait est alors attendu. Dans le contexte transphrastique de l'exemple, l'emploi du présent donne l'impression de remonter le fil du temps. La

représentation des faits qui est proposée les rend ainsi contemporains au moment de la narration, un effet rhétorique que renforce de surcroît l'intervention de la locution prépositive « sur le point de ». Dans les analyses, on relève par conséquent les usages réguliers et atypiques des embrayeurs personnels, temporels ou spatiaux.

Les embrayeurs spatiaux

Les déictiques spatiaux sont des morphèmes dont le propos est de donner une représentation de l'espace (Kleiber, 1986 : 5). À ce titre, en mettant l'accent sur la localisation, le terme de « déictique » se trouve rapprocher de son sens étymologique « *deiknumi* » qui signifie « montrer par geste », « indiquer par ostension » (*Op. Cit.* : 4). L'actualisation de la référenciation peut alors se matérialiser dans un regard, dans un mouvement de la tête ou dans l'emploi de termes morphosyntaxiques précis tels que les démonstratifs et les présentatifs (*Op. Cit.* : 5), Dans cette classe de symboles indexicaux (*Op. Cit.* : 20), le locuteur utilise les adverbes de lieu « ici », « là », « là-bas » afin de situer l'objet à référencer dans ses énoncés selon une perception conventionnée de la distance qui les sépare. Les adjectifs démonstratifs et ceux constitués au moyen des particules -ci et -là (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 44) sont également inclus dans cette catégorie. Les déictiques pointent la présence du locuteur dans les productions en se référant aux données de la situation d'énonciation et en pointant les relations qui les relient les uns aux autres.

5.3.3. Les indicateurs du système d'appréciation de l'énonciateur

Comme observé dans les exemples cités en amont[1], d'autres types d'indices témoignent, en sus des embrayeurs, de la posture de l'énonciateur à l'égard de ses objets de discours. De fait, puisque le sens des mots d'une langue se charge des emplois et des jugements des locuteurs qui les manipulent[2], l'actualisation d'un terme requiert du sujet parlant de procéder à une sélection parmi un ensemble d'unités lexicales porteuses de représentations positives ou négatives partagées consciemment ou non au sein de sa communauté d'appartenance. La

[1] *Cf.* « 5.3.1. De quelques exemples d'entrées d'analyse ».
[2] On renvoie sur ce point à la section portant sur la notion de *mémoire interdiscursive* notamment (*Cf.* « 1.1.4.3. La mémoire interdiscursive »).

manifestation de ce choix[1] peut se matérialiser, entre autres, dans les segments porteurs d'une évaluation (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 71)[2]. C'est donc à partir de l'analyse de ces indices appréciatifs qu'on peut inférer le jugement d'un énonciateur à l'égard de ce qu'il qualifie (*Ibid*.). Ainsi on considère comme fructueux d'examiner, au moyen du classement proposé par Kerbrat-Orecchioni, les marques de subjectivité portées par les adjectifs, les verbes et les adverbes et, dans une moindre mesure, par les substantifs déployés pour définir et caractériser les lieux visités ou les activités réalisées par les voyageurs. Ce système est d'autant plus pertinent que l'auteure relève, dans des genres discursifs proches de celui du blog voyage, nombre d'énoncés évaluatifs (Kerbrat-Orecchioni, 2004). Il sera alors intéressant de relier la valeur sémantique positive ou négative des unités lexicales du corpus à leur fonction pragmatique (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 71) en concordance avec la valeur illocutoire sur laquelle le discours étudié prétend s'aligner afin d'en observer les dissonances s'il y a lieu.

5.3.3.1. Les adjectifs subjectifs

Selon la classification de Kerbrat-Orecchioni[3], les adjectifs subjectifs se répartissent entre les « affectifs » et les « évaluatifs » (non axiologiques et axiologiques) (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 84). Ces formes linguistiques pointent une propriété de l'objet qu'elles déterminent tout en signalant la relation que le sujet parlant entretient avec cet objet (*Ibid*.). Du fait qu'ils soient marqués sémantiquement et, par conséquent, intrinsèquement par le système d'appréciation interne au locuteur[4], les adjectifs subjectifs sont absents des textes poursuivant une finalité d'objectivité (*Ibid*.). L'auteure note que la valeur « affective » d'un

---

[1] On a précisé *supra* la position adoptée quant à la responsabilité attribuée au sujet parlant dans la production de ses énoncés en section « 1.2.5. Image de soi et responsabilité du sujet parlant ».

[2] On ne partage pas les positions de la pragmatique qui suppose un locuteur maître de ce qu'il dit. Néanmoins, on justifie la mobilisation des travaux sur les adjectifs de Kerbrat-Orecchioni dans cette section en ce qu'ils sont bien connus des analystes du discours d'une part, en ce qu'ils ont été utilisés pour caractériser les formes de la communication des écrits touristiques (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 133-150) d'autre part et enfin en ce qu'ils sont mentionnés explicitement par Amossy comme représentant des indices de la construction de l'image de soi des auteurs dans leurs productions (Amossy, 2015 : 109).

[3] Moirand pointe la difficulté à établir des frontières entre les différents évaluatifs puisqu'en contexte certains termes évaluatifs peuvent « colorés » des termes initialement perçus comme « neutres » (Moirand, 1990 : 114). Le cas se présente notamment dans la situation de brochures publicitaires où la visée incitative dominante conduit au déploiement de nombreuses appréciations favorables destinées à valoriser le produit proposé (*Ibid*.). On considère, par conséquent, la classification de Kerbrat-Orecchioni comme indicative de la valeur axiologique à attribuer à un terme et comme requérant systématiquement l'analyse du contexte d'emploi de ce terme.

[4] Les adjectifs subjectifs sont marqués par le système d'appréciation interne au locuteur qui est à son tour dépendant des normes des systèmes d'appréciation en vigueur dans la communauté d'appartenance de ce locuteur.

adjectif tel que « poignant », « drôle » ou « pathétique » prend racine dans la sémantique du terme. Elle peut tout aussi bien se déduire d'une marque typographique comme la présence d'un point d'exclamation (*Op. Cit.* : 85) ou d'une position syntaxique à l'image du rôle évaluatif des épithètes antéposés (Bally, 1965 : 232-233).

Selon le contexte et le cotexte de l'énoncé, les évaluatifs peuvent prendre une valeur non axiologique ou axiologique. L'ensemble des évaluatifs non axiologiques regrouperait, par exemple, des adjectifs qui peuvent exprimer une valeur soumise à graduation telle que « large », « grand », « loin », « chaud » etc. (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 85). Ce type de marqueurs tendrait à transmettre une information et non un jugement de valeur (*Op. Cit* : 86) à l'inverse des évaluatifs axiologiques qui rassembleraient, pour leur part, les adjectifs témoignant d'une prise de position à l'égard de l'objet à déterminer (*Op. Cit*. : 91). L'intérêt de cette entrée d'analyse réside en ce que les emplois que le locuteur fait de ces évaluatifs renseignent l'analyste sur les normes du système appréciatif en vigueur dans une société donnée et sur l'expérience que ce locuteur a d'une certaine catégorie d'objets. Ainsi, un énoncé qualifiant un arbre de « beau » l'est au regard d'une certaine idée de l'esthétique végétal en cours dans la société d'appartenance du locuteur et de la fréquence de l'exposition de ce dernier à un type d'arbres reconnus comme « beau » (*Ibid*.). Relever les adjectifs subjectifs dans les productions est alors d'autant plus intéressant qu'« ils reflètent certaines particularités de la compétence culturelle et idéologique du sujet » (*Op. Cit*. : 94).

5.3.3.2. Les verbes de sentiment

Certains verbes, relevant sémantiquement du domaine de l'appréciation, peuvent témoigner plus explicitement que d'autres d'une valeur affective et axiologique. Ainsi « aimer », par exemple, réfère à un état interne, une expérience émotionnelle positive qui conduit celui qui l'éprouve à ressentir du plaisir (Culioli, 1999 : 62). Pour Culioli, le statif « aimer » pointe non seulement l'appréciation du sujet mais transmet l'idée que ce qui est aimé est également « bon » (*Ibid*.). La dimension évaluative du verbe « acheter » est alors moins marquée que celle du verbe « aimer » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 100). Pour la suite, on retient de cette approche les verbes de sentiment communiquant au lecteur une disposition favorable ou critique du locuteur à l'égard de l'objet qualifié tels qu' « apprécier », « souhaiter », « espérer », « désirer », « vouloir » ou encore « détester »,

« déprécier », « craindre », « redouter », « appréhender » (*Ibid*.). Si l'emploi des adjectifs subjectifs et des verbes de sentiment informe le chercheur de la position émotionnelle du locuteur à l'égard de son objet de discours, la modalité appréciative permet également de signifier l'attitude de celui-ci en exprimant peut-être l'approbation de l'expérience vécue ou son indignation.

5.3.3.3. Modalité appréciative et modalité intersubjective

Le Querler définit la modalité comme l'« expression de l'attitude du locuteur par rapport au contenu propositionnel de son énoncé » (Le Querler, 1996 : 14). Des différentes modalités que l'on peut répertorier[1], la modalité appréciative et les modalités intersubjectives sont d'intérêt pour la réalisation de ce travail de recherche puisque le locuteur module ses énoncés soit en faisant part de son attitude à l'égard de ce dont il parle (*Op. Cit.* : 64) soit en marquant « le rapport qu'il entretient avec un autre sujet à propos du contenu propositionnel » de l'énoncé (*Op. Cit.* : 65). Dans ce dernier cas, celui de la modalité intersubjective, le locuteur peut par exemple ordonner, conseiller, suggérer, demander ou accorder sa permission (*Ibid*.). Ainsi, « *il faut que* tu fermes la fenêtre ou bien « *Tu devrais* fermer la fenêtre » sont porteurs de marqueurs signalant la présence d'une modalité intersubjective (*Ibid*.).

Il est à noter que les marqueurs de la modalisation peuvent être intonatifs, lexicaux, morphologiques (Le Querler, 1996 : 85) ou syntaxiques (*Op. Cit.* : 62) comme on l'observe dans les quelques exemples de la série suivante : « [*j*]*e suis heureux que* tu sois détendu. », « [h]eureusement *que* tu es détendu. », « [t]u es détendu, *heureusement*. », « [c]e *que* tu es détendu ! », « [t]u n'es pas détendu, *hélas* ! », « [t]u n'es pas détendu, *malheureusement*. » (*Ibid*.). Les appréciatifs peuvent ainsi se matérialiser au cœur d'une relation de dépendance syntaxique par des verbes qui introduisent une subordonnée ou un infinitif « *j'apprécie*

[1] Le Querler classe les modalités selon trois ensembles : les modalités subjectives expriment le « rapport entre le sujet énonciateur et le contenu propositionnel » de l'énoncé ; les modalités intersubjectives indiquent « un rapport établi entre le sujet énonciateur et un autre sujet, à propos du contenu propositionnel » ; enfin, les modalités objectives désignent les modalités où « le sujet énonciateur subordonne le contenu propositionnel à une autre proposition ». Cette dernière modalité « ne dépend ni de son jugement, ni de son appréciation, ni de sa volonté » (Le Querler, 1996 : 63-64). Dans l'étude, on s'intéresse spécifiquement aux deux premières modalités sans exclure la possibilité que surgissent des modalités relevant du troisième groupe dans les données du corpus.

que/de, *je regrette que/de*, *je suis heureux que/de* » (*Op. Cit*. : 86). Ils peuvent également être des adverbes ou des interjections comme « *heureusement*, *malheureusement*, *hélas* » qui portent alors soit sur l'ensemble du contenu propositionnel soit sur un énoncé détaché du reste de la phrase à l'image de l'exemple « [e]lle a eu un accident, *heureusement* sans gravité » (*Ibid*.). Parfois, ces marqueurs sont matérialisés par des syntagmes nominaux (« *quelle chance que/de*, *quelle pitié que/de* »). À ces formes lexicales on ajoute, du fait de la textualité singulière des productions des blogs voyage, les émoticônes et les signes informatiques qui expriment une émotion (par exemple : « :-) » symbolise un sourire ; le signe « :-(» traduit un sentiment de tristesse).

5.3.3.4. L'expression de l'intensité

Sur la base des observations réalisées durant la phase exploratoire du corpus et pour caractériser les formes langagières auxquelles le locuteur recourt pour dépeindre la destination visitée et la commenter, il est apparu pertinent de relever les énoncés porteurs des marques de l'intensité (Romero, 2017). Dans cette section, on présente, en quelques mots, l'entrée d'analyse et on souligne quelques-unes de ses expressions grammaticales.

L'intensité en langue

L'intensité marque la force plus ou moins grande qui est associée à un énoncé (Romero, 2017 : 13). L'intensification ou la désintensification de la force d'un message peut relever d'une volonté du locuteur de sensibiliser davantage son interlocuteur à son propos ou bien de ménager ce dernier. En ce sens, « [l]'intensité revêt à la fois une dimension conative et une autre, expressive » (Romero, 2017 : 13). Concrètement, il s'agirait, selon Romero, de pointer une différence entre deux états de l'objet ou du procès qu'on caractérise et d'en spécifier l'écart (Romero, 2007 : 59) sous la forme d'une amplitude ou d'un contraste. Pour la chercheuse, l'appréhension de cet écart sous l'ombrelle de l'amplitude induit l'expression de l'intensité d'ordre quantitatif et rend possible sa graduation au moyen d'une échelle discursive (*Op. Cit.* : 60). L'auteure utilise comme référence le schéma (1) exposé *infra* pour ordonner les exemples « A : je vais à la fac lorsque j'ai cours » et « B : Je vais à la fac tous les jours » et « Y : Je vais à la fac de temps en temps » (*Ibid*.) selon le schéma (2) qui le suit :

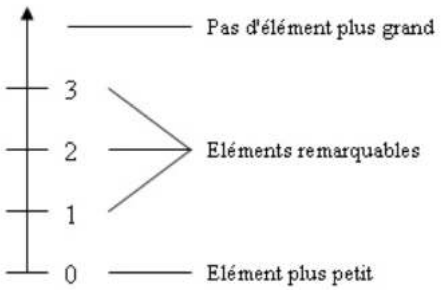


Schéma (1)

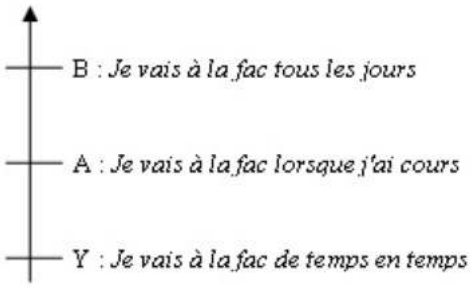


Schéma (2)

(Romero, 2007 : 60)

Selon le classement proposé, B est donc plus intense que A ou Y. L'amplitude passe alors souvent par l'expression grammaticale de la quantification selon des formes pointant la gradation, la mesure ou le degré de l'objet précédemment actualisé et requantifié dans le processus d'intensification auquel il est soumis (*Op. Cit.* : 61). La caractérisation du contraste, en revanche, se situe au niveau de l'attribution d'un signe à un référent à l'image de cet exemple : « Quoi ! ce royal croquant, ce maraud couronné ! (V. Hugo) » (*Op. Cit.* : 63).

Les manifestations de la force d'un message

L'expression grammaticale de la quantité ou le critère sémantique ne sont pas les seules formes pouvant affecter l'effet d'intensité d'un énoncé[1]. Si les adverbes grammaticaux et lexicaux sont des unités linguistiques privilégiées pour renforcer ou atténuer le propos ou l'intention d'un message (Romero, 2017 : 23-80), les différents affixes (tels que les préfixes « super- », « hyper-», « archi-», « mini », etc., les suffixes en « -issime », le pluriel et les diminutifs) (*Op. Cit.* : 55-66), les adjectifs, les noms, les verbes, les interjections, les structures phrastiques telles que les exclamatives, les figures et les tropes ne sont pas non plus en reste. Parmi ces derniers, les figures d'amplification (*Op. Cit.* : 138) telles que la répétition ou l'énumération sont au premier plan. Les tropes tels que l'euphémisme, la litote, l'hyperbole ou la comparaison (*Op.*

[1] On épargne au lecteur une description de l'ensemble des moyens grammaticaux exprimant l'intensité. On sollicitera au fil de l'exposition des résultats et des besoins descriptifs et explicatifs, les travaux de Romero (2007 et 2017) ou plus ponctuellement ceux de grammairiens tels que Riegel, Pellat et Rioul (1996) ou Charaudeau (1992).

Cit. : 150-176) occupent eux aussi une place d'importance dans les moyens identifiés pour exprimer l'intensité.

Le paralinguistique, c'est-à-dire, l'ensemble des traits prosodiques et oraux (*Op. Cit*. : 221) s'ajoute aux éléments de la série énumérative mentionnée *supra*. La hauteur de la voix, le timbre, le volume sonore (*Op. Cit.* : 222) sont déterminants dans le processus identificatoire d'un énoncé marqué par un procédé d'intensification. Dans le cas de productions plurimodales, comme dans un corpus de blogs voyage, ces critères sont pertinents pour l'exploitation des vidéos. En revanche, pour l'exploitation des textes du blog, on retiendra les critères scripturaux tels que la typographie (majuscule, gras, italique, soulignement, surlignement), les graphies à caractère iconique dont le style tend à se rapprocher de celui de l'oral (dans l'exemple « [r]egardez comme il est bôôôô ! », Romero pointe que la graphie phonétique, la répétition du signe « ^ » et l'étirement graphique matérialisent l'intensité du message) (*Op. Cit.* : 231-235). Sans prétendre à l'exhaustivité, on rajoute pour compléter la liste des indices de présence des intensifieurs[1] , les couleurs, les émoticônes, les signes informatiques manifestant une émotion et leurs répétition (par exemple l'émoticône « ☺ » exprime vraisemblablement la satisfaction versus « ☺ ☺ ☺ » qui témoignerait, du fait de la multiplication du signe, une plus grande intensité).

L'identification des adjectifs et des verbes subjectifs, le repérage des modalités appréciatives et intersubjectives ainsi que le recueil des marques d'intensification dans les productions permettent d'observer la manière dont les auteurs des billets restituent et évaluent le voyage qu'ils ont vécu. À partir du relevé et de la description de ces formes linguistiques et sémiotiques, on pourra formuler des hypothèses quant aux visées pragmatiques que les blogueurs poursuivent dans leur démarche.

[1] Le terme est de Romero. L'auteure précise qu'elle désigne « la forme responsable de l'intensité » comme « l'intensifieur » et « celle à laquelle elle [la forme responsable de l'intensité] s'applique » par le terme d' « intensifié » (Romero, 2017 : 16).

5.3.4 Situer et qualifier des objets de discours

Le témoignage de l'expérience du blogueur s'organise selon trois visées : la visée informative, la visée didactique et la visée incitative. Dans une volonté de repérage des indices de la présence du locuteur, la visée informative rapportant une évaluation du voyage est, intuitivement, celle qui semble la plus prolifique à étudier. Mais outre l'emploi d'affectifs, d'axiologiques et autres appréciatifs, le choix des objets de discours et la sélection des attributs à mettre en avant pour dépeindre une destination ou un hôtel attestent d'une intervention du locuteur et d'une hiérarchisation de ces éléments.

5.3.4.1. Sélection des objets référentiels et hiérarchisation des attributs

Le blogueur communique les renseignements qu'il juge nécessaires et suffisants pour informer le public. Ainsi, si le rôle du critique de cinéma est d'informer et de donner son avis pour recommander aux lecteurs d'aller voir tel film ou tel autre alors :

> [L]e choix des éléments qu'on décrit, le choix des mots qui décrivent (fonction d'information), le choix de ce qu'on évalue et le choix des formes de ces évaluations (donner son avis) concourent à justifier cette visée d'ordre pragmatique […] : suggérer de consommer ou de ne pas consommer.
>
> (Moirand, 1990 : 97)

Ce processus de sélection et de transmission se réalise au prisme de ce que le locuteur s'imagine des savoirs préalables de ses interlocuteurs et selon une norme informationnelle tacite sur ce qu'il est pertinent de transmettre sur une thématique donnée (Moirand, 1990 : 97). Compte tenu de la situation de communication étudiée, on formule l'hypothèse que les attentes engagées dans le blog voyage se forgent au contact des multiples supports de la communication touristique rencontrés en amont.

Les visionnages de reportages, les lectures de brochures touristiques, les consultations de guides pratiques, les participations à des tours animés par un guide local, les séances de feuilletage de revues géotouristiques et de navigation sur les pages d'autres *travel blogs* façonnent un système d'attentes normées qu'on ne peut qu'inférer. Intuitivement, la personne du guide et le guide pratique imprimé (papier ou numérique) occuperaient le haut

d'une liste qui aurait pour objectif de classifier les documents selon un critère d'exhaustivité quant aux informations transmises sur une destination. Le reportage télé, la revue et enfin la brochure touristique leur succèderaient (la dimension incitative étant davantage attendue, par exemple, dans le dernier support, que la dimension informative). On en convient, la norme de cette échelle est largement subjective puisqu'elle ne repose pas sur une approche contrastive dont le degré d'exhaustivité serait l'élément de comparaison entre les différents formats. Puisque le blogueur assume la responsabilité du choix des objets thématiques et décide du type et de la quantité des données à transmettre, il importe de rendre compte des référentiels traités, de la manière dont ils sont organisés et de la façon dont certaines de leurs propriétés sont soulignées.

5.3.4.2. Définir les objets dans les discours touristiques

Dans une approche identificatoire des énoncés visant à qualifier une destination touristique dans un corpus de guides imprimés, Rebeyrolle pointe la récurrence et les spécificités de certaines structures lexico-syntaxiques (Rebeyrolle, 2004). On décrit dans cette section les traits linguistiques caractérisant les marqueurs définitoires identifiés par le chercheur sur la base de l'hypothèse qu'il soit possible que ce type d'énoncés apparaissent dans le corpus de la thèse.

Les traits linguistiques de l'énonciation directe et indirecte de l'acte définitoire

La définition est un acte de langage[1] (Rebeyrolle, 2004 : 177) qui répond à une demande d'identification d'une unité lexicale qui se matérialise alors sous la forme d'une assertion posant l'équivalence entre le segment à définir et une séquence définissante (Riegel, 1987 : 30). L'acte définitoire peut se présenter sous une forme directe ou bien indirecte (Rebeyrolle, 2004 : 177). Dans le premier groupe de marqueurs d'un acte définitoire direct on retrouve les énoncés de désignations construits à partir de deux segments reliés entre eux par le verbe « désigner » (*Ibid.*), les énoncés de dénomination articulés par le verbe « appeler », les énoncés de signification élaborés

[1] On revient plus longuement sur la notion d'*actes de langage infra* en section « 5.3.5. Les actes de langage : pour un point de vue pragmatique sur les réalisations du locuteur ».

autour du verbe « signifier » ainsi que les énoncés définitoires introduits par « c'est-à-dire » (*Ibid*.). Dans les formes directes, l'énonciateur exprime de manière explicite son intention de définir un terme. À l'inverse, dans les énoncés définitoires indirects aucune marque linguistique ne formule explicitement la réalisation de l'acte en question. Il appartient à l'énonciataire d'inférer, selon ce que celui-ci comprend de la situation de communication et de l'échange en cours, l'intention définitoire de l'énoncé (*Op. Cit.* : 178). Ces énoncés indirects prennent alors la forme d'énoncés de classification dont le nœud est occupé par le verbe « être » et des énoncés définitoires parenthétiques dont un indice de présence peut être, outre la marque des deux signes typographiques, l'absence d'article :

> S'agissant des parenthèses, on peut mentionner certaines conditions concernant la détermination du syntagme qui se trouve dans cette aire définitoire. Même si ces conditions ne sont pas systématiques, l'absence d'article peut toutefois être utilisée comme un indice du fait que le N entre parenthèses doit être interprété comme un hyponyme du N placé avant la parenthèse.
>
> (*Ibid*.)

Selon un relevé précis des formes linguistiques présentes dans les deux guides imprimés et réalisant une fonction d'identification, l'auteur décrit les caractéristiques des énoncés définitoires qui sont apparus.

Spécificités de l'acte définitoire dans les guides touristiques

La première observation de l'auteur consiste à observer la faible fréquence d'apparition d'énoncés exprimant explicitement une valeur de définition (Rebeyrolle, 2004 : 179). Rebeyrolle indique notamment que seules quelques formes métalinguistiques surgissent dans les guides étudiés telles que « sous le nom de » ou « c'est-à-dire » (à l'image de ces deux extraits du corpus de guides de Rebeyrolle « ces bourgs […] sont connus sous le nom de kokkinochoria », « [l]'archevêque de l'île porte désormais le titre d'ethnarque, c'est-à-dire "chef du peuple" ») (*Ibid*.). Outre l'occurrence de quelques énoncés de dénomination occupant souvent une fonction évaluative (l'auteur prend l'exemple suivant « [l]es Grecs appelaient Chypre "l'île

odorante" » pour illustrer son propos) et positionnés en fin de phrase, Rebeyrolle relève que la définition s'exprime principalement par des énoncés indirects dans son corpus.

Les structures classificatoires prolifèrent et sont accompagnées d'énoncés porteurs d'une appréciation positive (*Op. Cit.* : 180) qui se manifestent par l'emploi de superlatifs ou d'adjectifs subjectifs (*Ibid*.). L'auteur relève également la présence de nombreuses structures attributives qui qualifient l'objet référentiel. Les propriétés pointées ne semblent alors pas liées au sémantisme du nom propre de la destination touristique mais à des traits relevant de sa représentation dans un groupe donné (*Op. Cit*. : 181-182). La description du lieu dans les guides s'articule alors selon une présélection des propriétés que le locuteur considère saillantes et pertinentes pour le lecteur (*Ibid*.). Ces « traits pseudo-définitoires » (*Ibid*.) côtoient nombre de parenthèses et d'appositions qui introduisent, sous la forme d'une paraphrase cette fois, une définition de l'emplacement décrit (*Op. Cit.* : 183).

Enfin, Rebeyrolle souligne que l'énumération occupe une place particulière dans la réalisation de l'acte définitoire indirect. Tout en respectant une structure classique, les énumérations peuvent être introduites soient par des marqueurs lexicaux soient par des marqueurs typographiques ou encore être annoncées ou signalées par leur emplacement ou leur disposition dans la page imprimée (*Ibid*.). Ce point est d'importance dans la mesure où la multimodalité offerte par les possibilités de l'objet numérique du blog sur un écran d'ordinateur ou de téléphone portable ouvre la voie à l'utilisation de dispositions spatiales similaires ou à la mobilisation de menus déroulants par exemple. Si la chercheuse signale que les auteurs associent l'usage de ce type de structures au thème de la flore, de la faune et de la gastronomie, il n'en demeure pas moins que l'énumération fonctionne à la manière d'une définition où « l'amorce exprime l'hyperonyme commun » tandis que les « éléments de la liste [en] fournissent les hyponymes » (*Op. Cit*. : 184-185).

En verbalisant une propriété en lieu et place d'une autre, le locuteur concoure à l'élaboration d'une représentation de la destination, renforçant ou modifiant celle qui préexistait à son énonciation. En ce sens, la présence tout autant que l'absence est signifiante dans la construction d'un message (Culioli, 1999 : 12). Bien que mon propos

ne porte pas sur l'étude des silences en discours ni des implicites[1], la valeur de ce questionnement est de souligner l'emprise de la perception de la situation d'énonciation et de celle des co-énonciataires dans les productions de l'énonciateur. C'est également à ce titre que les référentiels mis en avant et les propriétés retenues et apparaissant au sein de structures définitoires importent pour inférer le point de vue de l'auteur de blog voyage.

5.3.5. Les actes de langage : pour un point de vue pragmatique sur les réalisations du locuteur

Une fois justifiée l'intérêt du choix du performatif comme catégorie d'analyse, on rappelle brièvement dans cette section, la définition et les caractéristiques des actes de langage.

5.3.5.1. Choisir le performatif comme catégorie d'analyse

La description des actes de langage permet de caractériser en les nommant des prises de parole singulières, d'en appréhender la nature et d'en spécifier les contraintes d'emploi tout autant que leur répercussion (Krieg-Planque, 2017 : 76-77). À partir de l'identification des actes de langage qu'un sujet parlant dit accomplir et en considérant ceux qu'il réalise dans ses énoncés, il est possible de mesurer la correspondance entre les finalités affichées d'un discours (attendues ou dites) et celles actualisées par celui-ci (réalisées ou montrées). Du fait de leur nature (engager un faire au moyen d'un dire), la matérialisation en discours de ces actes engage de la part du locuteur une réflexion sur les conditions nécessaires pour autoriser leur actualisation. La dimension performative questionne en ce sens la légitimité à dire de l'auteur de l'énoncé tout autant qu'elle interroge les paramètres de la situation énonciative afin de confirmer si l'acte peut ou non être produit (*Op. Cit.* : 75). Actes de langage et présentation de soi sont ainsi intrinsèquement reliés :

> L'étude d'un acte de langage donné suppose ainsi l'analyse de l'ethos qu'il construit, aussi bien sous le jour de l'ethos prédiscursif (ou ethos préalable, c'est-à-dire l'image préexistante du locuteur) que sous celui de l'ethos discursif (c'est-à-dire l'image de soi qu'il met en place

[1] Sur ce point, voir l'article de von Münchow, P., « Quand le non-dit n'est pas l'implicite : comment rendre visibles les silences dans le discours ? », *Signes, Discours et Sociétés*, n°17, [en ligne], 2016.

à l'intérieur du discours et qu'il est en train de produire), et qui en quelque sorte l'autorisent à prétendre agir par le moyen de ce discours.

(Krieg-Planque, 2017 : 72-73)

Pour faire valoir une valeur illocutoire[1], le locuteur doit démontrer en quoi il est fondé pour procéder à son exécution : son autorité s'appuie-t-elle sur l'authenticité de son témoignage, sur l'extensivité de son expérience, sur la reconnaissance de sa compétence, sur son statut social ou bien parle-t-il au nom d'un collectif ? (*Op. Cit.* : 73). Il s'agit donc pour l'auteur du message d'aligner représentation de soi et valeur illocutoire des actes réalisés.

5.3.5.2. Les actes de langage

Le concept d'*actes de langage* renvoie à un domaine de connaissances largement répandu en sciences du langage. Austin, Searle et Vanderveken ont notamment largement contribué à leur description et à leur théorisation. À la suite de ces auteurs, on pose donc qu'il existe certains énoncés qui ressemblent à des affirmations et qui, en réalité, ne rapportent ou ne communiquent rien (Austin, 1970 : 38) ni ne répondent à un critère de véracité (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 9). Par exemple, prononcer la très célèbre phrase « oui [je le veux] » au cours de la cérémonie d'un mariage relève d'un type d'énoncés qui, en effet, ne constatent rien, qui ne peuvent pas être qualifiés de vrais ou de faux et qui marquent l'exécution d'une action qui n'est pas de dire quelque chose (Austin, 1970 : 40). L'adverbe « oui », dans ce contexte énonciatif, est donc une phrase performative au sens où son emploi réalise une action par le seul fait qu'elle ait été verbalisée (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 9).

On définit donc l'énoncé performatif comme un énoncé qui accomplit un acte par le seul fait d'être prononcé (*Ibid*.). Par ailleurs, on retient du travail d'Austin, le constat que tous les énoncés sont porteurs d'une valeur illocutoire[2] (par exemple, de promesse, de question, d'ordre, d'offre, ou d'excuse) (Austin, 1970 : 129). Une valeur qui, une fois

[1] La notion est définie dans la section suivante.

[2] Austin évoque le terme de « valeur » dans sa dixième conférence lorsqu'il définit sa triade notionnelle d'*acte locutoire*, *illocutoire* et *perlocutoire* (Austin, 1970 : 129), initialement présentée dans la 8ème conférence : « c'est ainsi que nous avons distingué l'acte locutoire (et les actes phonétiques, phatiques et rhétiques, qu'il inclut) qui possède une *signification* ; l'acte illocutoire où le fait de dire a une certaine *valeur* ; et l'acte perlocutoire, qui est l'obtention de certains *effets* par la parole » (Austin, 1970 : 129).

actualisée, peut alors permettre au locuteur d'agir de manière perlocutoire sur le contexte de l'échange (*Ibid*.). Le contenu d'un tel énoncé se décompose donc en l'association d'une valeur illocutoire et d'un contenu propositionnel[1] (Searle, 1979 : 31-32). Sans entrer dans le débat des problèmes posés par les tentatives de classification de la réalisation des actes de langage, on pointe que Searle différencie les cinq catégories[2] suivantes :

> Nous disons à autrui comment sont les choses (assertifs), nous essayons de faire faire des choses à autrui (directifs), nous nous engageons à faire des choses (promissifs), nous exprimons nos sentiments et nos attitudes (expressifs) et nous provoquons des changements dans le monde par nos énonciations (déclarations).
>
> (Searle, 1979 : 32)

On l'a dit, les assertifs posent un constat[3] sur un état de fait qui peut être soumis à discussion. La responsabilité du locuteur est ainsi engagée quant à l'adéquation de ses observations au réel qu'il décrit (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 20). Les directifs, quant à eux, désignent les actes qui visent à faire réaliser un faire à l'interlocuteur (*Ibid*.). Selon la graduation de leur intensité pour renforcer ou atténuer un tel acte (Romero, 2017 : 200)[4], les directifs peuvent « inviter à », « suggérer », ou dans une version plus forte « recommander », « demander », « ordonner » (*Op. Cit*. : 199). Au prisme des présupposés de la situation de communication du blog voyage, on pressent, dès à présent, l'intérêt que revêt cette catégorie pour l'étude des visées poursuivies par les blogueurs. Les promissifs engagent le locuteur à réaliser une action dans un futur plus ou moins proche (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 21). Ils incluent, entre autres, les vœux, les promesses, les serments. Les expressifs tels que « remercier », « féliciter », « s'excuser », « déplorer » réunissent des actes marquant l'intention du locuteur de faire part de ses sentiments ou de ses attitudes

---

[1] Dans l'introduction de l'ouvrage *Sens et Expression*, Searle définit un « acte illocutoire complet » comme l'ensemble constitué par « la force illocutoire et son contenu propositionnel » (Searle, 1979 : 31-32).

[2] Bien qu'on reconnaisse que cette classification date, elle est encore régulièrement réinvestie. Pour l'exemple, on cite les ouvrages d'Adam (2015) et ceux de Kerbrat-Orecchioni (2016) qui reprennent à l'identique les apports de Searle (1972, 1979).

[3] On appelle également « énoncé constatif » les énoncés relevant de l'assertion (Kerbrat-Orecchioni, 2016 [2008] : 9).

[4] Romero s'appuie notamment sur les travaux de Bazzanella, Caffi et Sbisà (1991) et de Sbisà (2001) pour évoquer la manière dont un locuteur peut moduler la réalisation d'un acte de langage pour intensifier ou bien atténuer sa réalisation (Romero, 2017 : 200) : « [c]e que nous retenons […] de la théorie des actes de langage […] tient finalement en deux point. Le premier est qu'en parlant, le locuteur accomplit des actes illocutoires, c'est-à-dire qu'il souhaite faire reconnaitre ces intentions […] Le deuxième est que les actes illocutoires peuvent avoir plus ou moins de force, et que les énoncés plus ou moins intenses sont la manifestation de cette force (*Op. Cit.* : 199-200).

(Adam, 2015 : 101). Les déclaratifs, quant à eux, énoncent en même temps qu'ils provoquent des changements dans le monde (*Ibid*.). Enfin, relèvent de l'ordre déclaratif les ratifications, les ajournements, les bénédictions etc. (Vanderveken, 1992 : 12).

Par ailleurs, on note que chacun des actes susmentionnés est soumis à des conditions de réussite (Vanderveken, 1992 : 19). Dans le cas de la promesse, par exemple, Vanderveken décrit de la manière suivante les préalables à réunir pour que l'acte promissif opère avec succès :

> […] un locuteur réussit à faire une promesse dans un contexte d'énonciation si et seulement si (1) il fait son énonciation avec le but de s'engager à accomplir une action future (but illocutoire), (2) ce faisant, ce locuteur se met lui-même dans l'obligation d'accomplir cette action (mode d'accomplissement), (3) le contenu propositionnel de son énonciation est qu'il accomplira cette action (condition sur le contenu propositionnel), (4) ce locuteur présuppose à ce moment qu'il est capable d'accomplir une telle action et qu'elle est dans l'intérêt de l'allocutaire, et finalement, (5) il exprime avec un fort degré de puissance, son intention d'accomplir l'action en question (condition de sincérité et degré de puissance).
>
> (Vanderveken, 1992 : 19)

Selon les actes réalisés dans le corpus, on fera appel aux conditions de réussite correspondantes en s'appuyant sur les travaux des auteurs précédemment mentionnés.

5.3.5.3. Les actes de langage indirects

Les actes de langage peuvent recouvrir plusieurs sens. De fait, un locuteur peut, en effet, énoncer une phrase, vouloir dire ce qu'il dit mais dire encore quelque chose d'autre, quelque chose de ses intentions (Searle, 1979 : 71). Ainsi, si l'énoncé « peux-tu attraper le sel ? » est perçu comme une question, la réponse logiquement attendue serait « oui, je le peux » (*Ibid*.). Or l'énoncé, dans une situation d'interlocution, n'a de sens que si celui-ci est interprété par l'allocutaire comme la demande d'un faire (*Ibid*.). Le locuteur s'exprime alors indirectement par opposition aux formules performatives explicites (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 36) qui contiennent dans leurs énoncés ce qu'elles prétendent réalisées (« Je te

conseille ce restaurant »)[1]. Ainsi un acte de langage indirect est un acte de langage qui ne nomme pas l'action qu'il produit. Sa formulation est en ce sens indirecte, elle s'effectue de manière sous-jacente et concomitante à autre acte de langage (*Op. Cit.* : 35). Dans l'exemple susmentionné de la demande de sel, la valeur apparente de question est qualifiée de « littérale (ou primitive) » tandis que celle correspondant à la véritable intention du locuteur, la requête dans ce cas, est désignée par le terme de « dérivée » (*Ibid*.).

Parfois, la valeur illocutoire réellement poursuivie par un énonciateur se signale par des marqueurs lexicaux ou prosodiques. Il est néanmoins impossible de recenser l'ensemble des éléments concourant à la réalisation d'un acte indirect (*Op. Cit*. : 38). En suivant les réflexions de Searle et celles de Kerbrat-Orecchioni, on admet qu'un énoncé tel que « peux-tu fermer la porte ? » réalise conventionnellement un tel acte de langage (*Ibid*.). Par ailleurs, occasionnellement, la valeur indirecte, dite « dérivée », s'impose pour s'actualiser prioritairement par rapport à la valeur littérale. Kerbrat-Orecchioni introduit, pour qualifier le phénomène, le concept de *trope illocutoire* qui désigne le remplacement d'une valeur illocutoire littérale par une valeur dérivée (*Op. Cit.* : 42). Par exemple, « on étouffe ici ! » est un assertif qui se voit doublé d'un directif, d'une requête. La seconde valeur reste secondaire et s'ajoute à la valeur première de l'énoncé constatif (*Ibid*). En revanche, l'énoncé « pourrais-tu ouvrir la fenêtre s'il te plaît ? » n'a que peu de chance d'être perçu comme une question. La valeur dérivée de requête prime et s'actualise prioritairement manifestant ainsi l'occurrence d'un trope illocutoire (*Ibid*.).

Sur la base de la situation de communication, le locuteur choisit la formulation de l'acte de langage qui lui garantira le succès de son entreprise. Au cours de l'analyse, on s'est attaché systématiquement et rigoureusement à relever les actes de langage réalisés par les blogueurs et ceux produits par les internautes dans l'espace dédié aux commentaires. La catégorie des actes de langage et, notablement celle des actes de langage indirects, s'est révélée particulièrement fructueuse pour souligner les intentions des auteurs et pour en caractériser la pluralité.

[1] Kerbrat-Orecchioni indique que les expressions performatives sont des énoncés qui dénomment l'acte qu'ils accomplissent (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 36). Ces formulations sont les formes les plus explicites auxquelles le locuteur peut recourir pour signifier le statut pragmatique de son énoncé (*Ibid*.).

5.3.6. Synthèse

Les catégories d'analyse des productions langagières sélectionnées sont nombreuses. Elles se regroupent en quatre axes qui déterminent : la manière dont le locuteur s'inscrit dans les énoncés (les embrayeurs de personne, les déictiques spatiaux et temporels) ; les moyens langagiers mobilisés pour introduire et décrire le voyage réalisé ou l'expérience vécue (choix des objets référentiels, utilisation de procédés relevant de l'acte définitoire) ; les outils linguistiques employés pour évaluer l'objet du discours (adjectifs et verbes subjectifs, modalités appréciatives et intersubjectives, marqueurs de l'intensité) ; enfin, le dernier axe projette de faire état de ce que font les énoncés ou de ce qu'ils prétendent faire faire aux lecteurs. Cette liste est non exhaustive et se veut ouverte aux possibilités du corpus. On ne réduit donc pas uniquement l'approche méthodologique du corpus aux entrées d'analyse présentées *supra* puisque, comme mentionné en amont[1], la sémantique et la syntaxe pointent également les spécificités d'une posture par exemple.

Il est probable qu'une sélection plus restreinte de catégories aurait induit une présentation des résultats plus économe et ouvert la voie à la possibilité de quantifier les données. Par ailleurs, il est aussi plausible qu'une telle approche aurait permis d'approfondir et de confronter théoriquement les apports de plusieurs auteurs sur une unique notion. En dépit de ces conjectures, l'exploration du corpus et la fréquence d'apparition des indices recueillis m'ont confortée dans la pertinence des catégories choisies.

5.4. Pour une approche sémiotique de la présentation de soi : l'analyse des visuels

Baerenholdt, Jenkins, Urry et d'autres chercheurs intervenant dans le champ du tourisme s'accordent pour faire de la photographie un élément indissociable de la construction du sens du voyage réalisé et/ou à venir. L'affirmation d'une intrication entre le textuel et le visuel n'est pas récente. Dans « Éléments de sémiologie », Barthes souligne, en 1964, que les médias de la communication de masse tels que le cinéma, la télévision ou la publicité sont des systèmes complexes engageant dans leurs réalisations et dans la construction du sens des messages qu'ils transmettent des objets de nature distincte tels que les images, l'audio et le graphisme (Barthes,

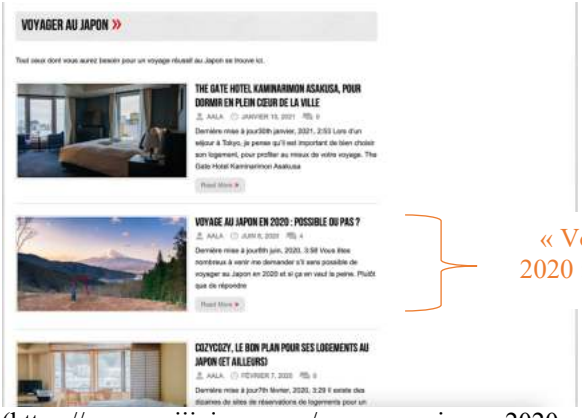
[1] Ce point a été abordé en « 5.3.1. De quelques exemples d'entrées d'analyse ».

1964 : 101). L'observation fluctuante des billets tend à consolider et à étendre l'application de cette perspective.

Les sections où le blogueur se présente s'accompagnent en effet d'un portrait ou d'un cliché de face (cf. Annexes 13.3 et 13.7). Par exemple, dans un encart horizontal, intégré à tous les articles de contenu du blog, Aala joint une photographie à quelques lignes de présentation de la manière suivante :

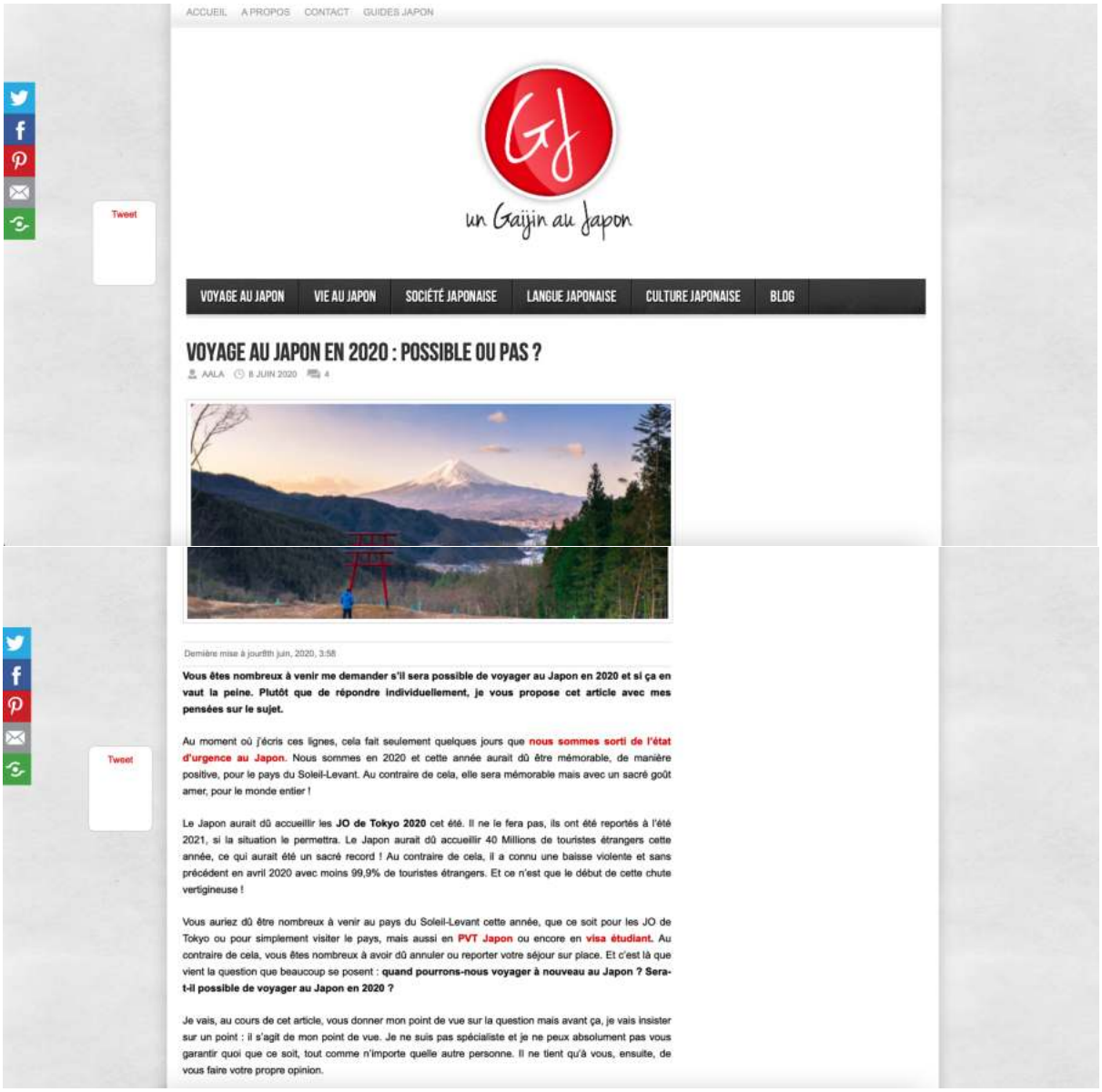
> Capture d'écran « Grille d'analyses B4 – P2 – Section [À propos] – À propos d'Aala » (Annexe 2.11).
>
>
>
>
> (https://www.gaijinjapan.org/voyage-au-japon-2020-possible-ou-pas/, consulté le 22 février 2022)

En ce qui concerne les accroches des billets de contenu, celles-ci interpellent l'attention du lecteur au moyen d'une photographie qui s'impose, dans l'organisation de l'article, comme le premier élément soumis au regard. Par exemple, toujours dans le blog Un Gaijin au Japon, le *post* intitulé « Voyage au Japon en 2020 : possible ou pas ? » apparaît une fois le lien intégré à l'étiquette [Voyage au Japon] activé. Le cliché photographique occupe alors autant de place que le titre et le chapeau du billet présentés à droite de l'image, comme on peut en faire l'observation dans la capture d'écran ci-dessous :

> Capture d'écran – Un Gaijin au Japon, « Voyage au Japon 2020 : possible ou pas », section [Voyage au Japon].
>
> 
>
>
> (https://www.gaijinjapan.org/voyage-au-japon-2020-possible-ou-pas/, consulté le 22 février 2022)

L'importance de ce même élément sémiotique apparaît une fois le billet ouvert. La photographie est alors insérée entre le titre et le chapeau de l'article de la manière suivante :

Captures d'écran – Un Gaijin au Japon, « Voyage au Japon 2020 : possible ou pas » (Annexe 9.54).



(https://www.gaijinjapan.org/voyage-au-japon-2020-possible-ou-pas/, consulté l2 16 septembre 2022)

Comme l'entrevoit Amossy, une analyse sémiotique de la présentation de soi serait tout à fait pertinente (Amossy, 2015 : 7). On se propose ainsi de compléter l'approche énonciative développée précédemment d'une analyse sémiotique de quelques éléments iconographiques du

corpus. Pour ce faire, on s'appuie essentiellement sur les concepts de la grammaire visuelle développée par Kress et van Leeuwen (2006).

5.4.1. Présentation de la démarche sémiotique et articulation théorique

Les sémioticiens Kress et van Leeuwen s'inspirent de la linguistique pratiquée par Hallyday pour proposer une grille de lecture des images qui rend compte des intentions du photographe et de la relation que celui-ci souhaite établir entre le spectateur et l'objet référentiel exposé dans le cliché. De fait, la démarche repose sur une conception de la linguistique qui considère que les formes grammaticales sont des ressources permettant de transcrire l'expérience et de témoigner de l'(inter)action sociale (Kress et van Leeuwen, 2006 : 1). À l'égale des structures linguistiques, les structures visuelles pointent des éléments et en délaissent d'autres (*Op. Cit*. : 2). Cette sélection résulte des habitudes qui sont partagées par des individus membres d'une même communauté discursive et qui sont ancrées dans la culture et dans l'histoire du groupe (*Op. Cit*. : 2-3). Pour les auteurs, l'analyse des représentations visuelles s'inscrit donc au cœur d'une approche sémiotique du signe (qu'il soit visuel ou linguistique) en ce que le langage (considéré au sens large dans cette acceptation) mobilise une grande variété de ressources et de moyens pour faciliter la communication entre les membres d'un même groupe (*Op. Cit*. : 10). La production d'un signe résulte ainsi d'un acte de réalisation individuelle des possibilités d'une langue ou d'un langage sémiotique (*Op. Cit*. : 9).

Cet ancrage me paraît compatible avec le cadre théorique de la thèse qui, on le rappelle, cherche, classiquement, à faire état des appropriations individuelles des moyens langagiers d'une langue pour actualiser dans un énoncé les images mentales du locuteur (images devenant le témoin discursif des représentations individuelles[1] qu'on s'efforce de dévoiler). De fait, l'approche sémiotique de Kress et van Leeuwen se revendique une proximité avec le courant anglophone de la *Critical Discourse Analysis* dont on sait que van Leeuwen est un chercheur prolifique : « So far […] critical discourse analysis has mostly been confined to language, realized as verbal texts, or to verbal parts of texts which also use other semiotic modes to realize meaning. We see our book as a contribution to a broadened critical discourse analysis » (*Op.*

[1] On rappelle qu'en AD, on ne s'intéresse aux représentations individuelles qu'en tant qu'elles éclairent, d'une certaine manière, le chercheur sur les représentations sociales qui circulent dans une société donnée à un moment donné de son histoire.

Cit. : 14). La méthode vise, de la sorte, à faire état de la manière dont les composantes d'une image représentent le monde et proposent de se lier à lui : « we believe that visual design, like all semiotic modes […] fulfils both an "ideational" function, a function of representing "the world around and inside us" and an "interpersonal" function, a function of enacting social interactions as social relations » (*Op. Cit.* : 15). En ce sens une photographie est une assertion sur le monde au sens illocutoire du terme[1] (*Op. Cit.* : 1) et elle en dévoile une interprétation[2]. La transparence apparente de l'image et son caractère objectif sont un mythe (*Op. Cit.* : 33). Selon les auteurs, la communication visuelle est, en réalité, le produit d'un code culturel implicite su et partagé (*Op. Cit.* : 32).

S'éloignant des réflexions de Barthes quant aux relations de sens entre objet/image et texte, les auteurs soulignent que les composantes du visuel ne sont pas tributaires de celles du texte tout en reconnaissant que la dimension iconographique co-construit le sens du message global (à l'instar de la dimension textuelle). Dans l'acceptation de Kress et van Leeuwen, les composantes et l'organisation d'une photographie sont effectivement indépendantes de celles du texte annexé et réciproquement (*Op. Cit*. : 18). Ainsi, la subjectivité d'une forme linguistique matérialisée dans un énoncé tel que « je crois qu'il ne viendra pas ce soir » notamment au moyen de l'embrayeur de personne « je » ne trouve pas de correspondance identique dans la mise en image d'un objet, ce qui semble évident. Ce sont les critères de présence ou d'absence de déictiques qui sont signifiants. La subjectivité prend corps dans une image sur une même modalité de présence/absence de marques en s'appuyant, cependant, sur des marqueurs de nature distincte comme la perspective ou la profondeur par exemple[3]. Dans cette approche, on présuppose qu'il soit possible d'identifier des régularités dans les images qui peuvent faire l'objet d'une conceptualisation sous la bannière d'une « grammaire visuelle » (*Op. Cit*. : 20).

---

[1] Les auteurs indiquent, qu'à leur sens, une grammaire visuelle décrit la manière dont chaque élément composant une photographie est disposé et est présenté, ceci à la manière d'une assertion (d'un « *statement* » de plus ou moins grande complexité (Kress et van Leeuwen, 2006 : 1).

[2] Kress et van Leeuwen circonscrivent leur grille de lecture visuelle à une interprétation propre à l'Occident (« *Western cultures* »). Cette approche m'est apparue cohérente avec les frontières culturelles et les limites inhérentes à la composition du corpus, à son exploitation et à mon profil : je suis francophone, de nationalité française et les auteurs des blogs du corpus se revendiquent par des traits identitaires similaires indépendamment de la pluralité de leur patrimoine culturel ou de leur lieu de résidence.

[3] Kress et van Leeuwen précisent sur ce point que la « visual reprentation, too, can realize both subjectivity, through the presence of a perspectival angle, and objectivity, through its absence […] Mental process clauses and nominalization are unique to language. Perspective is unique to images » (*Op. Cit.* : 19).

5.4.2. Les composantes retenues de la grammaire visuelle

Kress et van Leeuwen articulent le modèle d'analyse qu'ils proposent selon trois modalités de représentation : la représentation narrative met en avant les éléments de la composition du visuel et leur relation dans la perspective d'une étude processuelle ; la représentation conceptuelle décrypte les constructions sociales de visuels topographiques, taxinomiques ou analytiques ; enfin, la représentation de l'interaction entre les participants représentés (objet(s) ou personne(s) figurant sur le cliché[1]) et l'observateur. C'est ce dernier axe qui a été retenu. Ainsi, pour développer l'analyse, il est tout d'abord nécessaire d'identifier les partenaires de l'échange : les participants interactifs et ceux qui sont représentés. Tandis que le premier ensemble est constitué des spectateurs, le second inclut les êtres et les objets occupant une place singulière dans la composition du cliché. Par exemple, dans l'extrait suivant, le visuel met en scène trois participants représentés : un participant humain (l'individu de dos) et deux participants de type objet (la montagne et le monument) :

Capture d'écran Un Gaijin au Japon, « Voyage au Japon 2020 : possible ou pas » (Annexe 9.54).

(https://www.gaijinjapan.org/voyage-au-japon-2020-possible-ou-pas/, 15 septembre 2022)

[1] Les auteurs distinguent deux types de participants qu'ils décrivent en ces termes : « [t]here are two types of participants involved in every semiotic act, *interactive participants* and *represented participants*. The former are the participants in the act of communication – the participants who speak and listen or write and read, make images or view them, whereas the latter are the participants who constitute the subject matter of communication; that is, the people, places and things (including abstract "things") represented in and by the speech or writing or image, participants about whom or which we are speaking or writing or producing images » (Kress et van Leeuwen, 2006 : 48). Les auteurs incluent dans la catégorie des participants tout autant les êtres vivants que les paysages, les diagrammes, etc. Ces derniers sont signifiants en ce qu'ils occupent une large place de la composition du visuel (*Op. Cit.* : 49).

Les participants interactifs de cette reproduction sont le photographe et le spectateur supposé[1], soit des individus réels qui produisent et construisent le sens des images dans le contexte de leur environnement social et historique (Kress et van Leeuwen, 2006 : 114). Pour décrire la relation qui unit les différents types de participants et celle qu'ils entretiennent avec le contenu du visuel, on choisit de sélectionner les quatre critères suivants : le rôle du regard du participant représenté (*Op. Cit*. : 116-124) ; la signification du cadrage (*Op. Cit.* : 124-129) ; le sens de l'horizontalité des plans (*Op. Cit*. : 133-140) et celui de l'orientation verticale de l'image (*Op. Cit*. : 140-143).

5.4.2.1. Le regard du participant représenté

Pour les deux analystes, le regard est porteur d'une fonction communicative (*Op. Cit.* : 116). De ce point de vue, si les participants représentés fixent l'observateur (c'est-à-dire le participant interactif), une connexion, fût-elle imaginaire, s'établit entre eux par l'intermédiaire de la ligne des yeux (*Op. Cit*. : 117). Parfois, un geste peut accompagner ou appuyer l'orientation du regard. Cette configuration est alors interprétée par les auteurs comme un signe d'adresse voire une interpellation dont la finalité est d'entrer en relation et d'agir sur le participant interactif. Ce type de visuel est un *image act* (*Op. Cit.* : 118). L'activation du trait sémiotique signale qu'il est attendu quelque chose de l'observateur (*Op. Cit.* : 118). L'acte de requête[2] se matérialise, le plus souvent, sous les traits d'un être humain, d'un animal ou même d'un objet doté de caractéristiques anthropomorphiques qui regarde en direction de l'emplacement de l'objectif de l'appareil photo. La nature de la demande est alors précisée par les composantes du visuel (*Ibid*.). À l'inverse, une image dont le regard ne pointe pas vers le participant interactif est une offre d'informations (*Op. Cit.* : 119). Le contenu exposé est, en ce cas, voué à un but purement contemplatif (*Ibid*.). L'image de type « offre » ou « *offer* » dresse une barrière invisible entre les participants

[1] Le participant interactif pouvant être le lecteur de cette thèse par exemple ou celui du blog lors de la consultation du billet sur le site internet.

[2] La terminologie mobilisée dans ce paragraphe n'est pas innocente. De fait, Kress et van Leeuwen assument la dimension pragmatique qu'ils entendent donner à l'analyse des valeurs réalisées par les images (Kress et van Leeuwen, 2006 : 122) : « "offer" and "demand" can also be related to another key concept in linguistics, that of "speech act" » (*Ibid*.). Néanmoins, tandis que je m'appuie sur les travaux d'Austin et de Searle, les auteurs réfèrent, explicitement et uniquement, à ceux d'Halliday (1985).

(*Op. Cit*. : 120). Elle est un simple constat. Les auteurs proposent d'observer une affiche d'un célèbre appel au recrutement militaire pour illustrer un *image act* de type *demand* :

Poster d'Alfred Leete, 1914.

(https://prestonhistory.com/subjects/great-war-conscription-and-edwardian-prestons-class-ceiling/, consulté le 19 septembre 2022)

Sur cette affiche, le regard et le doigt du participant représenté pointent directement vers l'emplacement supposé de l'observateur. Le regard est fixe. Le doigt désigne. La typographique et le sens du pronom personnel « YOU » interpellent le lecteur. La syntaxe se fait simple et se complète d'un point d'exclamation qui renforce l'emploi de l'impératif. La posture du chef de commandement qui a autorité pour formuler un acte directif est marquée sémiotiquement non seulement par l'habit militaire et la casquette de l'officier mais également par la gravité de l'expression du visage. L'image et le texte concordent alors pour formuler une interpellation explicite et directe aux participants interactifs.

Dans le corpus, de nombreuses photographies font état de situations qui répondent tantôt aux critères du type « offre » tantôt à ceux du type « demande ». Le cliché « B7–A1–I8 », par exemple, expose une personne allongée sur un canapé. Aucun regard ne se dirige directement vers l'emplacement du photographe. Cette image correspond à une image de type « offre ». Elle est donc un « constat ». Il ne s'agit pas d'inviter l'observateur à entrer en relation avec le personnage de la photo mais de lui proposer une représentation de l'expérience vécue en l'occurrence.

Extrait « B7–A1– Italie. Un road-trip de rêve dans les Dolomites – Images » (Annexe 13.15).

(https://www.bestjobersblog.com/Italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 22 février 2022)

À l'inverse, dans le visuel exposé ci-après, les auteurs du blog Un Couple en Vadrouille réalisent une photographie d'eux-mêmes. Le lieu supposé indiquer l'objectif de l'appareil photo se fond avec celui représentant le point d'observation du spectateur.

Extrait « B8 – P2 – Encart module vertical – Images » (Annexe 13.18).

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/a-propos-de-nous/, consulté le 22 février 2022).

Dans le contexte du blog, ce n'est donc plus l'appareil qui est observé mais l'observateur. Le regard des deux blogueurs est directement orienté vers l'emplacement des lecteurs. La photo relève donc du type de « demande » et formule une invitation à entrer en interaction. L'intensité de cette requête est renforcée par le sourire du couple qui engage le spectateur à entrer en contact avec lui dans une relation qui s'annonce cordiale. En conséquence, l'orientation du regard des participants représentés est signifiante en ce

qu'elle fournit des indices sur la relation que le blogueur souhaite établir avec les membres de sa communauté : personnelle dans le cadre d'une « demande » et impersonnelle dans le contexte d'un cliché de type « offre ».

5.4.2.2. La signification du cadrage

La distance de cadrage d'une photographie est également porteuse de sens (Kress et van Leeuwen, 2006 : 124). La décision de focaliser ou non le cliché est un indice témoignant de la représentation de la relation sociale que le photographe établit entre les participants représentés et les participants interactifs (*Ibid*.). Kress et van Leeuwen recourent à la signification sociale et à la portée culturelle de la distance séparant les individus pour étayer leurs affirmations en s'appuyant sur les travaux de Hall (Hall, 1966). L'anthropologue américain assure notamment qu'il existe une différence de signification sociale entre une distance qui sépare conventionnellement deux personnes inconnues l'une de l'autre d'une distance où chacune de ces personnes ne voit de son interlocuteur que le visage (Kress et van Leeuwen, 2006 : 124-125). La mesure de l'éloignement se fait donc en relation à la proportion visible du corps du participant représenté sur les clichés.

On distingue dans cette catégorie la distance « intime » (le participant ne perçoit de l'autre que les traits du visage), de la distance dite « personnelle » qui révèle de l'individu la partie supérieure du corps (tête et épaule) à l'image de la photographie suivante :

Extrait « B3 – P4 – Bandeau de présentation – Images » (Annexe 13.7).

(https://japonsecret.fr, consulté le 22 février 2022)

La distance « personnelle moyenne » expose la moitié supérieure du corps de la personne tandis qu'une distance reconnue comme « personnelle lointaine » montre l'ensemble de l'individu à l'instar de cette photographie publiée dans Le Blog de Mathilde :

Extrait « B1 – P1 – Bandeau de présentation [Mathilde] – Images » (Annexe 13.2).

(https://www.maathiiildee.com, consulté le 22 février 2022).

Enfin, la distance de cadrage[1] dite « publique » laisse entrevoir l'ensemble d'un paysage ou affiche plusieurs individus entiers à l'image du cliché de la ville de Bruxelles présenté *infra*. Sur la place centrale figurent non seulement un immeuble dans toute sa hauteur, une partie des angles de côté de l'emplacement et des touristes se promenant :

Extrait « B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles – Images » (Annexe 13.11).

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 27 juin 2022)

[1] L'interprétation du trait distinctif du cadrage fonctionne indépendamment de la nature du participant représenté (Kress et van Leeuwen, 2006 : 127). Ainsi, qu'il s'agisse d'un objet ou d'un paysage, la proxémie est pareillement signifiante. Un paysage peut être photographié depuis l'angle des rues d'une ville (Annexe 13.11) ou bien en surplomb depuis un point de vue lointain (Annexe 13.17).

Selon une échelle de répartition de ces différentes distances, plus le cadrage est lointain moins est marquée la volonté d'établir un lien de proximité entre les participants représentés et interactifs (Kress et van Leeuwen, 2006 : 125). Pour plus de simplicité, j'ai restreint l'échelle de l'analyse à trois niveaux. J'ai réuni les distances « intime » et « personnelle » sous l'étiquette de « distance intime » et celles de « distance lointaine » et de « distance publique » sous la bannière de cette dernière. On a donc procédé à une description des images recueillies selon trois modalités d'éloignement (intime, moyen et publique) comme on peut en faire le constat dans les grilles d'analyse visuelle reportées en Annexes 14 (Annexes 14.1 et 14.3).

5.4.2.3. L'horizontalité des plans

À la ligne d'un regard et au choix d'un cadrage s'ajoute la prise en compte d'un angle de vue comme élément marqueur de la subjectivité dans une construction sémiotique (*Op. Cit.* : 131). Cet angle est mesuré selon un plan horizontal qui s'appuie sur deux points de référence : la ligne de placement des participants représentés et celle correspondant à la position occupée par l'observateur. Pour plus de clarté, on reproduit, ci-après, l'analyse d'une photographie extraite du blog Un Gaijin au Japon. Sur l'image figure un homme assis de trois quart (si l'on suit la ligne formée par la direction des épaules). L'homme ne fait donc pas face à l'objectif de l'appareil photo. Dans les situations iconographiques où les alignements entre la posture des participants représentés et la position du photographe (ou de l'observateur) ne sont pas parallèles, l'angle de représentation choisi est dit « oblique ».

Extrait « B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon – Images » (Annexe 13.8).

(https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/, consulté le 27 juin 2022)

Ci-dessous, on expose un portrait d'une blogueuse illustrant un angle dit « frontal » qui suppose donc le parallélisme entre les positions des participants représentés et interactifs :

Extrait « B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? – Images » (Annexe 13.5).

(https://www.nuagenomade.fr, blog éteint en 2020)

L'angle du plan de l'auteure du blog (qui fait office de participant représenté dans ce paragraphe) est aligné à celui de l'objectif de l'appareil photo[1].

La différence entre le constat d'une divergence ou d'un alignement des plans démontre une volonté du producteur du visuel d'intégrer (*involvement*) ou de distancier (*detachment*) les observateurs des objets ou des êtres représentés (Kress et van Leeuwen, 2006 : 136). L'angle frontal signifierait ainsi verbalement : « [w]hat you see is part of our world, something we are involved with » (*Ibid*.). L'angle oblique, quant à lui, transmet le message suivant : « [w]hat you see here is *not* part of our world; it is *their* world, something *we* are not involved with » (*Ibid*.). Les auteurs examinent, à partir d'un corpus de clichés, différentes combinaisons de critères : le participant représenté regarde en direction de l'observateur (image de type demande) mais n'est pas positionné face à lui (angle oblique) ; à l'inverse l'individu photographié détourne le regard (image de type offre) et se place de front (angle frontal) (*Op. Cit.* : 137). On fait le choix de ne pas détailler l'ensemble des situations exposées. Au fil de la présentation des résultats, on sollicite les explications requises.

[1] On ignore si la scène représente une mise en miroir de la photographe capturant son propre reflet ou si la représentation est réalisée à l'aide d'une tierce personne. Dans le cadre de l'analyse des plans, cette information n'est pas pertinente. On formule néanmoins l'hypothèse que la mise en abîme dénote de la part de l'auteure du blog un ethos ludique et/ou une volonté de protéger son anonymat.

5.4.2.4. L'orientation verticale de l'image

Surplombant un paysage extraordinaire et figurant de dos, deux jeunes gens admirent l'étendue qui s'offre à eux. Dans une autre situation, dominée par les hauteurs d'un bâtiment, une voyageuse lève la tête. Le trait sémiotique de l'axe vertical traduit le pouvoir exercé par le participant représenté sur le participant interactif ou, à l'opposé, il symbolise l'ascendant du second sur le premier (Kress et van Leeuwen, 2006 : 140). L'absence de ce critère est également signifiante. La position de l'observateur à hauteur du regard du participant représenté suppose l'égalité des relations de pouvoir entre les deux actants. Pour illustrer la méthode, on recoure à l'image suivante :

Extrait « B8 – A1 – Road Trip dans l'Ouest Américain – Images » (Annexe 13.17).

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, consulté le 15 septembre 2022)

On observe que les blogueurs sont photographiés selon un angle allant du haut vers le bas. En accord avec les préceptes de la grammaire visuelle, un pouvoir est donc déféré aux observateurs de ce cliché : celui d'agir sur le contenu sémiotique qui fait l'objet de la photographie (*Op. Cit.* : 140). En revanche, dans le cliché exposé ci-après, la verticalité du bâtiment s'impose à l'observateur.

Extrait « B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles – Images » (Annexe 13.11).

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, coonsulté le 22 février 2022)

Le point de vue de bas en haut indique que le contenu sémiotique exerce un pouvoir symbolique sur les observateurs de la photographie (*Op. Cit*. : 140). L'axe vertical témoigne d'une mise en scène voulue par le photographe et, par superposition des rôles, par le blogueur. L'auteur du blog voyage assigne, par l'actualisation de ce trait sémiotique, tantôt une posture d'admiration plutôt passive tantôt une posture résolument active.

5.4.2.5. Synthèse et retour d'expérience

Le modèle de la grammaire visuelle s'est révélé être un guide d'analyse rassurant en ce qu'il offre un cadre d'application, des exemples et des directives à suivre. Par ailleurs, c'est une méthode qui me semble s'articuler conceptuellement avec assez d'aisance aux préceptes de l'analyse du discours. Son approche basée sur l'identification de récurrences visuelles, qui caractérisent la relation entre les participants interactifs et les participants représentés (animés ou non), permet d'explorer un autre pan de la mise en scène orchestrée par le blogueur. Cette méthodologie fait donc apparaître des régularités dans le corpus que je souligne dans la partie dédiée à l'exposition des résultats.

Néanmoins, il est apparu que les deux difficultés majeures de l'application de cette méthode résident, d'une part, dans la complexité de la combinaison des différents traits saillants de la grille et, d'autre part, dans la place accordée à la dimension interprétative. En conséquence, j'ai associé la démarche d'exploitation des visuels, prescrite par Kress et van Leeuwen, à une approche descriptive et quantitative plus classique. Ainsi, sur fichier Excel, j'ai procédé, pour chaque document visuel, à la description des critères mentionnés *supra* (Annexe 14.1 et Annexe 14.3). J'ai ensuite synthétisé les données afin d'obtenir, en sus des observations, une quantification des résultats dont on peut consulter le contenu en Annexe 14.2. En ce qui concerne les logos des blogs voyage, reportés dans les descriptions des pages d'accueils (Annexe 1), j'ai effectué une analyse descriptive conventionnelle des éléments graphiques. En effet, j'ai décrit chacun des constituants de la zone de titre du blog (symboles, dessins, photographies, couleurs) et j'ai systématiquement indiqué l'articulation du texte et de l'image etc.

5.5. Appréhender les hyperliens en sciences du langage

Paveau affirme que les productions numériques se caractérisent avant tout autre critère par leur dimension relationnelle (Paveau, 2017b) puisque celle-ci induit une pratique de lecture active, topographique et par conséquent dynamique (*Ibid.*). La relation entre les textes numériques est portée par l'insertion et l'activation de liens hypertextuels au sein des énoncés. Les hyperliens, en ce sens, ont fait évoluer la textualité auparavant orientée sur le décodage vers une textualité qui se construit par le biais de parcours de lecture (*Ibid*.). Pour appréhender la particularité des composants du blog et pour comprendre la manière dont la production d'un hyperlien témoigne d'une intention du blogueur à l'égard de l'auditoire, dans une première étape, on décrit la nature du lien hypertextuel. Puis, on résume les enjeux liés à la fonctionnalité des hyperliens et à leurs potentialités. On justifie ensuite de l'approche pragmatique qu'on choisit d'adopter. Enfin, on détaille le processus d'annotations mis en place pour analyser le recueil de ce type de données.

5.5.1. Réflexions sur la nature des hyperliens

Les liens hypertextuels (ou hyperliens) sont des lieux d'interactivité. Les signes linguistiques auxquels ils sont associés renferment différentes significations et permettent à l'utilisateur de réaliser des actions (Adami, 2013). En tant qu'éléments d'un texte citeur qui pointe l'URL[1] d'une page citée dans son ensemble (Cardon, 2013), ils présentent trois caractéristiques : ils sont dotés d'une forme (ils ont un signifiant et un signifié) ; ils ont besoin d'un acte pour être activés ; ils produisent un effet (*Ibid*.). Intégrés aux textes publiés sur internet, leur activation induit une modification dans l'apparence du texte et un changement dans le parcours de navigation de l'utilisateur permettant à celui-ci de passer d'une page à une autre ou d'un site à un autre (*Ibid*.). En ce sens, on admet que l'*hypertextualité* désigne « the affordance of digital texts of giving access to a network of other texts, enabling readers to "travel" (Lemke, 2002) » (Adami, 2013).

[1] URL est le sigle correspondant aux termes anglais *Uniform Resource Locator* et désigne une adresse web. C'est « une chaîne de caractères uniformes qui permet d'identifier une ressource du *World Wide Web* par son emplacement et de préciser le protocole Internet pour la récupérer » (https://fr.wikipedia.org/wiki/Uniform_Resource_Locator, 23 février 2022).

De la nature plurisémiotique des hyperliens découlent deux fonctions : une fonction « syntagmatique », en tant que signe linguistique constitutif d'un énoncé dont l'ajout technologique construit le sens, et une fonction « paradigmatique » en ce que la possibilité d'activer le lien ajouté ouvre la voie d'accès à d'autres textes (*Ibid*.). Le lien peut être aussi bien « attaché » à un énoncé, à un paragraphe ou à une image. Il est signalé par un trait, une modification de la police ou par une couleur distincte de celle employée pour le reste du texte. La signalétique a pour objectif d'interpeller l'attention de l'internaute et fait de l'hyperlien un objet à manipuler (*Ibid*.). Sa vocation est, par consequent, de « *performer* » une fonction interactive : « [i]rrespectively of the signifier, the signified of an interactive site/sign is always something like "Here you can [type and] click, and you'll have an effect, in some way related to the signifier" » (*Ibid*.). La responsabilité de l'insertion dans un texte de ce type de signes repose entièrement sur la décision de son producteur (Kress, 1993). À ce sujet, Paveau souligne les différentes opérations manuelles et techniques qui sont requises pour attacher un lien à un segment énonciatif : premièrement, il est nécessaire de signaler typographiquement le segment qui sera porteur d'un hyperlien en le surlignant, par exemple ; il faut ensuite cliquer sur la suite énonciative choisie, ce qui ouvre une boîte de dialogue offrant diverses options dont une concerne la possibilité d'insérer manuellement une URL puis valider la directive (Paveau, 2016 : 18). Ces quatre étapes (sélection, clic, insertion, validation) sont signifiantes en ce qu'elles indiquent un choix et signalent une intention à l'égard du lecteur.

Les liens hypertextuels témoignent ainsi d'un acte signifiant de l'auteur du blog à l'égard de son public mais pas seulement. De fait, il est à observer que les moteurs de recherche ordonnent la hiérarchie du classement des informations selon une approche quantitative de la réticularité du web (Cardon, 2013). Ainsi, un site qui reçoit d'un autre un hyperlien est doté d'un témoignage de reconnaissance, d'un vote. Dans ce système, l'appréciation positive ou négative qui accompagne la mention de l'hyperlien importe peu, c'est la citation qui est valorisée et qui rend la mise en équation possible (*Op. Cit*. : 71). Initialement employé comme instrument au service de la mesure du sérieux d'un travail académique[1], le lien hypertextuel est

[1] Cardon retrace les différentes étapes à l'origine de la création du *PageRan*k de Google et y décrit le rôle des hyperliens. Le projet initial était de créer un index de citation pour « faciliter la circulation à l'intérieur des contenus scientifiques en favorisant le déplacement de citation en citation entre les articles scientifiques » (Cardon, 2013). Il ne s'agissait pas de « mesurer la réputation des chercheurs, mais de "fournir au scientifique consciencieux un moyen de connaître les critiques dont les articles qu'il cite ont fait l'objet" en révélant des "associations d'idées" (Garfield, 1955, cité dans Wouters, 2006, p. 14) » (Cardon, 2013). Or, aujourd'hui, la citation, telle qu'elle est

devenu un moyen de gravir les échelons de la popularité et d'acquérir de la visibilité sur la toile (*Ibid*.). La recherche d'une meilleure exposition est un enjeu inhérent de l'insertion des hyperliens dans les productions. En ce sens, la page vers laquelle un hyperlien redirige la navigation est, par conséquent, porteuse de sens.

5.5.2. Approche discursive de l'hyperlien

En AD, les hyperliens, par leur nature et leurs fonctionnalités, posent question. Pour Paveau, la première interrogation porte sur « l'identification catégorielle des technosegments »[1] (Paveau, 2016 : 22) puisqu'aujourd'hui, en linguistique, il n'existe pas de catégories qui permettent de décrire ou de classer une URL ou un énoncé cliquable (*Ibid*.). La deuxième traite de la prise en compte de la fonction pragmatique des hyperliens qui proposent aux lecteurs de s'orienter vers d'autres textes (« les textes cibles ») dont la situation énonciative diffère de celle des textes sources (Paveau, 2017 : 337). Enfin, la troisième interrogation concerne la manière dont les sciences du langage doivent aborder la nature d'un texte soumis à la délinéarisation induite de l'insertion et de l'activation d'hyperliens dans le parcours de lecture du navigant (Paveau, 2016 : 22).

En réponse au premier questionnement, l'auteure choisit d'insérer de nouveaux termes, selon elle, plus à même de refléter la dimension intégrative d'une approche écologique du discours (Paveau, 2016, 2017a)[2]. Les deux autres réflexions amènent l'analyste à mobiliser le concept d'*écrilecture*. Empruntée aux sciences de l'information, la notion renvoie simultanément aux activités de lecture et d'écriture auxquelles se prêtent le lecteur (*Op. Cit.* : 23). En effet, le travail de coproduction entre auteur et lecteur dépasse le seul niveau de la construction du sens d'un texte puisque le lecteur n'est pas seulement actif en réception mais il est le co-auteur du texte qui lui est proposé. L'internaute augmente en effet le sens de la

---

manipulée dans le *PageRank* de Google, n'a plus ce sens, elle est un lien qui ne renvoie qu'à lui-même (*Ibid*.) : « la valeur de la citation devenue simple signe, prend un caractère autoréférentiel et se donne à la possibilité d'un calcul » (*Ibid*.).

[1] Paveau justifie l'emploi d'une nouvelle terminologie telle que « *technosegment* », dans ce cas, pour rendre compte de la dimension technologique intervenant tant au niveau de la production du texte que de sa réception par le lecteur (Paveau, 2016 et 2017a). Sans reprendre les termes de cette proposition, les hyperliens sont pleinement intégrés dans ma démarche d'analyse comme composantes inhérentes à la production d'un billet de blog voyage et comme élément révélateur d'une intention de l'auteur.

[2] On ne réinvestit pas la terminologie de l'Analyse du Discours Numérique bien qu'on partage avec leurs fondateurs de nombreux points de concordance.

production du blogueur de ses commentaires ou de ses cheminements individuels par le biais des méandres des hyperliens qu'il contient. La construction du sens du texte devient dès lors une production dynamique et conjointe.

Dans la démarche exposée dans ce travail et à la lumière de ces derniers apports, on a donc fait le choix d'appréhender les liens hypertextuels comme le produit d'une intention de l'auteur qui se révèle à la lumière de la situation énonciative du texte cible. On interprète alors l'hyperlien comme un acte de langage indirect : sous la forme d'un énoncé assertif se dessine une valeur illocutoire dérivée d'une invitation à réaliser un faire, que celle-ci se manifeste par la dimension sémantique du contenu propositionnel ou bien au moyen d'un signe typographique ajouté à l'énoncé. La dimension perlocutoire de l'acte ne se révèle que par l'observation des paramètres énonciatifs du texte cible : la relation locuteur – allocutaire initiale est-elle modifiée si l'acte est « performé » ?

5.5.3. Traitement des hyperliens dans le corpus

Pour souligner les intentions de l'auteur, on a procédé à un recueil systématique des hyperliens dans les billets, dans les encarts de présentation et dans les sections dédiées à l'introduction du blogueur. On a déployé, si le cas se présentait, une méthode d'identification similaire des liens hypertextuels joints aux commentaires des internautes et aux réponses des blogueurs. Chaque hyperlien a été annoté selon l'orientation de la navigation qu'il propose.

Ainsi, un hyperlien intégrant, à un énoncé, une adresse URL orientant le parcours du lecteur vers une des pages du blog a été marqué de la couleur bleue signifiant *de facto* un hyperlien « interne ». À l'hyperlien « interne », on a opposé l'hyperlien « externe » qui apparaît coloré de rouge dans le sous-corpus 1. Les hyperliens externes redirigent, s'ils sont activés, la navigation de l'utilisateur vers des sites internet externes au blog (autres blogs, sites professionnels etc.) modifiant, par conséquent, la situation énonciative entre le locuteur et son(ses) allocutaire(s). La destination du lien est systématiquement catégorisée selon l'activité principale revendiquée par le site cible. Le premier extrait, exposé ci-après, illustre un énoncé faisant l'objet d'un ajout d'un hyperlien interne. Le segment concerné est souligné et est pointé par la couleur bleue. L'adresse web associée au lien renvoie, en l'espèce, à un des billets du blog des Bestjobers.

Extrait « B7 – A4 – Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller ! » (Annexe 5.30) [1].

JOUR 1 | Wynwood & Miami Design District pour faire le plein de street art, de design et de luxe !
[photo] Je dirais que c'est le street art qui nous a donné envie d'aller à Miami ! Les **fresques colorées de Wynwood** ont su nous convaincre. Avec 40 blocks contre seulement 6 à Bushwick (New York), Wynwood est aujourd'hui le plus grand quartier street art au monde, c'est aussi le plus hype. Mais tout n'a pas toujours été rose par ici.

(https://www.bestjobersblog.com/miami-et-nous-qui-pensions-ne-jamais-y-aller/, consulté le 29 avril 2020)

Un peu plus loin dans l'article figure un hyperlien externe qu'on expose ci-après. L'adresse web est ajoutée au segment « visite guidée avec » et non pas au nom de l'entreprise « Miami en français ». Dans la transcription, le lien apparaît au moyen de la couleur rouge et du trait qui souligne l'ensemble de l'énoncé concerné par l'adjonction de l'hyperlien. Le site cible est un acteur professionnel du tourisme qui organise des visites guidées.

Extrait « B7 – A4 – Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller ! » (Annexe 5.30).

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

Nos Conseils pour visiter WYNWOOD & MIAMI DESIGN DISTRICT

1. *Vous pouvez faire la* ***visite guidée avec [hyperlien vers un site de réservation de visites guidées]*** **Miami en français** *(que nous n'avons pas testé), une super solution pour se laisser guider et découvrir l'histoire derrière les œuvres, les artistes et comment ce quartier est devenu ultra tendance.*

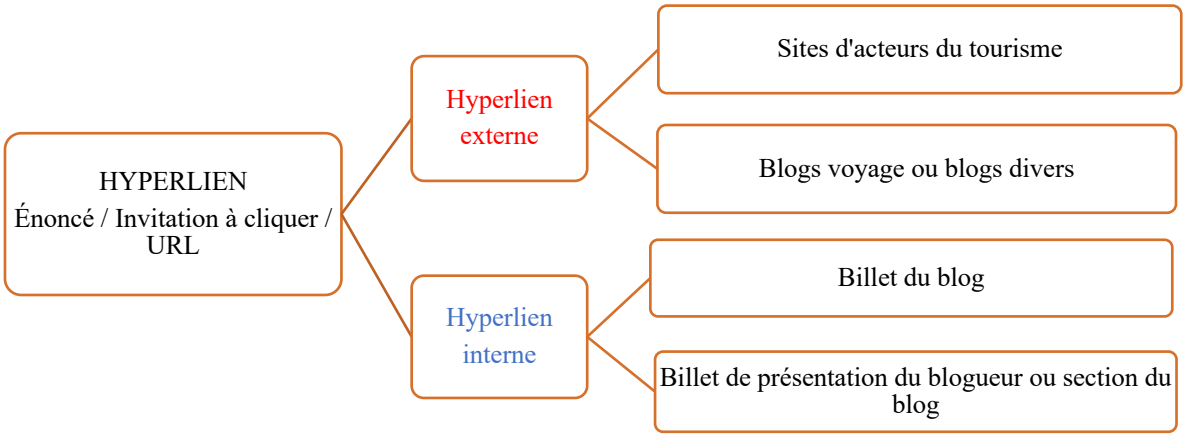
2. En mode solo, c'est tout à fait possible, il faut juste prévoir du temps (au moins 3h) et repérer quelques rues en amont pour vous faire itinéraire. NW 2nd avenue est le boulevard principal avec de nombreuses boutiques et restos. C'est très grand, vous ne verrez pas tout !

(https://www.bestjobersblog.com/miami-et-nous-qui-pensions-ne-jamais-y-aller/, consulté le 29 avril 2020)

Schématiquement, le traitement des hyperliens dans le corpus pourrait se résumer comme suit :

[1] Les modifications typographiques hors couleur bleu (ou rouge pour la suite des extraits) relèvent de l'initiative des auteurs du blog.

Schéma 3 « Traitement des hyperliens du sous-corpus 1 ».



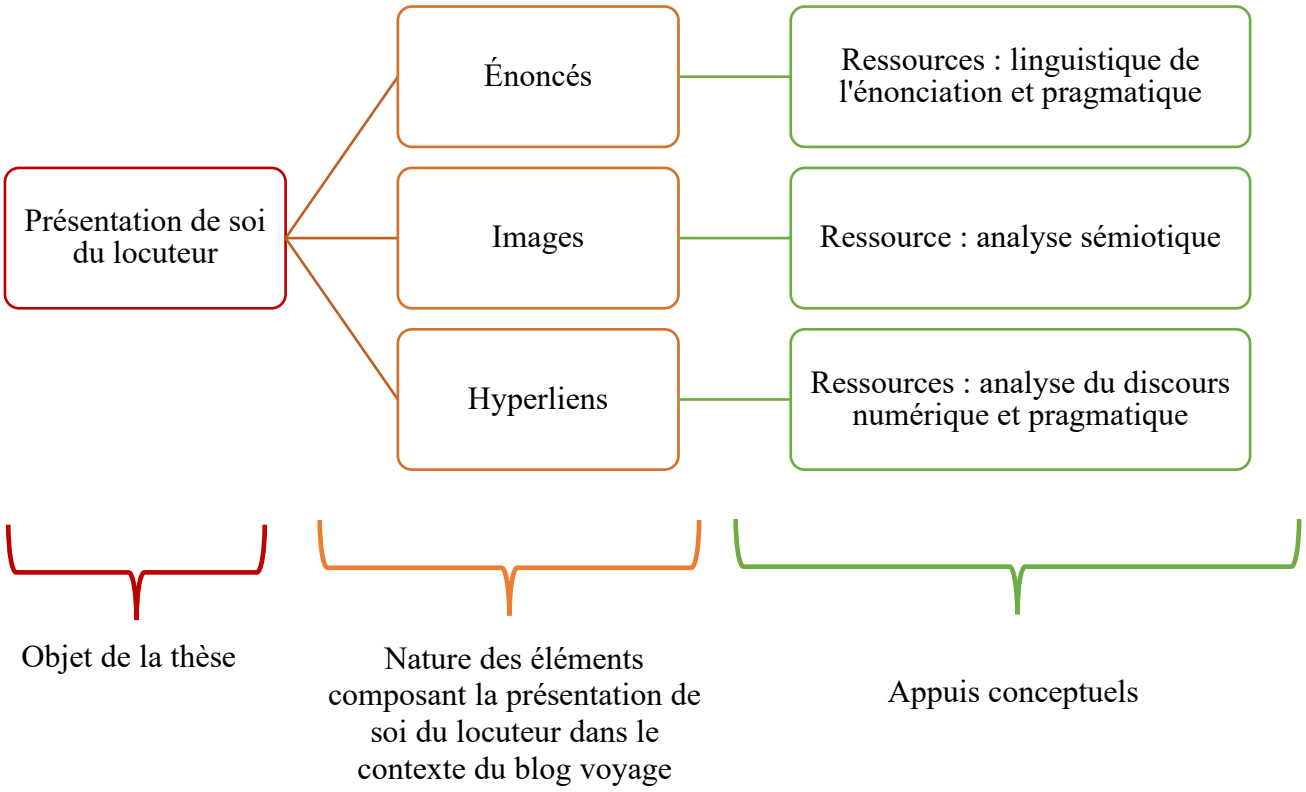
La prise en compte de la possibilité d'un changement des paramètres de la situation énonciative procède d'un intérêt du locuteur qu'on ne peut ignorer dans une analyse questionnant la présentation de soi. La nature de cette intentionnalité ne peut être qu'inférée à partir d'indices. En créant une approche qu'on pourrait qualifier d'ethnographique (une description contextualisée d'un fait culturel, social ou linguistique est réalisée par un observateur participant à chaque occurrence du trait observé), on postule qu'il est possible de glaner ces marques d'intentionnalités. La qualification du texte cible et l'analyse syntaxique, sémantique et énonciative du segment porteur de l'hyperlien éclairent l'analyste quant à la manière dont l'articulation de plusieurs intentions se matérialisent dans les réalisations des auteurs de blogs voyage.

5.6. Synthèse

Pour occuper un positionnement dans un champ discursif, c'est-à-dire pour inscrire la voix d'un locuteur dans un flux de routines discursives et s'en distinguer sans le soutien d'une reconnaissance externe ou préalable, la construction d'une image de soi est incontournable. Pour dévoiler le processus d'élaboration d'une (ou de plusieurs) posture(s) de l'auteur de blog voyage en discours et pour en comprendre les enjeux, j'ai élaboré une approche des manifestations de l'ethos discursif du locuteur selon trois types de données : les énoncés relevant du dit et ceux procédant du dire ; les éléments sémiotiques exposant le blogueur ou

l'objet touristique mis en scène ; et enfin les hyperliens. Pour ce faire, je me suis appuyée sur les travaux des disciplines de l'analyse du discours, de l'analyse sémiotique, de la pragmatique et de l'analyse du discours numérique. On synthétise l'approche adoptée selon le schéma exposé ci-après :

Schéma 4 « Approche méthodologique de l'ethos discursif du locuteur ».



Partie 2. Résultats des analyses

La démarche de l'auteur de blog voyage s'inscrit dans un champ sociologique traversé et travaillé par des forces symboliques. On a posé que la parole du blogueur incarne, aux yeux du public, une voie alternative aux moyens formels de la communication touristique. Cette voie est supposée représenter le cheminement de l'anonyme passionné qui informe, qui illustre, qui commente un vécu et qui entre, parfois, en interaction avec les lecteurs par l'intermédiaire des affordances du blog. L'étude des données du sous-corpus 1 a fourni de nombreuses informations qu'on choisit de présenter selon une orientation interprétative en trois temps. Tout d'abord, on fait état de la manière dont les blogueurs construisent leur légitimité à dire en amont de toute production nouvelle et on en pointe les spécificités. Puis, en s'appuyant sur un relevé détaillé des manifestations des catégories d'analyse présentées en amont, on dévoile les traits des trois figures discursives qui sont convoquées dans les productions tout en caractérisant les ressources linguistiques, visuelles et techniques auxquelles les blogueurs recourent pour leur donner vie. Enfin, dans un troisième temps, après avoir exposé les moyens de la construction d'un ethos préalable de voyageur expert et démontré comment l'ethos discursif des auteurs se construit au diapason des personnages du guide, du voyagiste et de l'amateur, on confronte ces résultats aux données obtenues de l'analyse du sous-corpus 2. La schématisation proposée dans l'enceinte du blog voyage formule une invitation dont il est temps de dévoiler, dans cette seconde partie, les caractéristiques.

Chapitre 6. Se légitimer en tant qu'auteur de blog voyage

Dans la situation de communication du blog voyage[1], les auteurs sont peu ou méconnus du grand public puisqu'aucun renseignement, a priori, ne préexiste à leurs interventions sur le web. Pour se rendre crédibles auprès du large public des utilisateurs du web, les blogueurs recourent aux moyens et à la structure du blog ainsi qu'aux habitudes du genre. En effet, l'organisation thématique de la barre de navigation, le titre, le logo, les menus déroulants proposant de découvrir une introduction de la personne du webmestre (« À propos », « Qui-

[1] *Cf.* « 2.3. Les éléments de la situation de communication du blog voyage ».

suis-je ? », « Qui se cache derrière ce blog ? »)[1] concourent à construire une image de l'auteur cohérente avec le propos du blog voyage et palliant ainsi le manque d'autorité[2] de celui-ci. Par conséquent, tout l'enjeu de la démarche du blogueur consiste à démontrer, dans ces emplacements et dans l'organisation du blog, en quoi le contenu publié peut être jugé digne de foi. Ce sont ces éléments qu'on expose dans les sections suivantes et qui concourent à recréer un ethos préalable en ligne de voyageur expert.

6.1. Identifier aux yeux du public l'appartenance générique du site

Le déploiement d'une scénographie favorisant la reconnaissance de l'appartenance d'un site web à la communauté thématique des blogs voyage est clé dans l'élaboration d'une posture légitimante. Les composantes visuelles, organisationnelles et techniques orientent les intuitions de l'utilisateur quant à la situation de communication dans laquelle il se situe. On décrit, dans un premier temps, les blogs du corpus à partir de ces éléments (Annexe 1).

6.1.1. Une organisation classique

Tout d'abord, on observe que les 8 blogs respectent le format éditorial traditionnel et l'iconicité de l'hypergenre du blog. La page d'accueil est effectivement organisée verticalement en zones modulaires qui se déroulent selon l'utilisation de la barre de navigation par l'internaute (Annexe 1.1). De fait, les composantes suivantes se succèdent ainsi du haut vers le bas :

- une barre d'en-tête relaie des informations sur le blogueur[3], sur la finalité du blog ou la présence de celui-ci dans les réseaux sociaux (1)[4] ;
- une zone de titre précise ensuite le nom du site et met en scène une image à la manière d'un logo (2) ;

[1] *Cf.* « 2.4.4. Identifier les lieux de l'expression de soi dans les blogs voyage ».
[2] On définit la notion d'*autorité* en section « 1.2.1. Un usage légitimé de la parole en discours ».
[3] On désigne par « le blogueur » indistinctement le, la ou les auteur(e)(s) des blogs constituant le corpus. Lorsqu'on pointe la production d'un auteur de blog en particulier, on utilise le genre dans lequel l'auteur ou l'auteure s'identifie. On précise que l'emploi du genre masculin est privilégié pour des questions pratiques, ce choix visant uniquement à faciliter la lecture de la thèse.
[4] La notation entre parenthèses est utile pour la localisation des zones au sein des captures d'écran figurant en aval de ce paragraphe.

- une section de navigation propose de consulter des articles récents ou regroupés par intérêt thématique (3) ;
- une zone de recherche est souvent localisée sur le pan supérieur gauche ou droit de la page d'accueil au moyen du symbole de la loupe ou bien fait l'objet d'un encadré spécifique (4) ;
- suit, fréquemment, une autre zone de suggestion des billets à consulter. Parfois cette section est délaissée au profit de modules facilitant la navigation thématique dans les sujets traités par le blogueur (5) ;
- une fois le curseur déplacé le long de la barre de navigation de la page d'accueil, un encadré ou un bandeau, présenté verticalement ou horizontalement, fait état d'informations sur le blog ou sur son auteur (6) ;
- parfois, ce module est joint à des encarts publicitaires ou bien à un sommaire antidaté des précédentes productions (7) ;
- enfin, un pied de page (8) apparaît dans les couleurs rappelant celles de l'en-tête. Ce dernier module, composant la page d'accueil, invite à visiter d'autres réseaux sociaux où les blogueurs sont actifs, rappelle les droits d'utilisation du contenu du site ou peut, éventuellement, proposer l'acquisition d'un livre édité par le blogueur, par exemple.

Les pages d'accueil défilent parfois longuement le long de la barre de navigation. Les modules (exceptés ceux de la barre d'en-tête et du pied de page) sont flexibles et combinables entre eux. Tous peuvent accueillir des informations diverses. Ainsi la barre d'en-tête du blog Un Couple en Vadrouille (Annexe 1.1.) regroupe des renseignements sur le blog, des menus déroulants invitant par leur titre à consulter des articles thématiques sur le voyage et un bouton de recherche. Les zones (1), (3) et (4) sont donc réunies dans cet extrait sans que cela nuise à la reconnaissance de l'appartenance du site à l'hypergenre du blog ou à sa classification plus spécifique en tant que blog voyage.

On propose d'illustrer les affirmations concernant les zones 1, 2, 3 et 4 par quelques captures d'écran extraites du travail de documentation. Les images des blogs sont présentées telles qu'elles apparaissaient au moment de l'entrée de l'internaute sur le site. Ainsi, la page d'accueil d'Un Gaijin au Japon présente une barre d'en-tête suivie d'un espace dédié à la mise en scène du nom du blog et de son logo. Puis, une zone de navigation thématique se profile. Lui succède alors une organisation verticale de la page scindée entre une partie suggérant la consultation de billets et une autre invitant à utiliser une option de navigation par mots clés. Si la structure de cette dernière zone varie faiblement entre les différents blogs, les trois premières

sections sont systématiquement présentes comme on peut aisément l'observer dans les deux exemples qui suivent l'extrait exposé *infra* d'un Gaijin au Japon.

Schéma de présentation de la page d'accueil des blogs[1], exemple du blog un Gaijin au Japon (B4-D)[2] (Annexe 1.5).

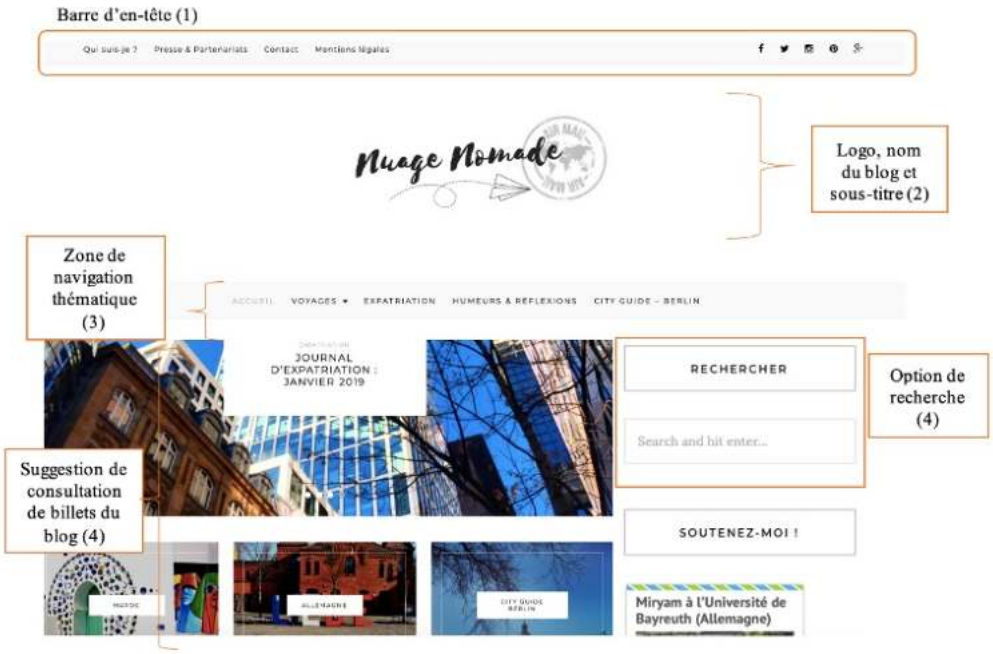
Source : https://www.gaijinjapan.org, consulté le 6 janvier 2019.

Exemple de la page d'accueil du blog Le Blog de Mathilde (B1-D) (Annexe 1.2).

Source : https://www.maathiildee.com, consulté le 4 novembre 2019.

[1] Les notes et les analyses seront marquées de la couleur orange dans les captures d'écran des blogs.
[2] La page d'accueil ne peut être reproduite en intégralité. Pour plus de détails sur la zone de suggestion de consultation des billets du blog (4) on renvoie pour chaque extrait de ce paragraphe aux éléments présentés dans les annexes.

Exemple de la page d'accueil de Nuage Nomade (B2-D) (Annexe 1.3).



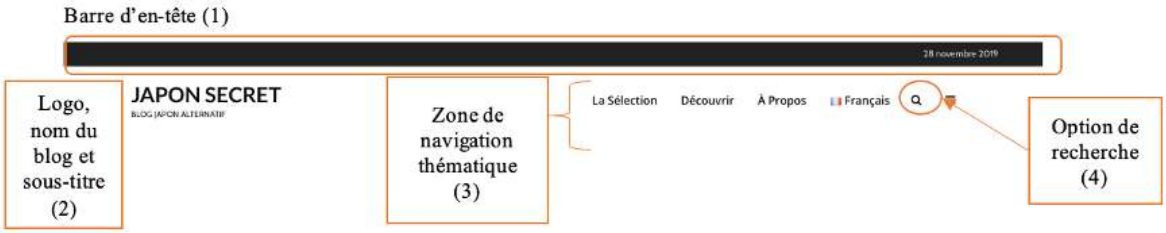
Source : Nuage Nomade, consulté le 4 novembre 2019

Quelques variations apparaissent parfois dans la présentation ou l'organisation des modules. Dans le cas de The Daydreameuse (B5-D), la barre d'en-tête (*header*), la zone de navigation thématique et l'option de recherche par mots clés ne forment qu'une seule section à l'instar du blog de Maman Voyage (B6-D). Pour Japon Secret, le *header* précise uniquement la date de consultation du blog tandis que la zone du logo et du nom du site figure sur la même ligne horizontale que la zone de navigation thématique et que celle de l'option de recherche.

Exemple de la page d'accueil de The Daydreameuse (B5-D) (Annexe 1.6).

Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020.

Exemple de la zone de titre de Japon Secret[1] (B3-D) (Annexe 1.4).



Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019.

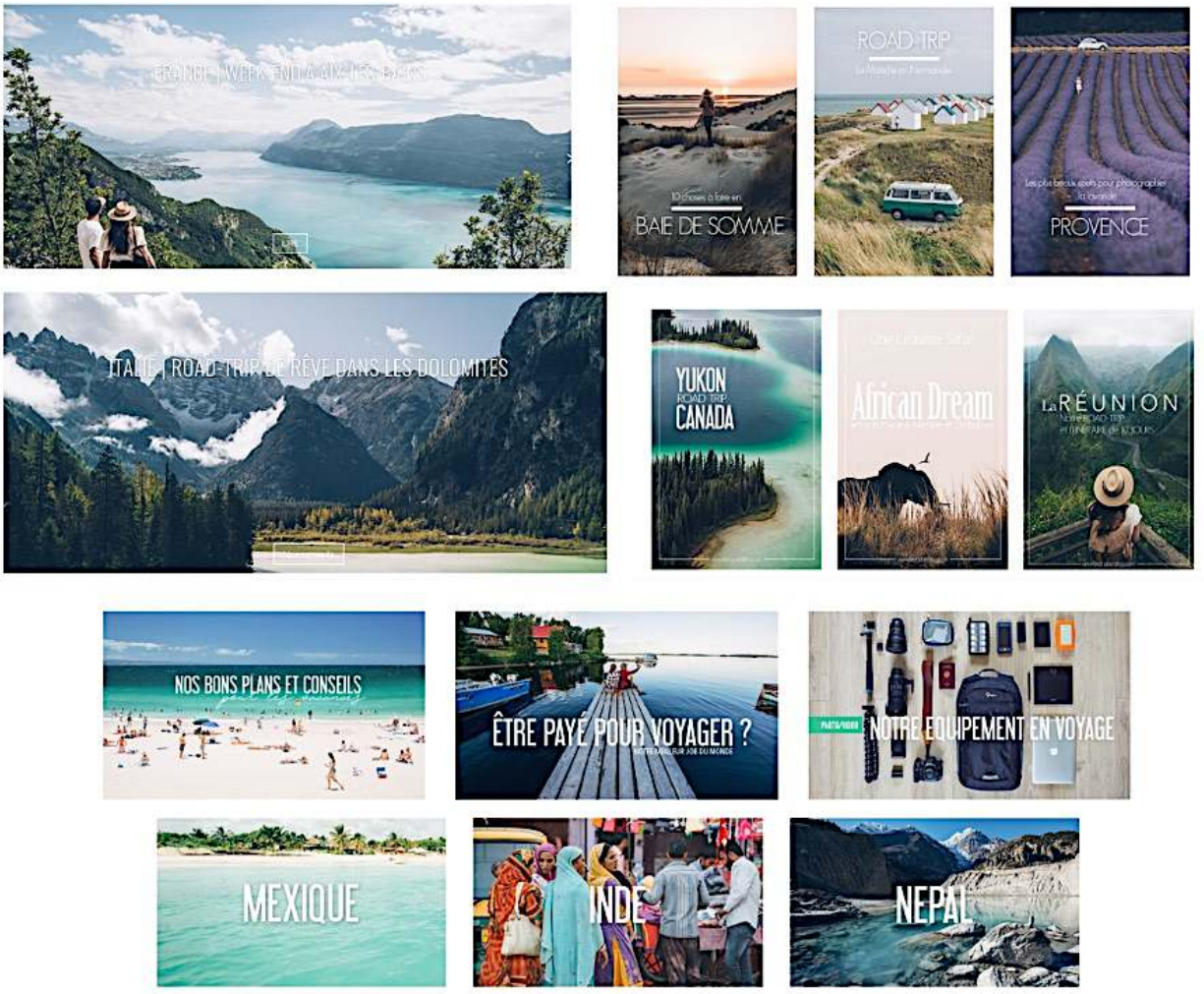
En dépit de ces quelques fluctuations, le « masque » de l'hypergenre du blog apparaît dès les premiers instants de la navigation. L'internaute reconnaît, à partir de l'image de la page d'accueil et de son organisation modulaire, les signes d'appartenance du site au monde de la blogosphère.

6.1.2. Les indices visuels et sémantiques de l'appartenance du site au genre du blog voyage

En sus de la structure organisationnelle de la page d'accueil du site, le contenu photographique, les intitulés des sections et les titres des billets complètent la démarche de rattachement du blog à l'univers thématique du voyage. De fait, le logo, les photos des destinations à découvrir et les images relayant des messages de publicité intégrés au *template* du blog captent le regard des lecteurs dès les premiers instants. Ces éléments constituent des indices iconographiques quant à la situation de communication dans laquelle l'usager se situe. L'intitulé du blog, la composition des titres des articles et la mention des partenariats commerciaux confirment alors les intuitions de l'internaute quant à la thématique traitée par le blog.

[1] Japon Secret a changé de présentation de page d'accueil plusieurs fois durant les phases de collecte et d'analyse des données, comme on peut le consulter dans le document d'analyse B3-D. Ce fait illustre l'instabilité des données collectées dont le caractère dynamique est inhérent à leur nature.

Exemple de clichés photographiques de la page d'accueil des Bestjobers concourant à l'identification du genre blog voyage (Annexe 1.8).



Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020.

On détaille, plus loin, les habitudes photographiques des blogueurs. Néanmoins, on avance déjà, en s'appuyant sur les affirmations de la première partie, que la dimension des paysages, les vues en surplomb, l'absence d'habitat, les couleurs chaudes et vives apparaissant dans les clichés évoquent sans conteste le domaine viatique. Les équipements (sac-à-dos et appareil photo …) ou les modalités de déplacement (la barque et le bateau, le bus jaune en arrière-plan ou le *van*) sont des éléments à forte valeur incantatoire quant à la thématique du voyage. Ces signes distinctifs convoquent dans l'esprit du lecteur l'image mentale du voyageur. Les énoncés inscrits au centre des photos forment une longue énumération de pays, de régions ou de villes à visiter qui interpellent la mémoire interdiscursive de l'internaute : « Aix-les-Bains », « Baie de Somme », « Provence », « Réunion », « Italie », « Mexique », « Inde »,

« Népal »… l'absence de déterminant devant le nom de la destination et la typographie en lettres majuscules permettent d'identifier rapidement le lieu dépeint par la photographie. La superposition du texte à son pendant iconographique facilite le procès identificatoire du thème de l'article et accroche l'attention du public.

Les traits sémantiques invoquant le thème du voyage se déploient dans l'organisation des pages d'accueil des blogs du sous-corpus 1 et dans les intitulés des sections et des articles sous l'angle du rêve. En effet, bien que toutes les images et les vidéos de la page d'accueil des Bestjobers ne soient pas exposées dans cette section, et outre la mention du terme « voyage » insérée dans les clichés précédents (« Être payé pour voyager ? », « Notre équipement en voyage »), on note deux occurrences de la mention du rêve : dans le titre « Italie / Road-trip de rêve dans les Dolomites » et dans l'emprunt à l'anglais « *African Dream* ». Par ailleurs, et si nécessaire, les compléments apportés aux intitulés et les sous-titres qui les accompagnent lèvent les éventuelles incertitudes restantes quant aux liens entre le blog et le monde de la pérégrination. Les énoncés « Week-end à Aix-les-Bains », « 10 choses à faire en … », « Road-Trip » pointent un intertexte avec les intitulés et les recommandations mentionnés dans les guides pratiques et dans les magazines de la presse voyage. Chaque segment visuel et textuel de ce premier contact entre le lecteur et le blogueur évoque, d'une manière insistante, le milieu viatique et participe de la construction du désir d'évasion.

6.1.3. Les fonctionnalités du blog comme écho aux usages du guide pratique

Les fonctionnalités apparentes dans les pages des blogs offrent la possibilité de créer un parcours de navigation individualisé dans le site et vers ses ramifications externes. Ainsi, que cela soit au moyen de liens orientant le lecteur vers les articles suggérés dans les zones de navigation thématique ou bien par l'intermédiaire de boutons actions à activer pour se rendre sur les réseaux sociaux où l'auteur est actif (Facebook, Instagram, Pinterest etc.), le gestionnaire de contenu du site déploie des itinéraires de lecture « à la carte ».

Par exemple, à la date de l'analyse, la barre d'en-tête de The Daydreameuse se composait de 6 menus déroulants et de 4 boutons actions dirigeant la navigation de l'usager vers la thématique de son choix (Annexe 1.6) :

- « Voyages » (« Afrique du Sud », « Asie », « Mexique », « Australie », « Europe », « Canada », USA », « Voyage-conseils pratiques ») ;
- « Made in Quebec » ;
- « Vis ma vie d'immigrée à MTL » ;
- « Culture » (« pause cinéma », « pause lecture », « séries addict », « pause musique ») ;
- « Lifestyle » (« J'ai testé… », « Geekerie », « Miam Miam », « Biotiful ») ;
- « Qui suis-je ? » (« Mes blogs chouchous », « me contacter ») ;
- Les quatre boutons actions correspondent aux symboles des réseaux sociaux Facebook, Instagram, Pinterest et le dernier à celui de la fonction recherche par mots clés.

Chaque étiquette du menu déroulant, une fois activée, amène à consulter un autre menu déroulant, qui lui-même mène à un autre classement thématique etc. Ces parcours de navigation en abîme ordonnent à la manière d'un sommaire interactif les billets du blog selon l'intérêt de l'internaute. Ainsi, on pourrait retracer le parcours de lecture suivant dans le blog de The Daydreameuse : [VOYAGES] > [ASIE] > [VIETNAM]

Barre d'en-tête de The Daydreameuse (B5-D) (Annexe 1.6).

Menu déroulant de l'étiquette « voyages » (B5-D) (Annexe 1.6).

Menu déroulant apparaissant lorsque le curseur glisse sur l'étiquette [ASIE] (B5-D) (Annexe 1.6).

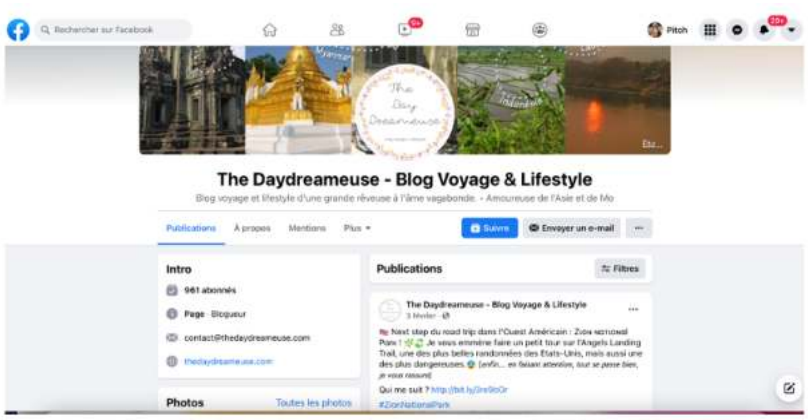
Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020.

En cliquant sur l'étiquette [VIETNAM], l'internaute est alors redirigé vers une page regroupant l'ensemble des billets rédigés sur le pays (B5-D) (Annexe 1.6).

Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 3 septembre 2022.

Quant à la partie concernant les boutons actions, leur fonctionnement est relativement similaire. En revanche, lorsque l'utilisateur clique sur l'icône du bouton Facebook, une nouvelle fenêtre de l'interface de navigation s'ouvre. Le lecteur est alors redirigé vers la page du compte de The Daydreameuse sur Facebook.

Parcours de lecture : [Symbole de Facebook] > [compte du blog sur Facebook]



Source : https://www.facebook.com/TheDaydreameuse, consulté le 3 septembre 2021.

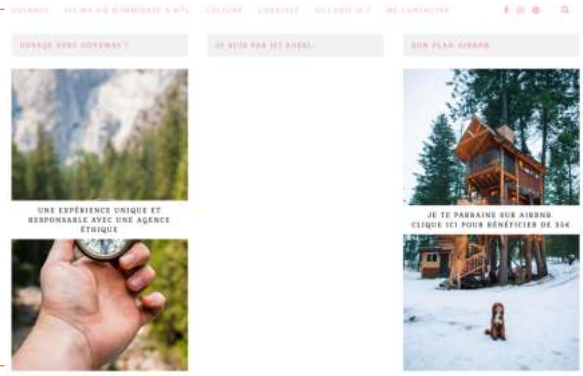
L'ensemble de la page d'accueil offre des fonctionnalités similaires à celles décrites pour la barre d'en-tête. Ces mêmes fonctions sont maintenues quel que soit l'endroit du blog dans lequel se situe l'internaute. Le lecteur, à tout moment, se voit offrir la possibilité de revenir à la

page d'accueil ou bien de prolonger à l'infini son exploration dans les méandres du blog ou de ceux de ses partenaires (qu'ils soient inscrits dans la liste des blogs à suivre, la *blogroll*, ou bien qu'ils s'agisse d'associés commerciaux).

Parcours de lecture dans la page d'accueil de The Daydreameuse menant à un partenaire commercial (B5-D) (Annexe 1.6).

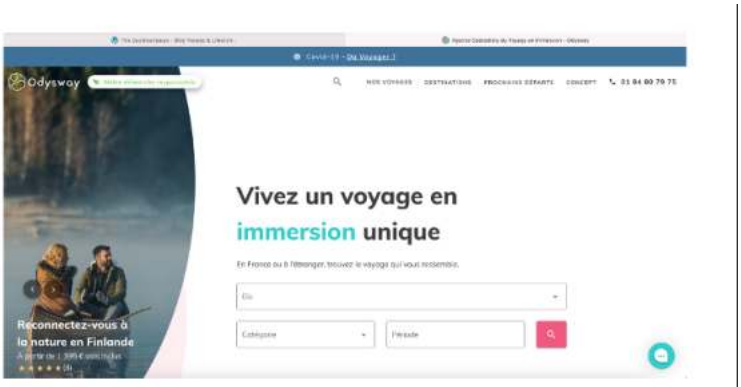
[PAGE D'ACCUEIL] > [VOYAGE AVEC ODYSWAY] > [ODYSWAY]

Encart publicitaire ODYSWAY



Source : https://www.thedaydreameuse.com/category/voyages/, consulté le 28 janvier 2020

Une fois la fonctionnalité de la photographie activée par le clic du curseur, une autre fenêtre de navigation s'ouvre vers le site internet de l'agence de voyage Odysway sous l'intitulé « Agence Spécialiste du Voyage en Immersion – Odysway », comme on peut le constater sur la capture d'écran suivante :



Source : https://odysway.com/?aid=9, consulté le 3 septembre 2021.

Les fonctionnalités de la page d'accueil, des barres d'en-tête ou du blog, de manière générale, rappellent les pratiques d'accès aux guides voyages dans les rayons des librairies ordonnés par catégories utilitaires (livres de cuisine, guide voyage, romans etc.) puis par classement thématique que cela soit selon les destinations (Italie, Allemagne, Rome …) ou

selon les modalités de déplacement (Road Trip, randonnée pédestre ou à vélo etc.). Les multiples chemins de navigation au sein du site font aussi échos aux emplois que les lecteurs font de la table des matières des guides pratiques, la manipulant à leur convenance.

Table des matières du guide de voyage *Rome et ses environs*, Collection Le Routard, Hachette Livre, Mayenne, 2019 :

TABLE DES MATIÈRES

PRÉAMBULE

- La rédaction du *Routard* 6
- Introduction 11
- Nos coups de cœur 12
- Itinéraires conseillés 28
- Interview #experienceroutard 33
- Les questions qu'on se pose avant le départ 34

COMMENT Y ALLER ? 36

- En avion 36
- Les organismes de voyages 38
- En train 40
- En voiture 41
- En bus 42

ROME UTILE 43

- ABC de Rome 43
- Avant le départ 43
- Argent, banques 46
- Achats 47
- Budget 49
- Climat 51
- Dangers et enquiquinements 51
- Enfants (et parents !) 52
- Fêtes et jours fériés 54
- Hébergement 56
- Horaires 58
- Langue 58
- Livres de route 61
- Musées et sites 63
- Orientation 64
- Personnes handicapées 65
- Poste 65
- Rome gratuite 66
- Santé 66
- Tabac 67
- Téléphone et Internet 67
- Transports intérieurs 68
- Urgences 69

INFOS PRATIQUES SUR PLACE 70

- Arrivée à Rome 70
- Adresses et infos utiles 73
- Comment se déplacer ? 75

DE LA PIAZZA VENEZIA À LA ROME ANTIQUE 80

- Où dormir ? 80
- Où manger ? 81
- Enoteche (bars à vins) 82
- Où boire un verre ? 82
- À voir 82

QUARTIER DE SAINT-JEAN-DE-LATRAN ET SES ENVIRONS 108

- Où dormir ? 108
- Où manger ? 109
- Où manger une glace, une pâtisserie ? 109
- Où boire un verre ? 110
- À voir 110

QUARTIER DU QUIRINAL 115

- Où dormir ? 115
- Où manger ? 116
- Enoteche (bars à vins) 118
- Où déguster une glace ? 118
- À voir 118

AUTOUR DE L'ESQUILIN ET DU QUARTIER DES MONTI 126

- Où dormir ? 126
- Où manger ? 128
- Enoteche (bars à vins) 129
- Où déguster une bonne pâtisserie, une glace ? Où acheter du bon chocolat ? 130
- Où boire un verre ? Où sortir ? 130
- Achats 131
- À voir 131

AUTOUR DE LA PIAZZA DI SPAGNA ET DE LA VILLA BORGHÈSE 136

- Où dormir ? 136
- Où manger ? 138
- Enoteche (bars à vins) 141
- Où déguster une glace ? 141
- Où boire un bon café ? Où déguster une pâtisserie ? 141
- Où boire un verre ? 142
- Où danser ? Où écouter de la musique ? 143
- Achats 143
- À voir 144

LE VATICAN ET SES ALENTOURS 160

- Où dormir ? 160
- Où manger ? 162
- Où boire un verre ? Où déguster du vin ? 164
- Où déguster une glace, une pâtisserie ? 165
- Achats 165
- À voir 166

AUTOUR DE LA PIAZZA NAVONA ET DU PANTHÉON 184

- Où dormir ? 184
- Où manger ? 186
- Enoteche (bars à vins) 188
- Où déguster les meilleures glaces ? 189
- Où boire un bon café ? Où prendre le petit déj ? Où manger des pâtisseries ? 190
- Où boire un verre ? Où écouter de la musique ? 190
- Achats 191
- À voir 192

QUARTIERS DU CAMPO DEI FIORI ET DU GHETTO 202

- Où dormir ? 202
- Où manger ? 203
- Enoteche (bars à vins) 206
- Où manger une glace ? Où déguster une bonne pâtisserie ? Où boire un bon café ? 206
- Où déguster une bonne pâtisserie juive ? 207
- Où boire un verre ? 207
- Achats 208
- À voir 208

LE TRASTEVERE 221

- Où dormir ? 221
- Où manger ? 223
- Enoteca (bar à vins) 225
- Où déguster une bonne pâtisserie ? 225
- Où fondre devant une glace et autre gratuitecca ? 226
- Où boire un bon café ? Où prendre le petit déj ? 226
- Où boire un verre ? Où sortir ? 226
- Où écouter de la musique ? 227
- Achats 227
- À voir 227

QUARTIER DE LA GARE TERMINI 236

- Où dormir ? 236
- Où manger ? 238
- Enoteca (bar à vins) 240
- Où déguster une glace ? 240
- Où boire un verre ? 240
- À voir 240

QUARTIERS SAN LORENZO ET IL PIGNETO 245

- Où dormir ? 245
- Où manger ? 246
- Enoteche (bars à vins) 248
- Où déguster une bonne glace, une bonne pâtisserie ? Où manger du bon chocolat ? 248
- Où boire un verre ? Où écouter de la musique ? Où sortir ? 249
- À voir à San Lorenzo 250

L'AVENTIN ET LE TESTACCIO 252

- Où dormir ? 252
- Où manger ? 253
- Enoteca (bar à vins) ? 254
- Où déguster une pâtisserie ? 254
- Où écouter de la musique ? 255
- Où danser ? 255
- Où acheter de bons produits italiens et du bon vin ? 255
- À voir 256

ROME HORS LES MURS 263

- Quartier de la Garbatella et la via Ostiense 263
- Quartier de l'EUR 267
- La via Appia Antica 271
- Au nord et à l'est : un renouveau architectural 276

LES ENVIRONS DE ROME 280

- Ostia Antica 280
- Tivoli 285
- Les Castelli Romani 289

HOMMES, CULTURE, ENVIRONNEMENT 294

- Boissons 294
- Cinéma 295
- Cuisine 301
- Curieux, non ? 309
- Économie 309
- Histoire 310
- Littérature 323
- Médias 324
- Patrimoine culturel 325
- Personnages 329
- Sites inscrits au Patrimoine mondial de l'Unesco 332
- Spectacles 332
- Sports 334

Index général 350

Liste des cartes et plans 363

☎ 112 : c'est le numéro d'urgence commun à la France et à tous les pays de l'UE, à composer en cas d'accident, agression ou détresse. Il permet de se faire localiser et aider en français, tout en améliorant les délais d'intervention des services de secours.

De fait, d'autres auteurs ont auparavant souligné le maillage intertextuel qu'entretient le blog voyage avec les guides pratiques (Deseilligny et Angé, 2011 : 133). En effet, sans me départir de l'affirmation que les pratiques discursives actualisées dans les blogs ne résultent pas d'un simple réinvestissement de formes anciennes, force est de constater que les emprunts aux autres formats habitant le champ discursif du tourisme sont légion. Le blogueur fait apparaître la thématique du voyage dans le regroupement de billets ou dans les photos qui illustrent les pages d'accueil, dans l'agencement des rubriques ou dans leurs intitulés. Mais l'écho entre guide pratique et blog voyage ne s'arrête pas à ces seuls éléments. Il s'insinue également dans les usages et dans les parcours de lecture. Le potentiel de la visée informative du blog voyage est alors décuplé par ses fonctionnalités (*Op. Cit.* : 135). De fait, le blogueur anticipe le besoin d'information des lecteurs et mobilise l'ensemble des outils techniques de la création du site pour y répondre. Par l'intermédiaire de sa fonction de webmestre, l'auteur du *travel blog* se fait ainsi le guide de son propre espace de parole.

6.2. La zone de titre au cœur des actes de singularisation des auteurs de blogs voyage

La blogosphère francophone regorgeant de blogs voyage, il est donc essentiel pour les blogueurs de différencier leurs sites. La zone de titre, incluant le nom du blog et une image souvent reprise et déclinée dans les pages du blog sous la forme de logo, est, sur ce point, un lieu privilégié de singularisation pour établir une première représentation du thème et de la ligne éditoriale de l'auteur. Pour illustrer ces affirmations, on expose deux extraits d'analyse de deux blogs traitant d'une même destination, le Japon, selon des angles d'approches distincts.

6.2.1. Exemple – un Gaijin au Japon

Comme on peut le constater ci-après, la zone de titre du blog Un Gaijin au Japon (Annexe 1.5) se compose d'une image formée d'un cercle blanc au contenu rouge dans lequel deux initiales sont inscrites et d'un sous-titre court « un Gaijin au Japon ».

Source : https://www.gaijinjapan.org, consulté le 2 juillet 2022.

La figure emprunte les codes de formes et de couleurs du drapeau japonais :

Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Drapeau_du_Japon#/media/Fichier:Flag_of_Japan.svg , consulté le 6 janvier 2019.

Le sous-titre positionné en dessous de l'icône s'ajoute à la composition de l'image. Il fonctionne à la manière d'une réponse à une question qui pourrait être portée sur la signification des deux lettres « G » et « J ». Ces initiales semblent correspondre aux premières lettres des termes « Gaijin » et de « Japon ». L'emprunt japonais *gaijin* signifie littéralement « personne d'un pays extérieur »[1] qu'on pourrait traduire par « étranger » en français. Le déterminant indéfini singulier « un » permet d'évoquer l'individualité du blogueur, son genre masculin et la singularité de son message réduisant ainsi la portée de ses commentaires à leur niveau personnel. Par ailleurs, ce même article (« un »), en tant qu'il désigne « un être ou un objet dont on ne précise pas l'identité » (Mitterand, 1969 : 16), offre au lecteur la possibilité de s'identifier plus aisément au récit du blogueur. De fait, lors de sa visite au Japon, l'internaute sera lui aussi un « étranger », quelle que soit la durée de son séjour.

La zone de titre apparaît particulièrement riche d'informations. Le logo et le sous-titre indiquent l'objectif du blog que l'on peut paraphraser par « les péripéties d'un étranger vivant au Japon » ou bien « être étranger et vivre au Japon ». En extrapolant quelque peu, on admettrait que les initiales du blog inscrites à l'intérieur même du cercle rouge symbolisent l'image du dedans et de l'extérieur, sens qu'évoque également le contenu propositionnel du sous-titre ou l'emploi de l'emprunt japonais *gaijin*. On observe donc un écho entre les éléments sémantiques des énoncés et les données sémiotiques. Ces indices permettent de formuler l'hypothèse que le blog voyage traite du Japon et d'un étranger y vivant ou y séjournant. Le blog aurait donc comme objectif de témoigner d'un vécu personnel. On pourrait également inférer de l'emploi du masculin et de la structure syntaxique du sous-titre que le narrateur se définit comme un homme francophone. Le travail de réflexion engagé par le blogueur, pour choisir les éléments composant sa présentation iconique et pour garantir la cohérence de l'ensemble titre – dessin –

[1] https://fr.wikipedia.org/wiki/Gaijin

sous-titre, laisse envisager une professionnalisation de la démarche qui contraste avec la volonté apparente d'individualiser la valeur de l'expérience partagée dans le blog.

6.2.2. Exemple – Japon Secret

Japon Secret est le second blog du corpus, animé, lui aussi, par un jeune homme vivant au Japon. Or, si l'auteur d'un Gaijin au Japon semble diriger ses productions aux voyageurs francophones aspirant à découvrir l'archipel, celui de Japon Secret revendique, pour sa part, une image distincte dont on peut pressentir la teneur dans la composition des éléments de la zone de titre[1] (Annexe 1.4) :

Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019.

On observe que le nom du blog « Japon Secret » figure en lettres majuscules, en gras et en noir sur fond blanc. Le sous-titre « Blog Japon Alternatif » est, quant à lui, inscrit sans caractères gras, en majuscules, dans une police distincte et de moindre hauteur que le titre. Fonctionnant à la manière d'une séquence définissante (Riegel, 1987 : 30), l'association du nom du pays à l'univers sémantique de l'adjectif « secret » évoque la destination traitée et pointe l'intention de l'auteur d'en dévoiler une facette méconnue du grand public. Le titre remplit, en ce sens, une intention définitoire (Rebeyrolle, 2004 : 178) puisqu'il signale par sa disposition dans la page du blog et par sa construction syntaxique d'une part l'objet référentiel « Japon » et d'autre part le caractère méconnu des attributs qui seront sollicités pour le décrire. La juxtaposition du substantif et de l'épithète annonce, de cette manière, une double promesse : celle de se voir confier, par l'intermédiaire du contenu du blog, les indications nécessaires à la découverte de lieux cachés, voire occultés, au Japon et celle de consulter des articles sur des thématiques probablement peu traitées ou bien abordées sous un angle différent. Parallèlement, découvrir un « Japon » qui serait tu implique, toujours dans l'esprit du champ sémantique induit par le qualificatif « secret », que les contenus proposés ne seraient pas destinés à l'ensemble des

[1] Comme commenté dans l'Annexe 1.4., la zone de titre a été modifiée plusieurs fois entre les étapes de documentation, d'analyse et de restitution des données.

internautes. L'effet recherché d'une sélection supposée de l'audience place l'auteur et le lecteur au centre d'une relation privilégiée de proximité, de confiance voire de confidence. L'auteur détiendrait un secret qu'il partage à quelques confidents bien choisis. De fait, là où le blogueur s'adresse habituellement à un public large de lecteurs anonymes, l'auteur de Japon Secret donne l'impression de s'adresser à une audience restreinte, que cela soit le cas ou non.

À l'image de la fonction occupée par le sous-titre dans l'exploitation de la zone de titre du blog un Gaijin au Japon, le segment « BLOG JAPON ALTERNATIF » éclaire les éventuelles zones d'ombre quant à la compréhension du contenu du site et à la signification de son intitulé. Ainsi, en nommant le lieu de navigation comme « blog », l'auteur choisit de catégoriser lui-même l'appartenance du site à l'univers de la blogosphère, éludant une éventuelle mauvaise interprétation du titre (potentiellement générée par la suggestion énigmatique de l'épithète « secret »). Par ailleurs, le blogueur mentionnant le nom de la destination « Japon » clarifie le rattachement du site à l'univers de création des blogs voyage. La proximité des constructions syntaxiques entre « blog voyage » et « blog Japon » et la mise en miroir des termes « alternatif » et « secret », présagent d'une différentiation forte, voire en rupture avec les tendances conventionnelles de découverte du pays. Les traits sémantiques de l'adjectif « alternatif » renvoient à la possibilité du choix et présuppose l'existence d'une voie dominante dans la rédaction de blogs voyage sur le Japon. Le propos éditorial de l'auteur serait donc de découvrir le Japon en dehors des sentiers battus du grand tourisme. De fait, l'analyse des productions du blog a confirmé plusieurs de ces hypothèses : l'auteur promeut un tourisme vert et local et partage une passion pour l'exploration de lieux abandonnés[1]. La composition des éléments textuels et leur superposition rappelle un autre pan de l'imaginaire du voyage, celui du mythe du voyageur idéal et du grand témoin[2]. Le blog serait ainsi la clé ouvrant la porte du savoir menant à des lieux inexplorés et inconnus.

Les exemples des descriptions des zones de titre d'Un Gaijin au Japon et de Japon Secret illustrent la manière dont l'intitulé du blog revêt une vocation à la fois informative et poétique tandis que la fonction du sous-titre vise essentiellement à clarifier l'éventuelle ambiguïté portée

[1] Activité explicitée en section « 3.1.2.6. Voyager autrement : vers de nouveaux territoires touristiques » nommée Urbex ou encore *haikyo* en japonais.
[2] L'image du voyageur idéal ne se limite pas à la découverte de lieux inconnus mais se prolonge à son retour par le travail de l'écriture qui vient assoir sa posture de grand témoin des faits du monde (Urbain, 2002 : 77-78), que cela soit dans un récit, dans un guide ou dans un blog voyage.

par la dimension symbolique du nom du blog. L'analyse des autres zones de titre des blogs du corpus a confirmé cette hypothèse.

6.2.3. Renseigner les lecteurs : la visée informative de la zone de titre

Les indices dans les zones de titre fournissent des informations qui concourent à se forger une image de l'auteur et une représentation du thème traité qui conditionneront la perception du contenu du blog. Ces mêmes informations conduiront ainsi le lecteur à évaluer rapidement si le site contient les renseignements recherchés. Par exemple, comme on peut le constater dans l'illustration ci-après, la zone de titre du blog « Le Blog de Mathilde » (Annexe 1.2) mentionne sans détour le prénom[1] de l'énonciatrice principale.

Source : https://www.maathiildee.com, consulté le 4 septembre 2019.

La structure syntaxique de l'intitulé désigne, a priori, un carnet personnel et non un blog voyage. De fait, l'emploi de l'article défini singulier « le » devant le substantif « blog » suivi du complément du nom « de Mathilde » accentue la singularité du site et le définit. Le sous-titre complète le sens du précédent énoncé et le précise. On observe ainsi que l'espace se compose de six dessins et de deux phrases infinitives reproduisant l'effet d'un slogan publicitaire : « Vivre à Boston, Voyager au États-Unis ». Par ailleurs, l'emploi de la langue française signale le blog comme appartenant au milieu de la blogosphère francophone. Les mentions du nom de la ville américaine, « Boston », et de celui du pays, « Les États-Unis », quant à elles, situent la localisation affichée de l'auteure et pointent, vraisemblablement, les thèmes géographiques abordés. Ces deux toponymes et le verbe « vivre » à l'infinitif indiquent

[1] Si le caractère d'adéquation entre l'identité de l'auteur hors activité numérique à celle incarnée dans les réseaux sociaux importe peu dans la démarche (seule la représentation que l'auteur se fait de lui-même et donne à voir est pertinente dans ce travail), il est certain que la correspondance entre les deux identités contribue à améliorer la perception du caractère authentique de la parole partagée.

également que la blogueuse se présente comme étant expatriée[1]. L'usage de l'infinitif n'est pas neutre. Deux « faire » distincts sont pointés : celui de résider dans la ville de Boston et celui de se déplacer pour le plaisir aux États-Unis. L'infinitif induit, ainsi, la possibilité que l'auteure projette de partager des expériences personnelles d'expatriation et de voyage en Amérique du Nord[2]. Il suggère également une visée didactique (d'un « faire savoir-faire »)[3] en sus de la visée informative précédente.

Parfois, ce n'est pas tant la représentation de la personne de l'auteur du blog ou de sa situation géographique qui est mise en avant mais une vue de soi plus personnelle, comme dans les extraits des zones de titre des blogs The Daydreameuse (Annexe 1.6) et Nuage Nomade (Annexe 1.3) exposés ci-après :

Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020.

Source : https://www.nuagenomade.fr, consulté le 4 novembre 2019.

Le terme « Daydreameuse » est formé à partir de l'emprunt du substantif anglais « *daydreamer* » auquel est ajouté une flexion qui indique la marque du féminin « -euse ». La traduction serait éventuellement « la rêvasseuse » ou, de manière moins connotée axiologiquement, « la rêveuse »[4]. Le lecteur s'imagine donc lire des billets de blog rédigés par un individu se donnant à voir comme une femme, francophone, disposant de connaissances en langue anglaise et présupposant que le public ait un niveau d'éducation suffisant pour saisir le jeu de mots. La dimension onirique semble également présente dans l'intitulé du blog Nuage

[1] Le terme désigne le fait de résider à l'étranger (hors du pays considéré comme « la patrie »). On choisit la désignation d'« expatrié », plutôt que celle d'« émigré », qui ne reflète pas le caractère volontaire du déplacement ni la réalité économique et sociale des auteurs de blogs voyage du corpus.
[2] Riegel et al. pointent que « l'infinitif présent envisage l'action en cours de réalisation » (Riegel et al., 1996 : 333).
[3] Il est indiqué, dans l'ouvrage cité dans la précédente note, que « l'infinitif est employé à la place de l'impératif pour exprimer un ordre, un conseil. […] Les livres de cuisine et le code de la route en font un usage fréquent […] Dans ces […] emplois, l'infinitif équivaut au mode personnel correspondant. Il présente l'idée verbale en soi et doit s'appuyer sur un contexte linguistique situationnel pour prendre sa valeur temporelle » (*Op. Cit.* : 335).
[4] Description dont on retrouve l'écho dans la section de présentation « Qui suis-je ? » : « […] The Daydreameuse. Un nom qui me correspond. **Âme rêveuse. Voyageuse. Tête en l'air.** Et puis, il correspond aussi au blog et à ce que j'essaie de retranscrire ici : **l'envie d'évasion, le besoin de rêver et l'envie de voyager** » (Annexe 2.12).

Nomade, bien que cela soit moins transparent sémantiquement. On ne peut s'empêcher d'associer l'image du nuage à celle d'un objet vaporeux et mobile, en suspension dans le ciel. La mention du nomadisme complète l'impression de mobilité continuelle. Les informations fournies sur la personne de la blogueuse sont moindres. Le titre indique seulement que l'auteure est francophone et que, a priori, celle-ci se perçoit en mouvement.

Au sein des blogs Maman Voyage, Un Couple en Vadrouille et Bestjobers le statut social et l'aspect relationnel sont mis en avant. Les images discursives de la mère, du couple et du travailleur sont évoquées illustrant chacun un des aspects de la vie des auteurs. Ceux-ci fournissent des renseignements aux internautes sur le thème de leur blog et sur l'image qu'ils aspirent à transmettre d'eux-mêmes. Par le biais des composantes de la zone de titre, les blogueurs tissent les fondements qui servent à rendre légitime leur parole.

6.2.4. Le thème viatique

Confrontés à l'univers fourmillant de blogs voyage de la blogosphère, les auteurs saisissent avec acuité l'enjeu de captation de l'espace de la zone de titre. Ainsi, si l'intitulé « Le Blog de Mathilde » évoque de prime abord un journal personnel, l'énoncé et les éléments iconographiques du sous-titre clarifient l'ancrage thématique du blog. Le thème du voyage est évoqué sous la forme des dessins de l'avion et de l'appareil photo. La machine à écrire n'est pas sans rappeler la démarche scripturale du blog. On infère que la dimension personnelle du message transmis est suggérée par l'image du cœur. Le symbole ajoute, en effet, une tonalité affective au message. La destination, quant à elle, est mise en scène par le biais graphique du soda et du hamburger. Deux signes qui matérialisent le stéréotype culturel de la nourriture dite *Junk Food* et auxquels on associe aisément les États-Unis d'Amérique. Dans le cas du blog « Nuage Nomade », la thématique viatique se dénote de l'emploi de l'adjectif « nomade » qui relève du champ lexical du voyage. Elle se déduit aussi du tracé en pointillé qui symbolise le chemin parcouru par un avion de papier en mouvement mais également de la présence du timbre qui représente une carte mondiale et sur lequel figure la mention « air mail ». Ces deux derniers éléments symbolisent notamment la mobilité par le voyage aérien et font écho au sens du contenu propositionnel du nom du blog.

L'imaginaire du voyage est souvent abordé de manière explicite, que cela soit par l'emploi des termes « voyage » ou « en vadrouille » ou encore par la mobilisation de sèmes évoquant le domaine viatique au cœur de la typographie des titres. Par exemple, les blogueurs des Bestjobers et d'Un Couple en Vadrouille recourent au procédé de stylisation de la lettre O dans l'écriture du nom de leur blog. Dans le cas des Bestjobers, le nom figure sous la forme d'un iconotexte où la lettre O, écrite en majuscule, pourrait représenter une planète.

Source https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020.

Tandis que la flexion de l'emprunt au pluriel pointe la pluralité des auteurs du blog, l'utilisation de l'anglais vise, peut-être, à préciser le caractère international du site ou bien à indiquer son orientation vers l'international. En comparaison aux autres blogs du corpus, il est vrai que le lien avec le monde viatique semble plus ténu. Ce n'est que par la navigation dans les billets dédiés à la présentation des auteurs du blog qu'on comprend que le nom du site « Bestjobers » est tiré d'une anecdote personnelle[1] (les blogueurs remportent un concours qui les amène à quitter la France pour vivre une expérience de *park rangers* d'un an en Australie, cet événement marquant le point de départ de leurs aventures en tant que *travel bloggers*).

Le thème du voyage se dévoile de manière explicite et itérative dans la construction plurisémiotique de l'intitulé du blog Un Couple en Vadrouille. Le substantif familier « vadrouille » réfère au déplacement. La lettre « O » est remplacée par un dessin de la planète bleue. À la gauche du nom du blog, un planisphère gris clair est parcouru par les tracés bleutés de deux avions. Le sous-titre mentionne la nature du site « blog voyage ». Le déplacement aérien est évoqué au moyen d'une ligne discontinue au bout de laquelle figure un avion. Au-dessus de ces pointillés, l'équipement et les habits des deux blogueurs (short, t-shirt, sac-à-dos et appareil photo) reprennent les éléments iconiques du vestiaire de la figure du voyageur.

[1] « 2013. La vie parisienne les étouffe et leur vie bascule lorsqu'Élisa remporte le célèbre concours du Best Job in the World, parmi 300 000 candidats du monde entier, notamment grâce à cette vidéo envoyée un jour gris de mars… » (https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 7 septembre 2021).

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr, consulté le 20 septembre 2019.

Les moyens technologiques du blog permettent aux auteurs de réinvestir, à leur façon, les symboles du voyage : équipements, images de la terre ou du transport aérien, trajets parcourus. Les conventions sémiotiques sont aussi mobilisées dans leur fonction informative : le code couleur du drapeau du Japon est similaire à celui d'Un Gaijin au Japon ; le cliché culturel du *fast food* réfère à l'image qu'il est possible de se faire des coutumes alimentaires américaines (que celle-ci soit avérée ou non).

6.2.5. La formulation d'une promesse : être heureux en voyageant

Une autre dimension est fréquemment exploitée dans la zone de titre des blogs voyage du corpus : celle de la promesse du bonheur par la réalisation de voyages. Par exemple, les auteurs d'Un Couple en Vadrouille mettent en avant la catégorie sociale « en couple » dans le nom du blog, dans la mention des prénoms des auteurs « MILÈNE & MICKAËL » unis par le symbole « & » et dans le dessin des deux jeunes personnes se tenant la main. Le bonheur de l'union des blogueurs est suggéré notamment par le sourire des personnages. Les auteurs associent en fait, dans cette section, l'image du couple heureux à celle de la réalisation de voyages (le transport et le parcours sont mis en avant dans les composantes sémiotiques). Une combinaison de signes qui formule à demi-mot une promesse qu'il serait possible de paraphraser comme suit : le bonheur du couple réside dans la découverte du monde à deux.

Les éléments figurant le « couple heureux » dans la composition de la zone de titre « Un Couple en Vadrouille » (en rouge) :

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr, consulté le 20 septembre 2019.

Les éléments qui évoquent le thème du voyage dans la zone de titre « Un Couple en Vadrouille » (en bleu) :

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr, consulté le 20 septembre 2019.

La promesse de félicité et le moyen d'y parvenir sont matérialisés différemment dans le blog de Maman Voyage. L'auteure se sert des possibilités techniques de la plateforme d'hébergement du site pour alterner, dans la zone de titre, l'image du nom du blog et du sous-titre et une photo de quatre verres posés sur une table en bord de plage.

Capture d'écran de la zone de titre de Maman Voyage :

Source : https://www.mamanvoyage.com, consulté le 2 juillet 2022.

La photographie se substituant au titre « Maman Voyage » met en scène quatre récipients posés sur une table en bois :

Source : https://www.mamanvoyage.com, consulté le 2 juillet 2022.

La première image reprend l'intitulé « Maman Voyage ». La mention de l'appellatif « Maman » situe la blogueuse dans un champ de références lexicales lié à la famille. « Maman », en tant que terme familier que les enfants emploient pour appeler leur mère, signale que l'auteure choisit de se mettre en avant par l'intermédiaire de son rôle de mère, c'est-à-dire par son lien d'attachement avec ses enfants et plus largement par celui qui la relie à la cellule familiale. La seconde partie du segment est, hypothétiquement, composée du verbe « voyager » conjugué au présent de l'indicatif et portant la marque de la troisième personne du singulier. Le temps du verbe aurait une valeur de généralité qui marque la durée de l'action. Ainsi, la proposition « Maman Voyage » est toujours vraie indépendamment du jour de consultation du blog. Par ailleurs, la portée sémantique du verbe « voyager » permet de singulariser immédiatement le site dans l'immensité de la blogosphère. Selon une autre hypothèse, on peut supposer que l'auteure, dans un esprit de jeu avec le lecteur, juxtapose le substantif « voyage » à l'appellatif « maman ». La majuscule apposée au terme « Voyage » pourrait valider cette seconde interprétation. Dans les deux cas, c'est l'univers de représentations concernant « le voyage » qui est convoqué dans l'imaginaire mental du lecteur. On reconstituerait ainsi une alliance de sens entre la représentation de la parentalité en tant que femme et l'image qu'on se fait du voyage.

On pourrait encore extrapoler quelque peu les intentions de la blogueuse. « Maman » évoque une représentation plutôt traditionnelle de la femme (image de la mère en interaction avec ses enfants dans l'espace privé et calme de la maison, de la maternité qui s'impose comme rôle social premier dans l'autodésignation de la blogueuse). Or cette image se situe en apparente opposition avec l'imaginaire du voyage évoquant l'évasion, les destinations lointaines, le mouvement, les itinéraires de découverte d'un pays. Soit toute une suite d'actions qu'on réalise à l'extérieur du foyer. Ainsi, le récit d'une maman voyageant pourrait surprendre le visiteur.

Voyager nécessite beaucoup d'organisation (logistique et financière) et de temps tout comme le requiert l'éducation des enfants. Réussir à articuler les deux activités est un véritable tour de force. Il s'agirait donc à travers l'emploi de ces deux termes « Maman » et « Voyage » de mettre en miroir deux rôles sociaux féminins qui se rencontrent rarement : la mère et la voyageuse. Selon cette hypothèse, la blogueuse se présente en ce cas en tant que femme réussissant à voyager avec des enfants, ce qui implique de combiner les difficultés inhérentes à ces deux d'activités. Par ailleurs, le sous-titre « Plus de 100 voyages avec enfants et un tour du monde » confirme les ambitions annoncées du blog : partager des réalisations de voyages avec enfants. Le chiffre de la centaine et l'adverbe « plus » argumentent en faveur d'une longue expérience de ce type de déplacements. L'expression de la quantité vise ici à rassurer les lecteurs quant à la crédibilité des informations qu'ils seront amenés à trouver sur le site. Si la composition du titre éclaire ces derniers quant au moyen par lequel le bonheur familial sera atteint, il reste à élucider comment cette image de bien-être est véhiculée dans son pendant iconique.

L'arrière-plan du cliché présente une plage au moment du coucher de soleil. La feuille d'un palmier apparaît au second plan. Trois verres de cocktail surmontés d'une paille et un biberon prennent place devant l'objectif de l'appareil photo. Les verres sont remplis d'une boisson claire accompagnée de glaçons et d'une rondelle de citron (ou de concombre). Le biberon est de petite taille (100 / 150 ml), il est rempli d'un liquide transparent et il est placé à la suite des trois premiers contenants. Ensemble, ces quatre éléments semblent proposer une représentation analogique des participants au voyage : deux adultes, un enfant et un bébé. Les quatre récipients occuperaient en ce sens deux fonctions : désigner les acteurs des voyages décrits par l'auteure du blog et formuler une promesse de réussite de voyage avec enfants à l'attention des futurs lecteurs. La blogueuse suggère plusieurs idées sous-jacentes dans cette composition : un voyage avec enfants présente des difficultés inhérentes et nécessite de s'adapter (le biberon côtoie le cocktail) ; un voyage avec enfant réussi est un voyage où chaque membre de la famille parvient, en même temps, à profiter de merveilleux paysages et de moments de détente ; un voyage réussi serait synonyme de plages, de soleils couchants, de destinations associant chaleur et palmiers. La promesse de bonheur se matérialise dans la combinaison de ces éléments et fait écho au premier pan textuel de la zone de titre. Les deux images réunies composent alors les deux segments d'une affirmation qu'on pourrait formuler de la sorte : les voyages de « maman » rendent toute la famille heureuse.

Les éléments plurisémiotiques de la zone de titre positionnent donc le blog dans l'univers numérique. On l'a démontré, il s'agit, par les dimensions poétiques[1] du message, d'incarner des prises de position en contraste avec celles des autres acteurs de la blogosphère francophone du voyage qu'il s'agisse de l'angle de traitement d'une destination (comme le Japon), d'une posture (le rêve, le déplacement, le secret, le carnet personnel) ou bien d'une figure (celle du nomade, du couple, de l'expatrié, de la mère…). Les connaissances supposées partagées et les aspirations supposées communes entre auteurs et lecteurs façonnent alors les références au voyage dans les zones de titre. Les blogueurs recourent ainsi aux clichés culturels (le *fast food*, le soleil couchant dans les tropiques) et aux symboles tels que l'avion, le trajet, l'image de la terre ou la planisphère, l'équipement photographique ou le sac-à-dos pour matérialiser la thématique viatique. C'est alors que la promesse d'un secret dévoilé ou d'un chemin à suivre pour réussir son voyage se glisse en creux des productions. La singularisation des démarches sert par conséquent l'impératif de différenciation auquel les auteurs doivent répondre et, peut-être aussi, les nécessités d'identification des lecteurs. Par ailleurs, on a noté que des éléments de légitimation se glissent dans les compositions plurisémiotiques des contenus de la zone de titre. La preuve de la maîtrise des codes langagiers et sémiotiques fonctionne en effet comme un gage de compétence auprès d'un public avide de conseils fiables et authentiques.

6.3. « À propos », « qui-suis-je ? » et autres lieux de l'ethos préalable en ligne

Les éléments d'analyse exposés ci-après montrent que les blogueurs présupposent que les internautes cherchent à attribuer du crédit aux billets de contenu du blog en s'assurant de leur sérieux. Ce critère semble être évalué tout d'abord à l'aune de la maîtrise technique des outils multimédia. Précédemment, on a démontré que le blogueur, s'appuyant sur les affordances de la plateforme d'hébergement du blog, mobilise les fonctionnalités du site pour guider le lecteur et l'engager à réaliser des parcours de lectures adaptés à ses besoins. La présence active de l'auteur sur d'autres dispositifs de communication dans les réseaux sociaux, tels qu'Instagram, Pinterest, Tik Tok ou Facebook, représente des gages de l'immersion du blogueur dans le monde connecté des internautes. Cependant, la seule maîtrise des potentialités fonctionnelles, relationnelles et techniques du blog ainsi que le soin apporté à la composition de la zone de titre

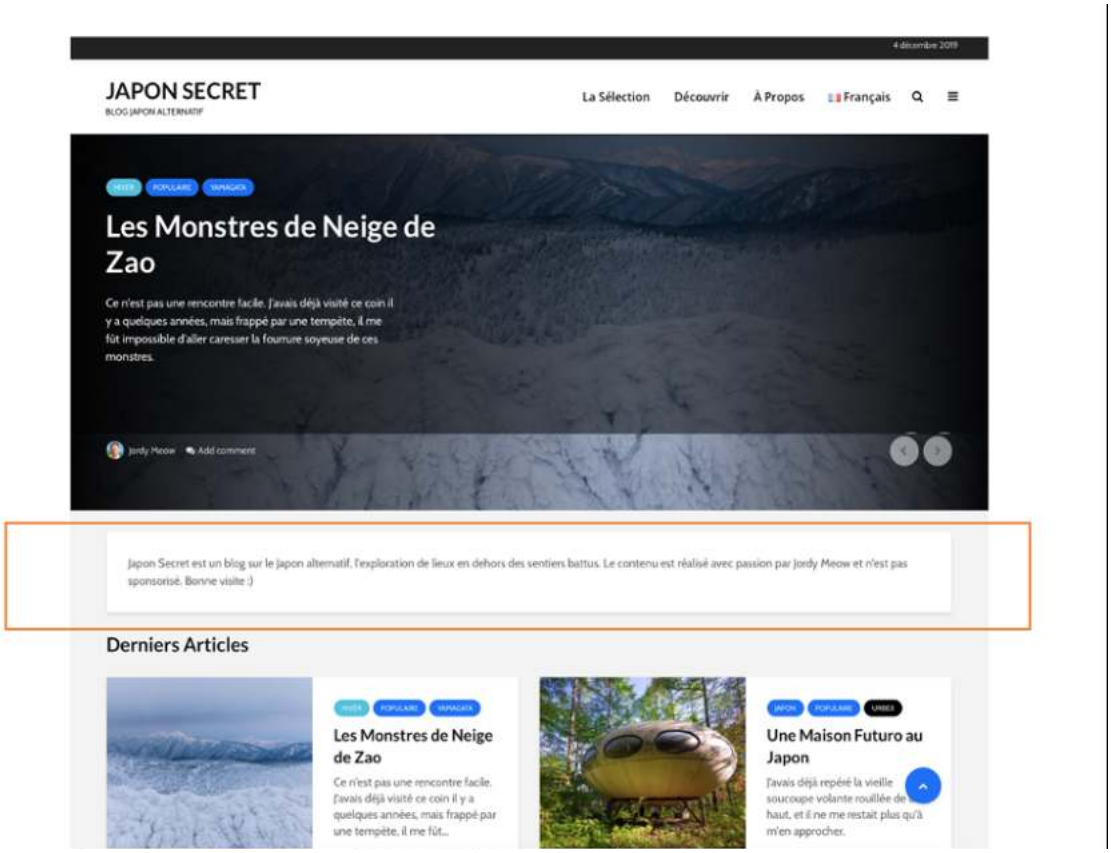
[1] Au sens jakobsonien.

ne sont pas les seuls éléments qui concourent à la construction d'une légitimité à dire. Les propos déclaratifs du blogueur y participent également.

6.3.1. Les lieux de la description de la personne de l'auteur du blog

Les blogueurs utilisent des encarts verticaux ou horizontaux et des sections dédiées pour s'introduire auprès de leur audience. Pour illustrer le fait, on expose les lieux où l'auteur de Japon Secret se présente auprès de son public au sein d'un bandeau horizontal inséré dans la page d'accueil du site, d'un encart vertical localisé au cœur des articles du blog et au sein de deux sections, l'une visant à décrire le blog, l'autre le blogueur.

Extrait 1 – Emplacement du bandeau horizontal d'introduction de l'auteur du blog Japon Secret au centre de la page d'accueil :



Source : https://japonsecret.fr, consulté le 04 décembre 019.

Extrait 2 – Emplacement du bandeau vertical de la présentation du blogueur dans les articles du blog :

Source : https://japonsecret.fr/cimetiere-makomanai-takino/, consulté le 05 décembre 2019.

Extrait 3 – Bandeau vertical de présentation « Qui suis-je » de Japon Secret dans les articles du blog :

Source : https://japonsecret.fr/cimetiere-makomanai-takino/, consulté le 05 décembre 2019.

Extrait 4 – Capture d'écran du parcours de lecture « Section [À propos] > [Ma biographie] > [site https://jordymeow.fr/biographie/] » :

(https://jordymeow.fr/biographie/, consulté le 28 novembre 2019)

Extrait 5 – Page d'accueil du site https://jordymeow.fr/biographie/, présentant le parcours du blogueur :

(https://jordymeow.fr/biographie/ , consulté le 28 novembre 2019)

Extrait 6 – Localisation du billet « Jordy Meow » du site https://jordymeow.fr :

(https://jordymeow.fr, consulté le 28 novembre 2019)

Comme on peut l'observer aisément dans ces captures d'écran, les lieux d'introduction du blogueur et de sa démarche sont disséminés dans les pages du blog. Cette interpellation récurrente de l'attention des lecteurs, sur l'image que donne à voir le blogueur de lui-même et sur les origines de l'activité du blog, démontre l'importance dans les usages de ces

renseignements. Le locuteur incarnant la source de l'énonciation soumet sa démarche et sa personne au questionnement des usagers. Pour s'assurer, à défaut d'une posture, une image d'autorité, les auteurs développent diverses stratégies qui visent à établir une relation de confiance avec leur lectorat.

6.3.2. Réinvestir les formes usuelles de la première rencontre

Pour ne plus être un anonyme, le locuteur doit se montrer, s'introduire, se dévoiler etc. Les lieux où le blogueur est l'objet de son propre discours remplissent cette fonction dans le blog. Le travail d'introduction de la personne de l'auteur s'amorce par son identification visuelle puis par la mention de son prénom tout en respectant les formes habituelles de la première rencontre entre deux individus.

6.3.2.1. La photo portrait des auteurs

Les auteurs se présentent souvent de face, éventuellement de trois quarts, dans une photographie où la distance de cadrage est suffisamment rapprochée pour distinguer les traits d'expression de leur visage. Alors qu'une distance de cadrage lointaine instaure une barrière invisible entre la posture de l'observateur et celle de la personne photographiée (Kress et Leeuwen, 2006 : 128), le choix des blogueurs s'oriente vers une mise en scène de moyenne distance ou intime. Cette distance est symptomatique d'une volonté d'établir une relation (*Op. Cit.* : 125) entre les participants représentés (sur la photo) et les participants de la situation d'observation (les spectateurs, les lecteurs du blog, nous les observateurs).

L'aspiration à entrer en contact avec le public est d'autant plus marquée que le regard des blogueurs pointe l'objectif de l'appareil photo. Comme on peut l'observer dans le montage, exposé *infra*, seule l'auteure de The Daydreameuse n'oriente pas son regard vers le spectateur. En effet, diriger le regard, ne serait-ce que par l'intermédiaire de l'objectif de l'appareil photo qui cache une partie du visage, est la marque d'une image de type *demand* qui incite l'observateur à entrer en contact avec le participant représenté. Le sourire est un signe mimo-gestuel de sympathie qui renforce l'intensité de l'acte directif (*Op. Cit.* : 116-123). On présente ci-dessous les encadrés photographiques joints aux textes d'introduction

des personnes des blogueurs et les vignettes associées à leurs interventions dans les commentaires[1].

Les photos d'introduction des blogueurs

Sources :

- https://www.maathiildee.com ;
- https://www.nuagenomade.fr/qui-suis-je/ ;
- https://www.gaijinjapan.org/wp-content/uploads/2011/05/Aala-1.jpg ;
- https://japonsecret.fr ;
- https://www.thedaydreameuse.com ;
- https://www.mamanvoyage.com ;
- https://www.uncoupleenvadrouille.fr ;
- et https://www.bestjobersblog.com.

[1] La photo de Maman Voyage a été recadrée dans le montage du schéma afin de ne pas exposer, dans le corps de la thèse, les photographies de ses deux enfants. On retrouve l'originale en annexe, dans la partie documentation du corpus (Annexe 10).

6.3.2.2. Les textes d'introduction

Les auteurs des huit blogs du corpus accompagnent leur présentation visuelle de leurs prénoms. Ils se nomment Mathilde (Annexe 2.1), Miryam (Annexe 2.3), Jordy Meow (Annexe 2.5), Aala (Annexe 2.11), Aurélie (Annexe 2.13), Christine (Annexe 2.14), Élisa et Max (Annexe 2.15), Mylène et Mickaël (Annexe 2.16). Le prénom n'est jamais suivi du nom patronymique officiel. Un surnom « Lili » pour Aurélie est évoqué sous réserve de faire partie des « intimes » (Annexe 2.13), un autre « Meow » (emprunt anglais de l'onomatopée désignant le miaulement du chat « miaou ») est utilisé en tant que nom patronymique pour le blog Japon Secret (Annexe 2.5). Si une proximité sociale vise à être établie avec les lecteurs, l'identité civile n'est pas complètement partagée. Rapidement, des données géographiques telles que la ville d'origine ou les racines de l'auteur sont indiquées. En initiant le récit biographique de l'auteur dans le bassin d'Arcachon pour Japon Secret (Annexe 2.6), dans le quartier de la Butte aux Cailles pour Maman Voyage (Annexe 2.14) ou encore dans la région poitevine pour The Daydreameuse (Annexe 2.13), les blogueurs instaurent un ancrage géographique concret et proche de leurs lecteurs qu'ils supposent francophones et métropolitains.

Les descriptions regroupent des informations qui composent le schéma habituel de la rencontre entre deux personnes. Ainsi, est mentionné l'âge ou l'année de naissance. Aala, l'auteur du blog Un Gaijin au Japon déclare, par exemple, que « [c]'est le 11 mai 1984, à Lyon (France) que j'ai vu le jour, dans ce pays qui me verra grandir et poursuivre mes études pendant deux décennies » (Annexe 2.11). Miryam de Nuage Nomade indique, quant à elle, son prénom, le lieu où elle vit et son âge : « Je m'appelle Miryam, je vis à Francfort-sur-le-Main en Allemagne, j'ai 26 ans […] » (Annexe 2.3). La situation familiale ou sociale est fréquemment évoquée. Si certains auteurs se mettent en avant sous la bannière du couple, Christine de Maman Voyage évoque son mariage, la naissance et l'âge de ses deux enfants :

> Extrait « Grille d'analyses B6 – P1 – [À propos] – À propos » (Annexe 2.14).
>
> […] avec nos enfants (alias Ticoeur et Titpuce) qui ont maintenant 6 et 9 ans […] Après **un an de Tour du Monde** pour notre voyage de noces, nous sommes revenus à Paris et **Ticoeur** est né. […] En février 2012, **Titpuce** est venue agrandir la famille et depuis, je vous raconte nos aventures à quatre !
>
> (https://www.mamanvoyage.com/a-propos/, consulté le 23 mars 2020)

Les origines culturelles sont souvent convoquées. L'auteure de Maman Voyage valorise les apports de son patrimoine familial pluriculturel (Annexe 2.14) et Aala d'un Un Gaijin au Japon se désigne comme « Franco-Tunisien » for d'une « double culture enrichissante » (Annexe 2.11). Les parcours scolaires et professionnels font aussi partis de cette longue liste. L'animateur de Japon Secret, par exemple, indique qu'« après le le lycée à Bordeaux, l'école d'ingénieur à Paris et une année dans une université en Chine » (Annexe 2.6), il exerce, aujourd'hui, le métier de développeur de formation (Annexe 2.5.). Les Bestjobers précisent qu'en 2010, Max travaillait sur Paris « aux côtés des photographes les plus connus du milieu (Lindbergh, Demarchelier, Lancrenon…) alors qu'Élisa » gérait « la production des shooting » (Annexe 2.15). L'auteure du blog Le Blog de Mathilde exerçait dans le monde de l'édition (Annexe 2.2) et celle de Maman Voyage dans celui du *marketing* (Annexe 2.14).

Des formules d'ouverture et de clôture peuvent ponctuer les textes de présentations des blogueurs. Christine salue, en effet, les lecteurs d'un « bonjour, je m'appelle Christine », puis l'auteure prend congé de son public par la salutation « À très bientôt sur le blog ! Christine » à la manière d'une lettre (Annexe 2.14).

6.3.3. Traits d'oralité et liens de connivence avec les lecteurs

Les informations fournies, dès les premiers paragraphes de présentation des auteurs, permettent de donner corps à l'image discursive de l'auteur du blog. Ces données s'accompagnent d'un langage courant ou familier (voir incorrect et parsemé d'erreurs de grammaire, d'orthographe et de syntaxe) qui témoigne de la recherche d'un lien de proximité entre lecteurs et blogueurs. Les Bestjobers concluent, par exemple, leurs messages d'un « bises » auquel s'ajoutent les prénoms des deux auteurs dans une tonalité familière voire affectueuse. L'écriture vive n'épargne pas ce type de textes. On retrouve, à l'image de nombreuses autres productions natives du numérique, l'emploi de signes informatiques qui endossent une fonction de surénonciation expressive (Rosier, 2006 : 117) et qui ajoutent, ainsi, un caractère quasi prosodique au sens des énoncés. Dans le cadre du corpus, les blogueurs utilisent des binettes (des signes formés à partir des possibilités du clavier de l'ordinateur ou de la tablette pour représenter les expressions du visages), des points d'exclamation et des points de suspension mais également des typographies italiques et grasses, des lettres capitales et des jeux de couleurs.

Les marqueurs de cette « iconicité expressive » (*Op. Cit.* : 118) transmettent enthousiasme et cordialité au lecteur. Jordy Meow accompagne la formulation d'un souhait qu'il adresse aux futurs utilisateurs du blog d'une binette signalant un sourire bienveillant : « Bonne visite :) » (Annexe 2.8). L'auteure de Nuage Nomade accueille l'internaute en le gratifiant d'une salutation ponctuée d'un point d'exclamation : « Bienvenue et Herzlich Willkommen sur mon joli nuage ! » (Annexe 2.3). Un peu plus loin dans l'assertion « Et autre petit détail ***très très très très*** important, je suis une **germanophile absolument convaincue** » (Annexe 2.3), la blogueuse mobilise les caractères italiques et gras pour souligner l'importance qu'elle accorde à la culture allemande sur un ton ludique. Dans ce passage, elle associe le pléonasme de « petit détail » (insistant, avec humour, sur le caractère négligeable de l'affirmation) aux répétitions de l'adverbe d'intensification « très » (Romero, 2017 : 26) et à l'emploi de l'adverbe intensifieur lexical « absolument » (*Op. Cit.* : 72) à la manière d'un oxymore qui vise à insister sur la magnitude de la passion germanophile de l'auteure.

Les éléments iconotextuels et ceux décrivant la situation civile du locuteur sont entourés d'indices signalant l'aspiration à établir une relation cordiale, voire ludique avec l'auditoire. Ainsi, lorsque les auteurs du blog Bestjobers soulignent la morosité d'une situation passée en utilisant le registre de la couleur grise, l'inscription de quatre points de suspension (et non les trois habituellement employés) ponctue la description d'une ambiance presque cinématographique et produit un effet de connivence avec le lecteur, alors invité à compléter l'énoncé :

> Extrait « B7 – P1 – [À propos] – À propos » (Annexe 2.15).
>
> 2013 – La vie parisienne les étouffe et leur vie bascule lorsqu'Élisa remporte le célèbre concours du Best Job in the World, parmi 300 000 candidats du monde entier, notamment grâce à cette vidéo envoyée un jour gris de mars….
>
> (https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 27 avril 2020)

La connivence se manifeste par le biais d'un ethos ludique dans d'autres situations. Par exemple, Aurélie, de The Daydreameuse, mentionne qu'elle découvre la ville de Bruxelles avec son « guide personnel (aka une amie) » (Annexe 2.13). L'humour transparaît dans cet extrait. La connaissance de l'emprunt du sigle anglais « aka »[1], pour « *also known as* » – soit l'équivalent français de l'adverbe « *alias* » signifiant « autrement appelé » – permet au lecteur

[1] https://www.larousse.fr/dictionnaires/anglais-francais/aka/561769

de se positionner en tant que complice du blogueur. La désignation de l'amie en tant que « guide personnel » réfère littéralement à un contexte privilégié où le voyageur pourrait réaliser une visite accompagnée d'un guide touristique privé. La mention du véritable statut du guide, « une amie », pointe l'absence de rémunération et signale la dimension ludique de l'énoncé.

La complicité entre auteur et usagers du blog s'installe également, lorsque, par exemple, Alaa, du blog Un Gaijin au Japon, indique qu'initialement son projet était de « passer une année au Japon (voir plus si affinité) » (Annexe 2.10), réinvestissant ainsi une formule caractérisant habituellement les routines des petites annonces amoureuses et témoignant, par ce biais, d'un esprit badin. L'auteure de Le Blog de Mathilde s'amuse, quant à elle, à ses dépens lorsqu'elle se désigne comme « [r]édactrice, grande organisatrice et réseau socialite du Blog de Mathilde ». Un ethos ludique, laissant figurer des marques d'ironie[1], apparaît ainsi modérément dans les écrits qui établissent le premier contact avec le lectorat. Développés dans ce contexte, ces traits atténuent par conséquent le risque de paraître égocentrique (Amossy, 2010 : 34).

6.3.4. Une configuration discursive dialogale

Le monologue du blog adopte fréquemment les traits du dialogue pour interpeller l'attention de l'auditoire ou bien pour anticiper les intérêts de celui-ci. Ainsi, comme on peut s'y attendre dans les sections et dans les billets introduisant la démarche de l'auteur de blog voyage, les marques de la première personne du singulier et celle de la deuxième du pluriel abondent dans les énoncés dont le propos est de retracer, pour le nouvel usager, la création du blog (Extrait 1, exposé ci-après) ou dans les listes d'activités et d'objets appréciés (ou dépréciés) par le blogueur (Extrait 2, ci-dessous) :

[1] L'adjectif « grand » se fait subjectif, évaluatif et non-axiologique (selon la classification de Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 84) dans ce cotexte / contexte et dote le substantif d'« organisatrice » d'une connotation axiologique positive. L'ironie qui « consiste à exprimer sous les dehors de la valorisation un jugement de dévalorisation » (*Op. Cit.* : 77) atténue la valeur excessivement positive de l'assertion et introduit un sentiment de connivence avec le lecteur.

Extrait « Grille d'analyses B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ? » (Annexe 2.2).

Vous êtes sur le *Blog de Mathilde*, et **Mathilde**, hé bien c'est moi. Ce blog est né en **novembre 2011** : j'étais sur le point de partir vivre aux Etats-Unis, j'allais démissionner de mon job d'éditrice, j'étais enthousiaste à l'idée de ce gros changement, de ce plongeon vers l'inconnu… J'avais envie d'avoir une activité créative en attendant de trouver un « vrai job », et je voulais aussi créer une sorte **d'album-souvenir interactif** : voilà mes motivations initiales pour créer ce blog.

Contextualisation et description du blog.

Abondance de la présence de la première personne du singulier : « moi », « j'étais », « j'allais démissionner », « mon », « mes » etc. Et terme d'adresse désignant le lecteur « vous êtes ». Interjection « hé » donnant un tour dialogal au texte.

Dès mon arrivée à Boston, on est parti en week-end régulièrement, notre objectif était de partir un week-end par mois. Au départ, on ne devait rester que 2 ans, il n'y avait pas de temps à perdre ! Il n'y avait pas grand chose à lire sur la région, rien en français en tout cas. Le blog était encore tout petit, c'était un véritable terrain de jeu pour moi de raconter, prendre des photos, faire des vidéos après une découverte de la ville, Boston, ou de la région autour, la **Nouvelle Angleterre**, et puis le reste des **Etats-Unis.** Le premier road trip dans l'ouest américain a été une véritable claque visuelle, une expérience unique, festive, extraordinaire, je ne m'attendais pas du tout à ça.

(https://www.maathiildee.com/about/, 9 août 2019)

Description de l'arrivée dans le pays hôte.

Marque de la première personne du singulier (« mon arrivée », « je ne m'attendais pas »). Marque de la 1ère personne du pluriel (adjectif possessif dans « notre objectif »), emploi du pronom indéfini « on » mis pour « nous », pronom désignant la blogueuse et son compagnon (« on est parti en week-end »). Effacement énonciatif (« il n'y avait pas de temps à perdre », « Le premier road trip […] a été une véritable claque visuelle »).

Extrait 2 « Grilles d'analyse B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? » (Annexe 2.3).

15 choses à savoir sur moi …
Je vis en Allemagne, à Francfort-sur-le-Main où je suis assistante de français …
Je déteste le fromage (je sais pour une Française, c'est terrible!)
J'adore les Cupcakes (surtout au chocolat) – Je suis une véritable gourmande
J'aime aller à la chasse aux nouvelles adresses : cafés, restos, hôtels
Je prépare un Master en FLE
Je voyage seule ou avec ma maman
Je ne peux pas rester sans musique (j'écris même mes articles avec de la musique dans les oreilles)
Je rêve de découvrir le Vietnam
La ville que je déteste le plus c'est Hanovre
Je parle Allemand, Anglais, un peu Espagnol et un peu Danois
Pendant mon année en Autriche j'ai appris le Dialecte Autrichien – C'est très folklorique
Mon appareil photo est un Nikon D3100
Mon livre préféré est *« Moi, Christiane F.; 13 ans, droguée et prostituée »* (Wir Kinder von Bahnhof Zoo) – un livre qui m'a profondément bouleversée
Je n'ai pas de film ni de série préférée
La chanson que j'écoute beaucoup en ce moment, c'est Talk to me de Thomas Azier.

(https://www.nuagenomade.fr/qui-suis-je/, consulté le 5 novembre 2019)

La profusion des marques de la première personne côtoie dans les billets des mises en scène interlocutives de l'intervention de l'énonciataire. Ainsi, les intitulés « Qui-suis-je ? » ou « Qui suis-je » sont repris dans les blogs Nuage Nomade (Annexe 2.3), Le Blog de Mathilde (Annexe 2.2), Japon Secret (Annexe 2.9) et The Daydreameuse (Annexe 2.13). Les Bestjobers choisissent une formulation voisine : « Qui sont les Bestjobers ? » (Annexe 2.15). Parfois, ces

formes interrogatives empruntent les formes d'un jeu de cache-cache. Aala, l'auteur d' Un Gaijin au Japon, taquine son lectorat : « **Mais qui suis-je ? Qui se cache donc derrière ce prénom ?** » (Annexe 2.11). Que cela soit pour fournir des informations sur la personne du blogueur ou bien pour justifier d'une démarche de création, ces tournures sont utilisées à la manière des F.A.Q. (sigle anglais désignant les *Frequently Asked Questions* ou encore *Foire aux Questions* en français). Par exemple, Christine, l'auteure de Maman Voyage, structure son texte introductif selon un enchaînement de phrases interrogatives présentant les origines du blog (« Comment m'est venue l'idée de créer ce blog ? ») ; le type de voyage décrit dans les articles (« Quel type de voyages aimons-nous ? ») ; les activités professionnelles passées ou actuelles de l'auteure (« Dans la vie je fais quoi ? ») ; les enjeux financiers sous-jacents à la rédaction des articles (« Est-ce que je participe à des blogtrips ? ») ; le matériel utilisé pour rendre compte visuellement des découvertes et des voyages (« Quel appareil photo j'utilise ? ») et enfin la finalité ciblée et affichée par la blogueuse (« Quel est l'objectif du blog ? »).

6.3.5. Interpeller l'interlocuteur dans son rôle individuel et collectif

En sus de l'anticipation des préoccupations de l'auditoire et de leur mise en scène dialogale, on relève d'autres formes d'adresse qui désignent explicitement les destinataires du blog. En effet, dans les espaces consacrés à la mise en « corps » de l'énonciateur, l'énonciataire est interpellé dans son rôle d'individu en tant que lecteur du blog et par son association à une entité plus grande et aux contours indéfinis, le lectorat. La plasticité de la marque de la deuxième personne du pluriel « vous » (Maingueneau, 2021 : 106-107) permet, notamment, de pointer le lecteur dans sa singularité et dans ce qui le réunit aux autres utilisateurs du blog. Par exemple, dans le cas exposé ci-après, l'auteure de Nuage Nomade[1] rapporte, par le biais d'une interrogative, un besoin qui pourrait être exprimé par plusieurs internautes : celui de contacter la blogueuse.

> Extrait 2 « Grilles d'analyse B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? » (Annexe 2.3).
>
> Si vous souhaitez me contacter, merci d'utiliser la page Contact
> Au plaisir de vous retrouver sur mon nuage …
> Miryam.
>
> (https://www.nuagenomade.fr/qui-suis-je/, 5 novembre 2019)

[1] L'adresse du blog Nuage Nomade n'étant plus active à la date de publication du manuscrit de la thèse, aucun hyperlien n'est inséré au segment se rapportant au nom du blog. Le segment n'est donc pas souligné.

Or, pour entrer en relation directe avec l'auteure, l'internaute réalise une suite d'actions qu'il exécute seul face à l'écran. Tout d'abord, il active, par le geste du clic, l'hyperlien associé au segment « contact », puis, il remplit un formulaire automatique qui impose une saisie manuelle de son adresse électronique. Le lecteur est alors à la fois interpellé simultanément en tant qu'individu et en tant qu'appartenant à une collectivité. En d'autres occasions, l'énonciateur peut également inclure tout autant l'ensemble des interlocuteurs passés, actuels que ceux à venir à l'égal de cet exemple extrait du blog de Maman Voyage où le segment « chers lecteurs » remplit cette fonction :

> **Le blog a déjà 9 ans et c'est grâce à vous** chers lecteurs qui êtes de plus en plus nombreux à nous suivre chaque jour ! (Annexe 2.14)

Parfois, la portée de l'adresse au public est plus restreinte. Effectivement, en promettant des récits à lire et des conseils utiles aux internautes pour voyager « seul(e) », Aurélie, auteure du blog The Daydreameuse, interpelle l'allocutaire dans sa fonction de lecteur, d'utilisateur du blog et, également, dans son rôle de (futur) voyageur en solitaire.

> Extrait « Grilles d'analyse B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ? » (Annexe 2.13).
>
> Vous retrouverez sur ce blog **le récit de mes voyages** et quelques **astuces pratiques** ! Au fur et à mesure que le blog grandit, vous trouverez également **quelques conseils pour voyager seul(e) et quelques réflexions personnelles**.
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/about/, consulté le 6 février 2020)

Les destinataires sont ainsi ciblés selon leurs intérêts ou leurs besoins. Dans le passage cité *infra*, l'animatrice de Le Blog de Mathilde distingue trois groupes : elle pointe les lecteurs utilisateurs du blog qui naviguent soit pour préparer un voyage soit pour se distraire ; elle désigne les acteurs de l'industrie touristique qui prospectent les blogueurs en quête de relais d'information ; enfin, elle évoque les voyageurs qui souhaiteraient obtenir des conseils spécifiques à leur situation ou qui envisagent de contracter un service de visites guidées de la ville de Boston.

> Extrait de « B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ? » (Annexe 4.2).
>
> Si vous souhaitez discuter, les commentaires sont là pour ça : choisissez l'article qui correspond à votre demande.
> ☞ Si vous êtes un professionnel et que vous avez une demande à me faire, j'ai un site pro rien que pour ça [hyperlien vers le site professionnel de guide touristique de l'auteur(e)]

> ☞ **Pour une visite de Boston et des demandes de conseils personnalisés de voyage**, consultez le site Boston le nez en l'air [hyperlien vers le site professionnel de guide touristique de l'auteur(e)] qui comporte toutes les offres, tarifs et horaires.
>
> (https://www.maathiildee.com/about/, consulté le 9 août 2019)

Comme on l'observe, l'auditoire est donc initialement l'objet d'une forme d'adresse générale, puis les intérêts spécifiques du lectorat sont ciblés. Christine de Maman Voyage, quant à elle, présuppose que sa situation personnelle et celle des lecteurs du blog répondent à des contraintes et à des envies similaires lorsqu'elle affirme, en particulier, que son témoignage démontre la faisabilité du voyage avec enfants :

> J'espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c'est possible et vous donner des idées de destinations ! (Annexe 2.14).

Le terme d'adresse « vous » est convoqué explicitement dans ce contexte pour désigner le bénéficiaire des actions entreprises. En effet, dans l'exemple précédent, la structure syntaxique de l'énoncé pointe que l'énonciatrice (« je ») est à l'origine d'un processus (espérer apporter quelque chose à quelqu'un) dont le bénéfice revient à l'énonciataire « vous ».

En d'autres occasions, ce n'est pas en tant que complément d'objet que l'auditoire est désigné syntaxiquement mais en tant que sujet d'une action hypothétique ou à venir. Ces situations phrastiques surgissent, notamment, dans des tournures où les verbes sont conjugués au futur et dans des formulations impératives encourageant l'internaute à entreprendre un type d'actions : trouver, suivre, rejoindre, lire, revenir, dire à l'image des extraits des blogs exposés ci-après :

- « Sur **Maman Voyage** vous trouverez : […] » (Annexe 2.14) ;
- « Rejoignez la Bestjobers Family! » (Annexe 2.15) ;
- « Revenez mettre un petit mot, parlez-en sur les réseaux sociaux, sur votre propre blog, ça motive ! » (Annexe 2.2).

Les formes dialogales, les invitations et les diverses stratégies d'interpellation de l'attention de l'auditoire sont des indices pointant l'aspiration de l'auteur à entrer en relation avec l'auditoire. Le monologue du blog laisse ainsi la place à un dialogue fictif où l'auteur veut se faire l'échos des attentes, des besoins et des envies qu'il attribue au lectorat.

6.4. Le curriculum vitae du *digital nomad* : démontrer sa compétence et se forger une image d'expert

Pour convaincre le public de leur compétence dans le domaine viatique, les auteurs recourent à divers stratagèmes tels que l'introduction de l'activité du blog à la troisième personne du singulier ou bien l'énumération de la totalité des voyages d'agréments réalisés.

6.4.1. La voix *off*

La volonté d'établir une reconnaissance de fait est le premier élément qui retient l'attention de l'analyste. Celle-ci est théâtralisée au moyen d'un emprunt discursif à l'univers journalistique. Les auteurs introduisent une voix *off* dans les sections [À propos], [About] ou [Qui-suis-je ?] pour introniser les blogueurs auprès du grand public. Bien souvent, cette troisième voix s'inscrit dans les textes à la manière de la figure du « journaliste-rapporteur » (Charaudeau, 1998). Un personnage discursif « témoin de l'existence » et « relateur de l'évènement » rapporte alors les origines du blog (*Ibid*.). En convoquant un des rôles de l'identité journalistique (*Ibid*.), les blogueurs mettent en scène un tiers qui cautionnerait par sa narration, supposée objective, la véracité et l'exactitude des faits relatés sur la vie des auteurs.

Cette voix hors champ se distingue des énoncés qui peuvent résulter d'un formatage de la plateforme de *Content Management System* qui héberge le blog et qui se retrouvent inscrits, par exemple, dans les intitulés tels que « À propos d'Aala » (Annexe 2.11) ou « *About the author* » (Annexe 2.12) comme on l'observe dans l'extrait *infra*.

Extrait « Grilles d'analyse B4 – P1 – Bandeau Horizontal » (Annexe 2.12).

(https://www.gaijinjapan.org, consulté le 12 décembre 2019)

Le mécanisme énonciatif de la présentation du blog à la troisième personne est utilisé par Japon Secret comme on le constate dans cet extrait du bandeau de présentation du blog :

Extrait « Grille d'analyses B3 – P4 – Bandeau de présentation » (Annexe 2.8).

Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus. Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé.

(https://japonsecret.fr, consulté le 04/12/2019)

Ce même procédé est employé succinctement en début de paragraphe par les auteurs d'Un Couple en Vadrouille pour dépeindre leur situation professionnelle, situer leur tranche d'âge et évoquer leurs aspirations :

Extrait « Grille d'analyses – B8 – P1 – Section [À propos de nous] – À propos de nous » (Annexe 2.16).

Mickaël, employé dans la parfumerie et Mylène, chargée de communication, forment un couple dans la vingtaine et ont pour plaisir de partager leurs bons-plans et coups de cœur voyages.

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/a-propos-de-nous/, consulté le 24 septembre 2019)

Les Bestjobers, quant à eux, déroulent, à la manière d'un scénario de reportage télévisé, les étapes clés de la naissance du blog. La mise en scène est avant tout une mise en mots d'un récit à la troisième personne qui relate les débuts de « l'histoire » du blog et le choix d'un autre mode de vie : celui de voyager et de partager des voyages.

Extrait « Grille d'analyses B7 – P1 – À propos » (Annexe 2.15).

- 2010
  L'histoire ne débute pas autour du monde mais sous les flashs d'un grand studio de photographie de mode à Paris dans lequel Max travaille aux côtés des photographes les plus connus du milieu (Lindbergh, Demarchelier, Lancrenon…), alors qu'Élisa gère la production des shootings. Du glamour mais aussi de l'impitoyable.

- 2013
  La vie parisienne les étouffe et leur vie bascule lorsqu'Élisa remporte le célèbre concours du Best Job in the World, parmi 300 000 candidats du monde entier, notamment grâce à cette vidéo envoyée un jour gris de mars… mais aussi après 3 mois de compétition et de sélection intense, qu'ils racontent notamment dans leur livre *Australie, nos 100 coups de cœur, l'aventure du Best Job in the World, sorti en librairie en Mars 2018 aux Editions Nomades*.

(https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 10 novembre 2020)

Le moyen consistant à s'appuyer sur un discours qui aurait été tenu ailleurs par un autre locuteur fonctionne à l'égal d'une autorité citée (Charaudeau, 2002 : 85), ceci en vue d'imposer les effets

d'une source légitimante, simulée dans ce contexte. L'utilisation d'une voix hors champ habille d'un critère de professionnalisation la démarche des blogueurs.

6.4.2. La figure du voyageur expérimenté

En sus des stratégies de légitimation mentionnées, les blogueurs commentent longuement leur expérience en tant qu'homme ou femme de voyages. Ils recourent, pour cela, à plusieurs artifices. Tout d'abord, ils clament avec insistance leur passion pour le domaine viatique à l'image du créateur du blog Japon Secret (« Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow », Annexe 2.8), de Christine, l'auteure de Maman Voyage (« Après **un an de Tour du Monde** […] **Ticoeur** est né. Il a chamboulé notre vie en la remplissant d'amour et de sourires mais notre passion pour les voyages ne nous a pas quittés. Bien au contraire ! », Annexe 2.14), de Mylène et de Mickaël d'Un Couple en Vadrouille (« Rester c'est exister, mais voyager c'est vivre. Telle est notre ligne de conduite, Annexe 2.16) ; du fondateur d'Un Gaijin au Japon (Aala assure qu'« une vie riche en voyages, en expériences diverses et variées » l'a bercé dès son plus jeune âge, Annexe 2.11).

Néanmoins, le cumul d'expériences qui fonde le droit à la parole doit se montrer pour être démontré. Poursuivant cet objectif, les blogueurs convoquent de nombreuses énumérations de lieux visités. Ils multiplient les dates qui, non seulement ancrent dans la durée le récit du nomade, mais transmettent simultanément l'idée d'une expertise du domaine forgée dans le temps. De fait, certains proposent une chronologie des séjours qu'ils ont réalisés, plus ou moins longs, plus ou moins lointains. D'autres incluent leur patrimoine culturel ajoutant à leur compétence viatique celle de la sensibilité culturelle. L'auteure de Maman Voyage, par exemple, souligne ses origines italiennes et mentionne la nationalité allemande de son mari (Annexe 2.14). Miryam précise qu'elle a vécu au Maroc pendant 8 ans (Annexe 2.3) et Aala d'Un Gaijin au Japon décrit sa biculturalité comme une richesse et une opportunité :

> Extrait « Grille d'analyses B4 – P2 – Section [À propos] – A propos d'Aala » (Annexe 2.11).
>
> Le fait d'avoir des parents d'origine tunisienne, d'être né en France et d'avoir vécu entre ces deux pays est clairement **une belle chance que la vie m'a offert et m'a permis de me forger une identité multiculturelle.** Outre le fait que je dispose de deux nationalités, deux passeports, j'ai la chance d'avoir deux cultures en moi qui font ma personnalité.
>
> (https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/, consulté le 6 janvier 2020)

Par ailleurs, les pluriels abondent. Les auteurs d'Un Couple en Vadrouille indiquent, par exemple, que la date de leur rencontre marque également le début de « leurs aventures » à l'étranger :

> Extrait « Grille d'analyses B8 – P2 – Encart module vertical [À propos de nous] » (Annexe 2.17).
>
> Jeune couple vadrouilleur dans la vingtaine originaire d'Ile de France qui partage une passion commune depuis leur rencontre le 31 mars 2012 : voyager.
> Quand Mylène vous raconte leurs aventures aux 4 coins du globe, Mickaël, lui, se cache derrière la caméra pour capturer chaque instant.
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr, consulté le 25 septembre 2019)

Le pluriel du substantif « aventures » et le segment « 4 coins du globe » donnent, aux lecteurs, une impression de parcours sans fin de la planète. L'effet de totalité transparaît, dans ce passage, et prend d'autant plus de poids que des références au temps et à la durée sont faites (la date de création du blog côtoie l'approximation de l'âge des blogueurs) ; que le temps de la narration est celui du présent, ce qui produit un effet de permanence ; que l'identificateur à valeur de distribution individualisante « chaque » (Charaudeau, 1992 : 291) s'emploie pour désigner « un être ou un objet pris comme partie d'un ensemble » (Mitterand, 1969 : 21) et exprime, dans cet extrait, une totalité ; que la réunion des contraires (la permanence et la fugacité, les aventures singulières au cœur d'une entité complète – le globe, le couple et les individus désignés distinctement par leur prénom) concourt à donner une impression d'exhaustivité.

Pour apporter la preuve de sa compétence, en matière de circumnavigations, Aurélie, du blog The Daydreameuse, mobilise le format de la liste. Elle énumère notamment les voyages qu'elle a réalisés sous la bannière modestement – ou peut-être, dans un esprit de jeu avec le lecteur, ironiquement – intitulée « mes petits voyages » :

> Extrait « Grille d'analyses B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ? » (Annexe 2.13).
>
> Mes petits voyages :
>
> **2005 – 2006 :** Erasmus à Athènes, Grèce : ma première expatriation ! Le début de tout…
> **2007 – 2008 :** 6 mois à Sydney et 5 mois à travers l'Australie, ma seconde expatriation & mon premier grand voyage en solo.
> **2009 – 2013 :** Immigration à Montréal, Canada, réalisation d'un autre de mes plus grands rêves : vivre à l'étranger pendant plusieurs années.
> **2010 :** Boston, New York & San Francisco.
> **2011 :** Barcelone en famille.
> **2012 :** Mexique, road trip en amoureux dans la péninsule du Yucatan.

2013 : Road Trip en famille dans l'Est Canadien : Les Maritimes.
2014 : : 6 mois en Asie du Sud-Est : Thaïlande, Myanmar, Laos, Cambodge, Vietnam & Indonésie. Ou comment l'Asie est devenu l'amour de ma vie de voyageuse !
2014 : Rome, sur un coup de tête !
2015 : Budapest, trois semaine en solo pour tester la vie de digitale nomade (en attendant de trouver un emploi).
2015 : Bruxelles avec mon guide personnel (aka une amie).
2015 : Londres, mon cadeau d'anniversaire à moi-même.
2016 : Prague sous la neige.
2016 : Un week-end en Lombardie en amoureux.
2016 : Road trip en amoureux en Afrique du Sud.

(https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 6 février 2020)

On ne dénombre pas moins de 15 entrées dans cette série. Les séjours cités sont alors de tous types : ce sont des voyages qui ont été réalisés en tant qu'étudiante, en solitaire, en famille, entre amis et en amoureux ; ils sont de courtes, de moyennes et de longues durées ; ils sont touristiques, non encadrés et, pour certains, ils relèvent du domaine de l'expatriation ; ils concernent des villes, des pays et des régions ; les distances parcourues au cours de ces voyages vont de, probablement, quelques centaines de kilomètres (Bruxelles par exemple) à des milliers.

L'internaute ne peut être qu'impressionné devant l'étendue des expériences viatiques citées et réalisées en un laps de temps, somme toute, relativement court (11 ans). L'auteure de Maman Voyage énumère également les villes, les pays et les régions visités dans une liste où les chiffres abondent et dotent d'une allure objective et concrète les récits de cette amatrice passionnée. Christine mentionne ainsi, dans la section [À propos], avoir cumulé « plus de 70 escapades en famille et un Tour du Monde en 2016 » ; elle précise la durée de vie du blog qui, à la date de consultation de la page internet, dépassait les 9 ans d'existence ; elle indique avoir publié « 1020 articles » ; enfin, elle conclut son introduction en invitant les lecteurs à découvrir « le récap' » de ses voyages en famille réalisés entre 2009 et 2017. À chaque année mentionnée un hyperlien interne, redirigeant la navigation vers un billet de synthèse, est associé. La blogueuse compose, elle aussi, une liste de ses expériences regroupant des destinations éloignées ou proches, des modalités de déplacement et des catégories de voyage multiples. Ce long recensement aspire à l'exhaustivité. Il confirme une posture de voyageuse expérimentée. Dans l'extrait présenté, ci-après, on comptabilise plus de 20 mentions de toponymes : la France, l'Italie, l'Allemagne (évoquée par l'intermédiaire de l'adjectif de nationalité), Stuttgart, Londres, l'Angleterre (présente au travers de la mention du substantif « capitale »), les États-Unis, Chicago, New York, Washington DC, Richmond, Cuzco, le Pérou, l'Île Maurice, le Sri Lanka, Bali, le Vietnam, Oman, la Malaisie, la Nouvelle-Zélande, l'Asie, la Chine, l'Europe.

Extrait « Grille d'analyses B6 – P1 – [À propos] – À propos » (Annexe 2.14).

- « Quel type de voyages aimons-nous ?
  En voyage, nous aimons varier les plaisirs : la mer, la montagne, les randonnées, le vélotourisme, les roadtrips, les citytrips et aussi découvrir des pays lointains : Ile Maurice, Sri Lanka, Bali, Vietnam, Oman, Malaisie, Nouvelle-Zélande,…
  J'ai une prédilection pour l'Asie et j'ai toujours été attirée par la Chine où j'ai passé plusieurs mois pour tenter d'apprendre le mandarin. Voyager en l'Europe nous plaît tout autant : il y a tant de belles choses à découvrir pas si loin de chez nous ! » ;

- « La France offre tant de diversité que c'est notre terrain de prédilection pour les escapades plus courtes ; l'Italie est mon pays de cœur car c'est le pays de mes origines donc nous y allons au moins une fois par an. Papa Voyage est allemand donc nous passons tous les Noëls dans ma belle-famille à Stuttgart. Enfin, nous avons famille et amis à Londres donc vous trouverez beaucoup d'informations sur cette Capitale que nous adorons. […] Avant les enfants, j'ai également vécu et travaillé aux États-Unis (à Chicago, New York, Washington DC et Richmond). Enfin, entre deux jobs, je suis partie à Cuzco au Pérou en mission humanitaire. ».

(https://www.mamanvoyage.com/a-propos/, consulté le 23 mars 2020)

On observe, dans ce long passage, que la locution adverbiale « tant de » (« la France offre tant de […] ») côtoie tantôt des substantifs au singulier qui convoquent l'image de la réunion de situations singulières et distinctes (« tant de diversité »), tantôt d'autres noms au pluriel qui expriment la variété des expériences à vivre (« tant de belles choses à découvrir »). Les quantificateurs indéterminés tels que « des », « plusieurs », « beaucoup de » et « tant de » (Charaudeau, 1998 : 243) projettent l'idée de multitude. Cette impression est confortée par l'occurrence de nombreux pluriels tels que « les escapades », « mes origines », « beaucoup d'informations », « les plaisirs », « les randonnées », « les roadtrips », « les citytrips », « des pays lointains », « plusieurs mois ».

Nuage nomade s'inscrit dans une lignée similaire en se définissant, non sans effet de redondance, comme une « nomade voyageuse ». Elle se désigne également sous l'étiquette de l'« Expat en série ». La construction syntaxique de l'énoncé reprend astucieusement celle de « tueur en série ». Le jeu de mots, signalé par l'intervention, entre parenthèses, de la blogueuse au moyen d'un trait d'humour « (mais promis, je ne suis pas dangereuse) » (Annexe 2.3), produit l'image d'une jeune femme ayant accumulé d'innombrables expériences. Une jeune voyageuse qui ne peut, par conséquent, s'empêcher de récidiver. Les mots d'emprunt jouent également une fonction d'indices en imprégnant d'une couleur « locale » le cotexte des énoncés et en validant, par ce biais, la compétence culturelle des auteurs. De cette manière, l'auteure de Nuage Nomade salue son lectorat d'un « Herzlich Willkommen » (Annexe 2.3). Jordy Meow

rappelle l'existence des « fameux *shika* de Nara[1] » (Annexe 2.6). L'auteur d'Un Gaijin au Japon déclare n'être ni « Otaku[2], ni Geek, ni Japan fetish », empruntant ainsi au japonais et à l'anglais des étiquettes habituellement attribuées aux passionnés de culture nippone. Comme on le constate, autodésignation, lexique et syntaxe permettent à la figure du globetrotteur de se déployer au cœur de la matière textuelle des billets, des sections et des encarts dédiés à la présentation des auteurs.

L'amoncellement des expériences et la revendication d'un plaisir irrépressible pour les voyages posent les fondements langagiers de la figure du héros du voyage qui se voit assigner la mission de parcourir le monde. Le corps énonçant (Maingueneau, 1999 : 76) prend vie. Il s'agit donc pour les blogueurs d'établir alors un historique d'expériences et de faire état d'un socle de connaissances qui prouvent aux yeux des lecteurs leur engagement personnel – et peut-être aussi leur savoir-faire. Les stratégies ainsi déployées visent à légitimer la parole des blogueurs selon l'argument de la maîtrise d'une pratique (Charaudeau, 2009 : 20). L'auteur de blogs voyage ne se revendique plus seulement comme anonyme ou amateur, il est, par sa passion et par son vécu, avant tout un « *serial* voyageur ».

6.4.3. Le scénario du voyageur idéal

Au cœur des zones d'introduction se dresse une figure incontournable de l'imaginaire du champ du tourisme, celle du voyageur idéal. Des éléments plurisémiotiques notamment se glissent dans les biographies et aspirent à convoquer dans l'esprit des internautes la représentation d'un nomade des temps modernes. Ainsi, c'est, tout d'abord, par le champ lexical de l'évasion que se manifeste ce procès. En effet, on l'a vu, les auteurs s'attribuent aisément le substantif de « voyageur »[3] ou de « voyageuse »[4]. Cependant, bien en amont, la toute première revendication des blogueurs est celle du désir d'ailleurs. Cette envie de partir peut correspondre, selon les cas, à la volonté de s'échapper d'un quotidien perçu comme asphyxiant (1), à une soif de découvertes de l'Altérité sous toutes ses formes (2) (3) comme on l'observe dans les extraits suivant :

---

[1] Le terme de « *shika* » fait référence à des cerfs de cette région au Japon.
[2] *Otaku* désigne l'emprunt anglais *geek* traduit par le dictionnaire Larousse comme « fou de » (Larousse en ligne, consulté le 6 octobre 2021).
[3] Aala se revendique comme un « voyageur qui va bon où lui semble en fonction de son feeling » (Annexe 2.10).
[4] On se rappelle la construction redondante de « nomade voyageuse » employée par Miryam (Annexe 2.3).

- (1) « La vie parisienne les étouffe » (Bestjobers, Annexe 2.15) ;
- (2) « [d]u plus loin que je me souvienne, j'ai toujours rêvé d'**évasion**, de **découvrir d'autres cultures**, d'autres façons de vivre et d'autres manières de penser » (The Daydreameuse, Annexe 2.13) ;
- (3) « Découvrir de nouveaux horizons, aller au contact d'autres civilisations […] » (Un Couple en Vadrouille, Annexe 2.16).

En sus de l'expérience et du désir d'évasion, l'attrait du merveilleux séduit aussi les globe-trotteurs. Dans le corpus des billets et des encarts de présentation de l'auteur, le voyage se met en scène comme une source de plaisirs qui offre l'opportunité de profiter de l'instant présent dans une perspective hédoniste. De fait, les blogueurs évoquent l'incertitude du futur dans des segments dont la vérité du contenu propositionnel ne peut être niée (4). Le champ lexical de l'émerveillement accompagne également la description des motivations (5) (6) :

- (4) « [N]ous ne savons pas de quoi demain sera fait » (Un Couple en Vadrouille, Annexe 2.16) ;
- (5) « [S]'émerveiller devant la beauté des paysages de la planète » (Un Couple en Vadrouille, Annexe 2.16) ;
- (6) « Avant, le blog s'appelait **Lili au pays des merveilles**. Mais ça, vous le savez si vous me lisez depuis longtemps. Ce petit nom faisait bien sûr référence à *Alice au pays des merveilles*, son **insatiable curiosité** et son **envie de découvrir le monde** et de **lui donner un sens**. Mais ce nom est aussi un rappel à la **beauté du monde** et de **l'émerveillement** que j'ai… chaque fois que je vais dans un lieu inconnu » (The Daydreameuse, Annexe 2.13).

En d'autres endroits c'est la volonté de se confronter à l'inconnu qui est invoqué en tant que motif. Ainsi, lorsque l'auteur d'Un Gaijin au Japon indique qu'il voulait partir très loin et qu'il souhaitait se « tester », l'appel de l'éloignement répond à une volonté de dépassement de soi (Annexe 2.10). Le voyage est alors intérieur et se fait initiatique. La démarche rappelle, à bien des égards, les traits du pèlerinage ou encore les objectifs affichés du Grand Tour, qui, certes, ne s'effectue plus « à cheval, en litière, en carrosse ou en coche d'eau » (Boyer, 1996 : 20-28) mais qui continue de faire écho à cette aspiration originelle du devenir adulte. Le phénomène de la tentation du sac à dos (Pommery, 2015) n'est pas non plus très loin. Partir pour grandir ou s'échapper apparaît, de fait, comme une habitude récurrente dans le profil des auteurs. La figure moderne du *hobo*, ce personnage libertaire qui parcourt la route pour le plaisir qu'elle offre d'être libre d'aller ou venir (Kerouac, [1957] 2015), est déclinée dans ses aspects les plus stéréotypés. Le voyage se fait synonyme d'un itinéraire qu'on ajuste au fur et à mesure et où se bouscule une foule d'obstacles. Comme affirmé dans l'extrait présenté *infra*, le projet d'Aala est ainsi de partir pour « aller voir le monde » :

Extrait « Grille d'analyses B4 – P2 – Section [À propos] – A propos d'Aala » (Annexe 2.11).

> Puis, un ami m'a parlé des billets d'avion « Tour du monde » et là **j'ai décidé d'ajouter quelques destinations à mon périple d'un an : Hong-Kong, Macao, Australie, Nouvelle-Zélande, Canada, USA.** J'ai fait les demandes de PVT Australie et PVT Canada et je suis **parti à l'aventure le matin du 5 novembre 2009,** lorsque je suis monté dans l'Eurostar direction Londres, où m'attendait mon avion vers l'Asie […] Je voulais passer une année dans un pays dont je ne connaissais rien, ni la langue, ni la culture afin de voir si je pouvais arriver à réussir une telle expérience. J'avais besoin d'un nouveau défi dans ma vie et le Japon était parfait pour cela […] Je suis arrivé au Japon avec environ 2.000 ou 3.000 euros dans mon compte bancaire, sans parler le japonais, sans connaitre la culture locale, sans connaitre personne (ou presque) et sans rien connaitre sur le pays**. Je devais me démerder rapidement, par moi-même**, afin de pouvoir réussir cette expérience.
>
> (https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/, consulté le 6 janvier 2020)

Dans ce passage, l'auteur se met en avant dans des tournures actives où le trait sémantique du faire (précédemment souligné comme étant une des caractéristiques de la figure du voyageur idéal)[1] est récurrent. Les constructions soulignent la prise en charge du processus de l'action entreprise par le blogueur qui affirme successivement : « j'ai décidé », « j'ai fait », « je suis parti », « je suis monté » etc. Si le blogueur se donne à voir en voyageur en mal de découvertes et d'aventures[2] fuyant un quotidien trop prévisible et routinier, il se présente également sous le jour d'un individu responsable de ses décisions qui affronte avec courage craintes et imprévus.

Très certainement en raison de cette attirance affichée pour l'inattendu et le méconnu, c'est-à-dire pour le « en dehors des sentiers battus », qui matérialise tout autant l'antitourisme symptomatique du champ que la présence de la figure du voyageur idéal[3]**,** les blogueurs s'approprient avec aisance les deux objets les plus iconiques de ce personnage : le sac-à-dos et l'appareil photo. Si le premier se manifeste, parfois, dans les zones de titre (à l'instar du dessin des deux personnages du blog d'Un Couple en Vadrouille**,** Annexe 1.9), il peut, aussi, être employé métaphoriquement à l'image des auteurs des Bestjobers :

Extrait « Grille d'analyses B7 – P1 – À propos » (Annexe 2.16).

> Elisa, la Jurassienne devient Park Ranger en Australie, elle embarque dans son sac Max, son photographe. Ils vivent des aventures uniques à l'autre bout du monde qu'ils partagent sur leur blog Australie [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse https://www.elisathebestjobintheworld.com/] et réseaux sociaux.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020)

[1] On a précisé ce point en section « 3.2.2.4. La parole antitouristique dans les productions médiatiques ».
[2] Le terme « aventure » est réparti uniformément dans les données des pages d'introduction de la personne des auteurs dans les blogs du corpus. On cite, à titre illustratif, l'exemple de Nuage Nomade qui indique qu'au moment de la rédaction de son message d'introduction elle est « de retour en Allemagne depuis un peu plus d'un mois pour une nouvelle aventure » (Annexe 2.3).
[3] On fait référence à ce point en divers endroits de la thèse, notamment dans la section « 3.2.2.3. Ne pas être touriste, se percevoir voyageur : les fonctions de l'antitourisme ».

Dans cet extrait, les auteurs allient avec humour l'image du sac à dos et celle de l'appareil photo, le photographe se faisant objet à glisser dans son sac. L'appareil photo occupe une place de fait privilégiée dans les zones de présentation des blogueurs, que cela soit en tant qu'élément principal du portrait d'un auteur (on se rappelle la photographie de Nuage Nomade, Annexe 2.3) ou bien en tant que description d'un loisir dont la passion est d'intensité égale à celle ressentie pour les voyages (Japon Secret, Annexe 2.5). Quant à Christine, elle consacre, à ce sujet, un paragraphe de son texte introductif aux caractéristiques techniques de son équipement photographique (Maman Voyage, Annexe 2.14) [1].

Armé d'un sac-à-dos, d'un clavier et d'un appareil photo, le voyageur, à l'heure du numérique, dispose de toute la panoplie nécessaire. Les blogueurs s'engagent ainsi dans la description de leur personnalité et de leur activité à la première personne du singulier ou du pluriel, se rendent acteurs de leurs « aventures » et déploient les champs lexicaux de l'évasion et du merveilleux. Ils réinvestissent les topoï de l'exploration de terres vierges, du scénario de la grande révélation par le biais de l'écriture de billets, de l'affrontement d'obstacles faisant du parcours un véritable périple. Ils oscillent de la sorte entre la multiplication d'aventures vécues et le dépassement de soi. Le redéploiement de ces éléments correspond, il me semble, tant à une aspiration des blogueurs à incarner le personnage du voyageur idéal qu'à une stratégie discursive de légitimation. L'étalage quantifié et listé des expériences viatiques et la convocation de la figure du voyageur expérimenté concourent à établir la compétence et le sérieux de la parole du blogueur.

6.5. Édition et financements : les indices d'une professionnalisation de la démarche des blogueurs

La professionnalisation de la démarche de l'auteur de blogs voyage pointe une capacité à capitaliser des connaissances et à en tirer profit. En effet, la compétence de scribe retraçant récits et découvertes dans un espace en ligne encourage l'auteur à se lancer dans la rédaction

[1] On a été étonné de noter que les auteurs des blogs Bestjobers et Un Couple en Vadrouille se répartissent entre eux la réalisation des activités scripturales et photographiques. En effet, il semble que les jeunes femmes s'approprient la plume et se dédient à la rédaction des billets tandis que leurs compagnons se chargent de la prise des clichés.

de guides pratiques en version numérique ou papier ou à promouvoir des compétences de développeur informatique.

6.5.1. Éditer des albums photos et des livres ou développer des applications

Bien que ce ne soit pas la première information communiquée dans les textes de présentation, les blogueurs publient des ouvrages à partir des *posts* qu'ils ont rédigés dans leur blog. Ainsi, des huit animateurs de blogs voyage, qui ont été choisis de manière arbitraire on le rappelle, quatre ont publié des guides touristiques, des livres de loisirs et des albums photos. L'animatrice de Nuage Nomade, par exemple, a regroupé ses connaissances dans un guide sur la ville de Berlin :

> Extrait « Grille d'analyses – B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? » (Annexe 2.3).
>
> Je suis allée à Berlin 14 fois très exactement, je connais donc la ville comme ma poche. Cela m'a d'ailleurs motivé à créer mon petit Guide de Berlin qui regroupe toutes mes bonnes adresses/bons plans sur la ville.
>
> (https://www.nuagenomade.fr/qui-suis-je/, consulté le 5 novembre 2019)

L'auteure de Le Blog de Mathilde affirme, pour sa part, dans un bandeau de présentation horizontal, que ses aptitudes scripturales ont été reconnues dans des genres discursifs où la préconisation de conseils est centrale :

> Je suis aussi auteure de nombreux guides de voyages, de livres de yoga et de jeux chez des éditeurs français (Annexe 2.1).

Dans la section [ABOUT], Mathilde consolide cet aspect de son parcours en soulignant notamment qu'elle a publié des livres chez des éditeurs importants tels que Michelin ou Larousse :

> Extrait « Grilles d'analyse B1 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ? » (Annexe 2.1).
>
> MES LIVRES
> [photo] Depuis 2013, j'ai été rédactrice [hyperlien vers le billet] pour plusieurs guides [hyperlien vers le billet] de voyage Michelin un peu partout aux Etats-Unis : la Floride, le Sud-Ouest, le Nord-Ouest et bien sûr Boston et la Nouvelle-Angleterre, que j'ai mis à jour 3 fois.
> [photo] Je suis auteure de 4 livres sur le yoga : Yoga Attitude [hyperlien externe renvoyant à la plateforme d'achat Amazon], Yoga Malin [hyperlien externe renvoyant à la plateforme d'achat Amazon], J'apprends le yoga en 5 minutes par jour [hyperlien externe renvoyant à la plateforme d'achat Amazon] et Yoga pour méditer. J'ai tenu pendant un an une chronique humoristique pour **Yoga Journal**, et j'ai rédigé également pour **Esprit Yoga.**

[photo] J'écris sur plein d'autres sujets ! Je suis également l'auteure de boîtes de jeux parus chez Larousse sur les Geeks, les Années 80, les Années 90, les Séries [hyperlien vers le billet].
[photo]
J'écris et j'auto-édite+publie : j'ai écrit mon ebook [hyperlien vers le billet] pour ma petite entreprise de visites guidées Boston le nez en l'air [hyperlien externe renvoyant au site professionnel de la blogueuse].

(https://www.maathiildee.com/about/, 9 août 2019)

Comme on l'observe dans l'extrait cité *supra*, dans chaque enveloppe sémiotique indiquant le livre publié, un hyperlien redirige la navigation de l'usager vers la plateforme d'achat Amazon, vers le site professionnel de la blogueuse ou vers une adresse interne au blog. L'hyperlien fonctionne, dans ce contexte, tout autant comme une preuve des affirmations de l'auteure que comme un outil promotionnel. Dans la section dédiée à la mise en relation de l'auteur de Japon Secret avec d'éventuels professionnels, on lit que celui-ci invite, en langue anglaise, ses contacts à visiter les « *plugins* » et les sites web dont il est le développeur :

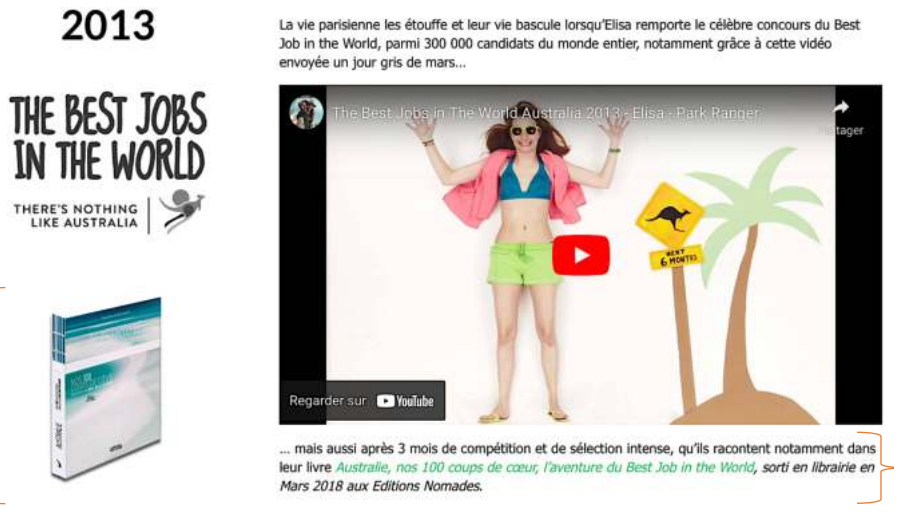
Extrait « Grille d'analyses B3 – P3 – Section [À propos] – Contact » (Annexe 2.7).

I am also the author of books and two websites about Japan: Haikyo.org [http://haikyo.org] and Offbeat Japan.For any request concerning my plugins, please visit Meow Apps: Meow Apps [https://meowapps.com]

(https://contact.meow.fr, consulté le 29 novembre 2019)

Les auteurs des Bestjobers relatent, pour leur part, leurs premières aventures dans un ouvrage annexé sémiotiquement à la description de leur démarche, ainsi qu'on le constate dans la capture d'écran suivante :

Extrait « Grille d'analyses B7 – P1 – À propos » (Annexe 2.15).



Présentation d'une photo du livre.

Introduction du livre par un court texte mentionnant le nom de l'ouvrage, la date de parution, le nom de la maison d'édition. Un hyperlien redirige la navigation vers la plateforme commerciale Amazon.

(https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020)

Le geste du clic sur l'image du livre ou sur le nom de l'ouvrage inscrit en couleur verte active un hyperlien qui redirige alors la navigation vers la plateforme commerciale de vente en ligne Amazon :

Capture d'écran correspondant au parcours de navigation [nom du livre] > [page internet de la plateforme Amazon] :

(https://www.amazon.fr/Australie-nos-100-coups-coeur/dp/B079PDGK46/ref=as_li_ss_tl?__mk_fr_FR=ÅMÅŽÕÑ&keywords=guide+australie&qid=1568558476&s=gateway&sr=8-6&linkCode=sl1&tag=bestjblog-21&linkId=8f691cd1520b95512a0e623c4163e9f6&language=fr_FR, consulté le 11 octobre 2021)

La publication d'ouvrages est un gage de reconnaissance de l'expertise de l'auteur par un tiers habilité. En outre, la réalisation d'actions dans la sphère publique et la mention de livres produits par des maisons d'édition concrétisent, par l'existence même de ces éléments externes au blog, la validité des affirmations du blogueur et, corollairement, influencent positivement la valeur de vérité des recommandations qu'il formule.

6.5.2. La monétarisation des contenus du blog

Tandis que l'acte de publication sur les thèmes du voyage ou sur d'autres loisirs ne contredit pas, outre mesure, la posture discursive du *digital nomad*, il est supposé que celle de la monétarisation des contenus présage d'un manquement au respect des visées pragmatiques affichées par les blogueurs. On observe ainsi que certains webmestres ne précisent pas si des bénéfices, aussi faibles soient-ils, sont retirés de l'insertion de publicités ou de la production de reportages pour des voyagistes. Par exemple, les auteurs d'Un Couple en Vadrouille insèrent

sans le mentionner un encart publicitaire proposant de rejoindre la plateforme de réservation d'activités touristiques « Getyourguide.fr ». Aala d'Un Gaijin au Japon rédige, quant à lui, des articles sur des agences de voyage ou des hôtels sans systématiquement indiquer si le billet fait l'objet d'un financement ou non.

Si certains font le choix du tacite, à l'inverse, d'autres blogueurs réfutent toute association marchande et revendiquent un contenu indépendant. C'est le cas en particulier de Japon Secret qui clarifie explicitement ce point :

> Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé (Annexe 2.8)

Les auteurs de Le Blog de Mathilde, du blog des Bestjobers et de celui de Maman Voyage exposent, quant à eux, consciencieusement le fonctionnement économique de leur site. Ainsi, Mathilde, par exemple, explique que des publicités AdSense[1] et des liens d'affiliation[2] vers des livres, des hôtels ou bien des croisières sont implantés dans la structure du blog et qu'ils génèrent quelques revenus (Annexe 2.2). L'auteure indique, en particulier, utiliser les possibilités de parrainages qui lui permettent de recevoir des bons d'achat si un internaute active, par exemple, un hyperlien redirigeant vers la communauté de partage Airbnb[3]. Elisa et Max mentionnent, pour leur part, leur association régulière avec des acteurs et des marques du tourisme en France et à l'étranger (Bestjobers, Annexe 2.15).

Par ailleurs, on constate que les auteurs choisissent la manière dont ils désirent se lier au monde des professionnels du tourisme en avisant les démarcheurs de leurs exigences : Mathilde affirme refuser toute pratique d'échange de liens tandis que Christine expose les conditions de sa participation à des *blogtrips* de la manière suivante :

> Extrait « Grille d'analyses B6 – P1– [À propos] – À propos » (Annexe 2.14).
>
> Est-ce que je participe à des blogtrips ? Oui cela m'arrive mais je reçois beaucoup plus de propositions que je n'en accepte, notamment parce que notre calendrier de voyages est déjà

[1] Google AdSense « est la régie publicitaire de Google utilisant les sites web ou les vidéos YouTube comme support pour ses annonces. Pour qu'un webmestre devienne partenaire d'AdSense et génère des revenus publicitaires pour son propre compte, il doit publier du contenu sur son propre site et y faire figurer le code AdSense fourni par Google » (https://fr.wikipedia.org/wiki/Google_AdSense, 11 octobre 2021). Pour plus d'informations sur les modalités de monétarisation des contenus d'un blog, on renvoie directement à la page de Google : https://www.google.com/intl/fr_ch/adsense/start/.

[2] L'extrait du corpus mentionné est utilisé comme exemple dans le paragraphe « 7.3.3.2. L'hyperlien comme lieu d'inscription d'une double énonciation ».

[3] https://fr.airbnb.ch

> bien rempli ! Cela dit quand un voyage raconté sur le blog a été réalisé dans le cadre d'un blogtrip ou d'un voyage de presse, il est signalé comme tel.
>
> (https://www.mamanvoyage.com/a-propos/, 23 mars 2020)

Gage de sérieux mais néanmoins jeu d'équilibriste, les blogueurs s'appuient sur les relations qu'ils nouent avec les acteurs du secteur du tourisme pour revendiquer une notoriété sur le web.

6.6. Synthèse : l'ethos préalable en ligne du voyageur expérimenté

La construction d'une image discursive de soi s'amorce dès l'entrée de l'internaute sur le site du blogueur. La structure du blog, ses éléments iconiques et textuels, son organisation modulaire et ses fonctionnalités en miroir avec celles des sommaires des guides touristiques permettent de reconnaître et, par conséquent, d'identifier le genre discursif du blog voyage. Les locuteurs mettent ensuite en scène des pans de leur personnalité et de leur activité, afin de différencier leur démarche de celle des autres blogueurs par le biais de différents stratagèmes. La posture discursive des auteurs s'appuie alors sur les singularités sociales qui les caractérisent : ici la catégorie du couple est priorisée, là c'est l'image d'un étranger francophone jouant avec les signes iconiques du Japon qui est soulignée, ailleurs c'est la représentation d'une femme alliant le rôle de globetrotteuse à celui de la figure maternelle traditionnelle qui est invoquée. Le parcours personnel est retracé. La période de l'enfance est souvent évoquée inscrivant par ce biais une généalogie voire une génétique du voyage au cœur de chaque parcours. Les textes introductifs répondent à un enjeu de légitimation où les énonciateurs sont à la fois source de leur récit et objet de ce dernier. Le *dit* et le *dire* se font alors écho. Les éléments déclaratifs concordent en effet avec les caractéristiques langagières et sémiotiques des mises en mots. Les descriptions sociobiographiques des auteurs et l'énumération des voyages vécus et traités indiquent que le vécu rapporté et décrit dans les billets de contenu vaut pour témoignage. Ce format discursif est alors particulièrement seyant pour qui souhaite s'octroyer une légitimité à dire procédant d'un « savoir-faire » (Charaudeau, 2009 : 209).

Dans les extraits plurisémiotiques exposés *supra*, le voyage se donne à voir sous la forme d'une promesse qui se matérialise dans les sourires photographiés ou représentés, dans les clichés des photos aux couleurs vives et aux vues spectaculaires, dans les symboles visuels et sémantiques du globe-trotteur. Bonheur et voyage sont reliés de manière constitutive dans les productions. De surcroît, les éléments sémiotiques tels que le cadrage des portraits et la

direction du regard des blogueurs pointent la volonté d'entrer en contact avec les internautes. Les registres de langue familier et courant, les traits d'humour, la présence d'une écriture marquée d'une prosodie informatique mimant pour l'occasion un visage bienveillant ainsi que les allusions référant à un univers de connaissances supposées partagées sont, en sus des éléments précités, les indices d'une aspiration à établir, en effet, une relation de connivence avec les usagers du blog. La complicité ainsi obtenue pose les fondements nécessaires à l'émergence d'une relation de confiance entre blogueurs et lecteurs, une relation qui est, par ailleurs, propice au déploiement de stratégies de légitimation.

Pour conforter son autorité énonciative, l'auteur de blog voyage s'évertue à démontrer dans ses réalisations le caractère et la corporalité (Maingueneau, 2013 : 89) d'une figure experte du voyage. Il se décrit comme passionné, comptabilisant et à rapportant l'ensemble de ses expériences viatiques. Elles sont ainsi de tous types, elles recouvrent pratiquement la totalité des moyens de transport moderne et elles incluent toutes les régions du monde. La description exhaustive des voyages effectués n'est pas sans rappeler l'aspect énumératif du curriculum vitae. En s'octroyant des appellatifs appartenant au cercle de références du *digital nomad*, les blogueurs se doivent de prouver leurs acquis et leurs réalisations en tant que « voyageurs expérimentés ». Or, tandis que les images de l'appareil photo ou du sac à dos ou bien la mention de la publication d'ouvrages confortent la perception de l'expertise des blogueurs en matière de recommandations viatiques, les divers chemins qu'emprunte la monétarisation des blogs pourraient fragiliser la posture discursive de l'amateur et porter atteinte à la perception du caractère vrai de la parole prononcée – un critère de crédibilité sans lequel le témoignage fourni perd toute sa valeur. En conclusion de ce chapitre, on souligne que par ses interventions, le blogueur démontre qu'il est un locuteur outillé techniquement pour guider le lecteur dans les méandres de ses productions, qu'il est compétent sémiotiquement pour informer le visiteur du propos thématique du site et qu'il maîtrise les codes de reconnaissance du genre discursif du blog voyage tout autant que les conventions implicites qui façonnent l'imaginaire touristique. Loin du touriste véhiculé, transporté et guidé, le blogueur s'incarne avant-gardiste digital et instaure, en préambule de chaque nouvelle intervention, un ethos préalable en ligne de voyageur expérimenté.

Chapitre 7. Les figures discursives de l'auteur de blog voyage

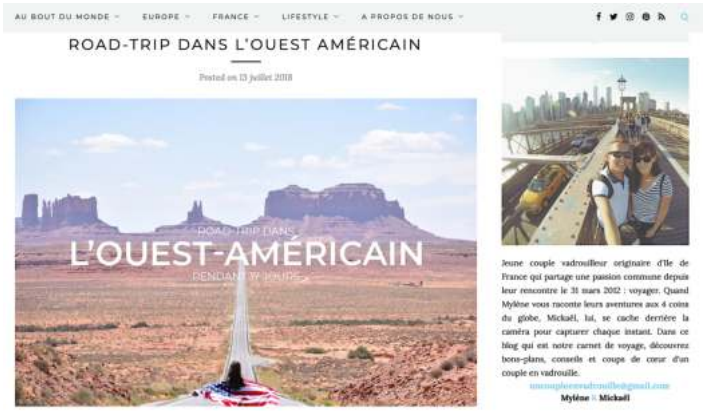
Les entrées d'analyse pointant les caractéristiques du dispositif énonciatif, celles du système appréciatif, la manière dont les actes de langage sont réalisés et la façon dont les champs lexicaux sont convoqués ainsi que l'étude des singularités des visuels et des hyperliens ont permis de relever des corrélations systématiques qui ont fait émerger à la surface des productions des blogueurs trois personnages : le guide, le voyagiste et l'amateur. Dans ce chapitre, on décrit les indices langagiers, sémiotiques et techniques qui ont conduit à identifier non seulement la présence d'un intertexte saillant avec les autres interventions habitant le champ discursif du tourisme mais également à dévoiler les spécificités et l'intrication de ces trois figures discursives dans les billets du sous-corpus 1.

7.1. Préambule

Les spécificités des parcours de lecture dans le blog voyage, l'organisation du site et les composantes de la page d'accueil forment un écho à des habitudes de manipulation et de consultation acquises ailleurs sur d'autres formats de la communication touristique. De fait, on a apparenté la navigation de l'internaute à une consultation d'un guide imprimé. On a également mentionné que l'intrication des pratiques d'influence entre les deux genres – blog voyage et guide – se donne à voir dans les « allusions, renvois, citations ou imitations qui sont présentes dans les billets » (Deseilligny et Angé, 2011 : 131). Dans le corpus, on constate les manifestations de la mémoire interdiscursive des auteurs en observant l'existence d'un intertexte saillant entre des façons similaires de nommer une destination. On en présente, ci-après, un exemple illustré.

Le segment « L'Ouest Américain » fait quasiment figure d'expression figée dans le milieu viatique. La destination est un objet de discours dans les blogs de Le Blog de Mathilde (Annexe 3.2), de The Daydreameuse (Annexe 5.17), d'Un Couple en Vadrouille (Annexe 5.26) et des Bestjobers. On expose, *infra*, deux extraits d'articles traitant précisément de l'Ouest Américain.

Capture d'écran « L'Ouest-Américain », Un Couple en Vadrouille (Annexe 10.27).



(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, consulté le 17 mars 2022)

Capture d'écran « 5 jours en mini-vacances dans l'Ouest Américain », Le Blog de Mathilde[1].

(https://www.maathiildee.com/5-jours-en-mini-vacances-dans-louest-americain/, consulté le 17 mars 2022)

L'énoncé apparaît de même, par exemple, dans les intitulés des collections de LonelyPlanet[2], de la maison d'édition Ulysse[3], du Petit Futé[4] et du Guide Vert Michelin[5]. La presse magazine se fait également l'écho de la destination à l'image de la revue *GEO* qui, dans un numéro paru

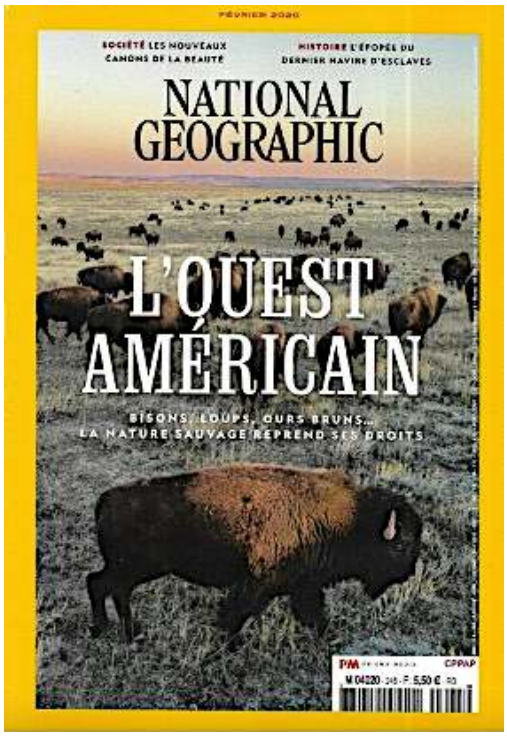
[1] Le billet n'est pas intégré au corpus des données analysées. Il a été repéré au cours de la phase exploratoire.
[2] Deux guides sont publiés chez Lonely Planet, *OUEST AMÉRICAIN*, en 2020, et *Sur la Route – OUEST AMÉRICAIN* qui est paru en deuxième édition en 2017 (https://www.lonelyplanet.fr/destinations/amerique/usa/ouest-americain, consulté le 4 novembre 2021).
[3] Un guide est publié, en 2016, sous le titre *Fabuleux Ouest américain fabuleux* chez Ulysse (https://lacompagniedescartes.fr/products/ouest-americain-fabuleux-guide-ulysse, consulté le 5 novembre 2021).
[4] Le guide est publié en 2018 sous l'intitulé Californie Ouest Américain (https://www.payot.ch/Detail/californie_ouest_americain-petit_fute-9791033180739, consulté le 5 novembre 2021).
[5] L'ouvrage paraît en 2017 sous le titre Sud Ouest Américain (https://www.encrage-librairie.com/livre/9782067215870-guide-vert-sud-ouest-americain-collectif-michelin/, consulté le 5 novembre 2021).

en 2016, intitule sa une « La magie de l'OUEST américain »[1] ou du magazine National Geographic qui, en février 2020, présente un dossier sur le même sujet (cf. Copie de la revue ci-après).

Capture d'écran « La magie de l'OUEST américain », *GEO*, juillet 2016.

(https://www.geo.fr/voyage/la-magie-de-l-ouest-americain-dans-le-nouveau-magazine-geo-161741, consulté le 5 novembre 2021)

Copie « L'Ouest Américain », Une de la revue *National Geographic*, n°245, février 2020.



[1] (https://www.geo.fr/voyage/la-magie-de-l-ouest-americain-dans-le-nouveau-magazine-geo-161741, consulté le 5 novembre 2021).

Ces quelques exemples illustrent l'existence d'un phénomène, a minima, de contamination des pratiques entre presse écrite, guides imprimés et blogs voyage. Or, à ma connaissance, si les apports des travaux réalisés par Deseilligny et Angé, sur ce point, soulignent la manière dont des éléments de blogs sont empruntés aux récits de voyage et aux guides pratiques et réinvestissent des formes propres à l'énonciation marchande, il y est peu fait état de l'articulation du dispositif énonciatif et de la mobilisation des éléments plurisémiotiques par lesquels les blogueurs mobilisent ces traits discursifs dans leurs témoignages. En outre, il n'est pas mentionné si d'autres intertextes ou d'autres effets discursifs se matérialisent dans le corpus de blogs voyage analysés.

7.2. Le guide touristique, une figure prépondérante

La démarche qui consiste à séduire l'œil du lecteur repose sur la capacité de l'auteur à cerner les attentes des internautes, à décrypter le cadre communicationnel de l'interaction qu'il leur propose et à leur proposer une partition adaptée (Rollandin, 2017 : 54). Or, dans les billets de contenu du sous-corpus 1 – c'est-à-dire dans les articles décrivant l'expérience individuelle d'un voyage – la figure du guide est celle qui est le plus souvent convoquée. Intuitivement aisée à repérer, il ne s'agit pourtant pas d'une image discursive lisse et homogène. Le locuteur, incarnant le personnage du guide, réalise des actes de langage conventionnellement acceptés dans la situation de communication du blog voyage : il explique, il oriente, il conseille ou il prévient. Il se laisse entrevoir, également, sous les contours discursifs d'un individu rassurant, interprétant alors un rôle se rapprochant davantage de celui du médiateur interculturel. C'est, avant toute chose, dans le choix des contenus thématiques et dans leur mise en mots que la figure du guide touristique se révèle au regard de l'analyste.

7.2.1. Les contenus thématiques : catégories de voyage, modes de transport, hébergements et comptes-rendus d'expatriation

La figure du guide se déploie en divers endroits du blog. Néanmoins, le premier indice de la présence d'un ethos de guide touristique apparaît dans le choix des objets de discours. De ce fait, on fait état dans cette section des thèmes traités dans les billets des blogs. Dans leurs

productions, les auteurs abordent notamment diverses catégories de voyage, de modalités différentes de déplacement et recouvrent de nombreux types de destination[1].

7.2.1.1. Catégories de voyage et modalités de déplacement

Les blogueurs traitent ainsi de catégories distinctes de voyage et de diverses modalités de déplacement. Les auteurs présentent, par exemple, des road-trips pratiqués dans les Dolomites italiennes (Annexe 5.24) ou dans l'Ouest Américain (Annexe 5.26 ; Annexe 5.2). Ils décrivent, par ailleurs, un passage dans un train à crémaillère – le Glacier Express en Suisse (Annexe 5.25) – pour découvrir les Alpes suisses. La marche est aussi suggérée au moyen d'une allusion dans l'intitulé « [d]ans les rues de Bruxelles » (Annexe 5.18). On observe que les titres soulignent aussi la durée des séjours réalisées souvent courte (1) (2) (3) parfois un peu plus longue (4) :

- (1) « Un week-end à Berlin » (Annexe 5.27) ;
- (2) « Récit d'une belle journée improvisée à Gand » (Annexe 5.22) ;
- (3) « Un week-end en forêt-noire » (Annexe 5.5) ;
- (4) « 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).

Les catégories de voyage recouvrent pareillement des voyages réalisés à deux, entre amis ou en couple, à plusieurs ou en famille. Ainsi, l'analyse des marques de la personne indique que l'auteure de The Daydreameuse est accompagnée lorsqu'elle découvre le royaume d'Eswatini (Annexe 5.20). Aurélie retrace, en effet, son expérience en utilisant la première personne du pluriel qui peut inclure, en ce cas, tout autant un conjoint, un(e) ami(e) ou un membre de la famille comme l'illustre cet extrait :

> Extrait « B5 – A4 – Section [Afrique du Sud - Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland » (Annexe 5.20).
>
> [L]e passage à la frontière se fait en un clin d'œil. Un tampon sur le passeport et un coup d'œil sur notre autorisation de sortir notre voiture de location du territoire sud africain suffiront pour nous laisser entrer.
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/petite-escapade-au-swaziland/, consulté le 4 mars 2020)

[1] La liste des thèmes présentés se veut exhaustive et, autant que possible, illustrative des principaux sujets traités dans les blogs voyage. Cependant, on reconnaît que lister la totalité des objets de discours abordés dans l'espace d'échange des blogs francophones n'est pas réalisable. En outre, on est conscient des limites représentatives de la portée des résultats obtenus sur un corpus de cette dimension tout en rappelant que l'analyse s'est déroulée en concomitance avec la consultation continue des blogs durant la phase exploratoire.

On observe que l'objet de l'article peut également porter sur l'appréciation des services d'un acteur de l'industrie touristique. Tantôt, un *ryokan* (une auberge japonaise) est le propos d'un billet (Annexe 5.14), tantôt c'est une agence de voyage telle que « Megurun » qui bénéficie d'un article (Annexe 5.13). Une chaîne de logements temporaires peut susciter l'envie chez le blogueur de rédiger un *post*. Par exemple, le blogueur d'Un Gaijin au Japon, assurant répondre aux questions récurrentes de ses lecteurs, consacre un billet à la présentation des gammes de services d'une entreprise proposant des facilités d'hébergement (Annexe 5.16). En d'autres occasions, les auteurs peuvent aussi témoigner de la découverte d'une attraction touristique tel qu'un festival de nuit comme celui de Chichibu Yomatsuri (Annexe 5.15).

7.2.1.2. Destinations et formes de tourisme

Le type de voyage, le moyen de transport, la durée, l'hébergement ou les services utilisés laissent place le plus souvent aux thèmes de la destination à atteindre et à découvrir. La désignation du lieu doit alors être suffisamment explicite pour que l'allocutaire l'identifie rapidement. Ainsi, pour un public que le blogueur présuppose francophone, localisé en Europe et disposant d'une culture générale minimale, nul besoin est de présenter les pays des villes de Berlin (Annexe 5.27), de Bruxelles (Annexe 5.29) ou de Vienne (Annexe 5.8). En revanche, dans l'énoncé « République Tchèque : Česky Kumlov, au cœur de la bohême du sud », la locutrice ajoute deux informations toponymiques en sus du nom propre désignant la ville visitée : le nom du pays et celui de la région (Annexe 5.6). Dans ce contexte, il semble que l'auteure perçoive la localisation géographique de la destination comme une donnée nécessaire à son identification.

Des destinations parfois plus insolites surgissent dans les productions. C'est le cas de l'auteur de Japon Secret qui invite rarement à découvrir des lieux hautement fréquentés ou populaires, des villes ou des régions incontournables. En revanche, le blogueur prend plaisir à dévoiler, dans ses billets, une forme de tourisme de mémoire[1] via des visites de parcs d'attraction abandonnés (Annexe 5.12). II apprécie également de partager des pratiques touristiques relevant peut-être davantage du tourisme d'aventure lorsqu'il s'adonne à des

[1] Le tourisme de mémoire a été présenté dans la première partie de ce travail en « 3.1.2.6. Voyager autrement : vers de nouveaux territoires touristiques ».

randonnées dans des montagnes au décor visuel et sémantique quasi fantastique (Annexe 5.9). Les auteurs explorent aussi d'autres formes du tourisme d'héritage (Hartmann, 2014). Par exemple, dans le blog Un Couple en Vadrouille, le couple retrace, dans des propos évoquant un lexique sensationnaliste (« sarcophages », « assassinés », « sombre silence »), leur visite du Mémorial de l'Holocauste à Berlin comme on peut en faire le constat dans l'extrait ci-après.

> Extrait « B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne - Voyages] – Un week-end à Berlin » (Annexe 5.27).
>
> Le Mémorial de l'Holocauste
> A quelques pas seulement de la porte de Brandebourg et du Reichstag, **2711 stèles aux allures de sarcophages à la mémoire des juifs assassinés d'Europe**, sortent du sol dans un sombre silence.
>
> (http://www.uncoupleenvadrouille.fr/un-week-end-a-berlin/, consulté le 5 octobre 2019)

Dans un autre article, le couple explore, dans un contexte géographique distinct du précédent, un autre haut-lieu du *dark tourism*[1].

> Extrait « B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).
>
> L'émotion était plus que palpable en ce jour de 11 septembre et nous étions très émus de voir autant de policiers, de pompiers ou même de personne lambdas déposés des fleurs ou autre symbole sur les plaques ou sont disposées les noms des victimes. **Le soir, juste à côté de Ground Zero, policiers, pompiers, militaires et New Yorkais se sont regroupés dans les rues alentours pour passer un moment unis et surtout ensemble**. Après plusieurs heures de détente entre eux ils ont entamés des chants américains et des prières **en ce jour des 15 années de commémorations du 9/11**. Une fois la nuit tombée, nous pouvions voir deux faisceaux verticaux de lumière dans le ciel, rappelant les Tours.
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-new-york-en-7-jours/, 16 octobre 2019)

Dans cet extrait, on relève la mobilisation du champ sémantique des sentiments au travers des énoncés suivants : « l'émotion était plus que palpable », « nous étions très émus », « pour passer un moment unis et surtout ensemble », « plusieurs heures de détente »). Celui de la commémoration est aussi convoqué :

[1] On rappelle que le *dark tourism* consiste à porter son intérêt sur les lieux où se sont déroulés des évènements tragiques et très médiatisés de l'histoire moderne (tendance touristique qui a été également introduite en « 3.1.2.6. Voyager autrement : vers de nouveaux territoires touristiques »).

- l'énoncé « en ce jour de 11 septembre » rappelle explicitement la date de l'attaque terroriste et mobilise une formule prononcée au cours des cérémonies commémoratives ;
- la désignation des acteurs en présence – représentant les héros et les victimes de la tragédie – apparaît plusieurs fois dans le paragraphe dans les énoncés « autant de policiers, de pompiers ou même de personne lambdas », « pompiers, militaires et New Yorkais », « nom des victimes » ;
- le lieu est mentionné par son nom propre « Ground Zéro » et au moyen du symbole des « deux tours » ;
- les termes « fleurs », « plaques », « chants américains », « prières », « en ce jour », le verbe « rappeler » et l'énoncé présenté en gras « 15 années de commémorations du 9/11 » sont autant de marques de présence de l'hommage et du souvenir.

Les deux champs sémantiques produisent un effet de transposition. Les procédés linguistiques donnent l'impression que les blogueurs cèdent leur statut passif de touristes observateurs pour devenir les témoins actifs d'un moment de l'histoire américaine. En effet, le jeu des marques personnelles distingue, tout d'abord, les auteurs du blog, mentionnés par la première personne du pluriel « nous », des participants officiels de la commémoration pointés par les emplois de la troisième personne (« ils ont entamé », « entre eux », « policiers, pompiers, militaires et New Yorkais se sont regroupés »). Or l'ensemble des acteurs de la scène se réunissent sous l'unique bannière du « nous » dans la dernière phrase de l'extrait : « une fois la nuit tombée, nous pouvions voir deux faisceaux verticaux de lumière dans le ciel, rappelant les Tours ». Le ton sensationnaliste témoigne de l'émergence d'une nouvelle pratique touristique qui se manifeste dans les glissements des marques de désignation de la personne. L'incarnation de la figure de guide se matérialise ainsi par la capacité à traiter d'une destination lointaine ou proche ou de toute forme de tourisme. Cette mise en corps du guide touristique par l'intermédiaire des thèmes traités n'est pas sans rappeler la variété des sujets traités dans les guides imprimés.

7.2.1.3. Les médiations culturelles

Certains thèmes traités dévoilent un autre pan de la figure du guide, celle de l'intermédiaire culturel. Des comptes rendus d'expatriation et des descriptions de

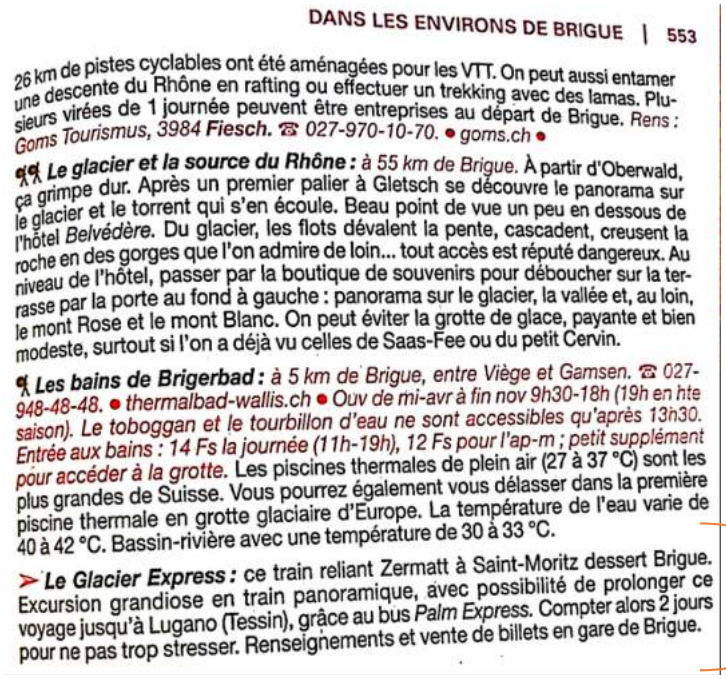
différences culturelles ponctuent, en effet, les billets. Les articles concernent alors des attitudes de concitoyens jugées surprenantes ou la pratique d'un acte, a priori banal, réalisé en immersion dans la culture cible. Dans Le Blog de Mathilde, par exemple, un *post* est dédié au manque d'encouragements des proches une fois communiquée la décision de partir vivre aux États-Unis. Un autre retrace la découverte d'une visite chez le dentiste au prisme des expériences vécues en France. L'auteure du blog 8 000 km[1] décrit son premier Thanksgiving canadien. Elle partage, entre autres, son étonnement face aux couleurs rouge de l'automne à Vancouver (Annexe 12.11) et elle découvre la chaîne de magasins Wal-Mart (Annexe 12.9). Les billets du blog Madame-Dree soulignent, quant à eux, les incontournables règles de l'adaptation culturelle pour vivre en Angleterre (Annexe 12.20). Parmi les blogs suivis, on a fréquemment rencontré ce type de sujets thématiques. On observe que la figure de l'auteur s'incarnant médiateur culturel est davantage explorée dans les billets du blog que dans les guides imprimés ou dans la presse magazine. Néanmoins, cette image discursive ne se limite pas à l'inventaire des contenus traités, mais s'insère également dans la manière de présenter une pratique culturelle aux destinataires du blog[2].

7.2.1.4. Les indices de l'intertexte touristique

On a observé que l'incarnation de la figure du guide s'observe, en premier lieu, dans les contenus thématiques traités. Or, les titres des articles et les noms des rubriques pointent des sujets fréquemment mobilisés dans le monde des médias à vocation touristique. Ainsi, les types de déplacement, les nouvelles tendances de voyages, la présentation d'un acteur de l'industrie touristique etc., sont des sujets d'articles communs tant aux revues de presse qu'aux guides imprimés. Le Glacier Express, ce train panoramique décrit par les Bestjobers, par exemple, fait l'objet d'une description dans *Le Routard – Suisse* (2014) comme on peut l'observer *infra*.

[1] Le blog 8000 km est le premier que j'ai commencé à suivre et à explorer en 2015. Il était fermé en mars 2019.
[2] On développe plus en détail ce point en « 7.2.5. Les explications culturelles, le guide est un médiateur ».

Extrait « Le Haut-Valais », *Le Routard – Suisse* (2014), p. 553.



DANS LES ENVIRONS DE BRIGUE | 553

26 km de pistes cyclables ont été aménagées pour les VTT. On peut aussi entamer une descente du Rhône en rafting ou effectuer un trekking avec des lamas. Plusieurs virées de 1 journée peuvent être entreprises au départ de Brigue. *Rens : Goms Tourismus, 3984 Fiesch.* ☎ 027-970-10-70. • goms.ch •

Le glacier et la source du Rhône : *à 55 km de Brigue.* À partir d'Oberwald, ça grimpe dur. Après un premier palier à Gletsch se découvre le panorama sur le glacier et le torrent qui s'en écoule. Beau point de vue un peu en dessous de l'hôtel *Belvédère.* Du glacier, les flots dévalent la pente, cascadent, creusent la roche en des gorges que l'on admire de loin... tout accès est réputé dangereux. Au niveau de l'hôtel, passer par la boutique de souvenirs pour déboucher sur la terrasse par la porte au fond à gauche : panorama sur le glacier, la vallée et, au loin, le mont Rose et le mont Blanc. On peut éviter la grotte de glace, payante et bien modeste, surtout si l'on a déjà vu celles de Saas-Fee ou du petit Cervin.

Les bains de Brigerbad : *à 5 km de Brigue, entre Viège et Gamsen.* ☎ 027-948-48-48. • thermalbad-wallis.ch • *Ouv de mi-avr à fin nov 9h30-18h (19h en hte saison). Le toboggan et le tourbillon d'eau ne sont accessibles qu'après 13h30. Entrée aux bains : 14 Fs la journée (11h-19h), 12 Fs pour l'ap-m ; petit supplément pour accéder à la grotte.* Les piscines thermales de plein air (27 à 37 °C) sont les plus grandes de Suisse. Vous pourrez également vous délasser dans la première piscine thermale en grotte glaciaire d'Europe. La température de l'eau varie de 40 à 42 °C. Bassin-rivière avec une température de 30 à 33 °C.

Le Glacier Express : ce train reliant Zermatt à Saint-Moritz dessert Brigue. Excursion grandiose en train panoramique, avec possibilité de prolonger ce voyage jusqu'à Lugano (Tessin), grâce au bus *Palm Express.* Compter alors 2 jours pour ne pas trop stresser. Renseignements et vente de billets en gare de Brigue.

« Le Glacier Express : ce train reliant Zermatt à Saint-Moritz dessert Brigue. Excursion grandiose en train panoramique […] »

Le hors-série du magazine *Elle Voyage*, daté du printemps 2020, publie un article sur un train célèbre, celui du « Venice Simplon-Orient-Express » qui représente à lui seul, là aussi, la destination du voyage.

Extrait *Elle-Voyage*, hors-série, n°20, p.12-13, printemps 2020.

La détection des indices de contamination entre les formats dépasse la simple énumération des thèmes traités. La parole du blogueur qui se fait guide mobilise des procédés langagiers dont il importe de rendre compte pour comprendre comment l'auteur positionne son image par rapport à celle des autres figures habitant le champ discursif du tourisme.

7.2.2. Définir les objets thématiques : attributs et séquences définitoires des destinations

Le choix des objets de discours et la sélection des attributs qui décrivent les destinations sont significatifs[1]. Dans cette section, on fait état du type d'information auquel réfère le locuteur pour renseigner l'allocutaire sur l'emplacement visité tout en exposant les particularités langagières des énoncés définitoires mobilisés dans ce contexte.

7.2.2.1. Les attributs géographiques du référent

Une fois les objets thématiques nommés, les auteurs fournissent des informations géographiques, historiques, économiques, de notoriété, de localisation, de dimension pour brosser le portrait du lieu ou du service à découvrir. Par exemple, pour dépeindre la région de l'Oregon, Mathilde s'appuie sur une liste de propriétés géologiques et use d'une succession d'adjectifs possessifs. Les énoncés sont alors articulés selon un plan non embrayé (Maingueneau, 2013 : 117), ils sont marqués par l'emploi d'un présent non déictique (*Ibid*.) et par l'effacement énonciatif du couple « je-tu » à l'image de l'extrait suivant :

> Extrait « B1 – A2– [Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » (Annexe 5.2).
>
> L'Oregon est connu pour ses **forêts**, ses **cascades,** ses **volcans** et sa belle côte au bord du **Pacifique**, mais il n'y a pas que ça à voir, [...] L'Oregon est aussi traversé par un célèbre chemin de randonnée, le **PCT** *(Pacific Crest Trail)*, dont parle le **livre *Wild* de Sheryl Strayed**
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Ces mêmes indices linguistiques sont relevés dans l'extrait exposé *infra* où l'auteure de Nuage Nomade pourvoit des données géographiques sur la ville de Sankt Blasien dans une séquence définissante (Riegel, 1987 : 30) introduite par le verbe « être » :

---

[1] On a démonté ce point en « 5.3.4.1. Sélection des objets référentiels et hiérarchisation des attributs ».

Extrait « B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire » (Annexe 5.5).

Sankt Blasien
Sankt Blasien est une petite ville située en contre-bas de Häusern, à moins de 400m d'altitude. De Sankt Blasien, nous ne sommes pas loin du Feldberg, plus haut sommet de Forêt-Noire et point de départ du parc naturel de la Südschwarzwald, réputé pour ses sentiers qui permettent de faire de la randonnée les beaux jours et idéal pour les longues balades en raquettes en hiver.

(Nuage Nomade, 15 novembre 2019)

L'énoncé de classification « Sankt Blasien est une petite ville » témoigne ainsi de la réalisation d'un acte définitoire indirect (Rebeyrolle, 2004 : 178). Dans le passage précédent, en sus de la mention des propriétés du référent (« ses sentiers »), le champ sémantique de la montagne est sollicité pour dessiner une image du paysage tout en relief. Le sème de la verticalité ressort des emplois regroupés de la mention de l'altitude, de la locution prépositionnelle « en contre bas de », de l'adjectif qualificatif « haut », des substantifs « sommet », « randonnées », « sentiers ». Par ailleurs, l'image de la nature est convoquée moyennant la mention des saisons (« les beaux jours », « en hiver »), du nom de la forêt qui fait l'objet du billet et de celui du « parc naturel ». Un peu plus loin, sous couvert d'un « on » de généralisation (Maingueneau, 2013 : 139), l'auteure réfère à nouveau au sommet du Feldberg cette fois dans un énoncé de dénomination qui introduit un acte définitoire direct (Rebeyrolle, 2004 : 177) au moyen du verbe « appeler » :

Extrait « B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire » (Annexe 5.5).

Notre voyage nous a conduit à plus de 1000 mètres d'altitude dans ce qu'on appelle la Hochschwarzwald (La Haute Forêt-Noire) dans la très belle région du Bade-Wurtemberg pas très loin du plus grand sommet de la Forêt-Noire, le Feldberg.

(Nuage Nomade, 15 novembre 2019)

Outre, la mention des attributs géographiques de la destination, les données chiffrées offrent aussi un bel appui pour consolider, aux yeux du lectorat, la présentation des lieux.

7.2.2.2. Le cumul des nombres

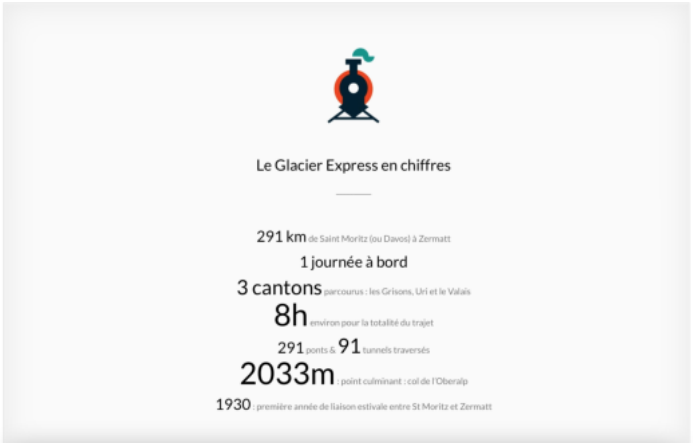
En mentionnant des données chiffrées, les locuteurs qualifient les destinations non seulement au sein d'une échelle de grandeur reconnue mais permettent de « faire voir » aux lecteurs les dimensions hors-normes des objets touristiques qu'ils sont amenés à rencontrer au cours de leurs pérégrinations. Ainsi, le classement fournit l'opportunité à Miryam de

souligner les records atteints par la taille de « la coupole » d'un des bâtiments visités (1). Dans un même effort définitoire, le format de la liste permet, cette fois à l'auteure du Blog de Mathilde, de dépeindre plusieurs aspects de l'île de Block Island en associant des nombres et des impressions sans en assumer, explicitement, la responsabilité énonciative (2).

- (1) « […] est considérée comme la 3ème plus grande d'Europe après la Basilique Saint-Pierre à Rome et l'Hôtel des Invalides à Paris avec 33,5 mètres de diamètre » (Annexe 5.5) ;
- (2) « […] dans cette micro-île du **Rhode Island**. 11 km du nord au sud, 5 km de large, un côté figé dans le temps, un air de vacances perpétuelles…» (Annexe 3.3).

Dans l'exemple (2), le début de l'énoncé, visant à introduire le portrait de l'île de Rhode Island, est signalé linguistiquement par la présence de l'adjectif démonstratif « cette » qui reprend anaphoriquement le nom du lieu décrit. Puis, la description s'organise en une succession de groupes nominaux qui se suivent par apposition. Le champ sémantique de la dimension est également évoqué au-delà de la précision des mesures du territoire. Il est rappelé que, non seulement Block Island est une île, comme son nom anglais (« Island ») l'indique, mais qu'il s'agit d'une version plus petite (si l'on suit le sens étymologique du terme grecque « micro ») de que ce que le lecteur pourrait, éventuellement, s'imaginer, l'île étant classée en tant que « micro-île » dans l'échelle de référence de l'auteure. Les chiffres sont parfois présentés dans un encadré séparé du reste du texte à l'image de la capture d'écran ci-après.

Capture d'écran « Support de documentation B7–A2 – Suisse, le train le plus rapide le plus lent du monde / Glacier Express » (Annexe 10.25).



(https://www.bestjobersblog.com/suisse-le-train-rapide-le-plus-lent-du-monde-le-glacier-express/, consulté le 7 juillet 2022).

L'étendue de la région du Sud Tyrol est, selon un même principe, valorisée dans la capture d'écran ci-après moyennant des références spatiales, des records et des pourcentages :

Capture d'écran « B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 10.24).

« SUPERFICIE : 7389km2 dont 6% seulement habitable et 80% de montagnes avec plus de 350 sommets culminant à plus de 3000m !! »

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 3 juin 2020)

On observe que l'argument du nombre est aussi sollicité dans les guides imprimés et dans les revues de la presse voyage comme on peut en faire l'observation à partir de la copie de la revue présentée *infra* :

Exemple « Parc National du Grand Canyon- États-Unis », *National Geographic Traveller*, n°17, p.42-43, janvier-février- mars 2020.

Présentation du parc : « […] Depuis son classement comme parc national, il y a 101 ans, cette merveille naturelle du nord-ouest de l'Arizona a ébloui quantité de voyageurs par ses dimensions vertigineuses (446 km de long, jusqu'à 29 km de large et 16 km de profondeur) et par ses strates rocheuses qui relatent plus de 1,8 milliard d'années d'histoire géologique. »

Pour construire, dans l'esprit des lecteurs, une image mentale des destinations à la hauteur de leurs attentes, les auteurs s'appuient également sur des références spatiales et historiques.

7.2.2.3. Les attributs topographiques, historiques et culturels

Les auteurs mobilisent un large éventail de ressources pour situer dans l'esprit des usagers des blogs les destinations qu'ils visitent. Dans cette section, on fait état, d'une part, des informations spatiales et historiques qui sont fournies dans les billets pour contextualiser le lieu à voir sur une échelle spatio-temporelle supposée commune. On expose, d'autre part, les énoncés qui renvoient à des œuvres littéraires ou à des chansons célèbres qui réfèrent aux emplacements décrits par les auteurs.

La localisation géographique

Au-delà de la description des attributs géographiques d'une destination, localiser un objet touristique concourt à sa présentation et peut se manifester par des indications de distance. Ainsi, dans l'exemple ci-dessous, l'énonciateur s'efforce de situer une auberge. Les prépositions « dans » et « à proximité de » sont employées pour fournir des instructions de repérage sans que l'espace à parcourir soit indiqué. Les références, sur lesquelles le blogueur appuie sa démarche de localisation, sont topographiques (« la ville de Yamanouchi (Nagano) », le quartier « Shibu Onsen »), situationnelles (« dans un dédale de rues et de *onsen* ») et s'ancrent à partir d'un lieu qu'il considère comme très populaire (« des fameux Singes de Jigokudani ») :

> Extrait « B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi – Chihiro, Singes & Onsen » (Annexe 5.10).
>
> De nombreux *ryokan* (auberges japonaises) ont inspiré ce film mais le principal c'est Kanaguya [hyperlien vers le nom]. Il se trouve à proximité des fameux Singes de Jigokudani, dans la ville de Yamanouchi (Nagano) dans un dédale de rues et de *onsen* [hyperlien vers un billet définissant le terme] qui se rassemblent sous le nom de Shibu Onsen.
>
> (https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/, 10 décembre 2019)

La localisation du voyage se fait également à l'aide de cartes géographiques ou de repères sémiotiques. Les six cartes représentées dans le corpus sont systématiquement accompagnées d'ajouts qui témoignent du parcours réalisé. Ainsi, le voyage itinérant de

Mathilde, l'auteure de Le Blog de Mathilde, dans l'Oregon, nécessite que l'auteure situe la région visitée dans le pays au moyen du signe d'une petite étoile jaune et d'un encadré de couleur rouge. Ces éléments iconographiques sont accompagnés d'une légende dont le caractère présentatif est illustré par l'image du doigt pointé et de quelques phrases où le présentateur « c'est » (Charaudeau, 1992 : 303) introduit des éléments de références cardinales comme on peut l'observer dans la capture d'écran ci-dessous.

Extrait « Support de documentation B1 – A2 – Un road trip américain / l'Oregon | Le Blog de Mathilde » (Annexe 10.2).

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/– Consulté le 6 mars 2019)

Dans le document *infra*, le chemin parcouru par la blogueuse de The Daydreameuse est identifié, tout d'abord, dans une carte exposant l'ensemble des États-Unis. Une seconde carte est ensuite insérée dans le corps du billet pour se concentrer sur la zone géographique concernée par le *road trip*. Dans l'extrait ci-dessous, on a regroupé les deux captures d'écran l'une à côté de l'autre.

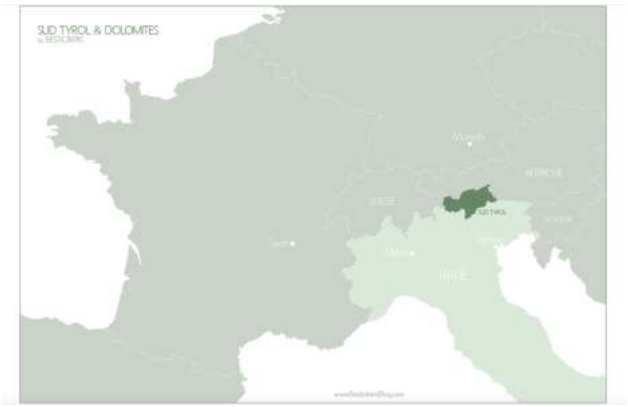
Extrait « Support de documentation B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA » (Annexe 10.17).

(https://www.thedaydreameuse.com/comment-preparer-son-road-trip-aux-usa/, consulté le 18 février 2020)

À la différence des guides pratiques, les indications apposées retracent uniquement le circuit des blogueurs. Les données affichées ne sont pas destinées à éclairer le futur voyageur quant aux distances à parcourir ni à l'orienter au cours de son voyage.

Les Bestjobers consacrent aussi un espace de leurs articles relativement important à la localisation des lieux qu'ils visitent. Par exemple, la zone géographique d'un road trip est illustrée par deux cartes dans l'extrait suivant. Le repérage des emplacements concernés et des régions voisines s'effectue grâce à des tonalités de couleur verte, comme on l'observe dans les cartes 1 et 2 exposées *infra*. La première représentation mentionne la France et le nom des pays avoisinant la région visitée. En outre, quatre villes sont localisées : Lyon, Munich, Milan et Venise. L'unique désignation indiquant le nom d'une région est celle du Sud Tyrol qui apparaît dans une couleur identique à celle utilisée pour signaler la zone visitée.

Carte d'introduction à la région du Sud Tyrol proposée par les Bestjobers (Annexe 10.24).



(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 7 juillet 2022)

La seconde carte mentionne non seulement le nom des pays voisins mais également celui des villes d'intérêt où les blogueurs se sont arrêtés. Cette carte peut être employée de manière interactive. En effet, en complément du marquage de l'itinéraire, les auteurs superposent des numéros qui signalent les escales décrites en aval de l'article. Par exemple, le point « 12 – Lago di Dobbiaco » correspond à une entrée du billet où l'usager découvre une suite de clichés photographiques du lieu, une brève description de celui-ci, quelques recommandations d'hébergements et des conseils sur la visite de l'étape.

Carte 2 de présentation de l'itinéraire parcouru et du point « 12 – Lago di Dobbiaco » par capture d'écran pour le premier visuel puis par effet de focalisation pour le deuxième (Annexe 10.24).

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 27 avril 2020)

Des vidéos appuient également l'effort de localisation de la zone visitée. Ci-dessous, deux captures d'écran sont jointes. La première affiche le visuel de la vidéo au sein de la page de consultation du billet. La seconde est un enregistrement de l'image au moment où les blogueurs s'attachent à situer géographiquement la région. On joint, pour illustrer les formes que les blogueurs utilisent au cours de ce passage une transcription de quelques secondes.

Capture d'écran de la vidéo « Sud Tyrol et Dolomites ».

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 4 novembre 2021)

Capture d'écran – vidéo « Sud Tyrol et Dolomites » à 1:04 minute « Savez-vous où se trouve les Dolomites/le Sud Tyrol ? ».

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 4 novembre 2021)

Extrait de la transcription[1] (0.58 à 1:14) datant du 13 décembre 2020 et consultée le 4 novembre 2021.

« (M) Bon, avant de commencer un point géo s'impose, nan. Vous savez où c'est les Dolomites ?
(E) Donc, et bah : le Sud Tyrol c'est une province autonome, du Nord de l'Italie,
(M) Ouai, à la frontière avec l'Autriche et la Suisse
(E) Donc, pour vous situer un petit peu : y'a 500 000 habitants : la plus grand ville c'est Bolzano. ».

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 4 novembre 2021)

[1] Pour la transcription, on choisit un système semi-orthographique où on note (M) pour le blogueur et (E) pour la blogueuse ; le retour à la ligne signale un changement de locuteur ; l'allongement vocalique est marqué par le signe « : » ; le signe « , » souligne une intonation montante ; le symbole « . » est utilisé pour indiquer une intonation descendante.

Les auteurs de blogs voyage utilisent donc l'ensemble des possibilités offertes par la plateforme du CMS pour orchestrer diversement un même type de contenu informatif. La qualification d'un lieu via sa localisation géographique n'y échappe pas.

Histoire et patrimoine

Pour décrire une destination, les auteurs situent également le référent en le rattachant à l'histoire d'un pays ou en pointant sa valeur patrimoniale. Ainsi, la mention de dates de construction d'un temple ou le rappel de périodes historiques ancre la valeur d'un lieu dans la continuité temporelle :

> Extrait « B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi -– Chihiro, Singes & Onsen » (Annexe 5.10).
>
> Shibu Onsen
> Shibu Onsen fait partie de Yamanouchi et son histoire débute en 1303. Sa rue principale, pavée, est entourée de 25 ryokans et 9 bains publics (où vous pouvez vous rendre gratuitement si vous dormez dans un *ryokan* local).[photo]
> […]
> Shibu Onsen était à son origine visité par des prêtres de Kyoto pour les propriétés curatives de son eau. Pendant la période Edo, ce sont les samurais du Clan Sanada qui les ont remplacés. Les samurais étaient de grands fanatiques de *onsen*, d'ailleurs je pense qu'ils en étaient les principaux clients. [photo].
>
> (https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/, 10 décembre 2019)

Le temps grammatical des verbes témoigne de la permanence du lieu touristique au moyen de l'alternance entre les marques du passé (imparfait – « Les samurais étaient de grands fanatiques de onsen », plus-que-parfait – « Shibu Onsen était visité » et passé composé – « qui les ont remplacés ») et celles du présent (« ce sont les samurais », « son histoire débute en 1303 »). Cette combinaison d'indices temporels s'inscrit fréquemment dans des énoncés peu pourvus d'embrayeurs. De fait, les marqueurs de la personne « vous » et « je » n'interviennent que très peu dans les énoncés contextualisant historiquement l'emplacement. Parfois, un déictique surgit à la suite d'une succession d'énoncés non embrayés :

> Extrait « B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon » (Annexe 5.12).
>
> À ses débuts en 1975, le Western Village était simplement une ferme *à l'américaine*. Mais Ominami-san fit grandir son petit parc chaque année, malheureusement au détriment de sa rentabilité. En 1995, il fait même rajouter une copie du Mont Rushmore au Western Village,

il semble presque sur un coup de tête. Aujourd'hui, le petit parc à thème est complètement oublié et sans espoir de ré-ouvrir un jour.

(https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, 5 décembre 2019)

Dans l'extrait cité *supra*, l'auteur s'attache à décrire les étapes de la vie d'un parc à thème abandonné. On note que les temps de l'imparfait (« était ») et du passé simple (« fît »[1]) côtoient le présent non déictique des verbes « faire » et « sembler ». L'emploi de l'embrayeur temporel « aujourd'hui », en revanche, fait clairement référence au moment de l'énonciation. À la date de parution du billet, l'auteur posait comme vraie l'assertion selon laquelle « le petit parc à thème est complètement oublié ». Il semble intéressant de noter que dans le cadre de la situation du blog voyage, certaines marques linguistiques telles qu'« aujourd'hui » peuvent référer à : la situation énonciative de l'auteur au moment de la production du billet ; la situation énonciative correspondant au moment de la publication de l'article ; la situation énonciative du lecteur s'appropriant la lecture du texte. La plasticité de l'adverbe temporel « aujourd'hui » à se mouvoir avec aisance sur l'échelle du temps (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 47) en fait un déictique dont la valeur actualisée dans ce paragraphe recouvre des paramètres temporels distincts. L'emploi du marqueur prolonge la validité des propos du blogueur en étirant le temps de l'énonciation du blogueur jusqu'à celui du lecteur.

Par ailleurs, les auteurs aiment mentionner l'enregistrement d'un lieu au patrimoine mondial de l'UNESCO[2]. L'appartenance d'une destination à la liste des « incontournables » est, en effet, une preuve de reconnaissance internationale qui rassure le blogueur et les lecteurs quant à l'intérêt de l'emplacement. Dans les deux extraits *infra*, le classement à l'UNESCO est notamment mentionné pour valoriser un festival japonais et la Grand Place de la ville de Bruxelles.

Extrait « B4 – A3 – Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté » (Annexe 5.15).

Plus de 300 ans d'Histoire … classé à l'UNESCO
1713 ! Voilà l'année à laquelle il faudrait remonter pour trouver trace de **la naissance du Chichibu Yomatsuri, dans la ville éponyme, soit plus de 300 ans d'ancienneté déjà.** Il fait aujourd'hui parti des trois principaux Matsuri avec chars du Japon, aux côtés du **Gion Matsuri de Kyoto** et du **Takayama Matsuri**.

(https://www.gaijinjapan.org/chichibu-yomatsuri/, consulté le 12 janvier 2020)

[1] On respecte la forme utilisée par le blogueur.
[2] L'inscription d'un lieu à l'Unesco, contribue à créer une perception de la destination comme faisant partie du « hit-parade des "hauts lieux" de l'Humanité » (Paquot, 2014).

Extrait « B8 – A4 – Section [Europe – Belgique] – Bruxelles Ma Belle » (Annexe 5.29).

La Grand place : elle est la place centrale de la Ville de Bruxelles. Mondialement renommée pour sa richesse ornementale et esthétique, elle est bordée par les maisons des corporations, l'Hôtel de Ville et la Maison du Roi. Depuis 1998 elle a été inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO et elle est considérée comme l'une des plus belles places du monde.

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-bruxelles/, consulté le 26 septembre 2019)

Les traits de l'ancienneté et de l'esthétisme semblent justifier la notoriété des deux objets touristiques. Outre le consensus qui atteste de l'importance de ces endroits au regard de l'histoire de l'humanité, la mention de la valeur distinctive de ces lieux appose en retour un sceau de validation sur le jugement des blogueurs.

Œuvres littéraires et chansons populaires

Pour faciliter l'identification des lieux à découvrir, les auteurs de blogs voyage font des références à la culture audio-visuelle des lecteurs. Par exemple, pour évoquer le *Pacific Crest Trail*, Mathilde évoque un ouvrage reconnu comme un best-seller du New York Time en 2013 :

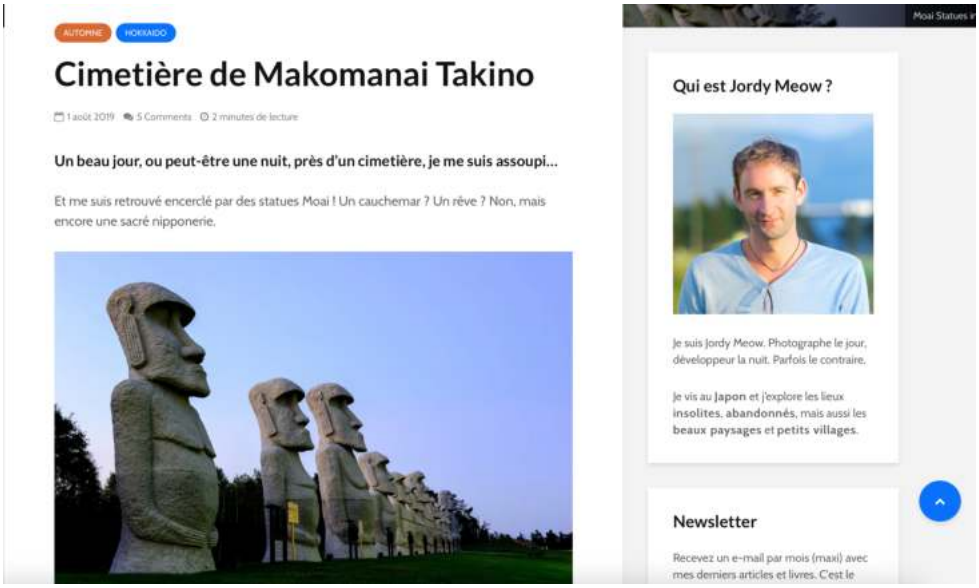
L'Oregon est aussi traversé par un célèbre chemin de randonnée, le **PCT** *(Pacific Crest Trail)*, dont parle le **livre *Wild* de Sheryl Strayed** (Annexe 3.2).

On peut mentionner tout autant l'intitulé « Bruxelles Ma Belle » (Annexe 5.29) qui reprend le titre et les premières paroles d'une chanson francophone populaire des années soixante-dix chantée par le compositeur néerlandais Dick Annegarn[1]. On se souvient peut-être aussi de l'extrait de Japon Secret sur le cimetière de Makomanai où un pastiche des paroles de « L'Aigle noir »[2] sert d'accroche :

Extrait et capture d'écran « Cimetière de Makomanai Takiino », Japon Secret :

« Un beau jour ou peut-être une nuit, près d'un cimetière je me suis assoupi… ».

[1] https://www.youtube.com/watch?v=Cd5725HpKK0, consulté le 8 nombre 2021.
[2] Les paroles exactes de la chanson de Barbara sortie en 1970 sont : « Un beau jour ou peut-être une nuit, près d'un lac je m'étais endormie … ».



(https://japonsecret.fr/cimetiere-makomanai-takino/, 7 juillet 2022)

Les références à la spatialité, à la culture populaire et à l'histoire du site visent à créer un sentiment de complicité entre les énonciataires. En effet, en évoquant des éléments doxiques, les locuteurs cherchent à établir des points communs entre leur univers de références et ceux de leurs interlocuteurs supposés.

Caractériser une destination du point de vue de son économie, de ses caractéristiques sociales et/ou politiques : une pratique peu répandue

À la différence des informations fournies par les guides imprimés, l'aspect économique, social ou politique des destinations à découvrir est peu mentionné. En effet, à titre d'exemple, le guide *Le Routard* sur la Suisse, publié en 2014, mentionne, dans la section « ABC de la Suisse » des renseignements concernant la démographie, la densité, l'espérance de vie, le PIB par habitant, l'indice de développement humain, le régime politique, les noms du Président et de la Chancelière de la Confédération (*Le Routard – Suisse* , 2014 : 29). Une rubrique intitulée « économie » présente certaines idées reçues sur la confédération helvétique et tend à les déconstruire en fournissant aux lecteurs des données supposées méconnues (telles que le chiffre de 8% qui correspond au pourcentage de la population vivant, en 2013, en dessous du seuil de pauvreté) ou potentiellement surprenantes (« la Suisse est un pays de locataires. On estime que 30 % seulement de la population est propriétaire » (*Op. Cit.* : 52)). À l'inverse, dans le sous-corpus 1, seules quelques mentions sur le plurilinguisme d'une région ou sur son

économie apparaissent. Les auteurs du blog Bestjobers, par exemple, pointent le bilinguisme comme une donnée servant à singulariser le Sud Tyrol :

> Le Sud Tyrol, petite région tout au nord de l'Italie où l'on parle aussi bien allemand qu'italien, où l'on mange autant de spaghettis que de knoedels ! (Annexe 5.24).

Pareillement, au cours d'un voyage en Afrique du Sud, l'auteure de The Daydreameuse localise géographiquement l'ancien royaume du Swaziland et le classifie en tant que pays pauvre :

> Extrait « B5 – A4 – Section [Afrique du Sud - Voyages] –{Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland » (Annexe 5.20).
>
> Pour rejoindre le parc Kruger depuis Hluhluwe, nous nous sommes arrêtés deux petites journées au **royaume du Swaziland**. Niché entre l'Afrique du Sud et le Mozambique, ce tout petit pays est le plus pauvre du continent et le plus touché par le Sida. Triste sort pour ce joli pays…
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/petite-escapade-au-swaziland/, consulté le 4 mars 2020)

Il s'agit de la seule mention du corpus se reportant à l'économie et à la situation sanitaire de la région ou du pays visité.

Les indications décrivant la destination ont pour objectifs de la nommer, de la localiser et de la définir géographiquement, historiquement ou selon des références supposées partagées (telles qu'une accréditation et/ou une reconnaissance de notoriété internationale, la mention d'un livre ou d'un film). La quantité d'informations fournies ne recouvre aucune aspiration à l'exhaustivité à la différence des guides imprimés. Les données transmises ne sont pas, non plus, aussi variées que celles apparaissant dans les revues spécialisées. En prenant appui sur l'exemple de la ville de Nara présentée dans une double page d'un magazine de la presse voyage[1], le journaliste fait état de la localisation de la ville, de son empreinte sur l'histoire du pays, de la variété de son patrimoine architectural (« Des temples aux musées en passant par les sanctuaires et les

[1] Pour introduire la ville de Nara, les auteurs de l'article paru dans le dossier Japon du magazine *Voyages Dans le Monde* situent la cité à proximité d'une métropole « […] dans l'ombre de sa célèbre voisine (à quelques dizaines de kilomètres), Kyōto ». Toujours dans le chapeau du reportage, les journalistes soulignent la richesse de l'histoire de l'ancienne capitale japonaise en lui consacrant le premier paragraphe. La double page consacrée à la cité nippone (p.36-37) traite également d'architecture, de religion et de faune locale. En revanche, on note que, dans cet article, la dimension économique n'est pas traitée à l'instar des billets de blogs voyage qui n'en font pas non plus état.

portes traditionnelles », « Nara », *Voyages dans le Monde*, décembre 2019), de sa dimension spirituelle en rappelant que la ville a hébergé ce qu'on considère être le premier temple bouddhiste et de la faune qui y vit (des cerfs, les *sika*). Pour l'auteur de Japon Secret qui introduit également la cité au cours de l'une de ses escapades nippones, Nara est un lieu qui abritait un ancien parc abandonné et des temples (Annexe 12.68). Pour le blogueur d'Un Gaijin au Japon, la présentation de la ville se centre sur la description de ses principales caractéristiques :

> Extrait « B4 – A5 – Nara : une journée entre temple, Bouddha, nature et daims » publié le 23 février 2014 (Annexe 12.67) :
>
> J'ai passé une journée dans la ville de Nara à y découvrir sa nature, ses temples, son grand Bouddha et surtout ses adorables daims, nommés shika en japonais. Récit.
> Après avoir passée une journée à Osaka je me suis orienté vers la ville de Nara, ancienne capitale du Japon, afin de voir autre chose, découvrir une autre ville et expérimenter brièvement ce qu'elle a à offrir.
>
> (https://www.gaijinjapan.org/journee-nara/, consulté le 7 juillet 2022)

On observe que seuls trois pans sont ici représentés : la religion, la nature et le passé. Les blogs ne fourmillent pas, en effet, de renseignements sur la culture générale du lieu.

7.2.2.4. Les formes récurrentes des énoncés définitoires dans les blogs voyage

Au fil du relevé des séquences définissantes, on a pointé qu'une fois posée l'existence d'un lieu, d'une attraction ou d'une habitude culturelle, le locuteur s'évertue à en lister les caractéristiques et les propriétés. Comme en faisait l'observation Rebeyrolles à l'égard des guides touristiques (Rebeyrolle, 2004 : 179), on a également identifié peu d'énoncés dans le sous-corpus 1 exprimant directement un acte définitoire. En revanche, les actes définitoires indirects abondent. Ils se matérialisent notamment par l'utilisation de reprise anaphorique, par apposition, par l'emploi du verbe « être » ou au sein de structures attributives qui qualifient le référent à définir. On l'a également remarqué, ces dernières séquences se caractérisent par une succession de substantifs ou de groupes nominaux précédés d'adjectifs possessifs. L'énumération (introduite ou non par un marqueur typographique du type des deux-points) ou le format de la liste sont alors les deux moyens privilégiés pour présenter les particularités de la destination. On observe, en outre, que les blogueurs utilisent les possibilités du blog pour proposer des visuels interactifs et des

représentations iconographiques afin de faciliter la localisation et la caractérisation de la ville explorée ou de l'itinéraire parcouru.

Les attributs relevés sont de divers ordres : géologique, typographique, dimensionnel, historique, culturel etc. Il semble donc que les propriétés rattachées au référent convoquent des types de savoirs qui font partie d'une doxa commune. De fait, dénoter une propriété géologique plutôt qu'une autre est significatif d'une norme informationnelle propre à un groupe donné. De la même manière, citer l'enregistrement d'un lieu au patrimoine mondial de UNESCO ou bien mentionner un fait historique ou culturel marquant concourent non seulement à créer une image mentale de la destination mais témoigne, par ailleurs, d'une représentation de ce qu'il est important ou non de préciser pour définir un lieu dans le cadre communicatif du blog voyage. Sans submerger les lecteurs de renseignements, les auteurs semblent être guidés dans leurs descriptions et dans leur démarche informationnelle par des normes tacites construites au contact de la consultation de guides imprimés et de revues de la presse voyage.

7.2.3. Les formes du conseil dans les blogs voyage

Outre sa présence dans des énoncés définitoires tels que ceux mentionnés *supra* pour répondre à l'exigence de qualification d'un lieu ou d'un objet thématique, la voix du guide se matérialise dans des énoncés dont la valeur illocutoire consiste à exprimer le conseil et à inviter[1] le lecteur à le suivre. Les moyens langagiers employés alors pour orienter le lecteur dans l'organisation du voyage à venir s'inspirent des constructions syntaxiques des guides imprimés et des revues touristiques (dans une moindre mesure) et s'appuient sur les formes orales usitées au cours de visites guidées. Par ailleurs, la réussite de l'acte du conseil repose sur des conditions qu'on suppose réunies dans la situation du blog voyage :

- il est en effet concevable que l'allocutaire, l'internaute donc, navigant sur un site dont la thématique relève du voyage ait envie de voyager, qu'hypothétiquement son désir

[1] On rappelle que « le but illocutoire des directifs consiste "dans le fait qu'ils constituent des tentatives de la part du locuteur de faire faire quelque chose par l'auditoire" » (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 20). Selon la classification de Searle, le conseil et l'invitation sont tous deux des directifs, le premier correspond à une visée didactique et le second à une visée incitative.

corresponde à l'objet thématique de l'article et, qu'éventuellement, il soit en recherche d'informations concernant cet objet ;

- du point de vue du locuteur, il est envisageable d'admettre que celui-ci ait vécu une expérience ou dispose d'un savoir qui le légitime et lui octroie, par voie de conséquence, la possibilité de formuler des conseils[1] ;
- quant au destinataire, on peut présumer que ce dernier ait les compétences communicationnelles et socio-éducatives nécessaires pour reconnaître la situation du blog voyage et la formulation d'un conseil.

La condition de sincérité, en tant que principe qui conditionne l'accomplissement de tout acte de langage (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 30), est présupposée présente dans les énoncés des blogueurs en tant que prise de parole évoquant un témoignage. Pour accroître les chances de réussite de l'acte, l'auteur dispose de plusieurs ressources qu'on expose ci-après dans cette section.

7.2.3.1. Signaler la présence d'un conseil

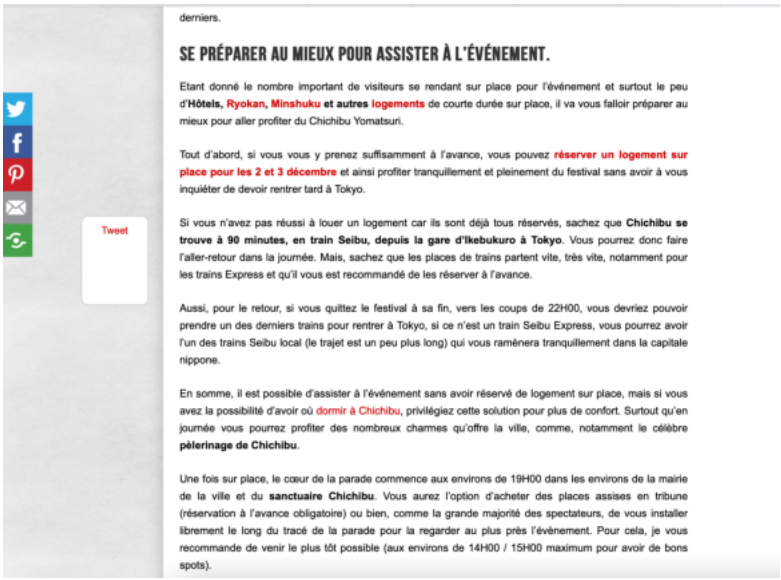
La préparation et l'organisation d'un voyage représente un coût temporel et financier. Comme l'affirme Maci, les vacanciers se documentent et réservent leurs moyens de transport, leurs hôtels, ou tout autre service directement, sans intermédiaire, en utilisant les possibilités de l'internet (Maci, 2020 : VII). Pour guider les futurs voyageurs, les blogueurs formulent des conseils sur : les saisons à favoriser, les lieux d'intérêts à ne pas manquer, le budget à considérer, les hôtels et les restaurants à réserver etc. Pour signaler ce type de recommandations, les blogueurs interpellent l'attention de leurs lecteurs en mobilisant diverses ressources.

Les conseils font l'objet d'un emplacement spécifique dans le corps des billets. Par exemple, dans le blog Un Gaijin au Japon, les préconisations apparaissent sous la bannière

[1] Comme Kerbrat-Orecchioni le souligne : « n'est pas autorisé qui veut à affirmer, ordonner, répondre ou pardonner : encore faut-il que l'"illocuteur" possède, au moment de la prise de parole, une crédibilité et une autorité suffisantes » (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 29). Puisque la compétence viatique du blogueur s'appuie sur l'argument de l'expérience vécue, les productions témoignant précisément de la réalisation d'un voyage fonctionnent comme autant de preuves qui valident l'argument et, en retour, confortent la posture d'autorité de l'auteur du blog.

d'un paragraphe intitulé « se préparer au mieux pour assister à l'évènement » comme on peut l'observer *infra* :

Capture d'écran – Un Gaijin au Japon « Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté » (Annexe 10.15).



derniers.

SE PRÉPARER AU MIEUX POUR ASSISTER À L'ÉVÉNEMENT.

Etant donné le nombre important de visiteurs se rendant sur place pour l'événement et surtout le peu d'**Hôtels, Ryokan, Minshuku et autres logements** de courte durée sur place, il va vous falloir préparer au mieux pour aller profiter du Chichibu Yomatsuri.

Tout d'abord, si vous vous y prenez suffisamment à l'avance, vous pouvez **réserver un logement sur place pour les 2 et 3 décembre** et ainsi profiter tranquillement et pleinement du festival sans avoir à vous inquiéter de devoir rentrer tard à Tokyo.

Tweet

Si vous n'avez pas réussi à louer un logement car ils sont déjà tous réservés, sachez que **Chichibu se trouve à 90 minutes, en train Seibu, depuis la gare d'Ikebukuro à Tokyo**. Vous pourrez donc faire l'aller-retour dans la journée. Mais, sachez que les places de trains partent vite, très vite, notamment pour les trains Express et qu'il vous est recommandé de les réserver à l'avance.

Aussi, pour le retour, si vous quittez le festival à sa fin, vers les coups de 22H00, vous devriez pouvoir prendre un des derniers trains pour rentrer à Tokyo, si ce n'est un train Seibu Express, vous pourrez avoir l'un des trains Seibu local (le trajet est un peu plus long) qui vous ramènera tranquillement dans la capitale nippone.

En somme, il est possible d'assister à l'événement sans avoir réservé de logement sur place, mais si vous avez la possibilité d'avoir où dormir à Chichibu, privilégiez cette solution pour plus de confort. Surtout qu'en journée vous pourrez profiter des nombreux charmes qu'offre la ville, comme, notamment le célèbre **pèlerinage de Chichibu**.

Une fois sur place, le cœur de la parade commence aux environs de 19H00 dans les environs de la mairie de la ville et du **sanctuaire Chichibu**. Vous aurez l'option d'acheter des places assises en tribune (réservation à l'avance obligatoire) ou bien, comme la grande majorité des spectateurs, de vous installer librement le long du tracé de la parade pour la regarder au plus près l'évènement. Pour cela, je vous recommande de venir le plus tôt possible (aux environs de 14H00 / 15H00 maximum pour avoir de bons spots).

(https://www.gaijinjapan.org/chichibu-yomatsuri/, consulté le 8 juillet 2022)

La blogueuse de The Daydreameuse, quant à elle, consacre un billet complet uniquement aux informations pratiques et aux savoirs nécessaires pour organiser un road trip dans l'Ouest Américain (Annexe 10.17). L'auteure y traite du climat, de la durée, des étapes de l'itinéraire, de la réservation des transports, des formalités administratives à remplir pour se rendre aux États-Unis, du budget, des modalités de déplacement dans les territoires américains, des tarifs et de l'admission dans les parcs nationaux, etc. Pour mettre en valeur ces différents éléments, la blogueuse recourt au paratexte[1], notamment à une police de

[1] Le terme de « paratexte », tel que le suggère Genette en 1987, désigne l'ensemble des éléments situés « à côté » du texte et qui conduit à établir « ce par quoi un texte se fait livre » (Genette, 1987 : 7). Dans le contexte du numérique et en ce qui concerne l'étude présentée dans ce travail, on privilégie la définition proposée par Souchier, qui indique que la notion inclut également les « marques graphiques et typographiques qui instaurent une différence d'énonciation entre auteur, editor et éditeur » et qui sont « constitutives du texte » et pas uniquement localisées « à côté » du texte (Souchier, 1998 : 142). Souchier distingue le rôle d'« éditeur » de celui d' « *editor* » qui se dissocie du premier par sa responsabilité dans l'élaboration de la « genèse d'un texte », qui « l'annote et le présente » tandis que l'éditeur s'incarne dans le marché de la publication francophone avant toute chose par sa fonction commerciale (*Ibid.*). Ici, en l'occurrence, les deux fonctions, éditeur et *editor*, sont assumées par la même personne, la blogueuse.

couleur rose. Par exemple, les noms des saisons sont rosés, comme on peut en faire l'observation ci-après :

Capture d'écran – The Daydreameuse « Comment préparer son road trip aux USA » (Annexe 10.17).

Quand partir pour un road trip dans l'Ouest Américain ?

Nous sommes partis en septembre, à la fin de l'été. Ce qui correspond à « une bonne période » puisque le mercure est peu redescendu du côté de Joshua Tree National Park, de la Valley of Fire et de la Death Valley. Les touristes sont un petit peu moins nombreux, mais encore bien présents ! Néanmoins, l'Ouest Américain se visite toute l'année. Tout dépendra de vos envies (de randonnées, notamment).

En été...

On évitera les grosses randonnées dans la Death Valley, la Valley of Fire ou Joshua Tree National Park sous peine de mourir de déshydratation ou d'une insolation en moins de 5 minutes. Les autres parcs sont souvent bondés. Adieux calme et solitude !

En hiver...

On profite des paysages féériques et des parcs recouverts d'une fine (ou épaisse) couche de neige. Les vacanciers se dorent la pilule à la plage : on peut se balader en toute sérénité et profiter des hébergements à petits prix. Le hic : certaines routes sont fermées à cause de la neige et peu de sentiers de randonnées sont ouverts. A l'inverse, les parcs désertiques comme la Death Valley permettent de faire de belles balades.

L'idéal : la mi-saison !

Comme dans la majorité des destinations, la mi-saison est le meilleur moment de partir. Au printemps, on

(https://www.thedaydreameuse.com/comment-preparer-son-road-trip-aux-usa/, consulté le 8 juillet 2022)

La webmestre de Maman Voyage mobilise des procédés similaires pour pointer la manière d'organiser une visite à Portsmouth ou bien pour détailler une liste de conseils pour maîtriser la conduite anglaise. Dans les deux cas, que cela concerne un thème relevant de la préparation d'un voyage ou bien de l'adaptation culturelle, un intitulé de plus grande taille et de couleur violet surmonte un paragraphe rythmé par trois entrées. Ces trois entrées sont elles-mêmes marquées par des puces et des énoncés en gras « La porte du chauffeur : », « Suivez le flux : », « Attention aux trottoirs ! ».

Capture d'écran Maman Voyage « Conduire en Angleterre » (Annexe 10.23).

Maman Voyage

Plus de 100 voyages avec enfants et un tour du monde

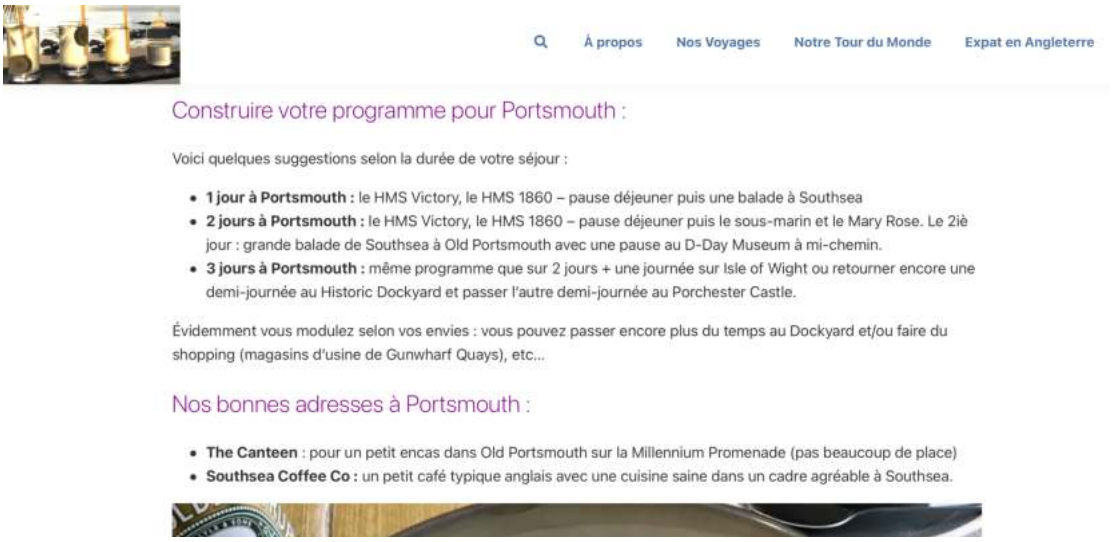
À propos Nos Voyages Notre Tour du Monde Expat en Angleterre

Conduire à gauche : nos conseils

- **La porte du chauffeur :** pour commencer, montez dans la voiture en utilisant la bonne porte ;-)... Et oui, le volant est à droite et vous avez beau le savoir, vous allez souvent ouvrir la portière gauche ! Au moins, ce n'est absolument pas dangereux et cela pourra faire sourire les locaux !
- **Suivez le flux :** la raison principale pour laquelle il n'est pas sorcier de se mettre à la conduite à gauche c'est que tout le monde conduit à gauche et que tout est conçu pour la conduite à gauche : vous ne risquez pas de prendre l'autoroute à l'envers ; vous ne risquez pas de chercher une sortie d'autoroute sur la droite puisqu'il n'y en a pas (elles sont sur la gauche bien sûr), et sur les routes normales, vous suivrez les autres donc il n'y aura pas de doute...Sauf... **si vous êtes seuls sur la route !** Cela pourrait arriver la nuit ou dans un coin reculé. L'important est donc de bien resté concentré quand vous êtes la seule voiture. Dans ce cas, je me dis : «conduis à gauche, conduis à gauche » dans ma tête ;-). Si vous êtes deux, c'est l'idéal car votre conjoint/copilote veillera également à ce que vous soyez du bon côté. Maintenant, d'expérience, je vais vous dire quand **vous allez conduire du mauvais côté : quand vous rentrerez en France !** Je ne blague pas ! C'est ce que raconte pas mal de monde et c'est exactement ce qui est arrivé à mon chéri à deux reprises ! Heureusement, je m'en suis rendue compte rapidement et aussi, on comprend vite quand au loin on aperçoit une voiture qui arrive en face ! En conclusion, j'en ai écrit tout un pavé mais vous verrez : conduire à gauche est naturel dans un pays où tout le monde conduit à gauche.
- **Attention aux trottoirs !** Vous pensez donc que le plus difficile est passé car vous voyez bien vite que penser à conduire à gauche est simple mais ensuite vient un autre soucis : votre placement sur la chaussée. Car si vous louez une voiture anglaise, le volant étant à droite, vous aurez tendance à vous placer trop à gauche sur votre voie

(https://www.mamanvoyage.com/2020/03/conduire-en-angleterre/, consulté le 8 juillet 2022)

Capture d'écran Maman Voyage « Visiter Portsmouth en famille » (Annexe 10.21).



(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 8 juillet 2022)

Pour sa part, Mathilde insère, dans les billets une séparation graphique qui signale l'emplacement dédié aux conseils pratiques. De fait, elle encadre chaque composante de l'organisation du voyage (planification, coût du séjour, anticipation des longues heures du road trip, etc.) de deux traits horizontaux. Ci-dessous, on joint les captures d'écran qui illustrent l'utilisation des lignes de séparation :

Capture d'écran : ligne de séparation horizontale avant la section sur la planification d'un road trip dans l'Oregon (Annexe 10.2).

Ligne de séparation entre deux sections.

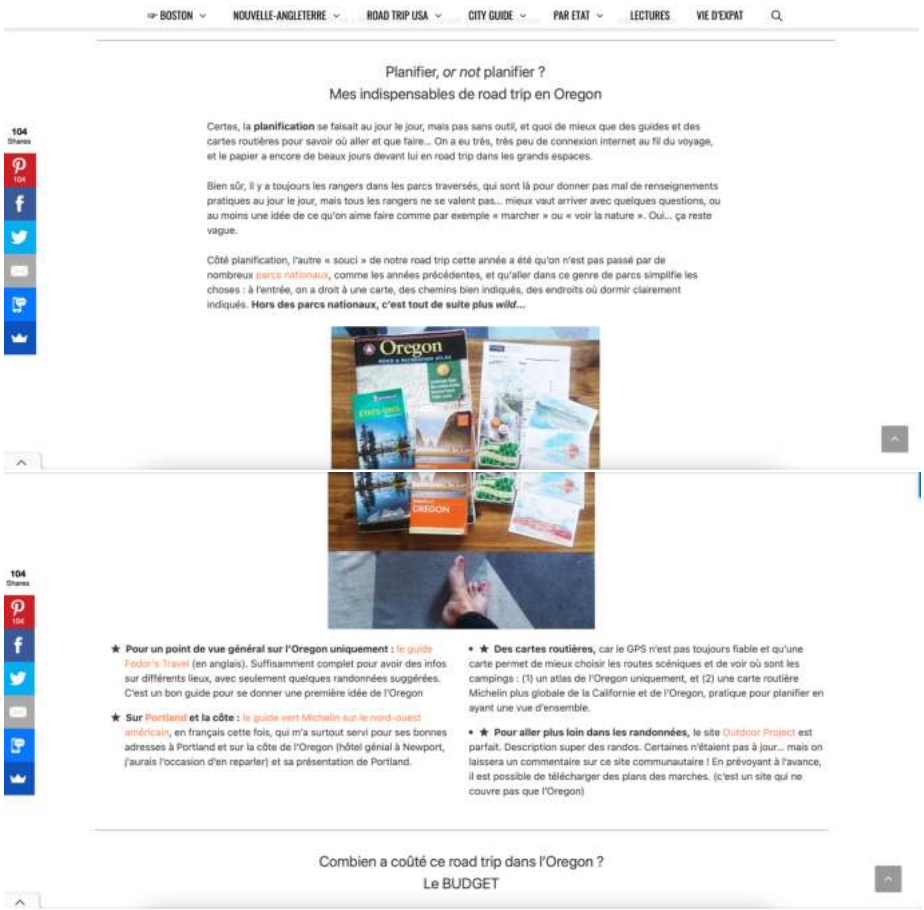
(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 8 juillet 2022)

Capture d'écran : ligne de séparation horizontale après la section (Annexe 10.2).

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 8 juillet 2022)

L'espace dédié indique ainsi au lecteur la présence d'un conseil. Le symbole de l'étoile présent à chaque alinéa, le caractère gras, la couleur et la taille de la police pointent les éléments d'importance quant à la planification du voyage. On peut en faire l'observation dans la capture d'écran suivante :

Capture d'écran et mise en scène de l'encart « Planifier or not planifier ? Mes indispensables de road trip en Oregon » (Annexe 10.2).



(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 8 juillet 2022)

Dans les productions, des fragments plus ou moins longs du texte peuvent, à l'occasion, faire l'objet d'un autre procédé de mise en valeur telle que la surassertion (Maingueneau, 2013 : 201-208). Dans l'extrait de la préparation du road trip présenté *supra*, l'énoncé « Hors des parcs nationaux, c'est tout de suite plus *wild* …» est non seulement marqué par l'ajout typographique du caractère gras mais il est également positionné en fin de paragraphe, ce qui le rend particulièrement visible (*Op. Cit.* : 202). En supposant que le lecteur centre son attention uniquement sur les marques sémiotiques, énonciatives et typographiques de mises en valeur des segments, il lui est possible de comprendre rapidement l'intérêt du texte :

- le substantif « planification » introduit la thématique abordée ;
- l'exposition d'une situation nécessitant des renseignements est pointée dans la formulation de l'énoncé « c'est tout de suite plus *wild* » (le comparatif de supériorité « plus » introduit l'idée selon laquelle en-dehors de la limite des parcs nationaux, l'organisation du road trip est « encore » plus difficile) ;
- enfin les informations émanant de l'expérience de la blogueuse sont regroupées par sous-thèmes selon les attentes supposées des futurs voyageurs.

L'ensemble de ces éléments (mention du thème, description et problématisation d'une situation, partage d'indications à suivre) actualise la valeur illocutoire du conseil. Les signalements typographiques, sémantiques ou énonciatifs ajoutés au sens de l'énoncé qu'ils soulignent agissent à la manière d'un acte directif qui indique dans les productions ce qui est important de mémoriser et ce qui ne l'est pas.

7.2.3.2. Les formules performatives : nommer le conseil

L'acte de conseil apparaît ponctuellement dans des formules performatives où l'acte accompli est en même temps nommé. On retrouve quelques occurrences de la forme dans les productions de chacun des huit blogs. Par exemple, la valeur illocutoire est explicitement affichée lorsque Mathilde spécifie qu'elle « déconseille » de ne pas préparer en amont un voyage :

> Mais tout ça, je ne le savais pas vraiment avant de partir : **j'ai très peu préparé ce voyage** et à vrai dire, je déconseille de préparer aussi peu (Annexe 5.2).

Contrairement à la plupart des énoncés définitoires qu'on a identifiés dans le corpus, la formulation performative de l'acte de conseil ne s'appuie pas sur des procédés d'effacement énonciatif (Maingueneau, 2021 : 109) ou sur l'emploi d'un « on » de généralisation (*Op. Cit.* : 111-113). Par exemple, dans l'exemple cité *supra*, la blogueuse se désigne explicitement par la première personne du singulier. Bien qu'elle ne mentionne pas les locuteurs comme destinataires de l'acte, on peut, néanmoins, déduire du contexte la cible du message. Dans l'extrait ci-dessous, faisant suite à une longue tirade préparant l'apparition d'un conseil, l'auteure de Cups of English Tea assume la responsabilité de son énonciation en utilisant les marques de la première personne du singulier (pronom complément d'objet direct « me », et pronom sujet « je ») et en interpellant les énonciataires par la marque de la deuxième personne du pluriel « vous ». Comme on le remarque, l'acte de langage est, dans cet exemple, accompagné d'un adverbe d'intensité (« fortement ») qui amplifie l'impact de l'avertissement formulé.

> Extrait « B12 – Cups of English Tea – Un an comme professeur de FLE en Hongrie » (Annexe 12.36).
>
> C'est **un abus du FLE** que de payer des diplômés – encore plus s'ils sont expérimentés – 300 euros en les plaçant sur des postes inintéressants sans veiller à leur intégration linguistique et culturelle dans un pays pas si loin mais pourtant très différent. Si vous lisez ceci parce que vous allez vivre en Hongrie ou comptez postuler, vous pouvez me contacter mais sachez que je vous le déconseille fortement.
>
> (https://cupsofenglishtea.com/un-an-professeur-fle-hongrie/, mis à jour le 27 février 2021, consulté le 12 février 2019)

D'une manière identique, Aurélie de The Daydreameuse s'engage dans un énoncé qui encourage les lecteurs du blog à se rendre au centre d'accueil des touristes dans un parc animalier :

> Je vous conseille de passer par le Visitor Center pour obtenir une carte détaillée du parc, la liste des randonnées et de précieux conseils ! (Annexe 5.17)

Plus fréquemment, le pronom indéfini « on », renvoyant précisément aux auteurs du blog, accompagne la réalisation d'actes de conseils qui se présentent sous une forme syntaxique classique du type [on vous (dé)conseille de + verbe à l'infinitif] ou [on vous recommande de + verbe à l'infinitif]. Elisa et Max, les Bestjobers, par exemple, réinvestissent ces structures dans un passage rapportant un séjour à Miami :

Extrait « B7 – A4 – Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller ! » (Annexe 5.30).

On vous déconseille par contre de déjeuner, diner ou même loger sur Ocean Drive, trop touristique et pas le meilleur des plans !
On vous conseille de télécharger l'application Pay by Phone pour régler votre stationnement directement sur votre smartphone.
On vous recommande vivement de faire une visite guidée en français ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français]*** au tout début de séjour pour mieux comprendre la ville et avoir les bons plans d'un expatrié dès le départ.

(https://www.bestjobersblog.com/miami-et-nous-qui-pensions-ne-jamais-y-aller/, consulté le 29 avril 2020)

Dans les productions d'Un Couple en Vadrouille, la formulation du conseil se réalise de manière similaire et les moyens d'identification de l'énonciateur sont identiques, ainsi qu'on peut en faire l'observation dans l'exemple ci-après.

Extrait « B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).

Conseil pour être certain d'y accéder : réserver gratuitement vos places la veille à partir de 9h sur leur site internet. Si vous avez oublié ou autre, je vous conseille d'arriver 30 minutes voir une heure avant afin de pouvoir espérer avoir des places qu'ils distribuent gratuitement devant l'entrée du mémorial.

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-new-york-en-7-jours/, 16 octobre 2019)

Dans ces structures impliquant la réalisation d'actions par l'allocutaire, l'acte directif affiche explicitement sa finalité puisqu'il s'agit de formuler un dire menant à un faire. La formulation d'une recommandation est aisément repérable lorsque le substantif « conseil » (ou un synonyme) est mentionné et qu'il est inséré dans un intitulé à l'image de ces deux exemples :

- « ROAD TRIP SUR PLACE, NOS CONSEILS » (Annexe 5.24) ;
- « Conduire à gauche : nos conseils » (Annexe 5.23).

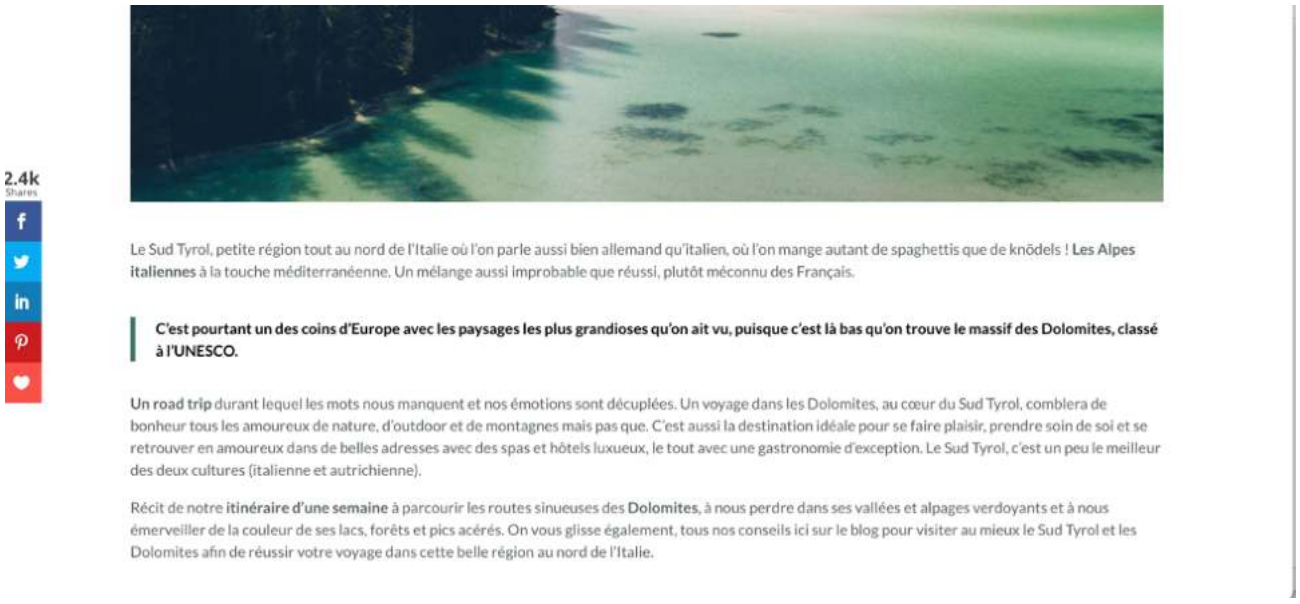
Dans le premier énoncé, la construction en apposition de deux segments nominaux (« road trip sur place » et « nos conseils ») et celle, dans le second, des deux segments articulés par le double point respectent un même mécanisme. En effet, le second énoncé apparaît avoir pour objet le premier : les conseils portent sur l'apprentissage de la conduite à gauche ou sur la préparation d'un road trip. Or, il me semble que l'apposition, dans ce cas, n'est pas déterminative. Elle n'indique pas « un aspect particulier de l'être ou de l'objet désigné par le premier nom » (Mitterand, 1969 : 14). Il s'agit d'une apposition explicative (Bally,

1965 : 58) qui signifie au lecteur « voici nos conseils pour organiser un road trip sur place ». Les éléments de l'énoncé précédent soumis au phénomène de l'ellipse[1] (Bally, 1965 : 159) figurent explicitement dans les extraits annexés ci-dessous :

- « ***Nos Conseils pour visiter SOUTH & MID BEACH*** » (Annexe 5.30) ;
- « ***Nos Conseils pour visiter Little Havana & Downtown*** » (Annexe 5.30) ;
- « Conseil pour être certain d'y accéder : réserver gratuitement vos places la veille à partir de 9h sur leur site internet. » (Annexe 5.28).

Dans les passages cités *supra*, la préposition « pour » s'emploie en association aux verbes à l'infinitif (« pour visiter » ; « pour être certain ») afin de préciser le but (Mitterand, 1969 : 100). La même construction peut apparaître dans des énoncés plus longs et au cœur des paragraphes. Par exemple, dans la capture d'écran et dans l'extrait exposé ci-après, un énoncé soulignant explicitement les finalités poursuivies (partager des conseils et s'assurer du succès du voyage) se profile en dernière phrase de l'introduction :

Capture d'écran « B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).



Extrait de l'introduction « B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

Un road trip […]

[1] L'ellipse est la « sous-entente dans la parole, à une place déterminée du discours, d'un signe figurant dans un contexte précédent ou suivant » (Bally, 1965 : 159). Elle « est un représentant zéro » (*Ibid.*). Dans le cas de l'exemple cité, on a affaire à une ellipse de situation. C'est-à-dire que la compréhension du contexte situationnel suffit à éclairer le sens de la phrase.

> Récit de notre **itinéraire d'une semaine** à parcourir les routes sinueuses des **Dolomites**, à nous perdre dans ses vallées et alpages verdoyants et à nous émerveiller de la couleur de ses lacs, forêts et pics acérés. On vous glisse également, tous nos conseils ici sur le blog pour visiter au mieux le Sud Tyrol et les Dolomites afin de réussir votre voyage dans cette belle région d'Italie.
> [carte].
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 24 septembre 2020)

Parfois, le conseil, présenté sous sa forme performative explicite, est précédé d'un groupe nominal indiquant la valeur illocutoire de l'énoncé qui suit. L'auteure de Nuage Nomade, par exemple, annonce le conseil à venir :

> Une petite recommandation en passant, arrêtez-vous au Seehotel Hubertus si vous en avez l'occasion (Annexe 5.5).

À d'autres moments, l'énoncé qui précède le conseil est mis en valeur par une typographie en majuscules afin d'attirer le regard du lecteur.

> Extrait « Support de documentation B7 – A5 – Usa – Road Trip de 15 jours dans le Grand Ouest Américain » (Annexe 10.26).
>
> BON PLAN: Si vous comptez rester quelques jours à LA et visiter plusieurs attractions clefs, on vous conseille de réserver votre Pass Los Angeles pour avoir accès à + de 30 Attractions (disponible en 1, 2, 3, 4, 5 ou 7 jours // à partir de 78 euros).
>
> (https://www.bestjobersblog.com/usa-road-trip-de-15-jours-dans-le-grand-ouest-americain/, consulté le jeudi 3 octobre 2019)

« Bon plan », en tant que segment figé dont la construction repose sur l'association d'un adjectif axiologique positif et d'un substantif appartenant au registre familier des synonymes du terme « conseil », sert tout autant à qualifier positivement les contenus propositionnels qui suivent le double point qu'à les annoncer et à les signaler. À la teneur sémantique du substantif s'ajoute en effet la mise en valeur typographique de l'énoncé dont le sens pourrait correspondre à celui de la paraphrase suivante : « je vous signale qu'à cet endroit vous pouvez lire des informations qui vous seront utiles pour votre voyage ». L'annonce et l'incitation renforcent la dimension performative de la formule « on vous conseille de » qui se manifeste un peu plus loin dans le passage.

Pour partager une astuce, l'auteure de Maman Voyage utilise un autre synonyme du terme « conseil », à savoir « un tuyau ». Le substantif est positionné, là-encore, en tête de phrase sous la forme d'un énoncé détaché du reste du texte :

> Un tuyau : j'ai cessé d'être trop près du bord quand je me suis concentrée sur ma position par rapport à la ligne qui sépare les deux voies (Annexe 5.23).

Le segment « un tuyau », comme celui de « bon plan », invite le lecteur à prendre connaissance de la suite de l'énoncé. Il signale la présence d'un conseil bien que celui-ci ne soit pas formulé nommément. De fait, l'énoncé assertif « j'ai cessé d'être trop près du bord quand […] » introduit l'idée selon laquelle le lecteur pourrait être intéressé par la manière dont la blogueuse a surmonté un obstacle inhérent à l'apprentissage de la conduite à gauche : celui de ne cesser d'être trop prêt du trottoir. L'intervention du conseil se matérialise alors au cœur du contenu propositionnel de l'énoncé qui témoigne de la solution apportée par la blogueuse.

7.2.3.3. Du conseil à l'injonction

La réalisation d'un acte de conseil dans le blog voyage n'emprunte pas toujours la voie performative. Le conseil s'exprime effectivement sous bien des formes dans les productions des blogueurs. Dans les pages à venir, on décrit les moyens linguistiques et énonciatifs par lesquels les locuteurs formulent des suggestions et des mises en garde dans les billets du corpus.

De quelques modalités intersubjectives : « Il faut savoir que…Mieux vaut … À savoir »

Dans la situation communicative du blog voyage, la locution verbale « il faut que » est un marqueur signalant une modalité déontique[1] (Le Querler, 1996 : 41). Ainsi, pour exprimer une recommandation de l'auteur du blog sur le contenu propositionnel d'un énoncé, on a relevé les formes « il faut + verbe à l'infinitif », « il faut savoir que » ou « il faut en tenir compte » comme on peut en faire le constat dans les trois extraits *infra* :

[1] Selon les définitions proposées par Le Querler, « les modalités déontiques définissent ce qui doit être, conformément à une règle sociale, morale, etc. Des énoncés comme "Pierre doit venir. Il faut que Pierre vienne" par exemple sont des énoncés où la modalité est une modalité déontique » (Le Querler, 1996 : 41).

- « Il y a des parkings a coté du Visitor center mais les places sont très limitées et il faut arriver très tôt dans le parc pour être sûr d'en avoir une. » (Annexe 5.26) ;
- « Il faut savoir que le mardi à partir de 17h c'est gratuit mais il y a un nombre limité de places. » (Annexe 5.28) ;
- « **Il y a beaucoup de coins qui n'ont pas d'autoroutes.** Ainsi, à partir de chez nous, si nous souhaitons conduire vers l'ouest, vers le Dorset, le Devon, les Cornouailles, cela prend du temps… Moi j'aime bien car j'aime conduire tranquillement et profiter du paysage mais il faut en tenir compte pour planifier son itinéraire. » (Annexe 5.23).

Ces formes prescriptives ne sont pas rares dans le corpus. On a noté également un emploi fréquent de la locution verbale « mieux vaut » qui signale, elle aussi, la présence d'un conseil :

- « **Se déplacer aux USA** A moins que vous ne soyez fan de trottinette ou que vous rêviez de faire l'Ouest Américain en VTT, mieux vaut être véhiculé ! » (Annexe 5.17) ;
- « Bien sûr, il y a toujours les rangers dans les parcs traversés, qui sont là pour donner pas mal de renseignements pratiques au jour le jour, mais tous les rangers ne se valent pas. mieux vaut arriver avec quelques questions, ou au moins une idée de ce qu'on aime faire comme par exemple "marcher" ou "voir la nature". Oui… ça reste vague » (Annexe 3.2) ;
- « Mieux vaut alors prendre un taxi » (Annexe 5.30).

Dans un ton adouci et dans une tournure où l'énonciateur s'efface, la forme du conseil matérialisée de cette manière dans les énoncés tend à guider les agissements du lecteur en le faisant bénéficier du résultat des expériences du blogueur.

Par ailleurs, on a identifié des énoncés porteurs de visées pragmatiques identiques qui s'actualisent par la mobilisation de marqueurs différents. La modalité de l'ordre (Le Querler, 1996 : 65) s'inscrit ainsi dans le corpus par le biais de divers marqueurs. Le locuteur se manifeste alors tantôt dans des énoncés introduits par le segment « à savoir » (1), tantôt dans les marques de l'impératif qui ponctuent les billets des blogueurs (« Sachez que ») (3), ou encore dans des emplois de verbes au futur adoptant alors une valeur injonctive (« on évitera ») (2) à l'image de ces trois exemples :

Extrait « B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA » (Annexe 5.17).

(1) A savoir :
- La location de voiture est interdite aux moins de 21 ans aux USA et les conducteurs de moins de 25 ans paient une taxe « jeune conducteur ».
- Vous aurez besoin d'un permis international et de votre permis français pour louer et rouler aux USA.
- Pour ne pas exploser votre budget « location de voiture », optez pour une carte Gold ou Premier qui permettent une assurance voiture pour 90 jours.
- Les routes sont gratuites aux USA.

(2) **En été…**On évitera *les* grosses randonnées dans la Death Valley, la Valley of Fire ou Joshua Tree National Park sous peine de mourir de déshydratation ou d'une insolation en moins de 5 minutes.

(https://www.thedaydreameuse.com/comment-preparer-son-road-trip-aux-usa/, 18 février 2020).

Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

(3) **Au niveau des activités** si vous n'avez pas de voitures pour vous rendre sur les départs des marches, que vous souhaitez un transfert ou alors être accompagné dans un groupe, faire une via ferrata avec un guide, sachez qu'il est possible de pré-réserver des packages, voici un aperçu d'activités à faire aux Dolomites.[hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités touristiques – getyourguide].

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 19 octobre 2019)

Comme on le note et ainsi que le signale Le Querler, la modalité de l'ordre peut en effet être marquée par l'impératif, certes, mais surtout par la « force persuasive d'un énoncé » (Le Querler, 1996 : 65). Cette force ne dépend pas des spécificités du contexte langagier mais du rapport qu'entretiennent les partenaires de l'échange (*Ibid.*). Ainsi, compte tenu du peu d'emprise que les blogueurs ont sur leurs lecteurs, les segments « à savoir », « sachez que », « on évitera » sont moins les marques d'une injonction que là encore d'une suggestion.

La mise en garde : « Attention ! »

Les appels à la prudence font également partie des énoncés empruntant les formes de l'injonction. Bien qu'il ne soit pas envisageable que le locuteur verbalise une menace, les segments du type « Mise en garde » ou « Attention aux trottoirs ! » ou encore « Faites attention à vous » enjoignent les allocutaires à considérer, pour leur propre bénéfice, les contenus propositionnels qui les suivent :

Extrait « B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » (Annexe 5.2).

Mise en garde : en déroulant le contenu étape par étape, l'impression que ce voyage coule de source peut se produire : sachez que ce n'est qu'une illusion. Il y a eu beaucoup d'hésitations, jour après jour, sur le **circuit**, ce qui était possible de faire, si on avait du temps, l'envie de rouler plus ou alors de s'arrêter, de marcher, etc. avec toujours l'équilibre délicat entre profiter d'un lieu / voir plus de choses.

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)
Extrait « B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – Conduire en Angleterre » (Annexe 5.23).

Attention aux trottoirs ! Vous pensez donc que le plus difficile est passé car vous voyez bien vite que penser à conduire à gauche est simple mais ensuite vient un autre soucis : votre placement sur la chaussée.

(https://www.mamanvoyage.com/2020/03/conduire-en-angleterre/, 27 avril 2020)

Extrait « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain » (Annexe 5.17).

Par contre faites attention à vous, il n'y avait pas encore de barrière quand nous y sommes allés (ils sont en train d'en installer car il y a beaucoup d'accidents mais ils étaient même pas à un quart du site) et c'est très dangereux de s'approcher.

(http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

Dans l'extrait mentionné *supra*, étant donné l'emploi de l'impératif, on pourrait dire que littéralement, il s'agit de l'expression d'un acte de requête[1] (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 84). Or, le contenu propositionnel qui suit le segment « faites attention à vous » indique à l'allocutaire que l'instruction formulée n'en est pas véritablement une. En effet, le locuteur n'exprime pas à proprement dire un acte illocutoire directif mais il transmet, à titre préventif, une mise en garde. Le même procédé de déduction permet de saisir que les énoncés directifs suivants n'interdisent pas réellement un comportement :

- « Attention, ne jamais vous garer sur une place avec des lignes jaunes […] C'est la fourrière assurée !! » (Annexe 5.30) ;
- « Attention à ne pas aller vers les **Guesthouse les moins chèress** » (Annexe 5.16).

Dans ce contexte, les énoncés succédant aux injonctions sont dotés d'une valeur illocutoire de conseil. Par exemple, dans l'extrait suivant, l'auteure de The Daydreameuse utilise une locution introduisant la conséquence « sous peine de » pour prévenir le public des risques encourus face au non-respect de la limite de visas.

Extrait « B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA » (Annexe 5.17).

Cette exemption de visa permet de rester 90 jours sur le sol américain. Mais pas un jour de plus, sous peine d'avoir quelques soucis pour y revenir ! Les Canadiens peuvent rester 6 mois et n'ont besoin que de leur passeport (ou de leur permis de conduire), les veinards !

(https://www.thedaydreameuse.com/comment-preparer-son-road-trip-aux-usa/, 18 février 2020)

[1] En s'appuyant sur les travaux de Kerbrat-Orecchioni, on définit la requête comme un acte directif de demande d'un faire (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 84) où l'ordre n'apparaît qu'en tant que type particulier de la requête. On parle de requête « chaque fois qu'un locuteur produit un énoncé pour demander à son interlocuteur d'accomplir un acte quelconque (à caractère non langagier) » (*Op. Cit*. : 98).

La visée informative et la visée didactique se recoupent au sein des mêmes énoncés. Ce sont donc le contenu propositionnel des segments et les paramètres du contexte de la situation de communication du blog qui permettent d'interpréter correctement les intentions du locuteur.

Cibler les recommandations

En de nombreuses occasions, on remarque que les recommandations sont formulées en fonction des situations particulières de chaque visiteur. Celles-ci se présentent sous la forme d'énoncés introduits par la conjonction « si » (Riegel, 1996 : 474) à l'image des trois situations hypothétiques exposées ci-après :

Extrait « B4 – A3 – Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté » (Annexe 5.15).

- « Tout d'abord, si vous vous y prenez suffisamment à l'avance, vous pouvez **réserver un logement sur place pour les 2 et 3 décembre** [hyperlien vers une plateforme de réservation – Booking] et ainsi profiter tranquillement et pleinement du festival sans avoir à vous inquiéter de devoir rentrer tard à Tokyo. » ;

- « Si vous n'avez pas réussi à louer un logement car ils sont déjà tous réservés, sachez que **Chichibu se trouve à 90 minutes, en train Seibu, depuis la gare d'Ikebukuro à Tokyo**. Vous pourrez donc faire l'aller-retour dans la journée. Mais, sachez que les places de trains partent vite, très vite, notamment pour les trains Express et qu'il vous est recommandé de les réserver à l'avance. » ;

- « En somme, il est possible d'assister à l'événement sans avoir réservé de logement sur place, mais si vous avez la possibilité d'avoir où dormir à Chichibu [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking], privilégiez cette solution pour plus de confort.

(https://www.gaijinjapan.org/chichibu-yomatsuri/, 12 janvier 2020)

Les énoncés relevés mettent en valeur les constructions suivantes « si vous … vous pouvez / pourrez » et « si vous + impératif » comme suit :

(1) « Si vous vous y prenez suffisamment à l'avance, vous pouvez **réserver un logement sur place pour les 2 et 3 décembre** […] » ;
(2) « Si vous n'avez pas réussi à louer un logement […] Vous pourrez donc faire l'aller-retour dans la journée » ;
(3) « Si vous avez la possibilité d'avoir où dormir à Chichibu [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking], privilégiez cette solution pour plus de confort ».

Dans Le Blog de Mathilde, l'auteure oriente également ses conseils selon les intérêts spécifiques d'une partie de son public en utilisant d'autres types de marqueurs comme on peut en faire le constat dans l'extrait suivant :

> Extrait « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> - « **Sur Portland et la côte :** le guide vert Michelin sur le nord-ouest américain [hyperlien vers le site commercial Amazon], en français cette fois, […] » ;
> - « **Pour aller plus loin dans les randonnées,** le site […] est parfait. […] ».
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019).

Dans le cas des deux exemples cités précédemment, il serait possible de paraphraser comme suit les énoncés suivant les deux-points ou la préposition « pour » : « si vous désirez aller plus loin sur le thème de Portland et la côte / des randonnées, alors, vous pouvez vous diriger vers / vous pouvez consulter / dirigez-vous etc. ». L'approfondissement d'un domaine est suggéré mais non imposé. Dans ces configurations, les locuteurs adoptent par conséquent la posture d'un être de savoir disposant de connaissances exhaustives. Selon les nécessités anticipées des *followers*, le blogueur oriente et informe.

Comme on le comprend aisément à partir de ces nombreux extraits, la valeur illocutoire icône des routines discursives des écrits de la communication touristique est abondamment réinvestie dans les productions du blog voyage. L'acte de langage emprunte tantôt les voies du performatif tantôt celles des formes indirectes. Quelle que soit la manière donc celle-ci se manifeste dans les productions, la valeur illocutoire du conseil est présente dans les intentions des blogueurs.

7.2.3.4. De l'utilité de la scénographie dialogale

L'image discursive d'une personne orientant et conseillant le futur voyageur se construit également moyennant une scénographie dialogale qui rythme la lecture des billets et dont on décrit les spécificités dans cette section.

Pour introduire une thématique interculturelle, pour formuler un conseil, pour présenter une partie de l'organisation d'un voyage ou pour annoncer une information géographique etc. les auteurs ont recours à des structures interrogatives. Par exemple, les deux blogueurs des Bestjobers empruntent les formes d'une modalité d'énonciation[1] interrogative pour introduire une recommandation de guides imprimés à lire, comme on peut en faire le constat dans l'extrait suivant :

> Extrait « B7 – A4 – Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller ! » (Annexe 5.30).
>
> **QUEL GUIDE POUR ORGANISER SON VOYAGE A MIAMI?** On vous conseille de glisser le petit guide de poche Miami l'Essentiel [hyperlien vers la plateforme d'achats Amazon] (Editions Nomades) pour retrouver tous les bons plans et bonnes adresse d'une expatriée à Miami, Stéphanie Smadja, une fille super chouette qu'on a eu la chance de rencontrer durant notre aventure en Floride.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/miami-et-nous-qui-pensions-ne-jamais-y-aller/, 11 mai 2020)

L'auteure de Le Blog de Mathilde annonce le coût d'un voyage en simulant, à l'identique des auteurs du blog Bestjobers, les interrogations de l'auditoire (1) et utilise un dispositif similaire pour indiquer des astuces à réaliser pour meubler le temps long voyage (2) :

> (1) « Combien a coûté ce road trip dans l'Oregon ? » (Annexe 3.2) ;
> (2) « On fait quoi pendant 80 heures de voiture ? » (Annexe 3.2).

Ainsi, le déictique « ce » dans le premier énoncé cité et l'inclusion de la blogueuse et des futurs voyageurs de l'auditoire dans la désignation du pronom indéfini « on », dans le second exemple, permet aux lecteurs du blog de se projeter dans l'organisation du voyage. De la même manière, la blogueuse mobilise, en d'autres occasions, l'adverbe « où » dans une structure interrogative du type [où + verbe d'action à l'infinitif] :

[1] Pour Le Querler les modalités d'énonciation, aussi « appelées *modalités de la phrase* ou encore *modalités fondamentales*, correspondent aux types de phrase (déclaratif, interrogatif, etc.) » (Le Querler, 1996 : 57).

Extraits « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).

- « **Où dormir ?** Il faisait trop froid pour le camping (5°C la nuit), on a pris la dernière chambre dans l'une des cabanes. La chambre n'avait aucun intérêt en soi, mais elle avait l'avantage d'être située à l'intérieur du parc : pratique pour être prêt tôt le lendemain matin. » ;

- « **Où dormir ?** On a fait du camping sauvage et le premier (et seul) bivouac des vacances, au Camp 44, le long du sentier dit des Grands Arbres. On s'est enregistré le matin même auprès du ranger, c'était gratuit, et en pleine nature, ça c'est un grand OUI. » ;

- (36) **« Où dormir :** On est allé dans un **super hôtel** dont chacune des chambres est décorée sur le thème d'un **auteur, c'est ça mon deuxième coup de cœur livres** des vacances ! ».

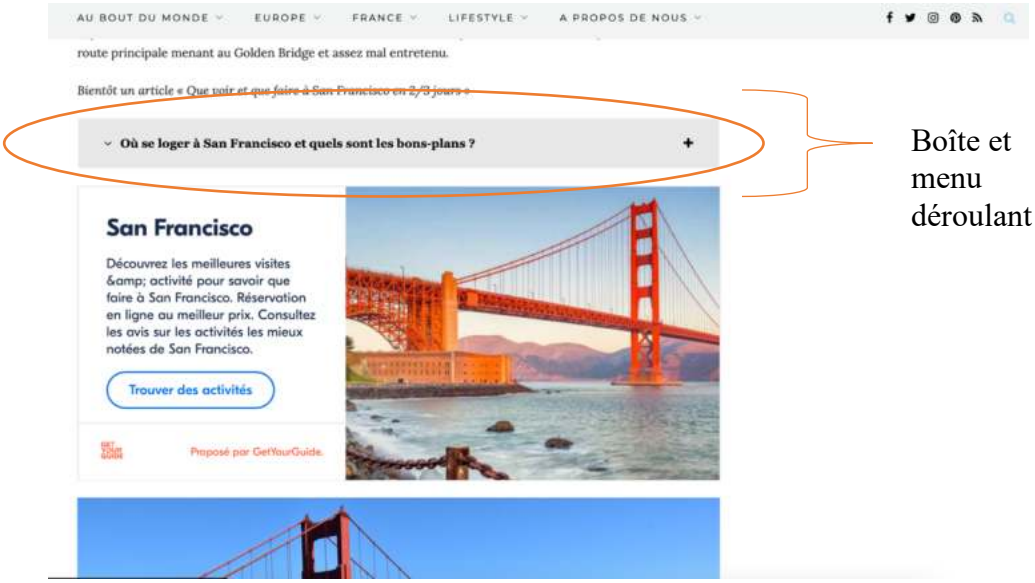
(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019)

Comme on peut l'observer, la marque du point d'interrogation n'apparaît pas systématiquement dans les formulations. Parfois, seule la reprise de la construction syntaxique [où + verbe d'action à l'infinitif] ou d'une structure du type [morphème interrogatif + verbe d'action à l'infinitif] est suffisante pour signaler la présence d'une question dont la réponse est formulée dans l'énoncé lui succédant. Les auteurs d'Un Couple en Vadrouille mobilisent ainsi fréquemment ce type de phrase : « Que voir et que faire dans l'Ouest Américain en 2 semaines ? », « *Bientôt un article* "Que voir et que faire à San Francisco en 2/3 jours" » (Annexe 5.26). Dans les productions de The Daydreameuse, on note une même utilisation des marqueurs usuels de la question (Kerbrat-Orecchioni, 2016 : 88). En effet, l'intitulé « Comment préparer son road trip aux USA », par exemple, ne fait pas apparaître le marqueur prosodique du point d'interrogation. Il s'agit d'une proposition interrogative indirecte dans laquelle une construction syntaxique emploie un adverbe interrogatif de manière (« comment ») et est suivie d'un verbe à l'infinitif. L'ensemble présage d'une suite d'instructions à venir. Sémantiquement, « comment » évoque aussi les moyens, les possibilités à disposition du futur voyageur pour se déplacer.

Dans une scénographie similaire, l'auteure de Maman Voyage souligne les options du Ferry, de l'Eurotunnel ou de l'avion pour se rendre à Portsmouth depuis la France (Annexe 5.21). Parfois, les auteurs regroupent leurs conseils au sein d'une « boîte » dotée d'un menu déroulant dont l'intitulé « *Où se loger à San Francisco et quels sont*

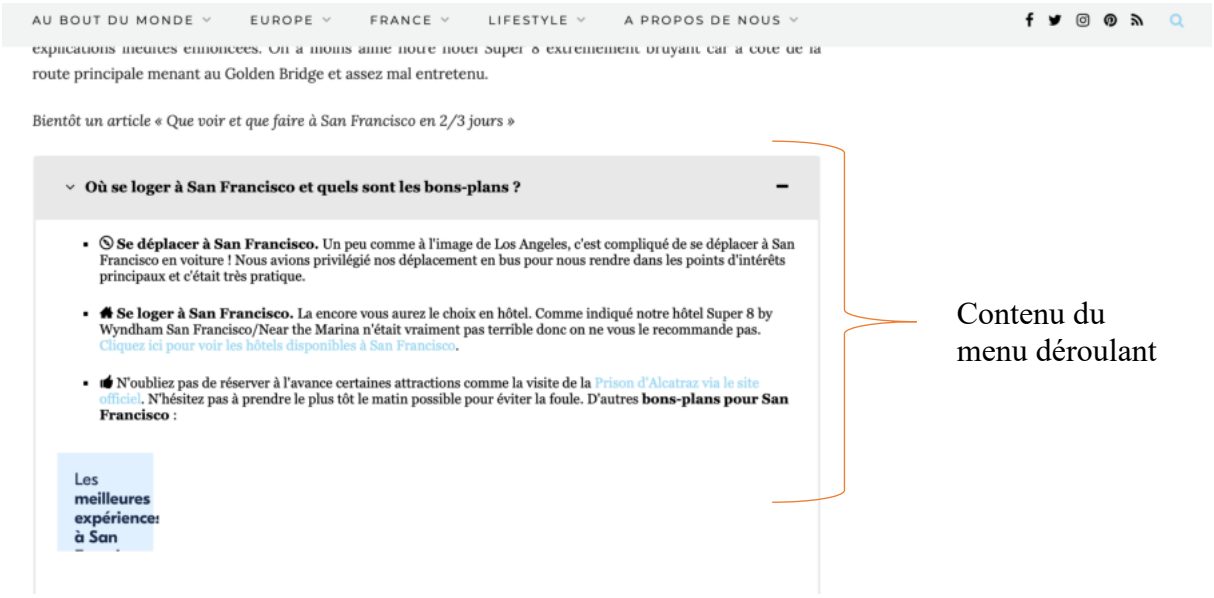
les bons plans ? [menu déroulant] » (Annexe 5.26) reprend les marqueurs syntaxiques et typographiques de l'interrogation :

Capture d'écran 1 « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain ».



(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, consulté le 19 mars 2022)

Capture d'écran 2 « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain ».



(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, consulté le 19 mars 2022)

En d'autres occasions, la construction [verbe à l'infinitif + préposition de lieu + toponyme] se substitue à l'usage de la boîte interactive, à l'instar de l'exemple suivant :

> Extrait « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain » (Annexe 5.26).
>
> **Se loger à San Francisco.** La encore vous aurez le choix en hôtel. Comme indiqué notre hôtel Super 8 by Wyndham San Francisco/Near the Marina n'était vraiment pas terrible donc on ne vous le recommande pas. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à San Francisco. [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].
>
> (http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

Dans ce type de passages, il n'y a pas de marqueurs interrogatifs. L'absence de ces marques n'obstrue en aucune façon la transmission du message puisque l'emploi de l'infinitif pointe la visée didactique du segment.

Conforter une posture discursive de sachant

Au moyen de formes manifestant un dialogisme fortement interlocutif acté par des tournures interrogatives, les auteurs annoncent l'objet de discours qu'ils s'apprêtent à évoquer tout en valorisant leur savoir. De fait, le procédé souligne un besoin d'information, dont on ne sait s'il est réel ou non. Le blogueur présuppose ainsi que le lecteur se situe dans une situation de demande de renseignements et se positionne comme ayant la capacité d'y répondre. Par exemple, dans le titre humoristique suivant « Planifier, *or not* planifier ? Mes indispensables de road trip en Oregon » (Annexe 3.2) – outre que l'on note que la reprise d'une référence au monologue du prince Hamlet dans l'œuvre de Shakespeare, « to be or not to be », sert tout autant la visée introspective de l'énoncé qu'elle établit un lien de connivence avec le lecteur – on observe que la première partie de l'énoncé mobilise une structure interrogative pour questionner l'importance de la préparation d'un voyage. L'infinitif du verbe « planifier » et ses caractéristiques sémantiques précisent alors le contenu propositionnel. La deuxième partie de l'énoncé apporte, quant à elle, la réponse à la question prétendument formulée par les lecteurs du blog. La locutrice fournit, ainsi, au moyen du substantif « indispensable », une réponse positive à l'interrogation sous-jacente à la première partie de l'intitulé. Le sens du titre pourrait être, par conséquent, paraphrasé par la séquence suivante : « est-il nécessaire de planifier un road trip en Oregon ? – Oui, cela

l'est ». Par ailleurs et vraisemblablement, l'adjectif possessif « mes », apparaissant dans le second segment de l'intitulé, pointe la blogueuse comme la détentrice de ces fameux « indispensables » à connaître ou à réaliser avant de partir. L'assertion remplie, dans cette configuration, une fonction d'annonce qui prépare le lecteur à recevoir des renseignements importants pour la réussite de son voyage.

À l'égal des guides imprimés[1], la scénographie dialogale s'actualise fréquemment dans le corpus. Très prolifique, elle est un outil d'une grande utilité pour les auteurs de blogs voyage. D'une part, elle dynamise une lecture fondamentalement basée sur le format du monologue en lui donnant les habits de l'interlocutif. D'autre part, le mécanisme sert les intérêts des blogueurs en termes de stratégies de captation. D'autres buts sont également poursuivis lors de l'emploi d'un tel procédé. On a, par exemple, mentionné que les marqueurs classiques de la question remplissent une fonction d'annonce. Ils pointent en effet le contenu thématique et la visée poursuivie par les énoncés qui suivent son occurrence. Les lecteurs et les blogueurs n'ont aucun doute sur l'interprétation à faire de ces unités syntaxiques. Enfin, l'utilisation d'une question dont la réponse est connue du locuteur installe celui-ci dans une posture de « sachant ».

7.2.4. « Suivez-moi ! » et autres invitations : les tournures oralisées des visites guidées

Dans les productions, le blogueur ne s'approprie pas uniquement les routines linguistiques du guide imprimé. Nombreux sont les énoncés qui incitent les internautes « à suivre » le locuteur à la manière d'un groupe de touristes cheminant dans un circuit organisé. Ainsi, dans Le Blog de Mathilde, l'auteure orchestre des effets d'annonce (1) ; elle invite son auditoire à embarquer à bord de son récit par le biais de phrases exclamatives (2) et elle réinvestit des expressions familières marquant le point de départ d'une aventure (3).

[1] En effet, on observe que les tournures prescriptives identifiées dans le corpus rappellent les routines langagières des guides imprimés. Seoanne rapporte sur ce point, qu'il s'agisse du *Guide du Routard* (Cambodge ou Bretagne) ou bien de celui du *Guide Gallimard*-Cambodge, que les intitulés des différentes rubriques présentent des formes similaires (telles que « *comment y aller ?* », « *où dormir* ? », « *où dormir dans les environs ?* », « *où dormir dans le coin* », « *où manger ?* », « *où boire un verre, où écouter de la musique ?* », « *où déguster une glace ?* », « *où acheter de bons produits* », « *où acheter des douceurs* ? ») (Seoanne, 2013 : 109-110). Les intitulés sont également introduits par des tournures « assertives, à dimension prescriptive » (telles que « *À voir* », « *À faire* », « *adresses utiles* », « *adresses et informations utiles* ») (*Ibid*.). On peut supposer que blogueurs et lecteurs sont familiers de ces tournures.

- (1) « Au programme également : […] » (Annexe 3.2.) ;
- (2) « Let's the road trip begin ! » (Annexe 3.2) ;
- (3) « C'est parti pour une heure de ferry » (Annexe 3.3).

Les blogueurs d'Un Couple en Vadrouille haranguent aussi les lecteurs d'un ton enthousiaste et familier comme on peut en faire le constat dans les deux exemples suivants :

- « C'est parti les vadrouilleurs ! » (Annexe 5.26) ;
- « Allez on y va ! » (Annexe 5.26).

Pour Jordy Meow de Japon Secret l'invitation formulée par le biais d'un impératif fonctionne également pour une escapade dans les sites Urbex les plus confidentiels :

> Suivez-moi pour un petit voyage haikyoesque à travers le monde tout en restant au Japon (Annexe 5.12).

La valeur illocutoire de l'ordre formel est feinte dans les deux derniers extraits. Le cotexte et le contexte précisent que les énoncés formulent une invitation plutôt qu'une sommation. De fait, si l'on considère les conditions nécessaires pour qu'une situation injonctive puisse s'actualiser, on note qu'elles ne s'accomplissent que partiellement dans ce cadre. En effet, si le blogueur pose dans l'énoncé qu'une action est à réaliser (poursuivre la lecture du billet dans ce cas), il n'en demeure pas moins que l'auteur ne dispose d'aucun moyen pour imposer la concrétisation de l'action requise.

Les situations énonciatives où un auteur revêtit les habits linguistiques du guide touristique s'observent également dans des constructions syntaxiques où un « vous » collectif est mené par un « je » ou par un tiers :

- « Pour clore mon chapitre sur mon **week-end estival à Bruxelles**, je vous emmène dans les charmantes rues de la capitale Belge » (Annexe 5.18) ;
- « Aujourd'hui, je vous emmène découvrir une petite ville classée au patrimoine mondial de l'UNESCO située en République Tchèque, dans la très jolie région de la Bohème-du-Sud. » (Annexe 5.6) ;
- « Je vous avais déjà emmené voir les Dunes de Tottori sous la neige, prenons maintenant le téléphérique, à la rencontre des monstres de neige de Zao ! [photo] » (Annexe 5.9) ;
- « Allez op Un couple en Vadrouille vous y embarque en images et en impressions [icône cœur] » (Annexe 5.27).

Dans ces extraits, la construction [Marque de la personne / Vous / verbe d'action] met en valeur la relation entre l'énonciateur, désigné par la première personne du singulier ou par le nom du blog, et son lectorat incarné par la seconde personne du pluriel. Le blogueur et le nom du blog

sont positionnés syntaxiquement en tant qu'agents du procès. Ceux-ci pointent donc un faire qui entraîne et accompagne le lecteur dans une découverte puisque le sème du verbe « guider » s'actualise dans les synonymes « emmener » et « embarquer ». L'internaute occupe la place du patient. Il est emmené, il a été emmené, ou bien il est embarqué par une entité. L'allocutaire est interpellé tant dans son rôle individuel que dans son appartenance à un groupe pluriel d'individus usagers du blog. Les énoncés, par leur structure, convoquent ainsi l'image du guide touristique qui invite le lecteur à le suivre (fictivement dans le voyage et réellement dans la lecture du billet). La figure discursive de l'accompagnateur s'incarne aussi dans l'emploi des déictiques temporels, comme « aujourd'hui » et « maintenant » qui apparaissent dans les énoncés cités *supra*. L'absence d'adresse explicite à l'auditoire dans les premiers exemples (tels que « on y va », « c'est parti » etc.) ou leur désignation par un terme englobant tout autant l'individu que le collectif auquel il appartient (« vous ») permet au public de se projeter aisément dans la fiction créée par le blogueur. L'incarnation de la voix du guide se glisse dans de multiples endroits du blog. Elle se déploie également dans l'exploration d'un autre rôle, celui de médiateur culturel.

7.2.5. Les explications culturelles, le guide est un médiateur

Comme mentionné en amont[1], les blogueurs proposent de partager leurs découvertes interculturelles avec leur public. Dans cette section, on détaille les moyens linguistiques, typographiques et techniques que les auteurs mobilisent pour mettre en valeur leurs connaissances et se positionner en tant que guide culturel.

7.2.5.1. L'interculturel comme objet de discours

Le thème de l'interculturel surgit parfois bien en amont du séjour à l'étranger à l'image de Mathilde dont le premier billet du blog aborde les dissonances qui émergent entre « ceux » qui restent et « ceux » qui partent (Annexe 3.1). En effet, dès l'intitulé « les questions qui fâchent quand on s'expatrie », on observe que sont désignés, sans être cités, les individus interrogeant les voyageurs en partance pour un long séjour à l'étranger. La

[1] On a évoqué le thème de l'interculturel comme objet de discours récurrent des auteurs de blogs voyage en section « 7.2.1.3. Les médiations culturelles ».

désignation des tiers est alors portée par le syntagme « les questions ». La marque de la troisième personne « on », mentionnée dans la proposition subordonnée circonstancielle de temps, inclut, en ce cas, aussi bien l'auteure et son compagnon que tout expatrié passé, actuel ou en devenir. L'absence de marques de la première personne permet, dans ce contexte, de viser un public aussi large que possible. On note que l'article, datant de 2011, est d'ailleurs réédité en 2018. L'actualisation du contenu du billet pointe son caractère intemporel.

Les marques des personnes, apparaissant dans les questions citées *infra*, pointent une opposition entre deux individus : l'un désigné par « tu » et l'autre simulant le partenaire de l'échange :

> Extrait « B1 – A1 – Section [Vie ma vie d'expatriée] – Awkard questions // Les questions qui fâchent quand on s'expatrie » (Annexe 5.1).
>
> Ca y est ! C'est décidé, on part aux Etats-Unis. Mais alors qu'on s'attendait à un peu de soutien et d'encouragements de la part de la famille et des amis, on doit faire face à de bien étranges questions…
>
> Tu démissionnes, et la retraite tu y penses ?
> Tu vas faire quoi là-bas ? Femme au foyer ?
> Boston ? C'est une ville très européenne, tu ne seras pas dépaysée… à quoi bon partir ?!
> Boston ? Tu sais qu'il fait très très froid là-bas ?
> Tu sais que ça coûte très cher de se faire soigner ?
> Tu ne comptes pas avoir d'enfant là-bas tout de même ?
> Mais tu vas manger que des hamburgers ?
>
> (https://www.maathiildee.com/awkward-questions1/, consulté le 2 septembre 2019)

Dans cet extrait, la blogueuse rapporte les inquiétudes de ses proches par le biais d'un discours direct marqué[1]. Les amorces « tu sais que », « tu y penses », « tu ne comptes pas », « mais … » etc. mettent en scène une énonciation qui s'est déroulée dans une autre situation énonciative. Le contenu des propositions interrogatives dessine l'image d'un « tu » n'ayant

[1] Bien qu'il n'y ait pas de guillemets, les énoncés relèvent d'une forme de discours direct marqué puisque la locutrice signale qu'il y a bien eu acte de parole et que la frontière avec le discours cité est nettement indiquée (Maingueneau, 2021 : 133) notamment par le groupe introducteur « on doit faire face à de bien étranges questions… ». Le discours direct est un « procédé qui [en effet] établit une frontière nette entre l'énonciation du locuteur qui cite les propos et celle du locuteur cité » (*Op. Cit*. : 117) et est une des formes du discours rapporté défini, par von Münchow, comme une « opération métadiscursive de représentation d'un acte d'énonciation par un autre acte d'énonciation » (Münchow, 2004 : §3).

pas mesuré les conséquences d'une expatriation. Les emplois de structures négatives (« tu ne comptes pas », « tu ne seras pas dépaysée »), la marque de la deuxième personne du singulier et l'utilisation de la conjonction adversative « mais » dressent une barrière invisible entre la posture des tiers, dont le discours est rapporté, et la posture de la locutrice. Le format de la liste accentue le poids des reproches. Des stéréotypes culturels liés à la nourriture du pays cible ou à une représentation sociale féminine traditionnelle, par exemple, sont évoqués et positionnés au centre des objets thématiques. La mise en scène des préoccupations de l'entourage prépare le lecteur aux possibles dissensions qui peuvent surgir sur le chemin de l'expatriation.

En d'autres occasions, c'est une pratique socio-culturelle qui est l'objet d'un développement spécifique où l'on s'amuse, par exemple, de la découverte des activités de « *cleaning* » et « *flossing* » aux États-Unis. Le contraste entre les pratiques est alors souligné au prix d'un constant aller-retour entre les habitudes du pays d'origine et celles du pays hôte. Ainsi, dans un billet sur l'apprentissage de la conduite en Angleterre (Annexe 5.23), les désignations toponymiques et les moyens langagiers de l'opération de comparaison se succèdent pour pointer le pays, le groupe des « Anglais » ou celui des « Français ». Voici, un extrait du relevé des formes désignant le pays hôte dans le *post* :

> Extrait « B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – Conduire en Angleterre » (Annexe 5.23).
>
> - « En débarquant en Angleterre » ;
> - « Mais comme nous vivons dans la campagne anglaise, il a bien fallu que je m'y colle et finalement ce n'est pas sorcier » ;
> - « [C]onduire à gauche est naturel dans un pays où tout le monde conduit à gauche » ;
> - « [T]out ça pour dire qu'on roule moins vite au Royaume-Uni et c'est tant mieux ! » ;
> - « [S]elon où vous habitez en France et où vous souhaitez vous rendre au UK » ;
> - « [P]récision : ce que j'ai raconté dans cet article est valable pour tout le Royaume-Uni donc au Pays de Galles, en Ecosse et Irlande du Nord ».
>
> (https://www.mamanvoyage.com/2020/03/conduire-en-angleterre/, consulté le 1er mars 2020)

On expose également, ci-après, les énoncés convoquant le référent anglais puis le référent français :

> Extrait concernant le référent anglais dans « B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – Conduire en Angleterre » (Annexe 5.23).
>
> - « [L]es locaux » ;

- « [T]out le monde tourne dans le sens des aiguilles d'une montre » ;
- « [L]es Anglais conduisent plutôt en gentlemen donc ça aide » etc. ;

(https://www.mamanvoyage.com/2020/03/conduire-en-angleterre/, consulté le 1er mars 2020)

Extrait concernant le référent français dans le même billet (Annexe 5.23).

- « [J]e préfère le flou de positionnement des ronds-points en France » ;
- « [I]l est plus simple de ne pas se prendre les trottoirs avec une voiture française » ;
- « [U]n soucis classique qui arrive aux Européens, c'est d'abîmer les pneus de la voiture ».

(https://www.mamanvoyage.com/2020/03/conduire-en-angleterre/, consulté le 1er mars 2020)

Les substantifs et les adjectifs qualificatifs se succèdent dans le paragraphe et dessinent en creux la posture de l'auteure résidant à l'étranger et compétente, à ce titre, pour décrire les différences culturelles opposant pays source et pays cible.

Par ailleurs, comme on l'observe dans l'extrait rapporté *infra*, les points de divergence d'un pays à l'autre sont mis en évidence au moyen d'opérations de comparaison et d'intensité.

Extrait « B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – Conduire en Angleterre » (Annexe 5.23).

Informations pratiques pour voyager en voiture au Royaume-Uni
- Bonne nouvelle : toutes les autoroutes sont gratuites !
- Les autoroutes sont en bon état mais pas aussi bien qu'en France (peut-être à cause de la gratuité…).
- Les autoroutes sont indiquées avec la lettre **M** puis un numéro (ex: M32). Les routes nationales ou régionales sont des **A** suivis d'un numéro (ex: A3).
- **Il y a peu d'aires de service** par rapport à la France : c'est ennuyeux pour les pauses pipis des enfants ! Il faut donc tenir longtemps, anticiper ou sortir de l'autoroute !
- Votre permis de conduire français suffit.
- **Prix de l'essence :** ici l'essence sans plomb (*unleaded*) est un peu moins chère que le Diesel et légèrement moins chère qu'en France (cela peut changer selon le cours de la livre sterling bien sûr).
- **Le concept de priorité à droite/ou gauche n'existe pas.** Les priorités sont clairement indiquées par des marquages au sol.
- Les parkings sont souvent très chers.

(https://www.mamanvoyage.com/2020/03/conduire-en-angleterre/, 18 mars 2020)

Les comparatifs tels que « pas aussi bien que », « par rapport à », « un peu moins que », « moins que » et les marqueurs de l'intensité tels que « toutes », « peu de » et « très » pointent l'existence d'une évaluation effectuée sur la base d'une échelle de mesure supposée commune entre l'auteure et les internautes. Ainsi, en synthétisant pour le compte

du lecteur une expérience interculturelle, le blogueur remplit une mission d'information qui dépasse la dimension organisatrice du voyage. L'auteur se fait ainsi la voix de la découverte de pratiques sociales et culturelles distinctes. Selon cette configuration, les sentiments ressentis, tels que la surprise ou l'étonnement, acquièrent dans les énoncés une dimension généralisatrice.

7.2.5.2. Le traitement et le rôle des emprunts

Dans le corpus, le rôle de conciliateur interculturel est convoqué dans des emplacements typographiques et technologiques privilégiés. En effet, au cœur des parenthèses et des liens hypertextuels, le point de rencontre entre deux cultures s'établit. Les contenus des énoncés proposent alors des explications de pratiques spécifiques à la culture hôte ou traitent de la signification d'un lexème n'ayant pas d'équivalent en français. Les emprunts introduits dans les billets des blogueurs font en effet souvent l'objet d'une précision. Mathilde, par exemple, ponctue ainsi ses récits de termes anglais et de gloses explicatives.

> Extrait « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> - « Et me frotter ne serait-ce que quelques heures au PCT (à dire *piciti*) me faisait envie, juste pour faire semblant d'être une vraie *hikeuse* (randonneuse). » ;
> - « Après la journée d'exploration en voiture et la nuit au camping, on était super *dusty* (poussiéreux) […] » ;
> - « On a roulé sur un *flat* (un lac asséché) recouvert de sel […] ».
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Les interventions entre parenthèses portent sur un acronyme, sur la manière de prononcer un terme anglais et sur le sens de substantif s (« *hikeuse* », « *flat* ») et d'un adjectif (« *dusty* »). La blogueuse propose des traductions ou des définitions (« (un lac asséché) »). Dans les données du corpus, l'utilisation d'emprunts n'est pas le fait d'un seul auteur. Jordy Meow mobilise des procédés identiques pour apporter un éclaircissement sur la compréhension d'un mot japonais. Cependant, à la différence de Mathilde, qui privilégie exclusivement les incises parenthétiques, le jeune homme use, en sus, les possibilités du blog en proposant au lecteur de cliquer sur le segment à définir. Dans les extraits suivants, le terme « *ryokan* » est défini entre parenthèses. En revanche, celui de « *onsen* » fait l'objet d'un ajout de nature technologique puisqu'un hyperlien interne y est associé. En activant

cette adresse, la navigation du lecteur est redirigée vers un billet dédié à la traduction et à l'explication du mot.

> Extrait « B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi - Chihiro, Singes & Onsen » (Annexe 5.10).
>
> - « De nombreux *ryokan* (auberges japonaises) ont inspiré ce film mais le principal c'est Kanaguya [hyperlien externe vers le site internet correspondant au nom]. Il se trouve à proximité des fameux Singes de Jigokudani, dans la ville de Yamanouchi (Nagano) dans un dédale de rues et de *onsen* [hyperlien vers un billet définissant le terme][1] qui se rassemblent sous le nom de Shibu Onsen.[photo] » ;
>
> - « Retour à la chambre pour dormir ? Non ! Kanaguya est un véritable labyrinthe donc je vous conseille de boire pas mal de *atsukan* (saké chaud) pendant le repas, de vous rafraîchir à la bière après le dernier bain (ou dans le bain directement si c'est un privé) et ensuite vous apprécierez de vous perdre dans les recoins de la vieille bâtisse.[photo] ».
>
> (https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/, 10 décembre 2019)

D'autres fois, l'hyperlien réoriente le parcours de lecture vers une plateforme collaborative, comme à cette occasion où une information historique sur le Clan Sanada se glisse dans la description d'un lieu :

> Extrait « B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi - Chihiro, Singes & Onsen » (Annexe 5.10).
>
> Shibu Onsen était à son origine visité par des prêtres de Kyoto pour les propriétés curatives de son eau. Pendant la période Edo, ce sont les samurais du Clan Sanada [hyperlien externe renvoyant à la plateforme Wikipédia] qui les ont remplacés. Les samurais étaient de grands fanatiques de *onsen*, d'ailleurs je pense qu'ils en étaient les principaux clients.[photo].
>
> (https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/, consulté le 10 décembre 2019)

Capture d'écran de la page correspondant à l'entrée « Clan Sanada » sur Wikipédia :

(https://fr.wikipedia.org/wiki/Clan_Sanada, consulté le 14 décembre 2021)

[1] Le 14 décembre 2021, l'hyperlien n'est plus fonctionnel.

De temps à autre, les explications interculturelles requièrent de plus amples détails. L'auteure de Nuage Nomade, par exemple, complète son billet d'un développement qui fait état de la durée des vacances de Noël en France et en Allemagne :

> Extrait « B2 – A4 – Section [Autriche] – À la découverte de la belle et impériale Vienne » (Annexe 5.8).
>
> Tout a commencé avant les *très longues* vacances de Noël. En Allemagne, et plus précisément à Mannheim, le système universitaire est assez différent, à la différence des autres universités allemandes qui ont pour la plupart les *Semester Ferien* de février à avril, l'université de Mannheim les poursuit directement après les vacances de Noël. Donc, oui, je suis en vacances depuis le 15 décembre et ce jusqu'au 15 février.
>
> (https://www.nuagenomade.fr/vienne-1, 26 novembre 2019)

Aala informe, quant à lui, le lecteur des diverses appellations acceptées pour nommer un type d'hébergement au Japon :

> Extrait « B4 – A4 – Tokyo Guest House : OAKHOUSE » (Annexe 5.16).
>
> Vous pouvez les appeler **Guesthouse, Guest House, Share House, Sharehouse ou bien encore Gaijin House à Tokyo,** cela reviendra au même, étant donné qu'il s'agit des nombreuses appellations qui leurs sont attribuées, aussi bien par **les étrangers au Japon** que par les japonais eux-mêmes.
>
> (https://www.gaijinjapan.org/oakhouse/, 12 janvier 2020)

Dans le contexte du blog voyage, l'explication des emprunts moyennant une mention, un développement dans un paragraphe, un signalement entre parenthèses ou bien un ajout technologique remplit plusieurs objectifs. D'une part, l'auteur du billet établit, par ces procédés, un point de rencontre entre sa culture d'origine, qu'il présuppose commune aux lecteurs, et la culture hôte dont il imagine qu'elle est méconnue ou peu connue de son lectorat : il est alors un trait d'union entre deux univers culturels. D'autre part, en introduisant et en expliquant des termes empruntés à d'autres langues, l'auteur se positionne comme détenteur d'un savoir particulier.

7.2.6. Synthèse : les moyens langagiers de la voix du guide

La voix du guide se déploie longuement dans les productions du corpus. Elle se perçoit dans les éléments de structure et d'organisation du blog. Les titres, les intitulés des paragraphes, le contenu thématique signalent au lecteur navigant l'objet du discours traité. Le choix des

sujets est éloquent : les articles présentent une destination, une pratique culturelle, une attraction etc. Les auteurs nomment les objets touristiques, ils les localisent, les situent et les définissent. Mais à la différence des guides imprimés, les renseignements fournis dans les blogs n'ont pas pour but d'être exhaustifs. Ils localisent géographiquement, historiquement et parfois médiatiquement un lieu mais ne proposent pas, ou si peu, de renseignements économiques, politiques ou démographiques sur la ville ou la région à découvrir.

C'est à l'analyse des actes de langage réalisés qu'on doit de voir surgir, et ce de manière prépondérante, la voix du guide qui se manifeste dans la formulation de recommandations, de suggestions ou de mises en garde. L'emplacement privilégié des préconisations dans l'organisation visuelle de l'espace du billet, la typographie particulière qui signale la présence d'un « attention ! » ou d'un « sous peine de », les nombreuses déclinaisons de la formulation du conseil et les modalités intersubjectives mobilisées démontrent tant l'extensivité des compétences communicationnelles des énonciateurs que les ressources déployées pour multiplier les moyens de convoquer le rôle de l'accompagnateur.

Le blogueur active encore le rôle du guide dans une forme de jeu avec le lectorat lorsqu'il investit, dans les billets, une scénographie dialogale et des tournures oralisées propres aux animateurs de circuits touristiques. Un « Suivez-moi ! » ou un « C'est parti ! » dynamise ainsi la lecture, capte le regard et consolide la représentation du meneur d'une manière ludique et familière. Mais l'exploration de l'imaginaire discursif lié au personnage du guide ne s'arrête pas là. La figure du médiateur culturel est sollicitée ponctuant de-ci de-là les interventions d'emprunts qui habillent d'une couleur internationale ou locale le témoignage. Nœud entre deux cultures, la sienne et celle qu'il introduit, l'auteur travaille la dimension cognitive de sa posture sous couvert de cet aspect familier. S'incarnant être de savoir dans les productions, il véhicule par conséquent l'image d'un locuteur qui oriente et informe. Le témoignage, dont le blogueur est porteur, rend alors compte de connaissances acquises au cours d'un vécu. Cependant, dans le déploiement discursif de l'habit symbolique du guide, une autre figure bien connue du champ touristique se profile : celle du voyagiste.

7.3. La figure du voyagiste : de la visée évaluative à la visée incitative

Le blogueur rapporte une expérience viatique, la nommant, la qualifiant et l'évaluant à l'aune de celles qu'il a précédemment vécues. Sa voix de témoin, présupposée libre des entraves et des enjeux économiques de l'industrie touristique, présage de l'impartialité des appréciations qu'il formule dans les billets. À ce titre, il est attendu que la dimension évaluative se déploie au cœur de la visée d'information, celle-ci dominant la situation de communication du blog voyage. Or, le relevé des observables expose la manière dont le système d'évaluation répond à une autre visée : celle de l'incitation (faire faire). Dans la suite de ce travail, on expose les procédés énonciatifs, sémantiques et sémiotiques déployés pour donner corps à la voix non pas du témoin mais du voyagiste. Celle-ci s'élève au cœur des modalités appréciatives positives, des marques de l'intensité, des adjectifs et des verbes subjectifs… Elle dépose son voile d'influence sur les images discursives et visuelles de la destination. Elle se glisse dans les articulations technologiques et énonciatives des hyperliens. Sans être la plus apparente, la figure du voyagiste n'en est pas moins la plus prégnante.

7.3.1. Les fondements langagiers du discours apologique dans les blogs voyage

L'évaluation s'inscrit au cœur des relations de prédication. Pour les auteurs de blogs voyage, il s'agit donc de porter un jugement individuel sur un objet touristique en recourant à l'emploi de modalités appréciatives, d'adjectifs relevant de la catégorie des subjectifs, de verbes témoignant de l'approbation de l'énonciateur, d'intensifieurs et de tropes de comparaison. Dans cette section, on rend compte de l'ensemble de ces formes et de la manière dont elles sont utilisées.

7.3.1.1. Le système appréciatif de l'auteur du blog voyage

On a observé en amont[1] que les discours du tourisme se caractérisent par la manifestation de formes linguistiques et sémiotiques pointant tantôt le caractère authentique ou sacré d'un objet touristique, tantôt sa dimension extraordinaire. Dans cette section, on

[1] On a précisé ces différents points notamment dans les sections « 3.2.3.4. Les spécificités du langage authentique et ses effets », « 3.2.4.4. Les marqueurs langagiers et plurisémiotiques de la sacralisation d'un lieu », « 3.2.5.4. La circularité du regard touristique : les moyens de l'injonction du visuel » et « 3.2.6.4. La construction linguistique et visuelle d'une destination merveilleuse ».

fait état des formes subjectives et des modalités appréciatives relevées dans le corpus. Plus que de simples appréciations, les indices recueillis pointent un système de stratégies de valorisation de la destination qui s'appuie sur des éléments tantôt langagiers tantôt sémiotiques.

Foisonnement des adjectifs et des verbes subjectifs

On a identifié, dans le corpus, des marqueurs de la modalité appréciative (Le Querler, 1996 : 86) introduits au moyen de prédicats appréciatifs (*Op. Cit.* : 87) à l'instar des deux extraits suivants :

- « À l'intérieur de ce parc, on y trouve un bâtiment composé d'une grande verrière que je trouve tout simplement sublime » (Annexe 5.18) ;
- « Vous pourrez opter pour **une petite/moyenne voitur**e, ce que je trouve plus simple sur les routes de province qui ne sont pas bien larges. » (Annexe 5.23).

L'expression de l'attitude de l'auteur à l'égard de ce qu'il dit se manifeste, également, dans l'emploi de verbes subjectifs (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 100). Ainsi, dans l'énoncé « à nous émerveiller de la couleur de ses lacs, forêts et pics acérés » (Annexe 5.24), « s'émerveiller » s'analyse à la manière des autres verbes de sentiments auxquels il est apparenté. Comme les verbes « aimer » et « apprécier », « s'émerveiller » traduit, dans ce contexte, en effet la disposition favorable de l'énonciateur vis-à-vis de l'objet évalué (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 102). Le verbe de prédilection de l'appréciation « aimer » et ses variantes accompagnées de l'adverbe « bien » (« bien aimer », « aimer bien ») est sollicité à de maintes reprises dans le corpus. Christine l'utilise, par exemple, pour affirmer le lien d'attachement de l'ensemble des membres de la famille à la capitale belge :

> Extrait « B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand » (Annexe 5.22).
>
> Et c'était parti ! **Première fois à Gand** pour nous car nos dernières escapades en Belgique nous avons mené du côté de Waterloo, de Bruges et d'Anvers, sans compter les nombres fois où nous sommes juste restés à Bruxelles car nous l'aimons vraiment bien cette Capitale !
>
> (https://www.mamanvoyage.com/tag/belgique/, 13 avril 2020)

Mathilde sollicite, quant à elle, le verbe « aimer » pour justifier du choix d'un mode de voyage sans contraintes :

> **Pour les repas,** j'aime bien la liberté d'avoir de quoi faire salades et sandwichs nous-mêmes sur des tables de pique-nique (Annexe 3.2).

En dépit de ces quelques occurrences, c'est néanmoins par le biais d'un large éventail d'adjectifs, d'adverbes et de substantifs que les auteurs partagent bien plus fréquemment leur avis. Ces marqueurs traduisent souvent l'expression d'une image idéalisée de l'expérience ou de l'objet touristique comme en témoignent les formes surlignées de la couleur orange dans l'extrait proposé *infra* :

Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

(2) « **Les Alpes italiennes** à la touche méditerranéenne. Un mélange aussi improbable que réussi, plutôt méconnu des Français. » ;
(4) « C'est aussi la destination idéale pour se faire plaisir, prendre soin de soi et se retrouver en amoureux dans de belles adresses avec des spas / boutique hotels et une gastronomie d'exception. Récit de notre **itinéraire d'une semaine** à parcourir les routes sinueuses des **Dolomites**, à nous perdre dans ses vallées et alpages verdoyants et à nous émerveiller de la couleur de ses lacs, forêts et pics acérés » ;
(9) « Nous avons choisi l'automne, en octobre pour avoir plus de tranquillité et de belles couleurs flamboyantes. On recommande plutôt à la mi/fin octobre, car les arbres n'avaient pas encore leurs plus belles couleurs en début de mois. » ;
(15) « Une destination très intéressante et culturellement riche ! » ;
(16) « sachez que c'est une destination formidable pour se faire plaisir en amoureux dans des hébergements fabuleux avec spas exceptionnels, de la haute gastronomie et des vues incroyables ! »
(19) **Au niveau des restaurants**, on y trouve la plus forte concentration de chefs étoilés de toute l'Italie, on y mange de manière générale très bien.
(29) « Mérano (Meran) est un stop très agréable avec de nombreuses sources thermales et des hôtels spa magnifiques »
(31) « Les lacs magnifiques sont nombreux dans le coin ».

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020)

Dans cet exemple, qui est loin d'être représentatif de la diversité et de la pluralité des moyens relevés dans le corpus, pour témoigner d'une appréciation, on identifie, entre autres, des adjectifs évaluatifs axiologiques (« de *belles* adresses », de « belles couleurs », « bien », « idéal ») dont il est aisé de saisir, étant donné le contexte et les sèmes qu'ils portent, qu'ils valorisent positivement la destination. Les participes passés « méconnu » et « réussi » ainsi que l'épithète « sinueux » sont également porteurs de jugement en ce qu'ils évoquent un lieu peu fréquenté et difficilement accessible convoquant, de fait, dans l'imaginaire du lecteur, le mythe du sacré et celui du voyageur idéal. L'inattendu s'inscrit dans l'adjectif « improbable ». Quant aux adjectifs

« verdoyants », « flamboyantes », « intéressante », « riche », « formidable », « fabuleux », « exceptionnels », « incroyables », « agréable », « magnifique », s'ils ne sont pas tous des affectifs, ils acquièrent néanmoins cette valeur en contexte et au prisme d'une intention descriptive qui brosse un portrait idéalisé de l'expérience touristique. Ce type de marqueurs foisonne dans les billets des blogueurs.

Ainsi, quel que soit le thème abordé ou la ligne éditoriale choisie (tourisme à deux, tourisme en famille ou tourisme alternatif), les locuteurs mobilisent une large gamme de formes linguistiques pour valoriser tout autant des sculptures naturelles (« fourrure soyeuse »), des emplacements comme les *onsen* (« Il est aussi très agréable ») ou encore la qualité de la neige (« la fameuse poudreuse ») comme on en fait le constat dans l'extrait présenté *infra*[1] :

Extrait « B3 – A1 – Section [les derniers articles] – Les Monstres de Neige de Zao » (Annexe 5.9).

- « J'avais déjà visité ce coin il y a quelques années, mais frappé par une tempête, il me fût impossible d'aller caresser la fourrure soyeuse de ces monstres » ;
- « Il est aussi très agréable pour nous de se relaxer dans un *onsen* bien chaud, cachés les uns des autres par les flocons de neige qui virevoltent et, surtout, la tête retournée au saké. Mais il y a aussi la fameuse poudreuse d'Hokkaido, et une bonne douzaines de spots fabuleux à voir à cette période, disséminés sur le territoire. » ;
- « Si vous avez une imagination un brin débridée, ce lieu est un véritable délice. » ;
- « La poudreuse est fraîche, et c'est un vrai plaisir d'aller danser et batifoler avec cette jolie ribambelle de monstres ».

(https://japonsecret.fr/zao-onsen-monstres-neige/, 4 décembre 2019)

Dans ce passage, en sus des adjectifs précédemment identifiés comme indicateurs d'une appréciation positive, l'auteur sollicite le langage authentique au moyen des *truth markers* classiques « vrai » et « véritable » (MacCannell, 2013 : 14). L'intensité de l'émotion ressentie est alors soulignée. Il est à noter que l'emploi de ces deux termes au cœur d'énoncés au présent non déictique dote l'évaluation d'une dimension intemporelle et lui confère, par ce biais, un caractère conclusif. En outre, toujours en s'appuyant sur le contexte de la situation de communication du blog Japon Secret et sachant que son auteur est un passionné de l'univers des mangas et d'Urbex, il me

[1] À l'égal de l'extrait du corpus précédant, les inscriptions de couleur orange pointent des énoncés porteurs de modalités appréciatives.

semble que le substantif « monstres » acquière là aussi une valeur positive qui valorise le paysage formé par ces amas neigeux. En d'autres occasion, l'approbation peut simplement surgir par l'intermédiaire d'un simple « OUI » en majuscule et précédé de l'épithète antéposé « grand » :

> Extrait « B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> **Où dormir ?** On a fait du camping sauvage et le premier (et seul) bivouac des vacances, au Camp 44, le long du sentier dit des Grands Arbres. On s'est enregistré le matin même auprès du ranger, c'était gratuit, et en pleine nature, ça c'est un grand OUI.
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019)

L'adverbe, exprimant une réponse positive à une question qui n'est pas explicitement posée, renforce l'effet de la recommandation formulée par la blogueuse.

Expressions figées et marques sémiotiques : les « coups de cœur » ♥

Les traces de l'appréciation positive se repèrent, également, dans des phrases exclamatives qui traduisent l'engouement de l'auteur pour une destination. Des onomatopées se glissent ainsi dans les appréciations pour faire l'éloge d'une vue ou d'un paysage (1) ; un adjectif suivi d'un point d'exclamation ponctue et conclut une description qui semble répondre à un élan poétique (2) :

- (1) « Comprenez : c'était *wahoo* » (Annexe 3.2) ;
- (2) « Mais peu importe, les nuances de vert n'y étaient que plus intenses ! Les nuages dansaient dans le ciel et c'est en faisant preuve de patience que les montagnes en contre fond se sont dévoilées. Sublime ! » (Annexe 5.24).

Les expressions figées telles que « coup(s) de cœur » signalent aussi au lecteur l'assentiment du blogueur :

- « **Gros coup de cœur** pour cet arrêt de deux nuits » (Annexe 3.2) ;
- « Vrai coup de cœur inattendu, surtout pour Williamsburg ♥ » (Annexe 5.28) ;
- « Un de nos coups de cœur durant ce séjour dans le Sud Tyrol » (Annexe 5.24).

Le symbole graphique du cœur se substitue parfois à son équivalent linguistique et annote une succession d'attractions visitées à l'image de l'extrait suivant :

Extrait « B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).

Par la suite Micka a absolument voulu voir **le Flatiron Building** (surtout parce qu'on le voit dans le film de Spiderman m'a-t-il dit… (Grand fan des Marvel ? Non pas du tout…), puis nous nous sommes rendus **au Rockefeller Center** ♥ pour à la fois admirer le coucher de soleil et la vue de nuit. **SPLENDIDE vue à la fois sur l'Empire State Building et aussi sur Central Park** ♥♥♥

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-new-york-en-7-jours/, 16 octobre 2019)

L'absence de cœur, un cœur ou bien trois cœurs graduent alors l'appréciation, et par conséquent, la recommandation du blogueur. Ces signes iconiques, par leur fonction intensificatrice (Romero, 2017 : 232), témoignent de l'échelle d'évaluation interne de l'auteur et facilitent la hiérarchisation de l'attention des lecteurs. L'affection proclamée de l'auteur façonne en miroir le désir du lecteur.

Les marqueurs du degré haut de l'intensité

Les appréciations des blogueurs sont peu variables dans les degrés exprimés. En effet, le relevé des formes pointe la mobilisation d'outils linguistiques marquant essentiellement le degré haut de l'intensité (Romero, 2017 : 25). Dans les exemples présentés en amont, les adverbes d'intensité élevée (Riegel et al., 1996 : 362) tels que « très » et son équivalent « bien » dans le groupe adjectival « bien chaud » soulignent tous deux « le degré de la propriété dénotée » (*Op. Cit.* : 366). Dans le corpus, on observe que « très », en tant qu'adverbe de mesure (Romero, 2017 : 25), est la forme linguistique la plus usitée par les blogueurs :

- « Pour le dessert, juste devant la Cathédrale, il y a un camion qui vend de très bonnes glaces maison » (Annexe 5.22) ;
- « […] le vieux centre ville, qui est l'attraction principale de la ville […] se visite très facilement en une demi-journée » (Annexe 5.6) ;
- « Pour vous repérer, n'hésitez pas à prendre un plan au Visitor Center. Sinon, tout est très bien indiqué ! » (Annexe 5.19).

Les adverbes précisent et renforcent une propriété positive de la destination. Ainsi, la liste des intensifieurs, advenant dans le corpus concomitamment aux énoncés appréciatifs, peut être complétée, sans parvenir à l'exhaustivité, d'adverbes de mesure de degré moyen tels que « assez », d'adverbes d'emphase tel que « tellement »,

d'adverbes lexicaux tels que « complètement ». On joint quelques exemples illustrant l'emploi des termes ci-après :

- « **Bons retours des lecteurs du blog :** j'ai interrogé des lecteurs du blog qui ont logé chez OAK HOUSE et les retours sont assez positifs, voir même très positifs » (Annexe 5.16) ;
- « De l'extérieur cette tour est splendide mais à l'intérieur vous serez complètement séduis de votre entrée dans l'ascenseur jusqu'à la découverte d'un panorama spectaculaire de 360 degrés sur New York » (Annexe 5.28) ;
- « Par la suite, **nous avons parcouru toute la rue de Bedford Avenue à la découverte de l'ambiance cosy et tellement mignonne de Williamsburg** » (Annexe 5.28) ;
- « le cœur de la ville est particulièrement pittoresque, et c'est ce qui donne tout son charme et son caractère » (Annexe 5.6).

Dans le dernier exemple de la série « tout » agit également comme un quantifieur (Romero, 2017 : 53) dont l'intensification maximale porte sur les qualités de charme et de caractère de la ville dépeinte.

« Super », intensifieur renvoyant également à un haut degré (*Op. Cit.* : 56) est abondamment utilisé. L'adverbe teinte d'un registre familier les appréciations. Mathilde, par exemple, mobilise le marqueur en différents endroits de la description du voyage qu'elle réalise dans les contrées de l'Oregon :

- « Ce qui m'a fait super plaisir en arrivant là-bas, c'est que Laetitia, une copine blogueuse [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse Laetitia] est venue me chercher à l'aéroport » (Annexe 3.2.) ;
- « [photo] Super contente de voir ce pont, the Bridge of the Gods, pour ceux qui ont lu ou vu *Wild* de Sheryl Strayed, ça leur rappellera des souvenirs » (Annexe 3.2) ;
- « Après la journée d'exploration en voiture et la nuit au camping […] on a pris un hôtel, une **lodge** à nouveau, super apaisante au bord d'un lac dans la village de Joseph, au pied des "Alpes de l'Oregon" » (Annexe 3.2).

L'intensité forte contribue à recréer pour le lecteur la magnitude des émotions éprouvées par le blogueur au cours de son voyage. L'exaltation est retranscrite dans les billets au moyen notamment de cette catégorie langagière.

Les tropes de comparaison

La comparaison, dont une des fonctions est de « donner à connaître ce qui n'est pas connu à travers ce qui l'est » (Romero, 2017 : 161), s'ajoute à la liste des procédés linguistiques employés pour témoigner de l'intérêt touristique d'une attraction. La

fonction explicative est, en ce cas, privilégiée pour intensifier la valeur d'un message. On observe que dans le corpus, de manière conventionnelle, le comparatif de supériorité « plus »[1] est placé devant l'adjectif et l'élément de référence est alors introduit par « que » (Riegel et al., 1996 : 364) à l'image de ces deux énoncés :

- « J'ai l'impression de conduire dans un nouveau pays : le paysage semble plus étendu, vallonné et l'air est tellement plus frais qu'à Tokyo ! » (Annexe 5.12) ;
- « **Deuxième rendez-vous :** le *cleaning*. Ça fait vraiment plus cool que de dire le mot français **détartrage,** que j'ai toujours assimilé à du Calgon » (Annexe 5.4).

Si la récurrence des formes comparatives est élevée, celle des superlatifs de supériorité (Romero, 2017 : 165) l'est bien plus encore. De fait, la destination est « la plus belle » ou bien « l'une plus belles du monde » (1), les « frites sont les meilleures[2] » (2), le partenaire commercial du moment est pointé comme étant « le plus correct de tous » comme on peut en faire le constat dans les trois extraits *infra* :

- (1) « **Pour voir les DOLOMITES**: merveilles de la nature, classées à l'UNESCO, ces montagnes sont parmi les plus belles du monde ! » (Annexe 5.24) ;
- (2) « Et des **frites belges** bien-sûr ! Probablement les meilleures que j'ai mangé de toute ma vie » (Annexe 5.18) ;
- (3) « Je n'aurais jamais pensé que je visiterais autant de Guesthouses avant de faire un choix qui me semble le plus correct de tous. Et ma recommandation s'est arrêtée sur **OAKHOUSE** » (Annexe 5.16).

Dans le premier exemple mentionné *supra* (1), le superlatif souligne la graduation de la valeur esthétique « belle ». Les auteurs du blog Bestjobers classent les Dolomites « parmi » les montagnes « les plus belles du monde » instaurant, de fait, une échelle de comparaison universelle et dotant parallèlement leur commentaire d'une valeur de permanence et de vérité générale. L'utilisation du présent non déictique, l'emploi du verbe « être » et l'intégration des sommets austro-italiens dans une liste aux contours peu précis sont des éléments qui permettent d'accroître la portée de l'évaluation. L'assertion porteuse d'une appréciation individuelle s'impose alors comme une affirmation dont la véracité est reconnue de tous.

[1] Romero définit « plus » comme un adverbe comparatif de supériorité (Romero, 2017 : 165).
[2] « Le/la/les meilleur(e)s » exprime le superlatif de supériorité de « bon ».

Le superlatif de supériorité « le plus » et le superlatif d'infériorité « le moins » (Romero, 2017 : 165) portent sur des appréciations concernant tout autant les caractéristiques de simplicité, de coût, de rapidité, de modernité d'un transport que les spécificités d'un logement :

Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

COMMENT ALLER DANS LES DOLOMITES ? Avion, Train, Voiture ?
En AVION: le plus simple, moins cher et rapide : vols low cost depuis de nombreuses villes d'Europe pour Venise ou Munich (en fonction de vos préférences et envies de découvrir en chemin), puis location de voiture et road trip avec une boucle de 1000km environ.

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020)

Extrait « B4 – A4 – Tokyo Guest House : OAKHOUSE » (Annexe 5.16).

J'ai eu l'occasion de visiter **Oakhouse Shinjuku City View** [hyperlien vers une plateforme de réservation Oakhouse] qui est l'une des moins récentes de l'agence mais qui propose quand même une certaine qualité, comme vous pouvez le voir sur les photos ci-dessous.

(https://www.gaijinjapan.org/oakhouse/, 12 janvier 2020)

Le foisonnement des superlatifs, qu'il s'agisse d'évaluer une vue vers laquelle l'auteur dirige le lecteur futur voyageur (4), de vanter un patrimoine (5) ou bien de qualifier un lieu selon l'une de ses propriétés (6) etc., permet de surélever les objets décrits au-dessus de toute comparaison possible :

- (4) « N'hésitez pas à prendre de la hauteur en grimpant les ruelles escarpées pour vous perdre dans le château qui surplombe la ville, […] vous aurez la plus belle vue de la ville. » (Annexe 5.6) ;
- (5) « La cathédrale de Berlin qui surplombe le quartier de Mitte, en allemand **Berliner Dom**, achevée en 1905, est la plus vaste et plus importante église luthérienne de Berlin » (Annexe 5.27) ;
- (6) « **Mémorial du Mur de Berlin -** A la fois à l'intérieur et à l'extérieur, ce mémorial est clairement **le meilleur endroit pour s'informer sur l'Histoire du Mur de Berlin** » (Annexe 5.27) .

Le caractère « incomparable » de la destination est alors établi. Les adjectifs, les superlatifs et les constructions syntaxiques s'affairent à recréer dans les billets et pour le lecteur une image extraordinaire du lieu visité.

7.3.1.2. L'image discursive de la destination : les moyens langagiers de la construction d'un idéal pour tous

Les locuteurs mobilisent les champs lexicaux du merveilleux, de l'unique et de la vue et la réunion des contrastes pour élaborer dans leurs productions une image discursive de la destination qui soit idéale pour tous les profils de voyageurs. Le contrebalancement axiologique relevé dans les guides pratiques et dans les brochures promotionnelles[1] est là aussi identifié. Dans cette section, on fait état des formes par lesquelles ces procédés se manifestent.

Les champs lexicaux de la vue, du merveilleux et de l'unique

Les champs sémantiques de la vue, du merveilleux et de l'unique apposent un voile presque féérique sur les portraits brossés et réactivent dans les billets tant l'injonction du visuel que le paradigme de l'enchantement qui marquent habituellement les supports de la communication touristique[2]. Par exemple, le procédé qui consiste à construire une image unique de la destination se manifeste, à la manière d'un indice mémoriel[3], dans la présence d'un complément du nom qui indique la qualité du référent qu'il détermine (Riegel et al., 1996 : 187). Ainsi, le terme « exception » qualifie favorablement celui de « gastronomie » dans l'énoncé « une gastronomie d'exception » (Annexe 5.24). De même, les intitulés « un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24) et « 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28) introduisent par le biais du sème du songe une valorisation positive du voyage réalisé ou à réaliser.

Pour souligner l'exceptionnalité d'un lieu, d'une vue, d'un cliché photographique ou de montagnes les auteurs sollicitent aussi des énoncés variés tels que « vue imprenable » (1), « incroyable » (2) (4), « vue(s) incroyable(s) » (3) (5), « fabuleux » et « exceptionnels » (5), « superbe » (6) à l'instar des exemples qu'on expose ci-après :

- (1) « [O]n se rattrape avec la vue imprenable sur la voie lactée » (Annexe 5.12) ;

[1] On a pointé, en section « 3.2.6.4. La construction linguistique et visuelle d'une destination merveilleuse », les moyens et les procédés langagiers et sémiotiques qui concourent à créer l'image d'un lieu extraordinaire dans les supports de communication élaborés par les acteurs de l'industrie touristique.
[2] Le paradigme de l'enchantement est présenté en section « 3.2.6. Enchantement et tourisme ».
[3] *Cf.* « 1.1.4.3. La mémoire interdiscursive ».

- (2) « Le village est incroyable : on a l'impression de se promener dans un village abandonné du Far-West ! » (Annexe 5.12) ;
- (3) « Mais avant de commencer notre shopping nous nous sommes rendus dans Bushwick Inlet Park afin d'admirer une vue incroyable de Manhattan entre sable et mer » (Annexe 5.28) ;
- (4) « Une destination qui doit être incroyable en hiver pour les plaisirs de la neige & du ski, plus de 1000 km de pistes! » (Annexe 5.24) ;
- (5) « Il y en a pour tous les portefeuilles mais sachez que c'est une destination formidable pour se faire plaisir en amoureux dans des hébergements fabuleux avec spas exceptionnels, de la haute gastronomie et des vues incroyables ! » (Annexe 5.24) ;
- (6) « Hells Canyon. Superbe camp sauvage ! » (Annexe 5.2).

L'insistance sur le caractère unique du lieu visité fournit une représentation de la destination qui dépasse vraisemblablement les attentes des blogueurs et, il semblerait, le réel également :

- « Le Sud Tyrol (nom germanique, Alto Adige en italien) est une destination unique avec un mix de cultures et de langues qui peut déboussoler le visiteur ! » (Annexe 5.24) ;
- « C'est exceptionnel. On y croit pas d'avoir monté tout cela en voyant notre voiture toute petite en bas des collines » (Annexe 5.26) ;
- « Au coucher de soleil, nous sommes restés à contempler les couleurs changeantes lorsque le soleil et la nuit tombaient et c'était totalement extraordinaire » (Annexe 5.26) ;
- « Après quelques kilomètres, on finit presque par s'habituer à l'extraordinaire des lieux, puis on se dit : attends, s'il y avait ça à Boston, ce serait incroyable, donc, c'est incroyable aussi ici » (Annexe 5.2) ;
- « *Un road trip magique aux USA qui traverse des parcs nationaux d'exception et qui nous en a mis plein les mirettes chaque jour* » (Annexe 5.17).

L'extase surplombe la description des lieux. D'autant plus lorsque l'auteure de Nuage Nomade associe au sème de l'adjectif « incroyable » celui de l'envoûtement dans le syntagme « beauté ensorcelante » :

> Puis par cette beauté ensorcelante, voir ces montagnes surmontées de majestueux sapins recouverts d'une épaisse couche de neige a quelque chose d'incroyable (Annexe 5.5).

En associant l'ambiance de la Forêt-Noire, décor privilégié des comtes des frères Grimm, à des adjectifs évoquant l'univers de la magie, la blogueuse sollicite l'imaginaire des allocutaires. L'étonnement face au caractère « incroyable », « inoubliable » et « magique » est symptomatique de l'effet d'enchantement et délaisse également son empreinte au cœur des énoncés appréciatifs suivants :

- « Une destination qui doit être incroyable en hiver pour les plaisirs de la neige & du ski, plus de 1000 km de pistes! […] ça doit être magique ! » (Annexe 5.24) ;

- « Le séisme de 2011 a frappé de plein fouet ici ! Pourtant, aujourd'hui, le petit parc pour enfants est incroyablement serein » (Annexe 5.12) ;
- « […] nous n'étions pas mécontents d'avoir (une fois de plus) cassé la tirelire car **se coucher et se lever avec une vue sur Monument Valley c'est inoubliable, magique** » (Annexe 5.26) ;
- « Quand soudain la magie opéra et des montagnes grandioses surgirent en arrière plan. Nous croyions être transportés dans les Rocheuses canadiennes ! » (Annexe 5.24) ;
- « Le village est incroyable : on a l'impression de se promener dans un village abandonné du Far-West ! » (Annexe 5.12).

Le constat laisse place à la fantasmagorie associant l'expérience à une déambulation imaginaire où la ville, la région ou le pays à découvrir est immanquablement en dehors de tout ce qu'il est possible de concevoir. L'injonction à se rendre sur place pour vivre une telle aventure s'impose alors sans conteste.

Unicité du lieu, de la vue et unicité du ressenti sont entremêlés dans les productions. La modalité appréciative positive se construit sur le sens des adjectifs « exceptionnel », « extraordinaire », « inoubliable », « incroyable ». Employés en tant qu'attribut ou substantif, les termes pointent le caractère hors norme de l'objet qualifié tant du point de vue de son extériorité (puisque la destination semble tantôt faire exception tantôt se situer hors de l'ordinaire) aux références communes qu'à la possibilité de dépasser les limites de l'imagination de tout un chacun. Le préfixe privatif « in- » appliqué au verbe « croire » dans une construction adjectivale renforce l'idée selon laquelle l'expérience de la destination dépasserait les normes attendues[1]. Par conséquent, la répétition de ce terme amplifie le sens du message transmis. On pourrait inférer de ces procédés que l'insistance sur le caractère « incroyable » de l'expérience viatique contribue à construire une image d'un voyage vécu loin de toute possibilité de vérification, où tout est d'autant mieux que cette image correspond à ce qui est attendu ou mieux encore qu'elle corresponde à la découverte de l'inattendu absolu. Ainsi, à la différence des écrits touristiques caractérisés par Dann par exemple (Dann, 1996), les observables indiquent que les auteurs s'appuient sur des outils lexicaux peu variés mais abondants pour créer, à leur tour, l'image en discours d'une circumnavigation merveilleuse.

[1] Romero précise sur la morphologie des adjectifs que ceux dont le préfixe est « in– » « signifient, par inférence consécutive, l'impossibilité de poser une limite au degré […] ou seulement un repère » (Romero. 2017 : 82).

Marques du pluriel et énumération : l'image d'une terre d'abondance

Les blogueurs n'ont de cesse de vanter les qualités et les attributs de leurs voyages. À l'image des procédés caractérisant les brochures touristiques (Kerbrat-Orecchioni, 2004), les auteurs dépeignent les paysages sous le pan de la pluralité. L'article défini pluriel « les » (1) (2) et les adjectifs possessifs (3) (4) défilent pour énumérer les maints avantages d'une destination :

- (1) « [L]es routes de l'Oregon » (Annexe 3.2) ;
- (2) « [L]es parcs abandonnés au Japon » (Annexe 5.12) ;
- (3)« Puis une fois sur place c'est **un endroit plein de charme et très mystérieux qui s'offrait à nous entre ces**[1] **montagnes, ses canyons, ses dunes de sable et ses mers de sel »** (Annexe 5.26) ;
- (4) « Une destination rafraichissante qui nous a impressionné par ses spectaculaires paysages de montagne de la Sierra Nevada, son épaisse foret et ses somptueux lacs » (Annexe 5.26).

Les articles indéfinis pluriel produisent également un effet de multitude. Dans les exemples suivants, l'occurrence et la succession de ces déterminants renforcent l'impression d'un amoncellement de points d'intérêt démesuré :

- « On roule vers le sud. Route ultra scénique, on croise des montagnes enneigées, des prairies fleuries, des rivières, des ranchs, des canyons. » (Annexe 3.2) ;
- « La première étape est une route scénique au cœur d'une gorge, avec de multiples arrêts où on peut admirer des cascades, directement au bord de la route. » (Annexe 3.2) ;
- « Sur les parois qui tombent à pic, des grimpeurs escaladent […] » (Annexe 3.2) ;
- « [T]out le long de la route il y a des cerisiers sur tous les côtés et en passant par derrière les petite échoppes il y a moyen de trouver des recoins cachés, secrets et tellement plus jolis ! » (Annexe 5.11) ;
- « [D]'après ce que m'a raconté Sophie, ils proposent des pâtisseries à se damner » (Annexe 5.12) ;
- « Des donuts délicieux et encore chauds chez Pip's » (Annexe 3.2).

Dans le cas exposé ci-après, les blogueurs d'Un Couple en Vadrouille utilisent un terme signalant une quantité approximative (Charaudeau, 1992 : 245), « une centaine », pour renchérir sur le nombre des éléments composant un paysage ou un emplacement :

> **Bryce Canyon se caractérise par un amphithéâtre qui compte une centaine de tourelles et d'aiguilles rocheuses incroyables** (Annexe 5.26).

[1] L'emploi de l'adjectif démonstratif pluriel n'est pas cohérent. On considère cette occurrence comme une erreur à la place de laquelle aurait dû figurer un adjectif possessif.

Parfois, l'expression lexicale de l'intensité (Romero, 2017 : 89) trouve sa source dans l'utilisation d'un verbe associé à un complément d'objet porteur de marques de pluriel, ce qui amplifie d'autant plus l'effet recherché de foisonnement :

> [Q]uant à la ville, Sankt Blasien regorge de petits cafés et des restaurants typiques (Annexe 5.12).

Dans les exemples précédents et à l'égal de celui proposé *infra*, on observe que l'emploi de l'énumération convoie avec elle l'idée d'accumulation (Romero, 2017 : 146-147). Cette figure d'amplification (*Op. Cit.* : 138) est associée, dans l'extrait suivant, à la mobilisation d'un quantificateur « pleins de », d'un adjectif indiquant une quantité approximative (« nombreux »), de substantifs pluriels accompagnés d'articles définis (« les cerisiers », « les champignons », « les temples ») et indéfinis (« des magasins ») :

> Extrait « B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura » (Annexe 5.11).
>
> Sur cette première moitié de la montagne, il y a de jolies vues sur les cerisiers vus d'en bas, de nombreux petits étalages avec pleins de petites choses à goûter (les champignons sont délicieux même si tout le monde n'était pas d'accord), des magasins et on arrive tranquillement sur les temples.
>
> (https://japonsecret.fr/yoshinoyama-montagne-sakura-nara/, 5 décembre 2019)

L'image de la destination qui est alors donnée à voir est celle d'un Pays de Cocagne où s'entremêlent les merveilles naturelles, gustatives et commerciales.

La réunion des contrastes : une destination pour tous

Sous les traits d'une terre d'abondance, une promesse se glisse : celle de répondre à toutes les envies et à tous les besoins. Ainsi, la construction d'une représentation idyllique du voyage s'élabore, non seulement au moyen de la mobilisation de l'adjectif « idéal » comme dans l'exemple proposé *infra*, mais, de surcroît, par le biais de la réunion des contraires. Une ville d'Allemagne telle que Sankt Blasien bénéficie, comme cela, d'une recommandation de l'auteure tant pour être visitée en été qu'en hiver puisqu'elle se prête tantôt à un type d'activité sportive tantôt à un autre. Les sentiers

d'une forêt sont alors, par exemple, présentés comme adaptés pour être parcourus en toute saison :

> Extrait « B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire » (Annexe 5.5).
>
> De Sankt Blasien, nous ne sommes pas loin du Feldberg, plus haut sommet de Forêt-Noire et point de départ du parc naturel de la Südscharzwald, réputé pour ses sentiers qui permettent de faire de la randonnée les beaux jours et idéal pour les longues balades en raquettes en hiver.
>
> (https://www.nuagenomade.fr, 15 novembre 2019)

Selon un même argument, pour les auteurs d'Un Couple en Vadrouille, Mammoth Lakes se révèle également être

> […] le paradis pour les amateurs de plein air quelle que soit la saison car le ski de fond, le ski alpin, le vélo montagne ou encore les randonnées sont de mise (Annexe 5.26).

La locution prépositionnelle « quelle que soit » suivi du substantif « saison » permet de recouvrir toutes les périodes de l'année (printemps, été, automne ou hiver). L'inventaire des activités, introduit par la conjonction de coordination « car », confirme la véracité du contenu propositionnel de l'assertion le précédant. Dans le passage *infra*, les *Sakura*, qui sont des arbres ne fleurissant que sur une courte durée, semblent pouvoir s'observer au-delà de la limite habituelle du printemps (le « timing » est « décalé » ; « le lieu peut ainsi être apprécié sur une longue période »). L'adverbe « toujours » et l'emploi du futur (« il y aura ») rassurent le lecteur quant à la saisonnalité des cerisiers. Le temporaire s'allonge et s'éclipse au profit d'une durée bien plus longue.

> Extrait « B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura » (Annexe 5.11).
>
> La montagne de Yoshino offre 4 paliers, chacun avec une atmosphère un peu différente et aussi un timing décalé au niveau de la floraison des *sakura*. Le lieu peut ainsi être apprécié sur une longue période du Printemps, il y aura toujours une pétale rose à voir dans un recoin !
>
> (https://japonsecret.fr/yoshinoyama-montagne-sakura-nara/, 5 décembre 2019)

En d'autres occasions, face au Grand Canyon, ce sont alors les critères de la verticalité (« la profondeur », « canyon », « depuis le ciel », « s'enfonce », « vertigineux ») et de l'horizontalité (« l'horizon », « paysage ») qui se mêlent et sont réunis dans les énoncés :

- « Entre l'excitation d'un vol en hélicoptère – *c'était ma première fois* –, les papillons dans le ventre lorsque j'ai aperçu la profondeur du canyon depuis le ciel et ce paysage qui s'enfonce jusqu'à l'horizon » (Annexe 5.19) ;
- « Je suis ébahie face à ces paysages vertigineux qui se profilent sous mes yeux » (Annexe 5.19).

L'encensement de la région de l'Ouest Américain se poursuit dans un extrait où sont également énumérées les possibilités de randonnées :

> Extrait « B5 – A3 – Section [Ouest américain – USA – Voyages] – Grand Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose » (Annexe 5.19).
>
> Une ribambelle de randonnée est possible depuis le South Kaibab Trail, le North Kaibab Trail et le Bright Angel Trail. Vous n'aurez que l'embarras du choix ! Les plus courtes durent 1 à 2 h et les plus longues jusqu'à 4 jours. Toutes sont classées par difficulté en fonction de la durée et du dénivelé. Si c'était à refaire, je prévoirai de traverser le Grand Canyon du Nord au Sud (ou l'inverse) en autonomie. Ce doit être une expérience magique !
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/grand-canyon/, 18 février 2020)

Dans cet exemple, l'internaute est interpellé dans son rôle de futur voyageur. La marque de la personne (« vous ») et le temps du verbe (futur de l'indicatif) désignent l'allocutaire non pas en tant que lecteur du blog mais comme le globe-trotteur qu'il est sur le point d'incarner. Les exclamatives teintent les énoncés d'une tonalité enthousiaste. Le futur visiteur se voit offrir tout un éventail de possibilités. Comme on l'observe aisément, les randonnées peuvent, à la fois, être courtes ou bien longues et se sélectionner selon leur niveau de difficulté. Les énoncés visent un public large. Si « vous » est un terme d'adresse qui, dans ce contexte énonciatif, interpelle individuellement l'internaute, il n'en demeure pas moins que le pronom désigne tout autant l'ensemble des individus composant l'auditoire du blog. La destination dépeinte se perçoit dans ces mises en scène comme un paradis réunissant tous les goûts, toutes les aspirations et toutes les activités. Les auteurs des Bestjobers, quant à eux, attestent que les sportifs, les intellectuels et les épicuriens tireront profit avec un même plaisir d'une journée passée en haut du Plan de Corones puisque chacun y trouvera un loisir adapté à ses envies :

> [E]n haut du Plan de Corones, à 2275m, on peut y passer une journée parfaite et unique, mêlant expériences culturelles, culinaires et outdoor (Annexe 5.24).

Sous la plume virtuelle des auteurs des blogs, l'image de la destination prend vie et se présente comme une source illimitée de plaisirs. Elle est alors dépeinte à l'image d'un objet (magique) accomplissant tous les désirs.

La prédiction d'un bonheur assuré

L'association des contrastes est bien souvent accompagnée de formes verbales conjuguées au futur prédictif qui visent à rassurer le lecteur quant au succès de son entreprise. Ainsi, Élisa et Max du blog Bestjobers assurent qu'

> [u]n voyage dans les Dolomites, au cœur du Sud Tyrol, comblera de bonheur tous les amoureux de nature, d'outdoor et de montagnes mais pas que […] (Annexe 5.24).

Le futur prédictif est aussi employé dans les segments suivants :

- « On y mange de délicieuse pasta, pizzas et (que) les amateurs de vins seront comblés » (Annexe 5.24) ;
- « Les amoureuses ou amoureux de vintage trouveront leur bonheur, c'est certain » (Annexe 5.18) ;
- « Soyez préparés, il aime discuter, sa cuisine est simple, ce n'est ni fancy, ni romantique. Mais vous passerez un moment inoubliable [émoticône souriante] » (Annexe 5.10) ;
- « [V]ous ne verrez personne dans ce village, à part les guides et les danseurs, et vous apprendrez tout un tas de choses sur ce petit pays et ses traditions » (Annexe 5.20).

L'emploi du verbe « combler » ainsi que les marques du futur des verbes « trouver », « passer », « voir », « apprendre » promettent à tous les voyageurs sans exception une félicité certaine ou, tout du moins, un bénéfice à retirer de l'expérience vécue. Ce faisant, les auteurs engagent leur responsabilité, a minima, sur la véracité et la justesse de leurs propos. Un commentaire appréciatif favorable est également parfois suivi d'un futur proche[1], à l'image de cet extrait :

> [L]es lacs magnifiques sont nombreux dans le coin, vous allez vite vous en rendre compte! (Annexe 5.24).

Dans ces différentes configurations, le locuteur paraît s'adresser à un interlocuteur déjà décidé, prêt à se lancer dans l'aventure décrite. Les formulations utilisant ainsi un futur

[1] Le futur proche désigne un « processus, non encore réalisé » qui « est cependant tout près de se réaliser », qui est imminent (Charaudeau, 1992 : 458).

proche ou un futur prédictif font l'économie d'un pan de la phrase qui serait peut-être « une fois sur place » ou bien « si vous vous rendez sur place ». L'ellipse de la partie hypothétique renforce l'idée selon laquelle une incitation à choisir la destination en question est peut-être visée au niveau indirect, l'auteur encourageant ainsi au niveau perlocutoire l'internaute dans un faire qui fera de lui un voyageur.

Dans les blogs, l'emploi de verbes conjugués au futur, dans des énoncés où les blogueurs interpellent directement leur public, rassure le lecteur tout autant qu'il l'incite indirectement au départ. Que le blogueur procède à une évaluation du voyage est attendu et inclus dans la visée informative de la situation de communication. En revanche, que l'appréciation soit réalisée essentiellement voire uniquement sous un angle favorable et aussi encourageant l'est moins.

7.3.1.3. Le traitement des éléments dysphoriques

La voix du voyagiste se fait entendre dans les mises en scènes de la destination en la valorisant et, à l'égal des brochures touristiques (Kerbrat-Orecchioni, 2004), en ne faisant que peu état des éléments dysphoriques. De fait, dans les productions, le locuteur exprime rarement une appréciation défavorable. Souvent, l'impact d'une critique est adouci par un commentaire positif. Lorsqu'elle se manifeste, la réprobation porte alors souvent sur le thème de la fréquentation touristique, réactivant de la sorte le paradigme de la distinction[1]. Dans cette section, on expose donc, en trois étapes, les spécificités du traitement que les auteurs appliquent à leurs évaluations négatives. On décrit, tout d'abord, les moyens langagiers qui signifient la désapprobation. Puis, on fait état du mécanisme du balancement axiologique développé pour nuancer les propos tenus. Enfin, on met en évidence la manière dont le discours antitouristique s'immisce dans ce type d'énoncés.

[1] Le paradigme de la distinction a été présenté en section « 3.2.2. La distinction » tandis que sa matérialisation dans le sentiment antitouristique a été décrite en section « 3.2.2.4. La parole antitouristique dans les productions médiatiques ».

Les formes de l'appréciation défavorable

Selon les éléments observés dans le sous-corpus 1, l'appréciation défavorable ne s'élabore pas à l'aide de négations absolues (Mitterand, 1969 : 91) telle que « ne pas ». Elle se caractérise plutôt par l'expression d'un degré d'intensité moindre que ce type de formulation. Ainsi, dans l'énoncé qui suit, le commentaire négatif prend appui sur la formulation d'un acte directif de conseil dont la portée est pondérée par l'insertion du superlatif « le moins » (Romero, 2017 : 165) :

> Extrait « B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).
>
> **PRINTEMPS:** peut être la saison qu'on recommande le moins même si pas testé! C'est juste qu'avec la fonte des neiges en montagnes, avant juin, il est difficile de prévoir des randonnées …
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 11 mai 2020)

Une justification succède alors immédiatement à l'expression de la critique. La nuance apportée à la valeur négative du contenu propositionnel est parfois introduite par un adverbe d'intensité tel que « vraiment » qui, comme dans l'extrait suivant, tempère le poids de l'évaluation qui est avancée :

> [J]e ne conseille pas vraiment d'aller au dernier tronçon (*Oku-Senbon*), autant investir ce temps dans exploration des temples locaux (Annexe 5.11).

La formulation d'une critique s'appuie sur des adverbes modaux appréciatifs (Le Querler, 1996 : 86). Le terme « malheureusement », par exemple, est employé pour déplorer un inconvénient inévitable (1) ou bien pour dépeindre des désagréments imprévisibles (2) :

- (1) « [L]es meilleurs spots pour observer la masse abondante de *sakura* sont malheureusement trop souvent récupérés par les commerces » (Annexe 5.11) ;
- (2) « Malheureusement pour nous, la météo avait décidé de faire un petit caprice ce jour-là. Premier jour de pluie du voyage ! Malgré tout, le brouillard nous a offert des couleurs mélancoliques et une lumière envoûtante. » (Annexe 5.20).

Plus rarement, une appréciation foncièrement négative survient. Les auteurs du blog Bestjobers, par exemple, déconseillent ainsi vivement de réaliser la totalité d'un road-trip dans les Dolomites en voiture depuis la France :

Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

En VOITURE: nous avons pris notre voiture depuis Lyon pour être plus autonomes, mais nous nous étions clairement pas rendus compte des distances et du coût des péages… En passant par le tunnel de Fréjus, c'est de l'autoroute tout du long pour aller au plus vite et il a fallu débourser 250€ de péages/tunnel aller retour pour un trajet de 8h (allez simple), assez fatigant, sans compter les 200€ d'essence. On ne recommande que si vous avez le temps de faire des étapes en chemin, de programmer des vacances plus longues en s'arrêtant en Suisse, Liechtenstein, Autriche, Allemagne, à Milan, Bergame sinon ce n'est pas intéressant, ni plaisant.

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 3 juin 2020)

Dans ce passage, la valeur défavorable est portée par :

- le contenu propositionnel des énoncés. Par exemple, un constat (« nous nous étions clairement pas rendus compte des distances ») est accentué par l'emploi d'un marqueur de l'intensité de degré haut (« clairement ») et décrit un élément négatif du voyage ;
- le verbe modal « falloir » (Le Querler, 1996 : 50) (« il a fallu débourser ») qui indique la contrainte externe ;
- les traits sémantiques d'un adjectif affectif (Kerbrat-Orecchioni, 2004 : 84) (« fatigant ») qui dépeignent une expérience désagréable ;
- la construction syntaxique négative qui met en scène les adjectifs affectivo-axiologiques « intéressant » et « plaisant ».

Ainsi, dans l'extrait, seule la restriction, formulée dans la proposition subordonnée de condition (Mitterand, 1969 : 122) introduite par « que » (« que si vous avez le temps des faire des étapes en chemin »), limite les effets du jugement défavorable. Parfois, l'apparition d'une appréciation négative peut être annoncée dans un intitulé combinant le verbe subjectif « aimer » et le superlatif « le moins » comme dans cet exemple issu d'un article publié par l'auteure de The Daydreameuse :

Extrait « B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles » (Annexe 5.18).

Ce que j'ai le moins aimé à Bruxelles…
J'ai franchement été déçue par la nourriture et le service. Certes, les frites sont succulentes. Mais on ne peut pas dire que la gastronomie belge soit au top. Quant au service… je n'en parle même pas. Même dans les quartiers peu touristiques, les serveurs laissent à désirer et sont peu aimables. Mais ce n'est que mon expérience…

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, 18 février 2020)

La première personne du singulier, l'adverbe d'intensité « franchement » et le verbe « décevoir » employés dans une construction passive font ressortir une opinion défavorable que le superlatif « le moins » parvient à tempérer là encore malgré tout. De fait, on observe que l'application de cette valeur négative est restreinte aux thèmes de « la nourriture » et du « service » ainsi qu'au jugement personnel de la locutrice (« ce n'est que mon expérience »). Par ailleurs, on note que la tournure de l'énoncé « on ne peut pas dire que la gastronomie belge soit au top » évite, par l'emploi d'une litote, une formulation qui serait peut-être perçue par les allocutaires comme brutale et qui atténue[1] simultanément le poids de la remarque. Les auteurs d'Un Couple en Vadrouille usent, quant à eux, d'un autre trope d'intensité, l'euphémisme[2] (Romero, 2017 : 151) pour exprimer un avis dépréciatif :

> [A]utre point qui nous a étonné, beaucoup de monuments ne sont pas restaurés et sont noirs (Annexe 5.27).

Enfin, l'épithète « petit » s'ajoute à la liste des procédés déployés pour pondérer l'incidence d'une observation péjorative entre parenthèses :

> […] de jolies églises (qui mériteraient un petit rafraichissement) (Annexe 5.18).

Comme on le constate, les segments exprimant une réprobation sont porteurs d'une intensité somme toute moins élevée que ceux mentionnant une appréciation favorable. La désapprobation est nuancée ou restreinte. À l'enthousiasme flagrant et à la fréquence des évaluations positives s'opposent la prudence et la mesure des critiques négatives.

Restreindre la valeur de la modalité appréciative défavorable : le contre balancement axiologique

D'autres procédés atténuent l'incidence d'une remarque pouvant nuire à l'image de la destination. La portée des commentaires négatifs est, par exemple, systématiquement contrebalancée par une évaluation positive. Ainsi, un trajet en voiture jugé trop long

[1] La litote est un trope d'intensité qui agit en particulier sur la force relative d'un énoncé (Romero, 2017 : 150).
[2] L'euphémisme « est le fait [...] d'atténuer la force d'un message qui pourrait être pénible pour l'allocutaire – notamment un jugement négatif à son égard – ou simplement gênant pour lui – comme l'évocation de choses intimes, déplaisantes ou de facteurs de tension. […] Cette atténuation passe typiquement par une minimisation des quantités : "*c'est un peu embêtant*", "*il y a un petit problème…*" » (Romero, 2017 : 151).

laisse place à l'émerveillement de la destination (1) ; un environnement un peu inquiétant devient acceptable (2) ; une résidence de logements temporaires pointée comme peu récente propose, malgré cela, des services de qualité (3) :

- (1) « [L]e temps de route peut vite sembler long mais à l'arrivée, les endroits magnifiques qui vous attendent vous font oublier le trajet » (Annexe 5.56) ;
- (2) « [B]eaucoup de SDF le matin et le soir, ce qui donne un air *sketchy* au quartier, mais tout à fait ok pour 2 nuits » (Annexe 3.2) ;
- (3) « J'ai eu l'occasion de visiter Oakhouse Shinjuku City View [hyperlien vers une plateforme de réservation Oakhouse] qui est l'une des moins récentes de l'agence mais qui propose quand même une certaine qualité » (Annexe 5.16).

De la même manière, la difficulté d'un chemin de randonnée s'efface devant la manifestation de la solidarité qui se tisse entre voyageurs :

> Extrait « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain » (Annexe 5.26).
>
> [L]a suite de la randonnée était encore plus rocailleuse et le chemin encore plus étroit mais nous avons rencontré beaucoup de randonneurs américains/espagnols ou autres et on s'entraidait tous pour grimper ou pour descendre les pentes pleines de cailloux.
>
> (http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, consulté le 25 septembre 2019)

Dans cet exemple et comme dans beaucoup d'autres extraits présentés dans cette section, l'opérateur privilégié du contrebalancement axiologique se révèle être la conjonction « mais »[1] qui introduit tantôt une opposition tantôt une restriction.

Les énoncés élogieux ne sauraient s'accommoder des quelques remarques défavorables qui se glissent dans les billets. L'auteur s'emploie donc à minimiser l'impact de ces évaluations négatives au moyen de litotes, de restrictions et de mécanismes compensatoires. Traités de la sorte, les éléments dysphoriques ne représentent pas de véritables obstacles au bon déroulement de l'invitation au voyage formulée dans le blog. Leur présence, au contraire, est nécessaire pour attester de l'authenticité du témoignage de l'auteur.

[1] « Mais » joue le rôle d'« un opérateur d'inversion » (Kerbrat-Orecchioni, 1980 : 92) dans le sens où « lorsque deux termes prédiquent à propos d'un même objet et sont reliés par "mais", si l'un d'eux est marqué » positivement ou négativement « sur l'axe axiologique, l'autre reçoit automatiquement la marque inverse » (*Ibid.*) ce dont on peut faire le constat dans les exemples de ce paragraphe où la conjonction est mentionnée.

Réinvestir le paradigme de la distinction : ne pas être touriste

Un objet de prédilection canalise les critiques des auteurs des blogs voyage : la fréquentation touristique. Les blogueurs aspirent (paradoxalement) à ne croiser aucun de leurs pairs au cours de leurs déplacements. Ainsi, pour dénoncer l'affluence des touristes ou pour prodiguer des conseils permettant de les éviter, les articles définis au pluriel succèdent à des verbes spécialisés dans l'indication de la présence d'insectes ou d'une masse informe. Dans l'extrait proposé pour illustrer ce point *infra*, les cafés « grouillent [ainsi] d'étrangers » qui « s'amassent » sur la Grand Place de la ville de Bruxelles :

Extrait « B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles » (Annexe 5.18).

- « La ville respire le calme – tant qu'on est loin des touristes. En plein été, les restaurants et les cafés grouillent d'étrangers venus visiter la ville tout en s'amassant sur la Grand Place, devant la Bourse ou encore devant le célèbre Manneken Pis – qui ne m'a pas plus émerveillée que cela à vrai dire (…) » ;

- « Mais j'avoue avoir été charmée par la Grand Place et son architecture imposante. Chaque bâtiment semble avoir été travaillé dans le détail, avec ses particularité. À refaire de nuit. Sans les touristes ! [photo] [photo] [photo][photo] ».

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, 18 février 2020)

La représentation du touriste, donnée à voir dans ces deux passages ou dans les deux suivants, est alors conforme à celle caractérisant le discours antitouristique. L'image discursive des visiteurs se manifeste dans l'emploi du pluriel (2) mais également dans l'utilisation d'adjectifs exprimant au moyen du préfixe « in– » le caractère infini du degré d'intensité exprimé (Romero, 2017 : 82) (1) :

- (1) « [D]'innombrables touristes passant par la Grand-Place s'arrêtent pour frotter le bras de l'œuvre » (Annexe 5.29) ;
- (2) « [L]es touristes sont un petit peu moins nombreux, mais encore bien présents ! » (Annexe 5.17).

Pour voyager sereinement ou pour simplement réussir son séjour, le flux de passage des compagnons d'itinérance doit être tenu à l'écart. Il faut donc s'en éloigner à tout prix et choisir des endroits ou des moments plus propices aux visites :

- « Pour profiter de Český Krumlov, il suffit simplement de se perdre dans les ruelles. C'est encore le meilleur moyen de profiter de la visite loin de l'agitation des touristes qui s'y pressent » (Annexe 5.6) ;
- « Il y a des milliers de personnes (au moins) à chaque arrêt, les parkings sont complets, les gens sont partout sur les chemins, c'est tellement touristique que ça me gâche le plaisir. NEXT ! » (Annexe 3.2) ;
- « Une destination très fréquentée en été, ce que nous en avions lu sur les blogs et entendu de la part de nos copains voyageurs nous avait d'ailleurs découragé d'y aller en haute saison (juillet-août-mi septembre) !! » (Annexe 5.24).

La gêne engendrée par la présence des autres visiteurs peut donc entraîner, à l'occasion, de vives critiques.

Par ailleurs, il semble que les auteurs pressentent, qu'il est attendu d'eux qu'ils agissent en tant que garde-fous contre les excès de l'industrie touristique. Dans le blog Un Couple en Vadrouille, Mylène et Mickael dénoncent, par exemple, la superficialité d'une reproduction théâtralisée d'une scène de l'histoire contemporaine berlinoise :

> Extrait « B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne – Voyages] – Un week-end à Berlin » (Annexe 5.27).
>
> Cet endroit est un peu un attrape touriste puisque 2 personnes vous attendent en costumes de l'époque pour prendre des photos payantes avec eux et vous pouvez aussi faire tamponner vos passeport avec Berlin Est et Berlin Ouest mais nous n'avons pas été tenté car ce n'est pas très officiel tout cela… lol.
>
> (http://www.uncoupleenvadrouille.fr/un-week-end-a-berlin/, 5 octobre 2019)

En harmonie avec la posture de voyageur expérimenté que les auteurs façonnent et défendent entre les lignes de leurs écrits plurisémiotiques, la critique négative de la figure du touriste est privilégiée. L'image du visiteur occasionnel ne bénéficie d'aucun répit. Les tares qui lui sont habituellement attribuées sont également citées dans l'extrait suivant :

> [E]nsuite, c'est Chihiro qui traverse le pont pour s'y rendre… les touristes suivent, bien volontiers [émoticône souriante] (Annexe 5.10).

Trop nombreux, passifs et donc suiveurs, les touristes sont dépeints dans les blogs voyage sous des traits stéréotypés. Ils sont vraisemblablement insectes ou moutons. Le manque de considération pour les lieux visités agace les *digital nomads* :

Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

> Le plus beau point de vue est au final sur le ponton à l'entrée mais en faire le tour permet de s'éloigner de la foule qui s'aglutine au départ. Des barrières en bois protègent le site, pourtant de nombreuses personnes s'en fichent et les franchissent… Arrêtons de ne rien respecter pour une photo !
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 3 juin 2020)

Les auteurs du corpus s'accordent pour réinvestir dans leurs témoignages l'un des paradigmes moteurs du champ du tourisme : la distinction. Se différencier de la masse informe des visiteurs est un élément important. Pour les blogueurs, il s'agit de consolider leur ethos de voyageur expérimenté tout en invoquant un thème de préoccupation communément admis parmi les lecteurs : comment éviter les touristes et éviter d'en paraître un. Le paradoxe sert les stratégies de captation des blogueurs. En prenant connaissance de leurs récits, les internautes se doteraient des moyens cognitifs nécessaires pour éviter d'être perçus au prisme de l'image négative de la figure du mauvais voyageur. Par ailleurs, en faisant preuve de véhémence à l'égard d'une représentation supposément commune et partagée, les auteurs ne mettent pas en risque leur démarche de persuasion. La formulation d'une appréciation dépréciative consolide également le caractère crédible de leurs propos.

7.3.1.4. Synthèse

Dans les billets, au rôle discursif du guide fait échos la voix d'un autre personnage : celle du blogueur qui témoigne de son vécu et en communique une évaluation. L'analyse des modalités appréciatives, des marqueurs de l'intensité, des champs lexicaux, des tropes de comparaison etc. a mis en évidence la manière dont l'auteur favorise une vision euphorisante de la destination à défaut d'en présenter une critique neutre. Le merveilleux et l'unique côtoient les prédictions d'un voyage idéal pour tous. La subjectivité des verbes, des adverbes et des adjectifs affectifs souligne l'importance de la dimension émotionnelle dans la formulation d'un avis sur le vécu viatique. L'emploi de litotes, d'euphémismes, ou la mention d'énoncés valorisants à la suite d'évaluations négatives surgissant çà et là confortent le caractère extraordinaire de l'expérience rapportée. En privilégiant ainsi les caractéristiques positifs de la destination, les blogueurs incitent leurs lecteurs à préparer leurs valises et à reproduire les itinéraires qu'ils exposent. En ce sens, l'appréciation favorable ne valorise pas uniquement l'objet touristique sur lequel elle porte.

Elle valorise réflexivement les internautes qui décideraient de se rendre dans de tels endroits. Dans les productions des blogueurs, la visée informative du témoignage se dissout alors à la faveur de l'intention incitative. L'analyse des données démontre aussi que les indices de présence de la figure du voyagiste ne se limitent pas uniquement aux procédés linguistiques décrits *supra*, bien au contraire.

7.3.2. Les mécanismes énonciatifs et plurisémiotiques du phénomène de l'enchantement dans le contexte des blogs voyage

Dans la première partie de ce travail, on a présenté l'enchantement comme représentatif d'un « déni des caractéristiques marchandes des services » (Réau et Poupeau, 2007 : 10) et de la manifestation d'une volonté consensuelle d'établir « une relation enchantée au monde social » (*Ibid*.). L'observation des marques linguistiques, sémiotiques et techniques mobilisées dévoile la manière dont ce phénomène s'impose dans les réalisations des blogueurs.

7.3.2.1. Les ressources énonciatives de la dénégation des réalités sociales et économiques

Les pays, les régions et les villes visités sont loin d'être désertiques. Ce ne sont pas non plus des coquilles historiques, économiques ou politiques vides. Pourtant, les informations fournies dans les blogs du corpus sur, précisément, l'économie d'un pays, sur son système politique, sur sa composition démographique ou sur l'état de la santé de sa population sont rares, on l'a souligné. Hormis quelques exceptions, les données concernant la réalité sociale ou économique de la destination ne sont pas mentionnées. La représentation du lieu qui est alors donnée à voir est celle d'une image fixe, à l'égale d'une carte postale.

L'absence d'échanges avec des tiers

Peu de billets mentionnent des interactions avec des individus externes à la situation de communication du blog voyage. On cite, pour l'exemple, Mathilde qui retranscrit quelques bribes de conversation échangés avec des *rangers* dans les parcs nationaux américains :

Extrait « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).

- « Gros coup de cœur pour cet arrêt de deux nuits où on a rencontré un ranger un peu dingue qui a couru en une journée les 40 miles qui encerclent le mont Hood (voir mention ci-dessus de la balade supra dure) » ;
- « On s'est enregistré le matin même auprès du ranger, c'était gratuit, et en pleine nature […] » ;
- « Bien sûr, il y a toujours les *rangers* dans les parcs traversés, qui sont là pour donner pas mal de renseignements pratiques au jour le jour, mais tous les rangers ne se valent pas ».

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Peu nombreux sont les renseignements qui sont également fournis sur ces individus. Seule la fonction sociale paraît mériter de figurer dans la description de la rencontre. Il est en effet possible de relever dans le corpus des appréciations sur le personnel d'une auberge traditionnelle par exemple :

Extrait « B4 – A2 – Section [Voyage au Japon] – Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi » (Annexe 5.14).

Le personnel est extrêmement chaleureux et les repas sont divins, sans exagération aucune. On y mange bien, essentiellement des **plats japonais**, même si le matin on peut profiter d'un petit-déjeuner proposant quelques options occidentales en plus des habituels saveurs japonaises.

(https://www.gaijinjapan.org/houraikan-kamaishi/, consulté le 12 décembre 2019)

Dans un autre article, on note que la blogueuse de Le Blog de Mathilde donne quelques indications sur la professionnelle en charge du détartrage de ses dents :

[V]ous voyez sur la photo à gauche, le mot qui dit « Thank you » ? Et bien c'est la dentiste, qui m'a écrit une petite carte de remerciements pour les avoir choisis (Annexe 3.4).

On déduit du contenu propositionnel de l'exemple précédent que la personne désignée est une femme, qu'elle parle anglais et qu'elle se démarque des autres dentistes par le souci de la qualité du service rendu au patient. Parfois, seule l'occurrence d'un pronom pluriel tel que « ils » pointe les individus croisés au cours d'un tel rendez-vous (1) tandis que celle d'un pronom indéfini désigne les habitants d'une région (2) :

- (1) « [Ç]a tombe bien, en arrivant, ils m'ont dit qu'ils étaient les meilleurs (ouf) » (Annexe 3.4) ;
- (2) « Le Sud Tyrol, petite région tout au nord de l'Italie où l'on parle aussi bien allemand qu'italien, où l'on mange autant de spaghettis que de knoedels ! » (Annexe 5.24).

Les références ainsi faites aux interactions entre blogueurs et habitants des pays hôtes n'apparaissent que de manière très limitée dans le corpus. Par exemple, lors de la visite de la ville de Česky Kumlov, l'auteure de Nuage Nomade ne rapporte aucun échange à l'égal du récit des auteurs du blog des Bestjobers qui semblent voyager seuls à bord du Glacier Express. De la même manière, la présence du pilote aux commandes d'un hélicoptère lors d'un vol touristique n'est pas signalée (Annexe 5.19). Aucun contact avec des agents de la compagnie aérienne organisant le vol de retour de Mathilde pour Boston (Annexe 3.2) n'est rapporté. La mobilisation de chasse-neiges et leur mise en mouvement semblent là encore se réaliser sans aucune intervention humaine :

> [P]our que le train puisse circuler toute l'année, il faut faire appel à des chasse-neige géants pouvant déblayer 19 tonnes de neige à la minute! (Annexe 5.25).

Parfois, les textes évoquent un collègue ou un ami sans fournir au lecteur beaucoup de précision sur celui-ci :

> On a profiter du jeudi qui était férié avec une collègue qui travaillait avec moi, pour faire une escapade sur 3 jours, mais ça nous ne le savions pas encore, vive la spontanéité ! (Annexe 5.6).

Les témoignages sont donc dépourvus de références à de quelconques compagnons d'itinérance ni ne mentionnent l'existence des professionnels et autres actants qui rendent possible la réalisation du voyage.

Percevoir l'Autre sous l'angle des stéréotypes culturels

Si les blogueurs ne rapportent qu'avec parcimonie leurs échanges avec les populations locales, il n'en demeure pas moins que l'altérité, en tant qu' « image intériorisée de l'autre » (Benke, Michaeli, Yanoshevsky, 2017 : 3 ; Yanoshevsky, 1995) est bien présente dans les billets. De fait, dans les blogs, le traitement de celui qui accueille s'inscrit dans des désignations identitaires[1] dont la marque linguistique

[1] Les désignations identitaires relèvent de la nomination identitaire qui implique qu'une instance énonciatrice (individuelle ou collective) désigne un individu ou un groupe d'individus (hétéro-désignation) ou bien se désigne elle-même en employant une forme relevant de la catégorisation nominale (Siblot, 1998 : 32). En ce sens les désignations identitaires sont les moyens langagiers par lesquels les sujets parlants mettent en discours des

privilégiée est le pluriel (articles définis ou indéfinis notamment). Dans l'extrait suivant, les tiers sont « des Japonais » (on note une reprise anaphorique par le pronom « ils » du segment « des Japonais ») et la maman du blogueur :

> Des Japonais sont arrivés tout nus et ma maman tout naturellement : *Ils ont l'air surpris mais ils peuvent venir avec nous non ?* C'était assez drôle ! C'était dans ce bain là, ci-dessous (Annexe 5.10).

L'image de l'hôte surgit également sous l'angle du stéréotype. Il s'agit, en effet, de stéréotype et non de cliché. Tandis que le second transparaît à la surface du discours sous la forme d'une figure lexicalisée (« une douceur angélique », « un teint de lait », « blonde comme les blés ») le premier n'est pas directement accessible (Amossy et Pierrot, 2014 : 72). Il est nécessaire de le déchiffrer, de l'inférer voire de le reconstituer à partir des attributs d'un groupe ou d'un objet (*Op. Cit*. : 73). L'allocutaire, le lecteur dans la situation du blog, doit donc rassembler des éléments qui sont généralement et traditionnellement attribués à l'image d'un objet de discours. Pour reprendre les termes d'Amossy, le stéréotype « est une construction de lecture » (Amossy, 1991 : 21-22). En ce sens, pour dégager un « schème stéréotypé », le lecteur se rapporte donc « aux modèles préétablis de la collectivité » à laquelle il appartient (Amossy et Pierrot, 2014 : 74), c'est-dire-à son « savoir encyclopédique » (*Ibid*.)[1].

Dans la zone de titre de Le Blog de Mathilde, on a décrit la présence des deux symboles censés représenter, dans l'esprit de l'internaute, les États-Unis : le dessin du *sandwich*, un *hamburger* vraisemblablement, et du gobelet en plastique surmonté d'une paille rappelant le goût (supposé) des Américains pour les boissons gazeuses. Ces images fonctionnent à l'égal des marqueurs sémiotiques de MacCannell (MacCannell, 2013). En effet, le stéréotype du *fast food* est activé au moyen de ces deux indices. Un peu plus loin dans l'article, l'auteure relate un arrêt dans un hôtel en bord de route en ces termes :

---

frontières symboliques qui opposent ceux qui constituent le « nous » et ceux formant « les autres » (Pereira Couttolenc, 2015).

[1] Benke, Michaeli et Yanoshevsky préfèrent le terme de « représentation sociale » plutôt que de « stéréotype » pour pointer, dans des guides touristiques, la récurrence de traits propres à l'univers sémantique du judaïsme pour construire l'image en discours d'Israël (Benke, Michael, Yanoshevsky, 2017 : 4). Les schèmes évoqués dans ce paragraphe me paraissent suffisamment figés dans les croyances pour justifier de l'emploi du terme de « stéréotype ».

> [O]n a fini dans un motel standard à John Day**[hyperlien vers un site commercial de réservation d'hôtel]**,** où une troupe de motards faisaient un road trip en grosse Harley Davidson. (Annexe 3.2)

Les substantifs « motel », « motards », « Harley Davidson » ne sont pas sans rappeler l'image du *biker*, gilet en cuir, torse nu, bandana noir et lunettes. Le mythe du *cowboy* est également convoqué dans les descriptions de Mathilde ou dans celles de Mylène et de Michaël :

- « [S]ur les hauteurs du canyon en voiture » les routes sont « scéniques dignes de western » (Annexe 3.2) ;
- « [N]ous avons aussi pû prendre une photo en mode 'western' sur un cheval au bord d'un gros rocher avec un fond magnifique » (Annexe 5.26).

La blogueuse de The Daydreameuse invoque à son tour les thèmes de la *Junk Food* lors de son voyage aux États-Unis :

> [P]ays hautement gastronomique, les États-Unis raviront vos papilles ! Ahem… Pas vraiment. Mais vous ne mourez pas de faim, c'est sûr ! Entre fast foods et restaurants : vous n'aurez que l'embarras du choix. (Annexe 5.17).

Les spécialités culinaires sont un sujet de prédilection des blogueurs francophones. Ainsi, les auteurs d'Un Couple en Vadrouille décrivent leur expérience de la cuisine allemande tout en confirmant leurs préjugés initiaux :

> Extrait « B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne – Voyages] – Un week-end à Berlin » (Annexe 5.27).
>
> - « [Icône fourchette et couteaux] On mange quoi à Berlin / en Allemagne ?
> Une chose est sûr, on mange bien (et gras) en Allemagne ! Comme à notre habitude, nous aimons tester au moins un restaurant typique du pays/de la capitale que nous visitons. En Allemagne, les spécialités sont à base de porc, foie de veau, saucisses, chou, pommes de terre, fromage… C'est donc lors de notre dernier jour dans la capitale Allemande que nous partions à la recherche d'un fameux restaurants qui nous permettrait de gouter leurs spécialités culinaires. Nous nous sommes arrêtés dans le restaurant traditionnel allemand (on vous laisse vous amuser à le prononcer hein) : Schwarzwaldstuben. » ;
>
> - « Quel merveilleux choix nous avions fait là ! En plus d'être super mignon, on a extrêmement bien mangé car c'était super copieux, riche et surtout savoureux. Pour ma part j'avais pris des **Kässpätzle** (pâtes fraîches aux œufs avec une abondance de fromage) et Micka avait pris **Badisches Schäufele** (épaule de porc braisée avec purée allemande) ».
>
> (Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr/un-week-end-a-berlin/, 5 octobre 2019)

L'extrait illustre plusieurs stéréotypes. Le premier rappelle les difficultés phonétiques que représente la pratique de la langue allemande pour des francophones non-initiés. Le second renforce l'idée selon laquelle il est d'usage de manger gras en Allemagne. Le lecteur s'appuie sur les occurrences du toponyme « Allemagne » et de son corollaire adjectival « allemand » ainsi que sur le champ lexical du typique (« typique », « traditionnel », « spécialités ») pour reconstituer la teneur du stéréotype qui lui est soumis. À l'égal de la gastronomie, le pittoresque est tout autant sollicité dans les réalisations des blogueurs. Miryam de Nuage Nomade mentionne notamment que son chemin croise celui d'un village

> […] charmant avec ses petites maisons, on ne peut pas parler de chalets mais de jolies maisons en pierres tout ce qu'il y a de plus moderne et de typiquement allemand … (Annexe 5.5).

Si les *truth markers*, tels que l'adjectif « typique » ou l'adverbe « typiquement », créent pour le lecteur une représentation authentique de la destination (MacCannell, 2013 : 14), les énoncés évaluatifs et les anecdotes dans lesquels ils sont intégrés servent à restituer des rencontres relativement brèves et superficielles avec la culture de l'hôte.

De ces indices langagiers, on infère que l'objectif du voyage partagé dans les billets n'est pas de découvrir un pays dans son quotidien ni d'interagir avec ses habitants. L'idée qui prévaut est celle d'une recherche de validation d'une représentation construite en amont du voyage. L'expérience du blogueur concourt, en ce sens, il me semble, à la reproduction langagière des stéréotypes culturels. L'intitulé « Le train rapide le plus lent du monde » conforte l'image de lenteur attachée aux comportements des habitants de la confédération helvétique tout en rassurant les attentes des futurs voyageurs : l'inconnu disparaît au profit du connu, certes caricaturé mais réconfortant. Le cercle de cette herméneutique, dont on a par ailleurs évoqué la prégnance dans les paradigmes de l'imaginaire lié au champ du tourisme[1], se voit ainsi résumé dans les propos suivants :

[1] On retrouve ce point développé en section « 3.2.5.4. La circularité du regard touristique : les moyens de l'injonction du visuel ».

Extrait « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain » (Annexe 5.26).

Voyager dans l'Ouest Américain, pour nous c'était aussi : voir des panoramas uniques, voyager à la lueur des rivages ensoleillés, parcourir les déserts peuplés de cactées, discuter et partager avec des américains et autres voyageurs du monde entier, manger pas mal de hamburgers et avoir encore et toujours de supers souvenirs dans la tête. C'était ça notre rêve américain et désormais ce rêve est devenu réalité.

(http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

L'image d'une destination forgée dans les films vus, les histoires lues, les séries télévisées regardées et les magazines feuilletés déterminent la construction du voyage entrepris par les blogueurs et conditionnent celle donnée à voir dans les productions. Le lecteur est ainsi immergé dans une version idéalisée et essentialisée du voyage.

7.3.2.2. L'immersion temporelle et spatiale du lecteur

Le temps et l'espace, en tant que construits sociaux, sont façonnés par les perceptions des individus (Amirou, 1995 : 64). Les blogueurs usent de divers moyens pour dynamiser la lecture des témoignages, capter l'attention du public et plonger celui-ci dans les récits. Un de ces procédés consiste à proposer, à la surface des énoncés, une alternative aux formes linguistiques classiquement attendues dans la situation de communication du blog voyage pour désigner les dimensions spatiales et temporelles. De fait, un premier schéma énonciatif « classique » se déploie dans les productions : le texte du billet porte les marques des temps du passé (imparfait, passé composé) ; la destination est désignée par des toponymes et des adverbes de localisation qui évoquent une distance moyenne ou grande ; la première personne du singulier et la deuxième du pluriel sont les embrayeurs de la personne les plus récurrentes. Selon ce premier scénario, les éléments du repérage énonciatif s'orchestrent de la façon suivante :

Extrait « B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire » (Annexe 5.5).

- « À la fin du mois de janvier dernier, je suis allée avec mon amie Sophie passer un week-end en Forêt-Noire dans ma merveilleuse région du Baden-Würtemberg qui comme vous le savez est une région chère à mon coeur … » ;

- « C'est depuis Mannheim que nous sommes partie Sophie et moi à bord de Karli en direction de Haüsern tout au sud de la Forêt-Noire près de la frontière suisse pour le week-end. Le temps n'était pas particulièrement au beau fixe, mais nous avons eu de la neige,

> plein de neige ce qui était parfait au vu de notre programme. Notre voyage nous a conduit à plus de 1000 mètres d'altitude dans ce qu'on appelle la Hochschwarzwald […] ».
>
> (https://www.nuagenomade.fr, 15 novembre 2019)

Les déictiques temporels de l'extrait situent le témoignage dans le passé par rapport à un point de référence dans le temps dont on peut supposer qu'il s'agit de la date de rédaction de l'article[1]. En effet, dans ce passage, on relève une référence datée (« À la fin du mois de janvier dernier ») ainsi que des segments portant majoritairement les marques du passé composé et de l'imparfait (« nous sommes partie », « nous avons eu », « le temps n'était pas particulièrement au beau fixe », « ce qui était parfait », etc.). Seule une occurrence de présent non déictique (« dans ce qu'on appelle la Hochschwarzwald ») est identifiée. L'intervention « comme vous le savez » pointe le moment de l'énonciation et interpelle les allocutaires de la situation de communication (« vous »). Dans ce passage, la prise en charge des énoncés s'effectue principalement à la première personne du singulier et du pluriel (« je suis allée avec mon amie Sophie », « dans ma merveilleuse région », « chère à mon cœur », « notre voyage nous a conduit » …).

Un second schéma énonciatif se manifeste dans les productions. Aux formes langagières pointant le temps, l'espace et les modalités de désignation des personnes du schéma énonciatif classique, les blogueurs substituent ceux correspondant au temps du voyage. Le glissement énonciatif, dont il est question dans ce paragraphe, s'illustre particulièrement dans les exemples suivants extraits du blog Japon Secret. Le témoignage de Jordy Meow débute ainsi par une interpellation du public à la deuxième personne du pluriel :

> Suivez-moi pour un petit voyage haikyoesque à travers le monde tout en restant au Japon (Annexe 5.12).

Au sein de l'énoncé précédent, le contenu propositionnel indique qu'un voyage « à travers le monde » est sur le point d'être amorcé « tout en restant au Japon ». Les deux références spatiales ne prennent pas en compte la localisation du lecteur. Le segment « tout en restant au Japon » assigne à l'internaute le même ancrage géographique – le Japon – que celui du blogueur. Le témoignage de l'auteur se poursuit par la mention de la date qui téléporte fictivement la situation énonciative au moment où l'escapade a eu lieu. Le voyage se déroule ensuite au rythme des étapes qui le ponctuent et qui sont introduites dans l'ordre

[1] Une date présumée de rédaction qui précède la date de publication de l'article, le 26 février 2019.

chronologique de leur réalisation. Les segments où les verbes sont conjugués au présent de l'indicatif se succèdent, comme on peut l'observer dans l'extrait exposé ci-après :

> Extrait « B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon » (Annexe 5.12).
>
> - (1) « *Été 2012.* Nous venons tout juste d'atterrir à Hokkaido et nous voici déjà sur la route. J'ai l'impression de conduire dans un nouveau pays : le paysage semble plus étendu, vallonné et l'air est tellement plus frais qu'à Tokyo ! » ;
>
> - (2) « On se gare devant l'entrée. Il n'y a personne et le parc est seulement protégé par des barrières de quelques centimètres de haut. Le ciel se dégage et ce haikyo [hyperlien interne renvoyant à une définition du terme] promet une exploration facile et agréable. La matinée s'annonce bien ! » ;
>
> - (3) « [photo] L'ambiance est réaliste, elle me rappelle avec émotions mon année passée en *Chine*. Les couleurs ocres, le bois vermoulu. La décomposition du lieu rajoute positivement à son caractère, on se croirait dans une version du Palais d'Été qui aurait été laissé aux griffes du temps [photo] ».
>
> (https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, 5 décembre 2019)

Dès le début de la séquence, la typographie en italique attire l'attention du lecteur. Les éléments du segment « *Été 2012*. » sollicitent la compétence interdiscursive (Maingueneau, 1984 : 53) du lecteur puisqu'ils évoquent une forme d'intertexte avec le caractère daté des carnets de voyage. Néanmoins, compte tenu du contexte énonciatif qu'on cherche à mettre en évidence dans cette section, l'intérêt de cet énoncé réside essentiellement dans l'assignation à l'allocutaire d'une date de référence à laquelle il doit se conformer pour donner sens à la suite du récit. De la même façon, la marque du passé récent (« nous venons d'atterrir ») semble témoigner d'une volonté d'incorporer le lecteur dans le déroulement des évènements à la manière d'un spectateur.

Dans la portion (1) du fragment exposé, on observe que la première personne du pluriel désigne uniquement les protagonistes du voyage. Le sens du verbe « atterrir » et celui de l'énoncé « être déjà sur la route » excluent la possibilité de considérer le pronom personnel « nous » sous l'angle de sa valeur inclusive. Dans la proposition (2), le pronom indéfini « on » (« on se gare ») désigne là encore, sans ambiguïté, les membres du groupe qui se joignent au blogueur pour réaliser l'expédition. En revanche, dans l'extrait cité en dernier (3) (« on se croirait dans une version du Palais d'été qui aurait été laissé aux griffes du temps »), il est plus difficile de définir clairement à quels acteurs du récit ou à quelles instances de l'énonciation il est fait référence. Le glissement annonce un changement dans

la situation énonciative. Toujours au sein du même billet de Japon Secret, dans le passage exposé ci-après, les marques de la première personne du pluriel ne font plus référence aux seuls participants effectifs du voyage. Le lecteur est inclus dans la désignation :

> Extrait « B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon » (Annexe 5.12).
>
> - « Tout y est : la Moon Gate, la pagode, ainsi qu'une sorte de jardin qui me rappelle la Forêt de Pierre de Kunming. Montons en haut de la pagode pour voir à quoi ressemble le parc dans son intégralité. [photo] » ;
> - « Nous visiterons un autre parc abandonné à Hokkaido un peu plus tard dans cet article [émoticône clin d'œil] ».
>
> (https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, 5 décembre 2019)

L'énoncé « montons en haut de la pagode » n'a de sens que si on considère que l'invitation s'adresse explicitement au lectorat. Dans la formulation « nous visiterons un autre parc abandonné à Hokkaidon », « nous » adopte une valeur inclusive et désigne, dans ce cas, le blogueur et le lecteur du billet. Le segment « un peu plus tard dans cet article » est accompagné du signe de l'« [émoticône clin d'œil] » dans un mouvement double qui signale l'esprit ludique de l'auteur et sa volonté d'établir un lien de connivence avec les internautes. L'auditoire est ainsi intégré au déroulement du témoignage. Il n'est plus simple lecteur, il devient, par le jeu des marques de la personne et des déictiques spatio-temporel, un spectateur acteur embarqué au cœur d'une exploration d'un site abandonné.

Les deux schémas apparaissent de manière égale dans les billets du corpus. Tantôt la version classique est privilégiée, tantôt celle de l'immersion du lecteur est mobilisée. Le plus souvent les deux scénarios cohabitent dans les productions comme à l'image de cet extrait du voyage en train des blogueurs du site Bestjobers :

> Extrait « B7 – A2 – Suisse | Le train rapide le plus lent du monde : le glacier express » (Annexe 5.25).
>
> - (1) « Après une semaine au cœur de la station de ski de Davos Klosters où on a pu profiter au maximum des joies de la neige et des montagnes (et même se faire peur et dépasser nos limites) on est rentré à la maison avec le Glacier Express qui traverse toutes les Alpes Suisses. Récit d'une expérience impressionnante et relaxante à la fois, où on prend le temps de s'installer confortablement et de regarder par la fenêtre. » ;
> - (2) « De l'autre côté du col, la météo n'est pas au beau fixe, c'est le moins que l'on puisse dire. La neige se transforme vite en pluie à mesure qu'on redescend jusqu'à Brig à 670 m. Forcément le voyage n'a pas la même saveur lorsqu'il ne fait pas beau. Le spectacle n'est pas aussi époustouflant quand les montagnes sont engouffrées dans le brouillard ! En remontant sur le dernier tronçon, de Brig à Zermatt, à 1604m, il neige de nouveau

> mais la visibilité ne s'améliore pas. On s'estime déjà chanceux d'avoir pu profiter des vues sur la première partie du voyage. ».
>
> (https://www.bestjobersblog.com/suisse-le-train-rapide-le-plus-lent-du-monde-le-glacier-express/, 24 février 2018)

Dans le premier segment (1), les marques du passé (« on a pu », « on est rentré à la maison ») inscrivent le témoignage des blogueurs dans un schéma énonciatif classique. De fait, le pronom indéfini « on », dans le contexte de l'emploi du passé composé, désigne explicitement le couple de blogueurs. Néanmoins, dès la dernière phrase du paragraphe, un glissement s'opère. La marque de la troisième personne, « on », dans un contexte verbal au présent de l'indicatif (« on prend le temps de s'installer confortablement et de regarder par la fenêtre ») ne semble plus désigner seulement les auteurs du billet. L'emploi du pronom offre l'opportunité au lecteur de s'inclure dans la désignation. « On » s'imagine alors, à l'égal du locuteur, en train de s'installer confortablement et de regarder par la fenêtre de l'écran. L'emploi du présent ralentit le déroulement de l'action rapportée. La flexibilité octroyée par le signe linguistique « on » permet alors d'accueillir dans un même signifiant tout autant la désignation des acteurs du procès décrit dans le témoignage du billet que les autres intervenants prenant connaissance de l'article.

Le second extrait (2) illustre les mécanismes propres au schéma de l'immersion. L'effacement de la marque de la première personne du singulier se réalise au profit de tournures impersonnelles (« lorsqu'il ne fait pas beau », « il neige de nouveau ») et d'appréciations qui font état de la dimension subjective des énoncés sans référer explicitement à l'énonciateur (« le spectacle n'est pas aussi époustouflant quand les montagnes sont engouffrées dans le brouillard ! », « le voyage n'a pas la même saveur lorsqu'il ne fait pas beau »). Ces procédés langagiers se retrouvent disséminés dans les productions alternant les références étroites aux auteurs concernés par le déroulement des étapes du voyage et celles incluant le public :

> Extrait « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain » (Annexe 5.26).
>
> Au final, au bout d'une heure de randonnée intense (surtout pour nous qui ne sommes pas sportifs pour un sous), on arrive à côté du **Tree Of Life** et pouvons enfin admirer la **vue sur Los Angeles**. C'est exceptionnel. On y croit pas d'avoir monté tout cela en voyant notre voiture toute petite en bas des collines. Pour se rendre derrière le **Hollywood Signs** il faut encore marcher/escalader pendant 20 minutes nous dit-on… allez on y va !
>
> (http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

La troisième personne du singulier alterne avec celle de la première du pluriel dans cet extrait du blog Un Couple en Vadrouille. Les occurrences du pronom indéfini tendent, dans ce contexte, à désigner uniquement les deux auteurs. Cependant, la dernière apparition du pronom, dans le segment « allez on y va ! » semble inviter tout autant à se figurer le moment de décision du couple qu'à inclure le lecteur.

Au moyen du jeu des marques énonciatives, qui assignent au lecteur les repères spatiaux et temporels du voyage vécu, le blogueur immerge le lecteur dans son récit. Les auteurs proposent une alternative au schéma énonciatif classique du témoignage rapporté. Ils créent l'illusion d'un film qui se déroule sous les yeux de l'auditoire. Il ne s'agit plus d'une expérience qu'on relate après coup mais d'un voyage qui prend vie en compagnie des internautes. L'effacement fictif des frontières physiques et énonciatives au profit d'une représentation idéalisée mais vivide du voyage est d'autant plus efficient que la photographie se fait l'écho des dires et des impressions des blogueurs.

7.3.2.3. La dimension visuelle au service des enjeux de captation de la visée incitative

La schématisation proposée dans les blogs est celle d'un voyage merveilleux qui s'ancre dans les procédés énonciatifs que les blogueurs mobilisent pour retracer leurs circumnavigations dans le monde. Les auteurs brouillent les frontières du temps présent, passé et à venir. Le lecteur est invité à s'évader de son quotidien, ne serait-ce que le temps de la lecture d'un billet de blog. La dimension iconique intervient fortement dans le fonctionnement de ce processus incitatif qui encourage le lecteur à s'imaginer en lieu et place du voyageur. On expose, dans cette section, les résultats de l'exploitation des clichés[1] au prisme du modèle de la grille d'analyse de Kress et van Leeuwen (2006). On fait également état des thèmes abordés et des particularités relevées dans les mises en scène visuelles. Enfin, on souligne les apports singuliers de la photographie dans l'élaboration de la présentation de soi en ligne des auteurs de blogs voyage.[2]

---

[1] Pour rappel, j'ai sélectionné, de manière arbitraire, les 10 premières images apparaissant dans le déroulé de la page d'un billet de contenu pour chacun des blogs du corpus. Le corpus d'images se compose de 87 images (79 pour le corpus de billets de blog et 8 pour les pages de présentation des auteurs). Les résultats de l'analyse visuelle des photos des portraits ont été exposés en amont en section « 6.4.2.1. La photo portrait des auteurs ». On note que 73 documents sont des clichés photographiques et 6 sont des cartes de localisation géographique.

[2] Les visuels extraits du blog Un Gaijin au Japon ne sont pas de bonne qualité. C'est ainsi que les clichés sont présentés dans les billets. On a, pour le confort du lecteur, améliorer autant que possible la définition de ces visuels.

L'absence de personnages humains

Les clichés photographiques n'exhibent que très peu d'êtres humains. Seuls 26 visuels montrent un individu ou un groupe d'individus. Les deux tiers des clichés (47) affichent des prises de vues de rues, de cités ou bien d'hôtels ou de paysages désertiques. Ci-après, on joint quelques exemples illustrant une ville sans habitants, une attraction touristique sans touristes et un hôtel sans clients.

Une ville explorée durant un week-end en forêt B2–A1–I4 (Annexe 13.4).

(https://www.nuagenomade.fr/un-week-end-en-foret-noire/, consulté le 2 octobre 2020)

Le ponton d'un bateau visité en famille. B6–A1–I10 (Annexe 13.13).

(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 30 octobre 2020)

Un hôtel où les hôtes ne figurent pas dans les parties communes B7-A1-I5 (Annexe 13.15).

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 30 octobre 2020)

Les paysages comparaissent, eux aussi, vierges de toute présence humaine, qu'il s'agisse de contrées au cœur de l'Allemagne ou bien d'étendues de neige au Japon :

Image B2 –A1–I5 (Annexe 13.4).

(https://www.nuagenomade.fr/un-week-end-en-foret-noire/, consulté le 2 octobre 2020)

Image B3–A1–I6 (Annexe 13.6).

(https://japonsecret.fr/zao-onsen-monstres-neige/, consulté le 12 octobre 2020).

La finalité contemplative des photographies

Des 26 clichés représentant les blogueurs, des habitants ou bien de simples touristes, uniquement 7 font intervenir ce que Kress et van Leeuwen ont appelé une relation de demande d'interaction (Kress et van Leeuwen, 2006 : 116), un *image act*. Mathilde, représentée dans la photographie ci-après (Annexe 13.1), sourit en direction du photographe. Aurélie se promenant dans les rues de Bruxelles capte le regard d'une petite fille (Annexe 13.11) :

Image B1–A2–I7

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019)

Image B5–A2–I7

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 18 février 2020

Le regard des participants représentés (la blogueuse ou la petite fille) est orienté vers l'emplacement du photographe ou de l'observateur. Cette forme d'adresse est interprétée, selon le modèle, comme la réalisation d'un acte pragmatique à l'égard du lecteur du blog voyage. Le personnage de la photo souhaite entrer en interaction (Kress et van Leeuwen, 2006 : 117-118) avec celui ou celle qui observe le cliché. Ce trait sémiotique est peu actualisé dans le corpus. On imaginait que la volonté de créer une relation étroite avec le public s'exprimerait davantage dans les éléments sémiotiques. Ce n'est pas le cas. Le type « offre d'information » est, en réalité, plus fréquent. Ainsi, indépendamment de la présence ou de l'absence de personnages, plus de 60 images mettent en scène un contenu présenté de manière impersonnelle et ceci uniquement dans un but contemplatif (Kress et van Leeuwen, 2006 : 119).

L'horizontalité : un trait sémiotique peu concluant

L'alignement des plans entre le personnage représenté sur le cliché et celui de l'objectif de l'appareil photo témoigne d'une volonté d'inclure l'allocutaire, désigné dans cette section comme le spectateur, dans un monde commun (Kress et van Leeuwen, 2006 : 136). On a observé que 43 photographies font ainsi état d'un angle frontal, soit une majorité des clichés.

Image B7–A1–I6 (Annexe 13.15)

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 19 octobre 2019)

Image B5–A2–I3 (Annexe 13.11)

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 18 février 2020)

La scène photographiée se présente alors de face. Les lignes formées par la disposition de l'objet touristique, ici une chambre d'hôtel, là un bâtiment historique, sont parallèles. On déduit de cette configuration et selon les préceptes établis par Kress et van Leeuwen que le spectateur est plus fréquemment invité à faire partie du monde qui lui est donné à voir au travers de ces clichés qu'il n'est exposé à un processus de distanciation. Les 36 autres images présentent un angle oblique invitant, de la sorte, le spectateur à simplement le contempler.

Image B4–A1–I2

(https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/, consulté le 12 décembre 2019)

Image B4–A1–I6

Image B5–A2–I2

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 18 février)

À partir de la grille d'analyse des visuels et du décompte des occurrences du trait sémiotique de l'horizontalité, on ne peut qu'inférer l'intention des locuteurs qui, en l'espèce, n'est pas suffisamment significativement matérialisée pour être formulée.

La distance de cadrage

On comptabilise 31 photos relevant de la distance personnelle ou intime, 20 de la distance moyenne et 26 de la distance lointaine ou dite public. Les clichés exposant la personne représentée en entier et les paysages photographiés en partie (distance moyenne) présentent des caractéristiques similaires à celles des photos témoignant de la distance intime. De fait, les deux distances de cadrage donnent une même impression d'immersion comme on peut en faire l'observation dans les visuels suivants :

Clichés relevant d'une distance moyenne

Image B6–A1–I9

(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 17 mars 2020)

Image B3–A1–I8

(https://japonsecret.fr/zao-onsen-monstres-neige/, consulté le 4 décembre 2019)

Image B2–A1–I6

(Nuage Nomade, consulté le 15 décembre 2019)

Clichés relevant d'une distance intime

Image B6–A1–I4

(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 17 mars 2020)

Image B3–A1–I9

(https://japonsecret.fr/zao-onsen-monstres-neige/, consulté le 4 décembre 2019)

Image B2–A1–I7

(Nuage Nomade, consulté le 15 décembre 2019)

Dans les clichés de la seconde série, correspondant à la distance intime, la photographie de l'intérieure d'une salle d'un bateau ne montre qu'une vue partielle d'un hamac parmi d'autres (B6–A1–I4) donnant l'impression que le spectateur est un marin prêt à s'installer pour se reposer ; le visuel de Japon Secret (B3–A1–I9) ne présente à la vue du lecteur que la partie supérieure d'un sapin recouvert de neige qui adopte pour l'occasion des allures de montres avec lesquels il serait peut-être possible d'interagir ; la blogueuse de Nuage Nomade ne photographie que la cime des arbres (B2–A1–II7) comme si le visiteur pouvait se perdre en pleine forêt. Dans les images relevant de la distance moyenne, le cadrage s'effectue à une distance un peu plus éloignée des éléments représentés mais ne révèle là encore qu'une vue intérieure ou partielle du paysage ou de la salle représentée se prêtant là aussi au jeu de l'illusion. La réunion des

images correspondant à la distance de cadrage personnelle ou intime et à la distance moyenne fait sens. 58 clichés sur les 79 pointent alors clairement la volonté du photographe d'encourager émotionnellement et socialement le spectateur à se lier avec l'objet ou le paysage représenté. Les photographies des blogueurs sont tout autant une preuve du voyage réalisé qu'ils incitent par ailleurs l'observateur à se percevoir en train de vivre l'expérience du photographe.

À la lumière des corrélations entre les divers critères retenus (Annexe 14.2), on a noté que la distance de cadrage la plus grande coïncide avec des clichés où les paysages apparaissent sans aucune présence humaine à l'égale des visuels insérés *infra* :

Image B2–A1–I5

(Nuage Nomade, consulté le 15 décembre 2019)

Image B3–A1–I6

(https://japonsecret.fr/zao-onsen-monstres-neige/, consulté le 4 décembre 2019)

Image B1–A2–I1

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019)

Deux schémas se profilent, par conséquent, quant à l'interprétation de la signification de la distance de cadrage. Il semble que, d'une part, les représentations graphiques proposent des vues du paysage ou de l'objet touristique encourageant un effet d'immersion à l'égal d'un reportage en caméra embarquée. L'internaute est alors un spectateur qui accompagne le voyageur dans son itinérance. D'autre part, à l'inverse de ce premier scénario, une grande distance de cadrage pourrait traduire une forme d'insistance sur la grandeur d'un paysage et peut-être, aussi, sur son caractère inatteignable. Il s'agirait alors de réactiver dans l'esprit des internautes un pan de l'imaginaire touristique proposant terres vierges, grandes étendues et destinations lointaines.

Orientation verticale et pouvoir

L'axe de la verticalité est significatif en ce qu'il aspire à traduire une relation d'emprise entre l'objet de la photographie et les interactants de l'échange visuel (Kress et van Leeuwen, 2006 : 140). Ainsi, une position en surplomb témoigne d'une possibilité d'action du spectateur sur le participant représenté (que ce dernier soit un paysage ou bien un objet touristique) (série 1 des visuels *infra*) ; un alignement de l'objectif de l'appareil photo à la ligne du regard du participant représenté pose une équivalence des relations de pouvoir entre les interactants de l'échange visuel (série 2) ; enfin un point de vue adopté de bas en haut marque l'ascendance de ce qui est montré sur l'observateur (série 3).

Série 1. Exemples de clichés dont le point de vue est orienté du haut vers le bas.

Image B1–A2–I4

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019)

Image B6–A1–I8

(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 17 mars 2020)

Image B8–A1–I7

Image B8–A1–I1

(http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

Série 2. Exemples de clichés où la position de l'observateur est située à hauteur du regard du participant représenté.

Image B4–A1–I1

(https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/, consulté le 12 décembre 2019)

Image B6–A1–I3

(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 17 mars 2020)

Image B7–A1–I9

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 19 octobre 2919)

Série 3. Exemples de clichés dont le point de vue est orienté du bas vers le haut.

Image B6–A1–I6

(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 17 mars 2020)

Image B5–A2–I4

Image B5–A2–I1

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 18 février)

À partir du relevé de présence ou d'absence du critère de la verticalité, on note ainsi que 22 photographies présentent une situation où le paysage représenté s'aligne sur la hauteur du regard des participants interactifs ; 22 clichés sont orientés selon un axe allant de bas vers le haut ; 32 clichés sont orientés selon un angle vertical allant du haut vers le bas et 3 clichés cumulent deux critères et ne sont, par conséquent, que difficilement interprétables. Il est apparu que le trait sémiotique de l'orientation verticale n'a pas dévoilé une attitude claire des blogueurs quant à une hypothétique aspiration à établir ou non une relation de pouvoir entre les participants représentés et interactifs.

Un scénario privilégié : le blogueur est de dos, il fait face au paysage

Un schéma visuel précis est apparu de manière récurrente. Parmi les 27 clichés affichant des êtres humains, 8 présentent le blogueur de dos, à l'instar des photographies jointes ci-après :

Image B8–A1–I6

Image B8–A1–I9

(http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

Image B5–A2–I6

(https://japonsecret.fr/zao-onsen-monstres-neige/, consulté le 4 décembre 2019)

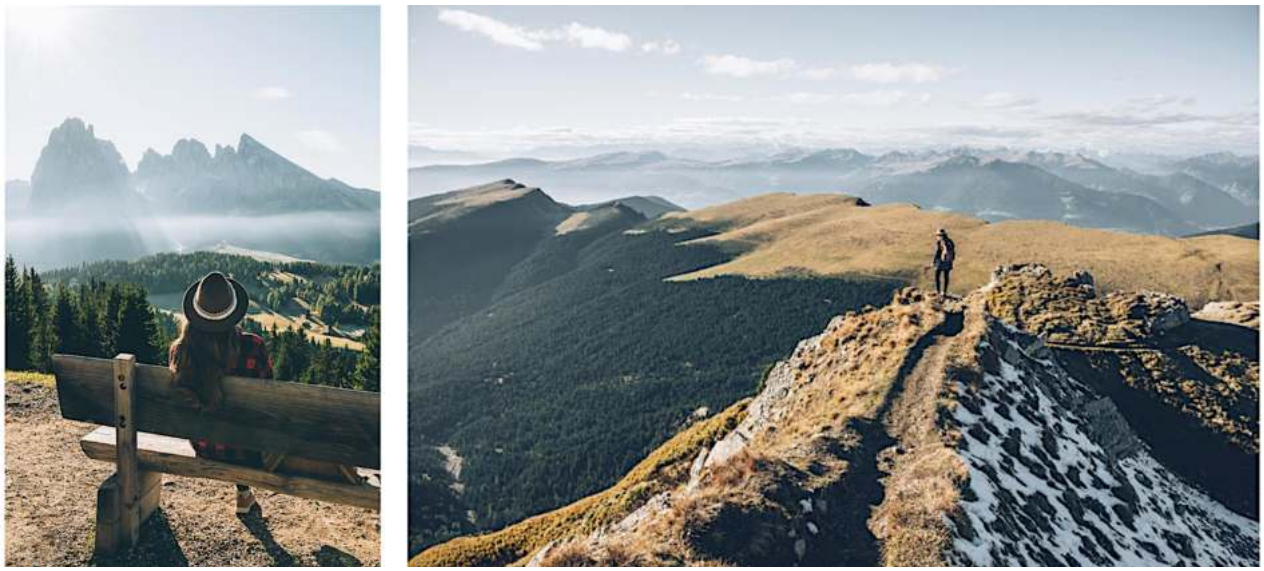
Image B3–A1–I7

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 18 février)

Les quatre clichés exposent un scénario similaire : le voyageur foule une terre vierge, visite seul un monument historique, se repose au bord d'un canal sans qu'aucune intervention humaine ne puisse le déranger, s'approprie dans une posture de conquérant la vue qui se déploie sous ses yeux. La figure de l'explorateur est explicitement convoquée. Toujours de dos, le personnage avance ou est contemplatif. Il est un individu acteur de son propre itinéraire. Si le personnage photographié ne suit personne, en

revanche, la vue de dos invite l'observateur de la photo à suivre le participant représenté[1]. La solitude et le caractère virginal des paysages rappellent au lecteur la dimension sacrée du voyage. En-dehors du corpus des images, j'ai relevé dans les billets de contenu retenus pour l'analyse, d'autres occurrences de ce type de théâtralisation qui étayent le propos :

Extrait « Support de documentation B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 10.24).



(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 22 mars 2022)

[1] La vue de dos est peu explicitée dans le modèle de Kress et van Leeuwen (2006) : « Equally complex and ambivalent is the back view […] it showed this gesture of "turning one's back", in a sense, "frontally", in a maximally "confronting" way. But to expose one's back to someone is also to make oneself vulnerable, and this implies a measure of trust despite the abandonment which the gesture also signifies » (Kress et van Leeuwen, 2006 : 138). Comme on l'observe, l'indication est ambigüe. L'interprétation faite des 8 clichés relevés dans le corpus des 79 photos des billets de contenu pointe en faveur de la seconde orientation (se présenter de dos est un acte de confiance). Néanmoins, à la lumière des paradigmes qui habitent et façonnent le champ du tourisme, des pratiques langagières et visuelles qui les caractérisent et au prisme de l'incidence de ces imaginaires sur les postures discursives adoptées dans ce même espace symbolique, il semble que les clichés présentant le blogueur de dos témoignent, d'une part, d'une invitation à être suivi et, d'autre part, d'un réinvestissement de formes vues en d'autres circonstances.

Extrait « Support de documentation B5 – A3 – Section [Ouest américain – USA – Voyages] – Grand-Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose » (Annexe 10.19).

(https://www.thedaydreameuse.com/grand-canyon/, consulté le 13 juillet 2022)

Ces éléments ne sont pas sans évoquer les habitudes photographiques des professionnels du tourisme. Voici, *infra*, quelques exemples de pages de garde et de clichés provenant de guides pratiques et de magazines de la presse voyage qui réinvestissent ce thème d'une manière similaire :

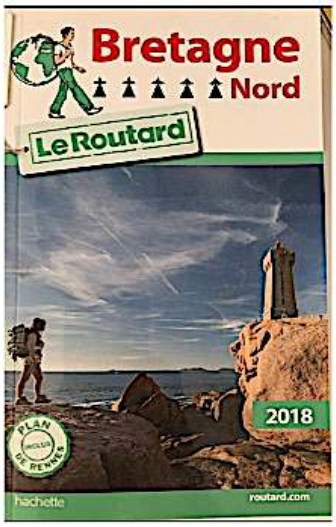
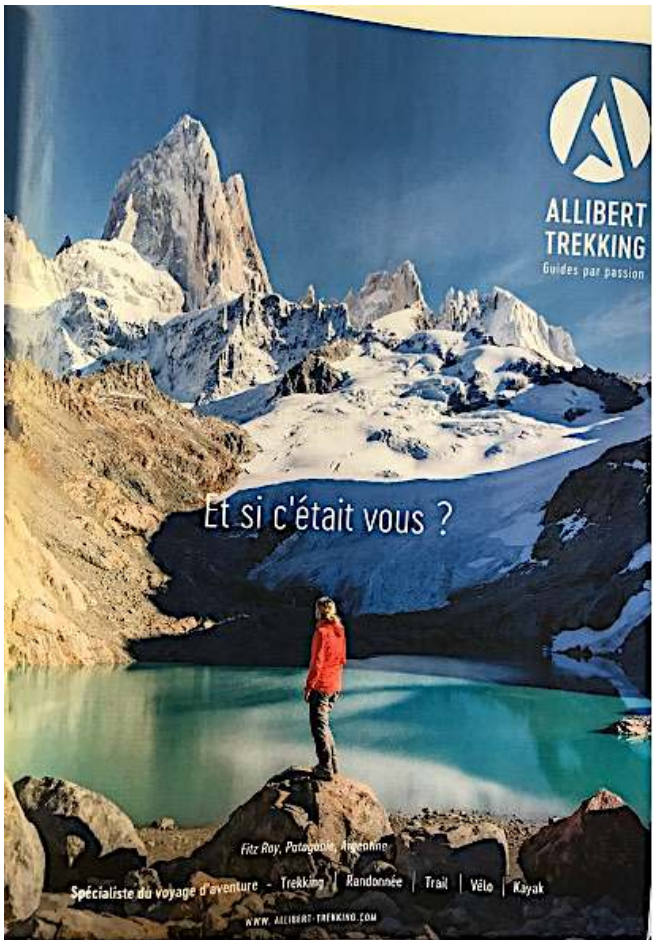
Page de garde du guide *Le Routard*, *Bretagne Nord*, Hachette Tourisme, 2017.	Illustration d'un guide voyage, *Le grand guide de l'Islande*, Gallimard, p. 130, 2002.	Illustration du Chemin du Philosophe, « Kyōto, Ville aux mille temples », *Voyages*, Press Actu, p. 14, décembre 2019.
		

Illustration « Escapade Slovénie », *National Geographic Traveler*, n°20, p.33, octobre-novembre-décembre 2020.

Annonce publicitaire « Et si c'était vous ? » pour les services d'Allibert Trekking, *National Geographic Traveller,* n°17, p. 35, janvier-février-mars 2020.



Ces extraits illustrent aisément que les mises en scène de dos dans les blogs rappellent la composition des photographies professionnelles.

La prégnance de l'imaginaire touristique dans les clichés

L'exploitation thématique des visuels du corpus fournit un écho harmonieux aux précédents résultats de l'analyse sémiotique. En effet, on a observé que le blogueur de dos, en surplomb ou en contrebas du lieu à découvrir, dans une posture de conquérant ou de pèlerin, contemple l'incommensurabilité de la nature. Or, l'analogie visuelle entre la figure du *digital nomad* et celle du voyageur explorateur ne se limite pas à ce seul trait sémiotique. Ainsi, Mathilde présente des photos de paysages rocailleux, de chemins sinueux, de soleil plombant et de camping sauvage. En miroir du texte qui accompagne les visuels (ou vice versa, les deux éléments constituant le sens du billet), les contenus sémiotiques évoquent la dureté d'un voyage réalisé hors des sentiers battus et dénué d'encadrement logistique : l'auteure et son compagnon voyagent seuls en voiture ; ils dorment à flanc de montagne, dans des lieux d'apparence hostile ; ils organisent leur itinéraire à l'aide de cartes.

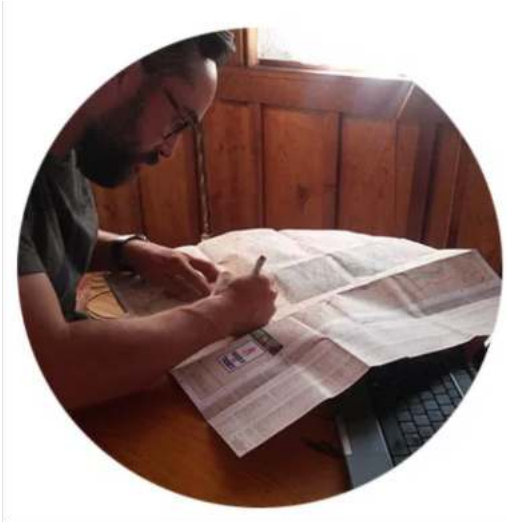
Extraits « B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » – Images (Annexe 13.1).

Image B1–A2–I3

Image B1–A2–I6

Image B1–A2–I8

Image B1–A2–I10



(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 2 octobre 2020)

D'autres auteurs ne mettent pas en avant tant les âpres du voyage que son caractère solitaire. Aurélie, du blog The Daydreameuse, se positionne au milieu de ce qu'on suppose être la route 66. Elle y figure seule. Le trajet longiligne, vers lequel son regard se dirige, s'étend à perte de vue.

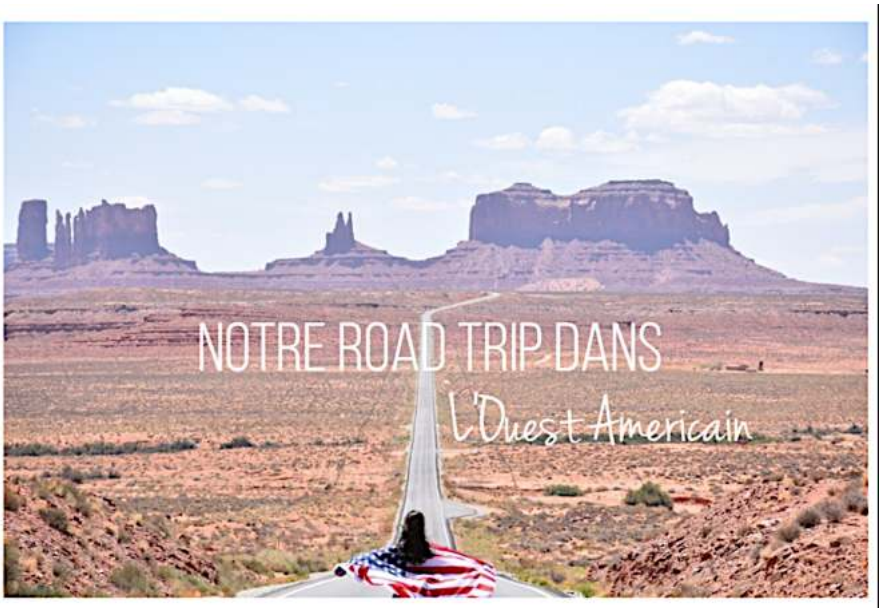
Extrait « B5 – Monument Valley / sur les traces des cowboys – The Daydreameuse – Blog Voyage & Lifestyle » (Annexe 12.21).

(https://www.thedaydreameuse.com/grand-canyon/, consulté le 18 février 2020)

Les pratiques iconographiques des voyageurs contemporains perpétuent l'herméneutique dépeinte par Urry (1990). Les symboles de la route 66 et du drapeau américain, par exemple, vus dans d'autres contextes médiatiques, sont à nouveau reproduits et diffusés dans les réseaux sociaux, alimentant ainsi et continuellement le

cycle de diffusion des images touristiques. Ainsi, les auteurs d'Un Couple en Vadrouille, font apparaître le drapeau américain dans une configuration similaire à celle du précédent visuel.

Image B8–A1-I1



(http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

Pour Aala d'Un Gaijin au Japon, en revanche, ce sont les traits culturels de la tradition japonaise, du passé et de la nature qui sont soulignés au cours d'une visite d'une auberge (Annexe 13.8) :

Image B4 – A1 – I9

Image B4 – A1 – I7

Image B4 A1 –I3

(https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/, consulté le 13 juillet 2022)

Nature, tradition et spiritualité forment l'essentiel de la composition sémiotique de ces trois vignettes. Quant à Jordy Meow, fer de lance d'une approche alternative de la

découverte du Japon, ce sont les aspects fantasmagoriques de ses productions visuelles qui interpellent l'observateur. Les images se font alors les miroirs des pans de la culture nippone tournés vers les *Haikyo* et les mangas :

Capture d'écran « Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon », Japon Secret (Annexe 10.12).

(https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, consulté le 13 juillet 2022)

Capture d'écran « Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon », Japon Secret (Annexe 10.12).

(https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, consulté le 13 juillet 2022)

Les stéréotypes et les clichés culturels côtoient, souvent sans nuance, la figure mythique du voyageur idéal dans les visuels. En ce sens, les résultats des analyses sémiotiques pointent que le sens des photos exposées dans les blogs s'accorde harmonieusement

avec celui des images discursives proposées dans les billets. Les auteurs invitent à découvrir et à faire l'expérience d'un voyage idéalisé.

Synthèse : la reconnaissance plutôt que la découverte

La photo est un élément de preuve indissociable de la construction du sens des articles. Elle est effectivement constitutive de l'image discursive des blogueurs. Dans les visuels, les thèmes choisis réinvestissent les symboles iconiques de la figure du voyageur explorateur : le voyage est solitaire, la nature s'offre au visiteur et le parcours est semé d'embûches à l'instar d'un pèlerinage ou d'un rite initiatique. Les auteurs s'inspirent aussi des marottes iconographiques du champ du tourisme et les reproduisent. La photographie n'ouvre donc pas le regard de l'observateur sur une nouvelle forme de voyage. La dimension visuelle des billets réaffirme, bien au contraire, des stéréotypes culturels tout en validant des attentes créées en amont du voyage. À l'image de ce que dénonçait Boorstin (Boorstin, 1992) il y a quelques décennies, dans les blogs du corpus, la reconnaissance prime sur la découverte de la destination. Les photos invitent le lecteur à rejoindre l'auteur et à le suivre dans une circumnavigation merveilleuse et surtout connue. À ce titre, ce sont donc bien, là encore, les images des objets touristiques (paysage, ville ou hôtel etc.) et non les objets eux-mêmes qui attirent les touristes et les orientent dans le choix de leurs voyages à venir.

L'absence d'individus représentés dans les photographies et la posture de dos de l'auteur ne sont pas neutres. Ces deux spécificités sont en effet porteuses de sens dans l'univers des blogs voyage puisqu'elles créent un vide qui permet à l'observateur de se glisser dans la peau du personnage du voyageur. La fiction proposée invite alors l'internaute à figurer aux côtés de l'auteur admirant un paysage depuis le promontoire de l'écriteau « Hollywood » ou bien s'embarquant dans une randonnée difficile et poussiéreuse. Ainsi, en sus de leur fonction de preuve qui atteste de la véracité de la parole du blogueur, les photographies acquièrent une fonction mimétique qui incite le lecteur à reproduire à son tour les suggestions exposées. L'invitation au voyage trouve, par conséquent, dans la mise en scène des éléments iconographiques des blogs, son expression la plus simple : séduire l'œil du lecteur et exciter son imaginaire. Certes, en ce que les visuels prouvent la véracité des dires de l'auteur et établissent qu'il est une source crédible, ils participent de stratégies de crédibilité. Les éléments sémiotiques

représentant le blogueur dans son rôle de voyageur explorateur, quant à eux, confortent la légitimité de l'auteur à intervenir dans le champ discursif. Cependant, on a observé que la dimension iconographique apporte peu d'informations cognitives. Elle est, en effet, bien plus porteuse d'une évaluation positive du voyage vécu, alimentant par ce biais l'envie d'ailleurs des lecteurs, qu'elle n'est une source de renseignements pratiques. La photographie achève ainsi de parfaire le processus d'exaltation déployé dans les nombreux procédés du discours apologique en consolidant le sens de l'illusion formulée au creux des marques énonciatives.

7.3.3. Les interactions du blogueur avec les acteurs économiques du secteur touristique

La célébration de la destination, la représentation extraordinaire qui en est donnée, les clichés photographiques donnant un écho fabuleux aux textes des blogueurs ne sont pas les seuls éléments qui interpellent l'analyste quant à la perception de l'existence d'une énonciation marchande dans les billets.

7.3.3.1. Articulation des énoncés appréciatifs et marchands

Les blogueurs engagent un arsenal langagier et sémiotique similaire pour valoriser une région, une ville, un mode de transport ou bien un lieu d'hébergement. Aala décrit avec une même ferveur un festival de nuit (Annexe 5.15) ou une auberge traditionnelle (Annexe 5.14). Dans l'extrait suivant, on observe, de fait, qu'une myriade d'énoncés appréciatifs se succède :

> Extrait « B4 – A2 – Section [Voyage au Japon] – Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi » (Annexe 5.14).
>
> - « **En bord de mer à Kamaishi se trouve un Ryokan chaleureux qui ne demande qu'à vous accueillir pour y dormir, vous reposer et vous régaler : Houraikan** » ;
> - « Superbe location, superbe accueil, repas savoureux, bains publics de très bonne qualité et avec vue, chambres spacieuses et confortables, … je pourrais utiliser de superlatifs pour vous parler du Houraikan et ce ne serait pas exagéré tellement il offre une belle expérience. » ;
> - « [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] **Retrouvez Houraikan sur Google Maps**
> [image Google Maps et adresse]
> Site Internet : https://houraikan.jp/ ».
>
> (https://www.gaijinjapan.org/houraikan-kamaishi/, 12 décembre 2019)

Litote, énumération, épithètes, intensifieurs, adjectifs axiologiques etc. les énoncés porteurs de marques appréciatives affluent dans ces deux premiers passages de l'extrait. Puis, à la fin de l'article, le blogueur invite par un acte directif à consulter la localisation et les coordonnées du *ryokan* en question. Pour décrire l'hébergement, le blogueur réinvestit les mêmes procédés élogieux qu'il emploie usuellement pour donner à voir au lecteur une image idyllique d'une destination. On le constate, le thème de l'article n'est pas de faire état d'un voyage réalisé au cours duquel l'auteur découvre un hôtel de qualité dont il partage l'emplacement. Dans ce billet, seuls les qualités et les avantages des services d'un acteur de l'économie touristique sont pointés.

Si aucun partenariat n'est mentionné dans le cas précédent, il peut l'être, dans d'autres articles du blog Un Gaijin au Japon ou dans d'autres blogs du corpus. Le mécénat, en tant que contenu produit par un blogueur pour le compte d'un tiers institutionnel ou commerçant, donne alors lieu à une intrication des pratiques entre celles de l'amateur et celles du professionnel du voyage. Par exemple, dans la recommandation présentée *infra*, l'auteur résume les bénéfices d'un professionnel du tourisme puis informe le public qu'il est mandaté pour réaliser ce reportage :

> Extrait « B4 – A4 – Tokyo Guest House – OAKHOUSE » (Annexe 5.16).
>
> - « Et puis, les tarifs sont vraiment abordables puisque les chambres privatives se louent à partir de **6800 Yen la nuit et les dortoirs à partir de 3200 Yen la nuit.** En clair, des hostels de bonne qualité, à tarifs vraiment correct pour Tokyo, mais aussi d'autres villes au Japon, et situé dans quelques uns des quartiers à voir à Tokyo. Vous pouvez en voir plus sur les hostels par ici : https://oakhostel.com/ » ;
> - « **Voici donc mes recommandations en terme de Gueshouse à Tokyo, parce que je pense qu'avec OAK HOUSE il y a peu de chances que vous ne soyez pas satisfait, sur ce que j'ai vu et les retours que j'en ai eu.** » ;
> - « Cet article est sponsorisé et je conserve ma liberté éditoriale tout en étant le seul maitre de mes propos et écrits. Si j'ai choisi de l'écrire c'est que j'ai personnellement validé ce qui est proposé par la compagnie en question, après un processus de sélection strict. ».
>
> (https://www.gaijinjapan.org/oakhouse/, 27 janvier 2022)

D'une manière identique à celle d'Aala, les auteurs du blog des Bestjobers s'associent aux entreprises MySwitzerland et Rhätische Bahn pour rapporter la manière dont ils ont vécu leur trajet dans le Glacier Express. A la fin du billet, les auteurs précisent la nature de leur accord dans des termes évoquant un lexique professionnel :

> *Un grand Merci à nos partenaires: MySwitzerland [hyperlien vers le site internet de la compagnie] & Rhätische Bahn [hyperlien vers le site internet de la compagnie] pour ce voyage panoramique! Toujours un plaisir de voyager à bord des trains suisses* (Annexe 5.25).

Le ton de cette dernière intervention est en rupture avec celui moins formel des autres paragraphes du billet du blog. L'auteure de Nuage Nomade expose, quant à elle, une association réalisée avec des offices de tourisme allemands sous l'angle d'une opportunité à saisir pour découvrir d'autres contrées :

> [C]'est pour ça que je suis vraiment contente d'avoir nouée ces partenariats avec les offices du tourisme de Francfort et de Hessen. Visiter l'Allemagne, c'est super, mais je pense que mieux connaître cette si belle région qu'est la Hessen est aussi important non ? (Annexe 5.7).

Les précisions des auteurs, tout du moins et pour l'heure dans les blogs d'Un Gaijin au Japon et de Nuage Nomade, insistent tantôt sur l'indépendance de leurs propos tantôt sur l'intérêt cognitif que représentent de tels partenariats. Cependant, les revendications d'Aala et les justifications de Miryam font apparaître un autre point d'importance : les blogueurs sont conscients du problème que posent les relations de mécénat en termes de crédibilité[1]. Le réinvestissement des procédés langagiers et sémiotiques utilisés pour construire une représentation idéalisée de la destination dans le but d'évaluer un acteur économique brouille la perception entre ce qui relève de la visée informative et ce qui dépend de la visée incitative.

7.3.3.2. L'hyperlien comme lieu d'inscription d'une double énonciation

Si les modalités appréciatives et les marques de l'éloge pointent l'existence d'une intrication entre deux finalités, informer et inciter, l'analyse des hyperliens permet de mieux comprendre la manière dont la voix du voyagiste s'arrime aux énoncés des blogueurs.

La visée informative des hyperliens internes et des hyperliens externes

Par l'ajout technique d'une adresse internet à un énoncé, le blogueur superpose à sa première énonciation une autre énonciation : la sienne (si l'adresse est celle de son site)

[1] On approfondit ce point en section « 7.4.2. Quand les blogueurs se justifient ».

ou celle correspondant à une autre voix (si l'adresse internet est distincte de celle du blog). Deux actes de langage sont alors simultanément réalisés dans ce processus : un acte de langage porté par l'énoncé et un acte directif (notamment celui d'inviter à activer le lien) inscrit dans le contenu de l'enveloppe technique de cet énoncé. À partir du relevé des formes actualisées dans le corpus, on a observé que les hyperliens remplissent deux fonctions dans les blogs voyage. (1) Ils valorisent un contenu existant et ils offrent, à l'instar d'un sommaire mobile et interactif, un chemin de lecture individualisé selon les nécessités ou les envies de l'internaute navigant[1]. Dans les extraits suivants, Aurélie et Christine insèrent, par exemple, des hyperliens redirigeant potentiellement la navigation vers d'autres billets hébergés dans leur site :

> Extrait « B5 – A4 – Section [Afrique du Sud – Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland » (Annexe 5.20).
>
> Contrairement au safari en voiture, **le cheval nous a permis de nous faufiler dans la nature et de passer à côté des zèbres et des antilopes presque incognito.** Vous comprendrez mieux pourquoi j'ai été un peu déçue de n'avoir vu que peu d'animaux lors de ma randonnée pédestre au parc Kruger.
>
> (https ://www.thedaydreameuse.com/petite-escapade-au-swaziland/, 4 mars 2020)
>
> Extrait « B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand » (Annexe 5.22).
>
> Enfin, pour d'autres idées d'escapades en Par cet avec les enfants, retrouvez nos articles sur Bruxelles en famille et Anvers.
> Et vous ? Vous connaissez Gand ?
>
> (https ://www.mamanvoyage.com/tag/par cet/, 13 avril 2020)

(2) Les autres hyperliens, signalés par la couleur rouge, renvoient à une page internet dont l'adresse correspond à une entité externe à la structure du blog. Deux configurations d'emploi des hyperliens ont, en ce cas, été identifiées. La première, et la moins représentée, consiste pour les blogueurs à proposer une navigation orientant vers des sites d'informations officiels pour faciliter l'entrée dans un parc national par exemple.

> Extrait « B5 – A3 – Section [Ouest américain – USA – Voyages] – Grand Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose » (Annexe 5.19).
>
> Première rencontre orageuse au crépuscule

[1] On rappelle que ces hyperliens dits « internes » sont annotés dans les documents en bleu.

> Il est à peine 16h lorsque nous atteignons **la rive sud du Grand Canyon** depuis Joshua Tree National Park. Nous décidons de faire un tour au Centre d'Information [hyperlien vers le centre d'information officiel du parc] pour récolter un plan du par cet des informations sur les randonnées à faire. Le monsieur avec qui nous discutons nous suggère de profiter du coucher du soleil au bord des gorges et nous conseille une randonnée pour le lendemain : pas trop facile mais pas trop difficile non plus !
>
> (https ://www.thedaydreameuse.com/grand-canyon/, 18 février 2020)

Dans ce paragraphe, l'hyperlien attaché au segment « Centre d'Information » redirige, en effet, le parcours de lecture de l'usager (si celui-ci active l'adresse contenu dans l'enveloppe technique de l'énoncé) vers le site officiel du parc national. L'objectif d'un tel agrégat est de faciliter l'accès à une source d'information apparemment nécessaire pour organiser au mieux un voyage similaire. Le blogueur fournit un renseignement utile à l'image de ce qu'on peut attendre d'un guide pratique. Une visée informative additionnelle s'ajoute donc à l'énoncé « Centre d'Information ». L'auteure de Maman Voyage utilise ce type d'hyperliens pour orienter les internautes vers des blogs plus à même de proposer des idées d'activités touristiques à réaliser dans la ville de Gand par exemple :

> Extrait « B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand » (Annexe 5.22).
>
> [P]our plus d'informations sur Gand, je vous propose d'aller lire : 20 choses à faire à Gand [hyperlien vers un blog voyage] selon *Chocoladdict* et les bonnes adresses de restaurants à Gand [hyperlien externe vers un blog voyage] selon *a Taste of my life*.
>
> (https://www.mamanvoyage.com/tag/belgique/, consulté le 13 avril 2020)

Les hyperliens ne sont pas reliés directement au nom du blog recommandé mais ils sont intégrés aux énoncés dont le contenu propositionnel présente un intérêt pour le lecteur.

La visée incitative des hyperliens externes

Si le premier type d'hyperliens externes recueilli remplit une visée informative, ceux apparaissant majoritairement dans le corpus répondent à une autre intention discursive. On relève ainsi que les adresses ajoutées aiguillent le lecteur vers des acteurs marchands de l'industrie du tourisme : des plateformes de réservation telles que Booking.com, des sites professionnels d'hôteliers, de restaurateurs et de compagnies de transports, des espaces du web servant à partager et à noter des randonnées …

Exemple d'un hyperlien redirigeant vers la plateforme Booking.com. Extrait « B6 – A1 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Visiter Portsmouth en famille » (Annexe 5.21).

Hôtel : j'ai demandé autour de moi car nous forcément nous dormons chez nous ;-). Une adresse recommandée : Accudo House [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com / vers la possibilité de réserver cet hôtel] (chambre famille avec cuisine) et le B&B. Si votre hébergement vous propose une place de parking c'est un plus car se garer est toujours un budget en Angleterre !

(https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, consulté le 17 mars 2020)

Exemple d'un hyperlien redirigeant la navigation du lecteur vers le site de réservation d'un hôtel. Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

Drumlerhof Hotel [hyperlien vers le site internet de réservation de l'hôtel] [photo]
Appartenant au **groupe Vitalpina**, des établissements indépendants à la gestion familiale, portés par des familles sud tyroliennes unies par l'amour de leur territoire et de la montagne. Le respect de l'environnement est ici une priorité avec la mise en place d'une démarche écologique qui commence par la construction durable des hôtels.

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020).

Exemple d'hyperliens redirigeant vers des acteurs du transport. Extrait « B8 – A4 – Section [Europe – Belgique] – Bruxelles Ma Belle » (Annexe 5.29).

Transports
Pour vous rendre à Bruxelles vous avez plusieurs solutions à des prix bien différents :

- **En voiture** : au départ de Paris vous n'avez que 3h30/4h de route pour vous rendre à Bruxelles avec un coût estimé à 44.48 € dont 13.90 € de péage et 30.58 € de carburant.
- **En bus** : différents réseaux de bus tels que Ouibus [hyperlien vers la plateforme de réservation Ouibus] ou Flixbus [hyperlien vers la plateforme de réservation Flixbus] font désormais des trajets Paris-Bruxelles à petits prix, soit à partir de 12€ pour 5h de trajet.
- **En train** : pour 1h22 de trajet vous pouvez vous rendre à Bruxelles en train pour un montant moyen de 100€ aller/retour avec Voyages SNCF [hyperlien vers la plateforme de réservation Voyages SNCF].

En avion : pour uniquement 55 minutes de vol, prenez l'avion à Paris pour aller à Bruxelles pour un montant moyen de 160€ aller-retour.

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-bruxelles/, consulté le 26 septembre 2019)

Exemple d'un hyperlien orientant vers un site communautaire de notation de randonnées à réaliser dans la région de l'Oregon. Extrait « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).

Pour aller plus loin dans les randonnées, le site Outdoor Project [hyperlien vers un site communautaire de partage d'information sur des voyages] est parfait. Description super des randos. Certaines n'étaient pas à jour… mais on laissera un commentaire sur ce site communautaire ! En prévoyant à l'avance, il est possible de télécharger des plans des marches. (c'est un site qui ne couvre pas que l'Oregon).

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Les blogueurs articulent d'une manière précise les hyperliens aux énoncés. On observe, en effet, que les adresses internet sont intégrées à deux sortes de segments. De fait, soit le lien est rattaché à des noms propres de restaurants ou d'hôtels, soit celui-ci est apposé à des unités porteuses d'une modalité appréciative favorable à l'image de l'extrait *infra* :

> Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).
>
> On a séjourné à la « **Villa Arnica** », une ancienne villa superbement rénovée et design [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking] appartenant à l'hôtel Schwarzsmied [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking] très axé yoga et spa. Un lieu idéal pour se ressourcer. Et la brasserie « **Luce** » de l'hôtel est top!
> [photo] [photo] [photo] [photo].
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020)

Dans ce passage, on relève qu'Elisa et Max du blog Bestjobers proposent de canaliser le cheminement des lecteurs vers la plateforme de réservation Booking au moyen d'hyperliens externes. Le premier hyperlien correspondant à l'adresse internet de la plateforme est annexé à un énoncé dont la modalité appréciative favorable est portée par plusieurs éléments. Celle-ci se déduit de l'emploi de l'adjectif antéposé « ancienne », de l'adverbe d'intensité « superbement », des attributs « rénovée » et « *design* » qui réunissent deux qualités supposément contraires (le neuf et l'ancien), de la mention du classement de l'hôtel sous l'étiquette « villa » qui teinte d'une touche pittoresque la description du lieu. Le second hyperlien, quant à lui, est relié au nom de la chaîne hôtelière propriétaire du lieu de résidence des blogueurs, « l'hôtel Schwarzsmied ». L'énoncé est ensuite suivi de marqueurs mélioratifs qui prennent appui sur l'énumération des activités qu'il est possible de pratiquer (le yoga, le spa, la relaxation), sur l'épithète « idéal » qui positionne la destination en tête d'une liste imaginaire dont le critère serait de « se ressourcer » et sur l'adjectif invariable de registre familier « top », qui souligne l'intérêt des mets proposés. Les adresses de sites marchands sont donc associées, dans un même énoncé ou dans un contexte énonciatif proche, aux indices de l'approbation du blogueur.

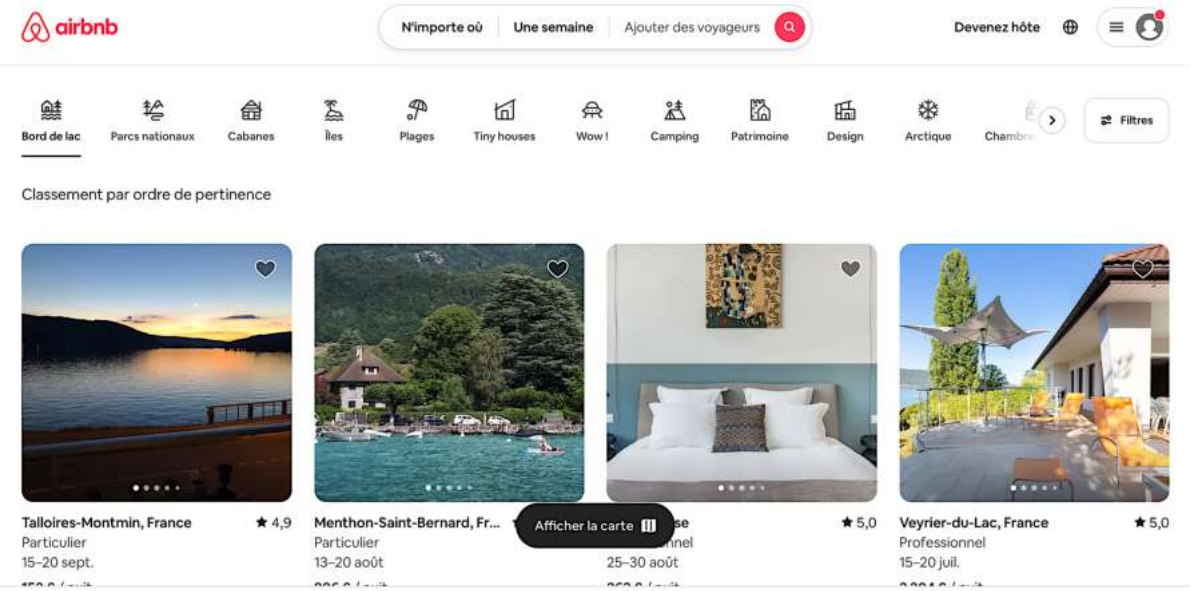
Dans l'ensemble du corpus, je n'ai identifié qu'un seul cas où un hyperlien est attaché à un segment marqué par une appréciation défavorable. Aurélie, l'auteure de

The Daydreameuse rapporte ainsi une expérience d'hébergement qui aurait dû être ludique :

> Extrait « B5 – A3 – Section [Ouest américain USA - Voyages] – Grand-Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose » (Annexe 5.19).
>
> Nous avons réservé nos hébergements 3 ou 4 mois avant de partir… et c'était déjà trop tard. Le camping du South Rim [hyperlien vers un le site officiel du parc national] était déjà complet. Les hôtels à proximité également. Il ne restait plus que quelques motels douteux… Nous avons donc décidé de nous rabattre sur un tipi déniché sur AirBnb [hyperlien vers l'accueil du site AirBnb], situé à 45 minutes du Visitor Center du Grand Canyon. Sur le papier, le site paraissait plutôt sympa : un tipi, un lieu écolo avec panneaux solaires et ambiance hippie. Mais, en toute honnêteté, nous avons plutôt mal dormi entre le matelas et le froid. (Je vous donne toutefois le lien au cas où il y aurait des intéressés).
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/grand-canyon/, consulté le 18 février 2020)

Dans cet extrait, l'hyperlien est intégré au segment « tipi déniché sur AirBnB ». Une fois activé, celui-ci redirige la navigation de l'internaute vers la page d'accueil du site de la plateforme de réservation AirBnB :

Capture d'écran de la page d'accueil du site



(https://www.airbnb.fr, consulté le 14 juillet 2022)

L'énoncé dépréciatif « Mais, en toute honnêteté, nous avons plutôt mal dormi entre le matelas et le froid » est introduit par la conjonction adversative « mais » qui, dans ce contexte et à l'opposé des emplois usuels pointés en amont, introduit le commentaire négatif. Pour la blogueuse, l'insertion de l'hyperlien se justifie dans cette situation dans

la mesure où il lui est concevable que les internautes aspirent, en dépit de sa mise en garde, à vivre cette expérience touristique. En ce cas, l'hyperlien semble occuper la fonction d'une restriction de la valeur du jugement de l'auteure.

On le constate, les liens hypertextuels renvoyant vers des sites professionnels bénéficient systématiquement (ou quasi systématiquement) d'un contexte énonciatif où une modalité appréciative favorable est engagée. Par exemple, dans les deux exemples rapportés *infra*, les axiologiques tels que « bon », les adverbes d'intensité « très », « super » ou « chaleureusement » et les adjectifs mélioratifs tels que « agréable » ou « magnifique » abondent et encadrent l'insertion des hyperliens :

> Extrait « B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne – Voyages] – Un week-end à Berlin » (Annexe 5.27).
>
> Nous avions trouvé un très bon hôtel, l'hôtel La Quinta Inn & Suites Williams-Grand Canyon Area [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] et cela nous a permis de découvrir la petite ville typique de Williams avec son ambiance route 66.
> Finalement c'était un bon compromis car la ville était super agréable et dans l'ambiance de la route 66. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à côté du Grand Canyon [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].
>
> (http://www.uncoupleenvadrouille.fr/un-week-end-a-berlin/, 5 octobre 2019)
>
> Extrait « B4 – A2 – Section [Voyage au Japon] – Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi » (Annexe 5.14).
>
> Si vous décidez d'aller visiter la magnifique ville de Kamaishi et que vous cherchez un endroit où dormir, définitivement, pour sa qualité de service et ce qu'il offre, mais aussi pour son historique et le courage de sa propriétaire et sa joie de vivre, je vous recommande chaleureusement le Houraikan. Vous pouvez le réserver en **cliquant ici** [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking].
>
> (https://www.gaijinjapan.org/houraikan-kamaishi/, 12 décembre 2019)

L'analyse des hyperliens pointe l'existence d'un double jeu de rôle : le blogueur témoigne d'une expérience et en réalise simultanément la promotion. Le lecteur se voit alors assigner tantôt le rôle de futur voyageur qui répond volontiers à l'injonction factice d'un « suivez-moi ! » pour découvrir le reportage photo et les étapes du voyage du blogueur, tantôt celui du client futur consommateur de produits touristiques.

Parfois, les adresses web sont intégrées à un segment indiquant la recherche d'hébergements, sans aucune référence à une quelconque expérience vécue, à l'image de cet extrait du blog Un Couple en Vadrouille :

> Extrait « B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne – Voyages] – Un week-end à Berlin » (Annexe 5.27).
>
> **[icône information] À savoir avant d'aller à Berlin**
> **Monnaie** : Euro (€)
> **Langue** : allemand et anglais couramment parlé
> **Formalités** : carte d'identité ou passeport pour les citoyens UE
> **Heure locale** : heure d'Europe centrale
> **Prises et adaptateurs** : prises comme en France
> **Hôtels et hébergements :** Cliquez ici pour voir les établissements disponibles à Berlin [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].
>
> (http://www.uncoupleenvadrouille.fr/un-week-end-a-berlin/, 5 octobre 2019)

Dans l'extrait précédent, l'hyperlien inséré se veut perçu comme informatif. Il ne serait présent que pour faciliter l'ouverture de la page Booking.com. Or, l'ajout d'une telle adresse relève de la pratique de l'insertion de liens d'affiliation dont on a précédemment mentionné le fonctionnement[1]. Mathilde explicite clairement ce que sont ces liens et l'intérêt économique qu'ils représentent :

> Extrait « Grille d'analyses – B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> **liens d'affiliation, ce qui signifie que si vous réservez l'hôtel via ce lien ou achetez le livre via ce lien, je touche une commission. Vous ne payez rien en plus, vous avez juste bénéficié de ma recommandation, en passant par ce biais, c'est une façon de soutenir le blog !
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, consulté le 11 septembre 2019)

Les auteurs de blogs voyage retirent bien un profit, aussi minime soit-il, de l'introduction de l'adresse d'un site tiers dans l'enveloppe technique des énoncés. On ne sait si la pratique est connue ou non du lectorat. Dans tous les cas, les observations réalisées, au cours de la phase exploratoire notamment, démontrent que le procédé est courant dans les blogs.

[1] L'existence et l'intérêt de cette pratique est présentée en section « 2.1.3. De l'économie de l'attention à la monétarisation des blogs ».

L'insertion de liens d'affiliation ne fait pas toujours l'objet d'une déclaration ou d'une clarification. L'extrait exposé *infra* fait apparaître, là encore, des hyperliens qui ne sont pas systématiquement reliés à l'expression d'un vécu et qui bénéficient pourtant eux-aussi d'une marque d'approbation :

Extrait « B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain » (Annexe 5.26).

- « Se loger à Los Angeles.
  A Los Angeles il y a un large choix d'hôtels ou d'AirBnB.
  Pour notre part nous avions réservé des hôtels dans le quartier d'Hollywood pour être plus près des centres d'intérêts que nous voulions absolument visiter dans la ville.
  Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Los Angeles [hyperlien vers le site internet de booking.com]
  D'autres **bons-plans pour Los Angeles** à réserver en avance comme les studios Hollywood ou Warner Bros : [encarts promotionnels sponsorisés par Getyourguide.fr] » ;

- « **Se loger à Las Vegas :** Pour notre part, nous étions logés au Bally's hotel [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] qui se situe juste en face du Bellagio et pour un prix plus qu'abordable car nous avions payé que 80€ la nuit. Nous avions également pu profiter de la piscine de l'hôtel à ce prix la et bien sur d'une vue de notre chambre sur le Flamingo. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Las Vegas [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com]. » ;

- « **Pour avoir moins chaud à Las Vegas** : Profiter de la clim des hôtels. A Las Vegas vous pouvez rentrer dans les hôtels comme dans si c'était des magasins. On peut y jouer au Casino mais aussi se rafraichir un peu grâce à la clim des magasins. Dans certains casinos vous aurez même le droit à une boisson gratuite si vous vous asseyez pour jouer au casino (ou faire semblant lol).
  D'autres **bons-plans pour Las Vegas** à réserver en avance : [encarts promotionnels sponsorisés par Getyourguide.fr] » ;

- « Si vous avez la possibilité de la faire, sautez le pas ! La vue est exceptionnelle comme vous avez pu le voir sur nos photos et les souvenirs sont indélébiles.
  D'autres **bons-plans pour le Grand Canyon** : [encarts promotionnels sponsorisés par Getyourguide.fr] ».

(http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 25 septembre 2019)

Les segments cités *supra* ont une structure similaire. Un thème est annoncé, une expérience est relatée ou un conseil est formulé, des hyperliens sont insérés. On observe que, dans ces extraits, les liens hypertextuels renvoient vers un hôtel où les blogueurs se sont effectivement rendus (« nous étions logés au Bally's hotel [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] ») ; qu'ils sont intégrés à des énoncés visant à faciliter l'organisation d'un futur voyage (« Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Las Vegas [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] ») ; et qu'ils sont annexés à des recommandations d'activités (« d'autres bons plans ») qui n'ont pas

été « testées » au préalable par les blogueurs. Dans cette dernière configuration, la prescription adressée aux internautes ne repose pas sur l'argument de l'expérience vécue. On observe d'ailleurs que les hyperliens attachés au segment « D'autres bon-plans pour […] » redirigent la navigation vers le site de l'entreprise « Get your guide »[1] et sont suivis d'encarts publicitaires promouvant la réservation d'activités touristiques en ligne via ce même intermédiaire.

L'énonciation marchande s'inscrit ainsi au cœur de l'arrimage des hyperliens externes aux énoncés du texte. En ce sens, la voix du voyagiste est sous-jacente mais toujours présente et active. L'association de segments porteurs d'une valeur appréciative favorable aux moyens réticulaires du blog témoigne, de ce fait, de l'ambiguïté de la posture des auteurs. La visée informative du partage de l'expérience vécue s'éclipse alors inexorablement devant la fréquence des hyperliens et leurs modalités d'insertion dans les textes des billets. La visée incitative se superpose donc à la visée informative initialement posée comme dominante et la remplace.

[1] Au 27 janvier 2022, les encarts promotionnels et les références aux services de l'entreprise « Get your guide » ont disparu du billet B8–A2 (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/, 27 janvier 2022).

7.3.4. Synthèse

A ce stade de l'exposé, deux figures discursives ont émergé : celle du guide et celle du voyagiste. La première fait entendre sa voix dans le choix des thèmes traités, dans la manière dont ils sont introduits, dans les conseils formulés pour visiter un lieu, pour se loger sur place ou bien pour s'adapter à certaines différences culturelles. Sans être aussi exhaustif qu'un groupe de professionnels adoubés par la renommée d'une grande maison d'édition, le blogueur – guide fournit aux internautes des informations quant à la destination découverte. La seconde figure, celle du voyagiste, se manifeste au cœur des énoncés évaluatifs. Elle mobilise une impressionnante multitude de ressources langagières pour faire de la destination un lieu extraordinaire. Les éloges pleuvent et s'appuient sur une foule d'adjectifs affectifs et axiologiques, sur les marqueurs de l'intensité de degré haut, sur les champs lexicaux du merveilleux qui créent pour les lecteurs une promesse de plaisirs à venir. Les éléments dysphoriques ne sauraient contrarier l'esquisse de la carte postale qui est dessinée dans le creux des énoncés. Ils sont donc relégués, tus ou minimisés. C'est un univers magique qui transparaît sous la plume des auteurs. La confrontation à l'Autre est évitée. Elle est restreinte à ce qu'en connaît déjà, on le suppose, la grande majorité des lecteurs du blog, c'est-à-dire à quelques stéréotypes culturels qui interviennent de-ci de-là.

Mais la magie des auteurs de blogs voyage ne s'arrête pas là. Les blogueurs jonglent avec les embrayeurs et effacent les limites du temps et de l'espace, pour que les dimensions du voyage s'étendent, s'allongent et intègrent le lecteur capté et captivé. L'iconographie parfait l'illusion du voyage qui prend vie sous les yeux de l'auditoire. Indissociables du rêve induit par les mots des blogueurs s'incarnant promoteurs pour l'occasion, les photographies attestent de la présence du voyageur tout autant qu'elles valident les propos de celui-ci. Si les clichés exposent un territoire, une ville, une attraction sans le moindre touriste, c'est qu'il est possible de redécouvrir Hollywood, Berlin, New York ou Bruxelles seul(e)(s). La figure du voyageur explorateur ne s'étiole pas au cours des productions, bien au contraire, elle se déploie dans chaque mise en scène où l'auteur apparaît de dos faisant face à l'incommensurabilité des paysages.

Mais l'état d'enchantement induit par ces procédés n'est qu'un état préparatoire par lequel le lecteur doit passer pour, peut-être, se laisser tenter par une autre transformation : le devenir client consommateur ou a minima source de financement. L'analyse des hyperliens révèle la

manière dont la dimension évaluative du témoignage est employée pour servir les intérêts d'une intention discursive d'incitation à faire. La prédominance de la visée incitative au détriment de la visée informative paraît s'insérer sans heurts dans les productions. Néanmoins, çà et là, lorsque le ton du blogueur se fait par trop professionnel ou bien trop promotionnel, une autre voix est convoquée, celle de l'amateur.

7.4. La voix de l'amateur

Un écueil survient dans la manifestation dominante d'une visée incitative. En effet, le contrat de communication entre le blogueur et le public, on l'a supposé, n'est pas tant de remplacer une catégorie professionnelle, telle que celle de guide ou celle de journaliste de la presse voyage, ni de s'incarner le porte-voix des acteurs de l'industrie touristique, mais de proposer un témoignage authentique. L'autorité de la parole de l'auteur se bâtit sur sa posture d'amateur « sachant » ayant vécu de nombreuses expériences de voyage. Dans ce cadre, une posture discursive qu'on souhaite perçue comme crédible s'accommode mal du fort entrelacement observé entre les énoncés produits dans les billets et les pratiques langagières touristiques professionnelles. Or, l'exploitation des indices langagiers du corpus souligne qu'une troisième figure est convoquée dans les réalisations. La matérialisation de l'image discursive de l'amateur s'inscrit en particulier dans la marque de la première personne du singulier et du pluriel qui instaure dès les premiers mots du blogueur le caractère individuel du témoignage. Elle s'élève également dans la formulation de justifications symptomatiques des tensions émergentes entre les divers rôles que l'auteur met en scène. Enfin, le timbre du simple passionné se laisse percevoir moyennant des interventions sémantiques, typographiques ou lexicales qui s'inscrivent en rupture avec les postures énonciatives adoptées. La figure de l'amateur propose une représentation de l'auteur qui se veut plus vivante.

7.4.1. Inscription énonciative et articulation aux autres figures discursives

Pour mettre en lumière l'articulation des trois figures invoquées et leur poids respectif dans les énoncés des blogueurs, on propose d'observer les trois premiers paragraphes du billet « Visiter Portsmouth en famille » du blog Maman Voyage. Pour plus de clarté, on teint de violet les segments qui correspondent aux caractéristiques énonciatives de la voix du guide, de rouge

ceux identifiés comme faisant écho à la voix du voyagiste et enfin de vert les énoncés relevant de la voix de l'amateur.

> Extrait « B6 – A1 – [City trip – Voyages avec enfants] – Visiter Portsmouth en famille » (Annexe 5.21).
>
> - « Voici un petit guide qui vous permettra d'organiser votre programme pour **un, deux ou trois jours en famille à Portsmouth.** C'est une destination idéale pour un grand week-end à l'anglaise. Comme vous le savez, nous habitons juste à côté donc nous y allons régulièrement. Ainsi, nous avons fait le tour des visites possibles donc j'aimerais partager avec vous une liste des lieux que nous avons préférés ainsi que quelques conseils pratiques pour bien profiter de **Portsmouth avec les enfants** » ;
>
> - « Visiter le Portsmouth Historic Dockyard :
> C'est clairement l'endroit le plus visité de Portsmouth et c'est parfait pour les enfants ! Le **Historic Dockyard** c'est beaucoup de bateaux à découvrir : il y aurait même de quoi y passer plusieurs jours ! Les billets ne sont pas donnés mais il y a tant à voir que ça vaut le coup. Voici, dans notre ordre de préférence, les visites à mettre sur votre programme ».
>
> (https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/, 1er avril 2020)

Comme on l'observe, les trois postures sont intriquées les unes aux autres. Les énoncés dont la visée pragmatique est de conseiller ou d'informer le lecteur quant aux objets touristiques visités ou à voir correspondent à ceux de la figure du guide. Les énoncés porteurs d'une appréciation positive, d'un procédé de contrebalancement axiologique, d'un ton enthousiaste manifestent la posture du voyagiste. Enfin, les énoncés référant à la locutrice, à son expérience ou à celle des membres de sa famille ou de ses proches réfèrent à l'image de l'amateur. De cette première approche, on déduit deux observations : (1) l'image de l'auteure en tant que simple individu n'est pas prépondérante et (2) la figure du guide et celle du voyagiste ne sont pas si aisément différenciables. Par exemple, le futur prédictif de l'énoncé attribué à la posture du guide « Voici un petit guide qui vous permettra […] » pourrait tout aussi bien correspondre à celle du voyagiste. Ainsi, si la première affirmation peut sembler évidente, il est nécessaire d'expliquer et d'illustrer la seconde.

Pour ce faire, on propose d'analyser un autre exemple pointant l'articulation de ces trois figures dans un extrait du blog Un Gaijin au Japon. On respecte le code couleur proposé *supra* :

Extrait « B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon » (Annexe 5.13).

(1) « Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon » ;
(2) « [Facebook share] [tweet] [share – more options] [photo] » ;
(3) « Je vous propose de découvrir l'agence de voyage Megurun, basée à Tsuruoka (préfecture de Yamagata) dont son cœur d'activité tourne autour de la nature et de sa relation avec les êtres Humains. » ;
(4) « Depuis que le tourisme a explosé au Japon on voit apparaître des dizaines et des dizaines de nouvelles agences de voyage, à un rythme effréné. Il en devient difficile de faire un choix parmi toutes les offres, surtout quand elles commencent toutes à se ressembler. Mais, il existe quelques perles et je pense que Megurun [hyperlien vers le site professionnel de Megurun] est l'une d'entre elles. » ;
(5) « Une agence locale, qui soutient les locaux Lancée par Takeharu Kato-san, dans la ville de Tsuruoka (préfecture de Yamagata), cette petite agence locale a un concept assez original puisqu'elle fait la promotion d'activités qui se déroulent dans la préfecture de Yamagata et qu'elle reverse 10% de ses ventes à la communauté locale. » ;
(6) « C'est une petite équipe mixte, dans tous les sens du terme (2 hommes / 2 femmes – 2 étrangers / 2 Japonais) qui gère l'ensemble des activités avec une bonne dizaine de guides locaux spécialisés dans leur domaine d'activité. L'équipe parle aussi bien le japonais que l'anglais et Kanae Soma-san parle même un peu de français. » ;
(7) « Des activités variées orientées nature, spiritualité et local
En ce qui concerne leurs activités, dont j'ai pu en tester quelques-unes (voir ici), elles sont orientées sur 3 axes qui sont […] »

(https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/, 12 décembre 2019)

En prenant appui sur les sept premiers segments du billet B4-A1, on remarque que les voix du guide et celles du voyagiste sont omniprésentes, ce qui n'est guère surprenant compte tenu du thème abordé dans l'article : un blogueur introduit auprès de ses lecteurs les activités commerciales d'une agence de voyage locale. Les indices dénotant l'une ou l'autre des figures s'entremêlent et sont donc peu aisés à classer. Ainsi, la mention d'une équipe mixte remplit à la fois une visée informative et une visée incitative. L'argument de l'équité entre hommes et femmes confortent l'image de l'agence de voyage comme ayant un fort engagement local et social. Cette donnée peut donc relever simultanément de l'informatif et de l'incitatif. En revanche, en ce qui concerne les indices de présence de la figure de l'amateur, ceux-ci s'identifient plus clairement et se limitent clairement à deux énoncés[1] : le premier présente une marque d'expression explicite de l'opinion (Charaudeau, 1992 : 601-602) portée par le verbe « penser » ; le deuxième, présent dans le paragraphe (7), prend appui sur le pronom personnel « je », sur l'emploi du passé composé et sur ce qui aurait dû correspondre à un déictique associé à un hyperlien « (voir ici) » mais dont l'activation a été omise (ou supprimée).

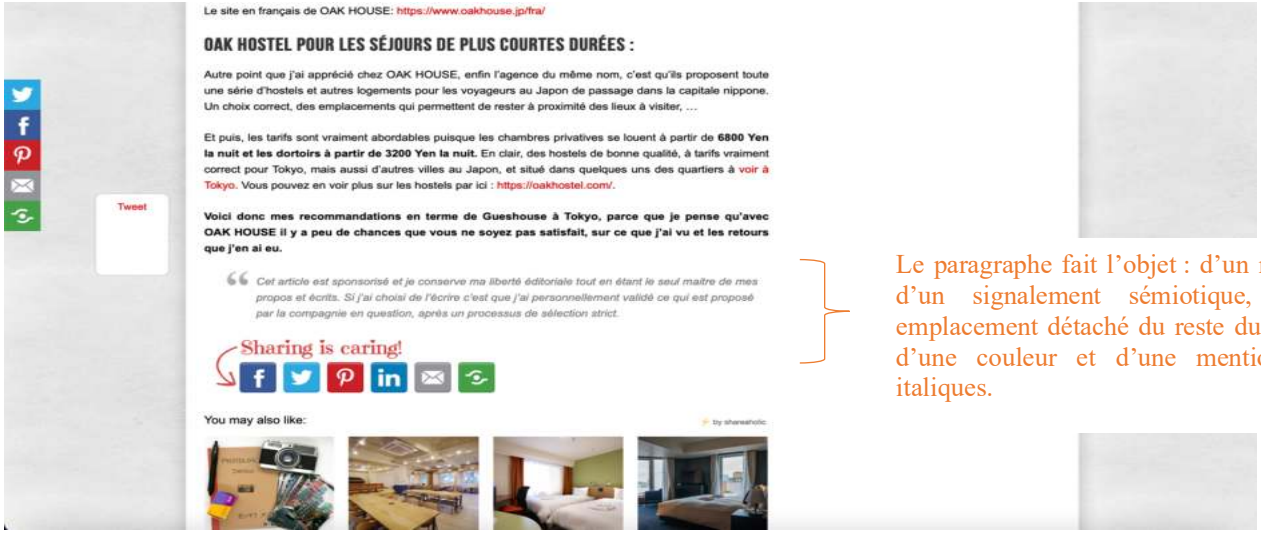
[1] La première occurrence de la marque de la première personne « je » dans l'énoncé « je vous propose de […] », dans le contexte d'un texte de présentation d'une agence de voyage, se rapproche d'un « je » gestionnaire de son texte et non d'un indice de la manifestation de la figure de l'amateur.

Bien que moins fréquemment sollicitée que les images discursives du guide et du voyagiste, la voix de l'amateur est néanmoins incontournable dans les productions. Elle se manifeste sous la forme de la première personne et elle surgit dans les contenus propositionnels mentionnant soit l'existence d'une expérience vécue soit l'opinion de l'auteur. Elle se rappelle également à la mémoire de l'auditoire dans des énoncés visant à présenter et à justifier la démarche marchande des auteurs de blogs voyage.

7.4.2. Quand les blogueurs se justifient

On l'a précédemment mentionné[1], des énoncés signalant un inconfort dans les postures adoptées par les blogueurs ponctuent la fin des articles mandatés. Les segments pointent, dans ces situations, un contenu propositionnel qui revendique l'impartialité des évaluations, des conseils et des recommandations formulés. Ces interventions se présentent dans un registre de langue soutenu et dans une typographie distincte de celle employée dans le corps de l'article. Ainsi, si l'on mobilise à nouveau l'exemple de l'énoncé dans lequel Aala affirme conserver une opinion impartiale (*Cf.* capture d'écran reportée *infra*), on observe que les deux phrases concernées sont séparées du reste du texte et qu'elles portent une typographie différente de celle utilisée dans le corps du billet.

Capture d'écran et extrait du site Un Gaijin au Japon, « Tokyo Guest House : OAKHOUSE », publié le 7 aout 2019, consulté le 31 janvier 2022, (Annexe 5.16).



Le paragraphe fait l'objet : d'un retrait, d'un signalement sémiotique, d'un emplacement détaché du reste du texte, d'une couleur et d'une mention en italiques.

[1] On a évoqué l'inconfort des blogueurs quant à la pratique du mécénat en section « 7.3.3.1. Articulation des énoncés appréciatifs et marchands ».

> « Cet article est sponsorisé et je conserve ma liberté éditoriale tout en étant le seul maitre de mes propos et écrits. Si j'ai choisi de l'écrire c'est que j'ai personnellement validé ce qui est proposé par la compagnie en question, après un processus de sélection strict. »
>
> (https://www.gaijinjapan.org/oakhouse/, 31 janvier 2022)

L'extrait est composé de deux éléments dont la combinaison et la structure évoquent un dispositif argumentatif (Charaudeau, 1992 : 807). Le contenu de la première unité pointe deux informations : l'article résulte d'un partenariat financier et l'auteur revendique son indépendance de jugement. On note que la conjonction de coordination « et » relie de manière surprenante ces deux énoncés. Compte tenu de la situation de communication et de l'inconfort visiblement exprimé, on s'attendrait davantage à voir surgir un « mais » d'opposition. La seconde unité débute, quant à elle, par un segment argumentatif où le relateur inversif « si » (Charaudeau, 1992 : 547) restreint les hypothèses quant aux raisons ayant décidé le blogueur dans la rédaction de ce billet. Le contenu de ce second segment insiste sur la valeur supposée objective des commentaires formulés dans le billet. L'enchaînement des deux unités n'a de sens, pour le lecteur, que si on infère que :

- (1) le blogueur expose dans le premier segment des positions qui seraient opposées : A1 [cet article est sponsorisé] et A2 [je conserve ma liberté éditoriale tout en étant le seul maître de mes propos et écrits] ;
- (2) la conjonction de coordination expose la volonté de l'auteur de réunir ces prémisses supposément opposées ;
- (3) la seconde unité du paragraphe vise à écarter les hypothèses implicitement formulées : un contenu sponsorisé ne fait ni l'objet d'une sélection ni l'objet d'une recommandation sincère.

Le risque évoqué en creux, dans ce passage, est en effet celui de la perte de crédibilité. Il apparaît, aux yeux des blogueurs, qu'un rappel de l'honnêteté de leur démarche s'impose.

D'autres indices dans le corpus signalent un inconfort latent à l'égard de la pratique de parrainage. Par exemple, Mathilde revendique dans un énoncé, faisant là aussi l'objet d'un traitement typographique particulier et d'une disposition spatiale spécifique, l'impartialité de ses recommandations pour un article spécifique :

> CE voyage n'est pas sponsorisé, nous n'avons accepté aucune cadeau, aucune nuit d'hôtel gratuite, vous pouvez être assuré que tout a été choisi par nous-mêmes ! (Annexe 3.2).

La tournure passive, le pronom tonique « nous-mêmes », le pronom indéfini « tout » ainsi que le point d'exclamation dans l'énoncé « tout a été choisi par nous-mêmes ! » renforcent l'idée selon laquelle aucun profit n'a été tiré de ce témoignage. Au moyen de la négation, la blogueuse se défend d'entretenir des relations économiques avec les acteurs du tourisme. La valeur de monstration de l'adjectif démonstratif (Charaudeau, 1992 : 215) pointe le voyage mentionné en le discriminant des autres séjours rapportés par la blogueuse[1] (ou par ces pairs). Cette dimension sélective est renforcée par l'utilisation des majuscules. Les auteurs du blog Bestjobers explicitent, au même titre que les deux précédents webmestres, leurs liens avec des organismes touristiques :

> Extrait « B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).
>
> Nous avons découvert le Sud Tyrol et les Dolomites en collaboration avec Visit Sud Tyrol [hyperlien vers le site officiel du tourisme dans le Sud Tyrol] Nous tenons à les remercier pour cet itinéraire « bien-être et randonnée » élaboré ensemble. Comme à notre habitude, nous partageons avec vous notre expérience personnelle, nos ressentis, coups de cœur et bonnes adresses pour vous offrir un moment d'évasion, du rêve ou toutes les clefs pour vous aider à planifier vos futures vacances dans les Dolomites !
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020)

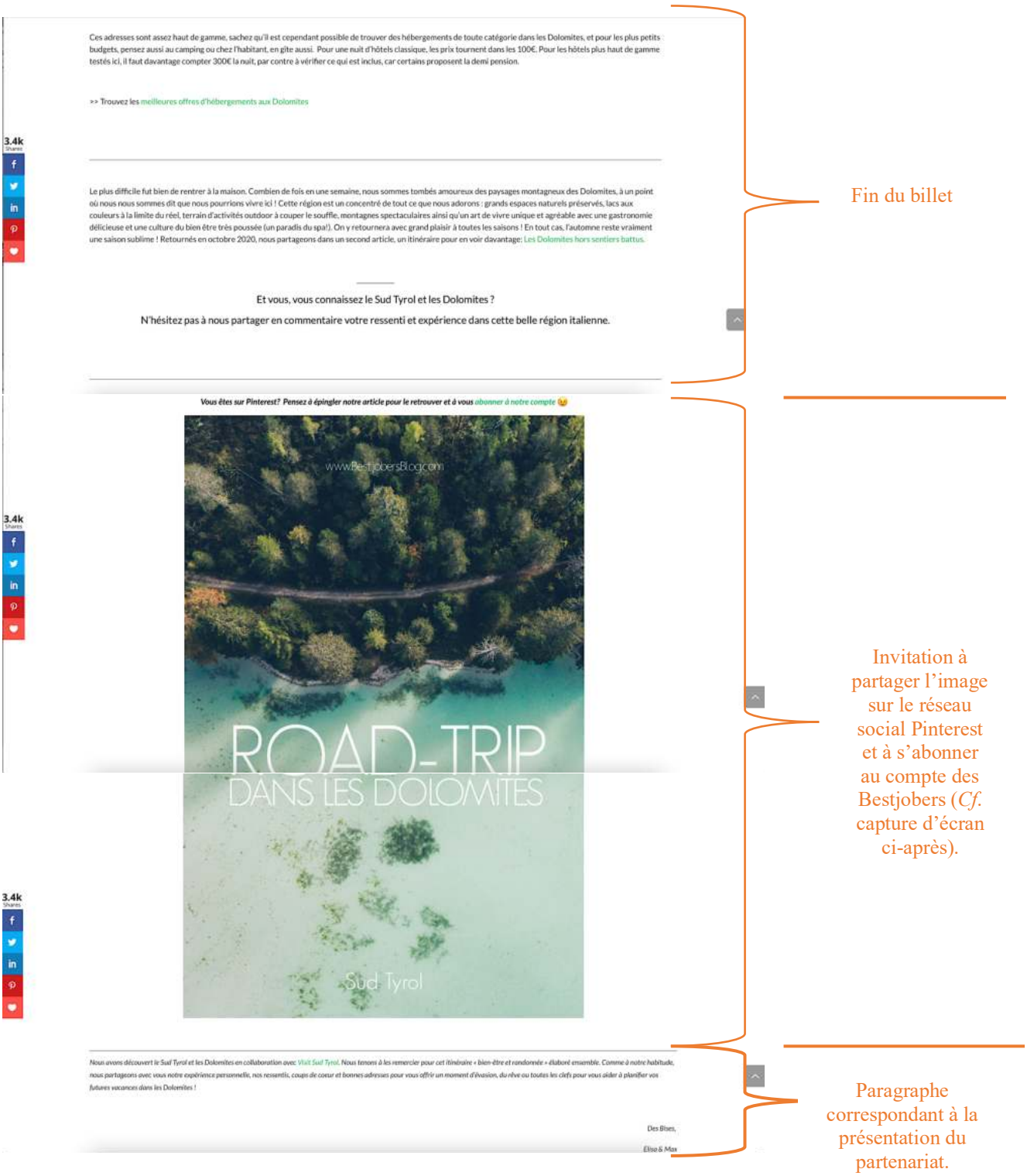
À la différence des deux premiers extraits cités, celui des Bestjobers fait état d'une responsabilité partagée de la production du billet. L'utilisation d'un lexique professionnel côtoie la réalisation d'un acte de remerciement (« nous tenons à les remercier ») qui rappelle les routines langagières employées lors d'événements financés. Les auteurs font intervenir, eux aussi, les marques de la première personne du pluriel (« notre habitude », « nous partageons », « notre expérience personnelle », « nos ressentis, coups de cœur et bonnes adresses »).

Symptômes de l'embarras des auteurs, ces divers passages sont présentés comme externes à la situation énonciative du billet : ils sont situés en fin d'article et ils apparaissent dans une couleur et/ou une typographie différente du reste de l'article. De fait, comme on le

[1] Pour Charaudeau, la monstration « est un acte qui consiste, pour le locuteur, à *signaler*, par un geste physique […], la présence effective et singularisante (discrimination) d'un objet du monde référentiel, et en même temps à *faire porter le regard* de l'interlocuteur sur celui-ci. Du même coup, le démonstratif, en actualisant un être de discours, précise que celui-ci correspond à un référent dont la caractéristique est : *présence effective* d'un (ou plusieurs) être, discriminé parmi d'autres dans un *univers de discours* commun au locuteur et à l'interlocuteur » (Charaudeau, 1992 : 215).

constate dans le montage des trois captures d'écran ci-jointes, le paragraphe indiquant les relations de partenariat entre les blogueurs du blog Bestjobers et l'organisme touristique Visit Sud Tyrol ne figure qu'après deux lignes de séparation :

Montage de trois captures d'écran – Bestjobers « Un road-trip de rêve dans les Dolomites », 19 octobre 2019.

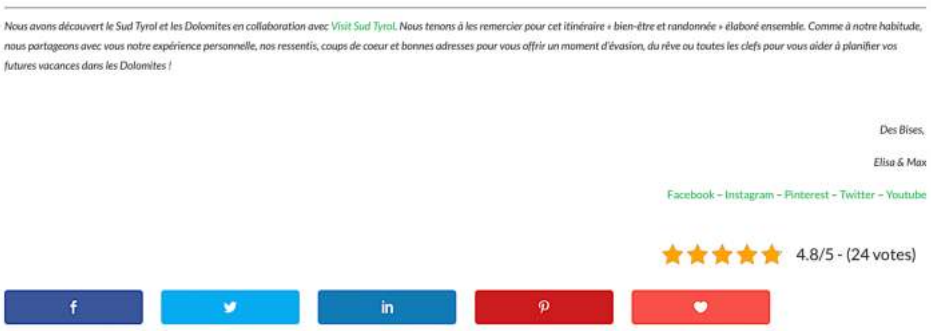


Fin du billet

Invitation à partager l'image sur le réseau social Pinterest et à s'abonner au compte des Bestjobers (*Cf.* capture d'écran ci-après).

Paragraphe correspondant à la présentation du partenariat.

Capture d'écran du paragraphe correspondant à la présentation du partenariat :



(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, consulté le 1er septembre 2022)

Captures d'écran correspondant à l'activation de l'hyperlien de la photographie « Road-Trip dans les Dolomites » :

(https://www.pinterest.fr/bestjobers/, consulté le 21 septembre 2022)

Les blogueurs jonglent donc entre différents rôles. Attendu que la crédibilité du blogueur repose sur son statut d'amateur, l'interprétation du personnage du voyagiste nécessite une explication qui prend des allures de justification. La posture de dilettante semble parfois difficilement compatible avec le sérieux ou le professionnalisme de la voix du guide ou encore les tonalités incitatives et enthousiastes de l'énonciation marchande. Les paragraphes réitérant le caractère individuel des expériences vécues témoignent, en conséquence, du nécessaire recours à la figure de l'amateur pour équilibrer le jeu des figures invoquées.

7.4.3. Lieux et formes d'émergence de la figure discursive de l'amateur

Entre la figure du guide et celle du voyagiste, c'est-à-dire entre l'image de l'expert et celle du professionnel, se fait entendre un autre personnage : celle de l'individu qui, s'appuyant sur ses connaissances et sur sa passion, interpelle l'internaute. On a dépeint la figure de l'amateur comme plurielle, allant du simple profane au spécialiste, et fondée sur une expertise quotidienne acquise durant le temps libre. Pour donner corps à cette figure d'individu « modeste et passionné » (Flichy, 2010 : 11) qui s'inscrit en contraste avec le déploiement des deux figures discursives précédemment décrites, le locuteur s'appuie sur des marques de rupture qu'il insère dans le flot de ses productions.

7.4.3.1. Le registre familier

Les blogueurs simulent parfois les tournures de phrases d'un professionnel, on l'a vu. Cependant, la plupart de leurs interventions relève d'un registre de langue standard. Elles ne sont que très rarement littéraires ou d'un niveau soutenu. Pour compenser le sérieux d'un conseil ou bien pour atténuer l'intonation marchande d'une appréciation, l'auteur se donne à voir sous les traits discursifs d'un simple individu. Ainsi, au sociolecte[1] du voyagiste ou à celui du guide touristique se substitue un langage où les termes employés se colorent de mots familiers. Ci-après, on expose un extrait provenant du blog Nuage Nomade pour illustrer le langage courant habituellement convoqué dans les blogs :

> Extrait « B2 – A4 – Section [Autriche] – À la découverte de la belle et impériale Vienne » (Annexe 5.8).
>
> Départ prévu pour le 14 janvier à 13h20 pour une arrivée environ deux heures plus tard à l'aéroport Vienna Schwechat avec pour la phase d'atterrissage, le solo de guitare de David Gilmour de *Comfortably Numb* du groupe *Pink Floyd* et une vue dégagée sur Vienne, et une émotion que je n'avais plus ressentie depuis bien longtemps.
>
> (https://www.nuagenomade.fr/vienne-1, 26 novembre 2019)

[1] Selon Charaudeau, les « sociolectes sont des manières de parler caractéristiques – mais non nécessairement exclusives – de certains groupes sociaux » (Charaudeau, 1992 : 107). En employant les mots d'un sociolecte particulier, le locuteur montre son appartenance au groupe d'individus utilisant ses termes et s'octroie ainsi une « autorité de savoir » (*Ibid*.).

Dans ce passage, les énoncés de la blogueuse ne sont ni caractéristiques d'un style littéraire ni représentatifs du langage parlé. Le niveau de langue y est courant.

Dans l'extrait exposé *infra*, en revanche, Mathilde insère des termes d'argot parfois même triviaux et d'autres aussi qui sont inventés (ou repris peut-être) pour l'occasion :

> Extrait « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> - « Un road trip c'est long [...] Alors… on **regarde** le paysage, on **parle**, on **s'emmerde** un peu et puis on **écoute** de la musique mais surtout des **podcasts** et des **livres audio**, ça change des playlists, répétitives à la longue (mais la chanson motivante du matin est toujours la bienvenue) […] » ;
>
> - « On s'est promené dans une rue commerçante, on a brunché, papoté […] Est-ce que Portland a tenu ses promesses de coolitude ? Je vous dirai ça dans un prochain numéro. ».
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Les emprunts « *cool* » et « *brunch* » subissent une transformation passant d'adjectif à substantif pour l'un et de substantif à une forme verbale pour l'autre. Ces anglicismes teintent les énoncés des couleurs de la langue du pays hôte. L'utilisation du verbe « s'emmerder » transgresse les normes habituelles des productions écrites. On observe aussi que, « bruncher » et « papoter » introduisent des évènements du quotidien dans le récit de la blogueuse. L'auteur se décrit déjeunant et conversant, etc. Entre recommandations et incitations, c'est la figure de l'individu soumis aux mêmes aléas et au même rythme de vie que tout un chacun qui surgit.

Selon une pratique similaire, dans les énoncés des blogueurs d'Un Couple en Vadrouille, le substantif féminin « une dinguerie » s'invite en conclusion d'une suite d'énoncés appréciatifs, comme on peut en faire le constat dans le passage ci-joint :

> Extrait « B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).
>
> Pour finir la soirée en beauté, **nous sommes allés sur Time Square ♥** pour admirer le quartier de nuit et c'est encore plus époustouflant qu'en journée et avec encore plus de monde. De nuit, vous avez l'impression d'être encore en pleine journée tellement les lumières vous éclairent. Une dinguerie comme dirait l'autre.
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-new-york-en-7-jours/, 16 octobre 2019)

On remarque également la manière dont Elisa et Max concluent leur appréciation d'une église découverte dans les Dolomites. Dans la section annexée *infra*, les blogueurs mobilisent les tournures orales des guides touristiques et les contenus thématiques habituellement traités dans les guides imprimés (informations fournies sur la distance à parcourir, sur la localisation et sur l'histoire du lieu). Tandis que l'énoncé « tel un joyau dans son écrin » réinvestit le thème élogieux et classique du joyau (Dann, 1996 : 41) et rappelle le processus de *sight sacralization* décrit par MacCannell (MacCannell, 2013 : 43), la fin de la phrase se conclut par une tournure appréciative familière « la petite église en jette » :

> Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).
>
> Sachez déjà qu'il y a deux églises, celle de Santa Maddalena (dans le petit bourg du même nom) puis à quelques minutes dans la même commune, celle de San Giovanni in Ranui (photo), de style gothique construite à la fin du 19e siècle lorsque la région était autrichienne et non pas italienne. Difficile de faire plus pittoresque. Tel un joyau dans son écrin, en lisière de forêt et au pied des montagnes de l'Odle, la petite église en jette.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020)

Des erreurs d'orthographe et de grammaire, des espaces oubliés entre les mots, surgissent également sans que cela nuise à l'image du blogueur ou à la compréhension du message transmis. L'écrit peu soigné des auteurs ne semble pas peser outre mesure dans le jeu des rôles qui se donnent à voir dans les blogs voyage. Dans le passage suivant, on observe au moyen de la couleur orange qu'un accord avec un complément d'objet direct est omis, que deux pronoms sujets se succèdent, qu'une majuscule est manquante :

> Extrait « B8 – A4 – Section [Europe – Belgique] – Bruxelles Ma Belle » (Annexe 5.29).
>
> - « Hello les voyageurs ! Aujourd'hui on vous fait découvrir **la ville de Bruxelles que l'on a découvert(e) en novembre 2013**. » ;
> - « La Grand Place : elle est la place centrale de la Ville de Bruxelles. Mondialement renommée pour sa richesse ornementale et esthétique, elle est bordée par les maisons des corporations, l'Hôtel de Ville et la Maison du Roi. Depuis 1998 elle a été inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO et il elle est considérée comme l'une des plus belles places du monde. » ;
> - « Le chocolat : tout comme les 3 autres spécialités ci-dessus, vous en trouverez partout. vous trouverez des chocolatiers à tous les coins de rues et la renommée du chocolat n'est bien sûr plus à faire. Un délice. ».
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-bruxelles/, 26 septembre 2019)

Parfois, ce sont les accords qui ne sont pas respectés. D'autres fois, ce sont des majuscules ou des lettres qui sont de trop à l'image de cet exemple tiré de The Daydreameuse où les éléments fautifs sont mis en évidence :

Extrait « B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles » (Annexe 5.18).

- « Pour clore mon chapitre sur mon **week-end estival à Bruxelles**, je vous emmène dans les charmantes rues de la capitale Belge. » ;
- « De jolies boîtes aux lettres targuées… ».

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 18 février 2020)

Capture d'écran correspondant à l'extrait (7) de B5 – A2 « De jolies boîtes aux lettres targuées… » :

(https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/, consulté le 18 février 2020)

En faisant intervenir des bribes d'un vocabulaire trivial ou bien en ne prêtant pas d'importance aux erreurs ponctuant leurs écrits, les blogueurs se donnent à voir dans leur rôle d'hommes et de femmes ordinaires, c'est-à-dire en tant qu'individus imparfaits. L'exigence d'une qualité orthographique et grammaticale conforme à la norme écrite est moins prégnante dans les productions des blogs que dans celles correspondant aux ouvrages publiés dans les circuits traditionnels de l'édition. La recherche d'une proximité entre auteurs et public passe par la construction d'une image de soi qui se veut, autant que possible, similaire à la représentation que les blogueurs se font de leurs lecteurs.

7.4.3.2. Les marques de la surénonciation expressive : rendre vivant les énoncés

La volonté de donner corps à la parole des auteurs se dénote dans l'emploi d'emprunts, mais également dans l'utilisation d'interjections[1]. Jordy Meow joue notamment avec les morphèmes interjectifs pour apposer, dans les énoncés, la marque d'une « surénonciation expressive »[2] (Rosier, 2006 : 113) :

> Extrait « B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura » (Annexe 5.11).
>
> **Yoshinoyama** La montagne de Yoshino offre 4 paliers, chacun avec une atmosphère un peu différente et aussi un timing décalé au niveau de la floraison des *sakura*. Le lieu peut ainsi être apprécié sur une longue période du Printemps, il y aura toujours une pétale rose à voir dans un recoin ! Mais ça veut dire aussi que la montagne ne sera jamais complètement recouverte de *sakura*de bas en haut. Oh, *zannen*.
> [photo].
>
> (https://japonsecret.fr/yoshinoyama-montagne-sakura-nara/, 5 décembre 2019)

La déception du blogueur est ainsi doublement matérialisée : par le contenu propositionnel du segment « mais ça veut dire aussi que la montagne ne sera jamais complètement recouverte de *sakura* de bas en haut » et par celui de l'énoncé « Oh, *zannen* ». L'interjection « oh » accompagnée du terme japonais « *zannen* », traduit par « dommage »[3] en français, esquisse les formes d'une interaction oralisée[4].

La mise en mots de la figure de l'amateur s'étend au-delà des moyens langagiers et s'abreuve des affordances offertes par le média du blog. C'est donc l'ensemble des indices de l'« iconicité expressive » qui est mobilisé pour donner vie au personnage de l'auteur. Les émoticônes pointant un sourire et les signes de l'accent circonflexe mimant l'arcade des sourcils ponctuent, dans l'exemple exposé *infra*, une remarque humoristique dans le premier passage et un avantage économique dans le second :

---

[1] Rosier, qui décrit notamment les emplois et le rôle des interjections dans les productions des énoncés en ligne, s'interroge sur la perception « subjective » et « oralisante » des « morphèmes interjectifs » (Rosier, 2006 : 119).
[2] Pour Rosier la formulation renvoie au fait que « l'emploi de l'interjection constituerait une "entorse" aux conventions » et qu'elle serait « liée à la volonté de surmarquer son énonciation » (*Op. Cit.* : 117).
[3] La traduction est de l'auteure de la thèse et a été validée auprès d'une locutrice japonaise Martina Ronci. Celle-ci précise que l'emploi du terme, dans ce cadre, ne reflète pas une volonté particulière de mobiliser un registre familier.
[4] Rosier affirme notamment que l'interjection a vocation à « oraliser la parole écrite » (*Op. Cit.* : 119).

Extrait « B7 – A2 – Suisse | Le train rapide le plus lent du monde : le glacier express » (Annexe 5.25).

- « À peine montés qu'il faut se tenir prêts à dégainer l'appareil photo! Max capture de peu l'emblème du voyage, **le célèbre viaduc de Landwasser**, un ouvrage imposant et terriblement photogénique avec ses 5 arches qui dessinent une courbe sur un rayon de 100m. Les plus belles photos se font de l'extérieur du train avec le train passant dessus, mais on ne peut pas être partout^^. » ;

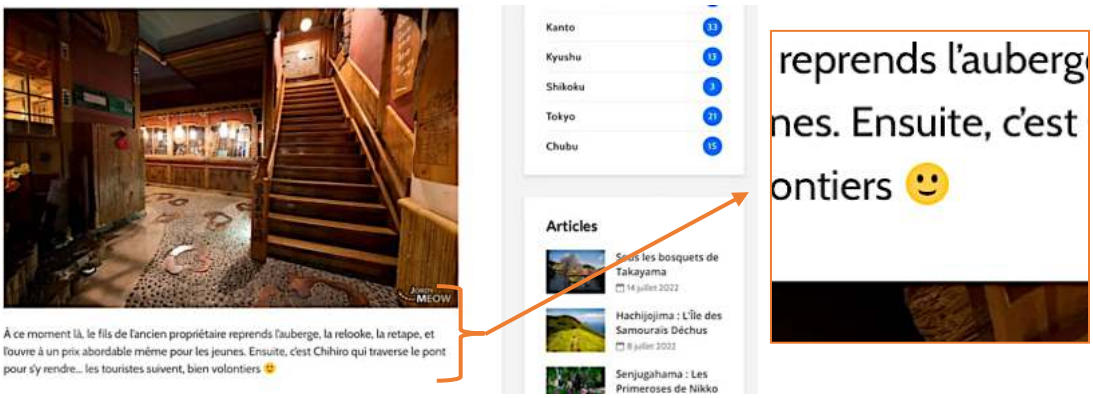
- « Les jeunes de moins de 26 ans disposent de 15% de réduction sur le prix de leur pass. Et ce n'est pas fini, il y a même des réductions et des gratuités sur 500 musées dans tout le pays pour les détenteurs d'un pass [émoticône souriante] ».

(https://www.bestjobersblog.com/suisse-le-train-rapide-le-plus-lent-du-monde-le-glacier-express/, 25 septembre 2020)

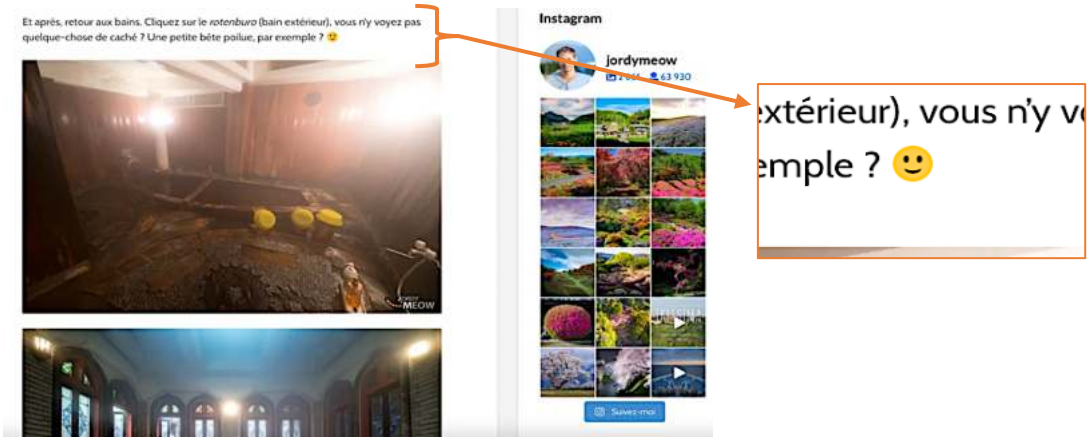
L'émoticône figurant un visage amical est abondamment employée dans les productions, la binette du clin d'œil intervient également. Dans les captures d'écran exposées ci-après, on identifie 5 occurrences d'émoticônes ponctuant la fin des paragraphes et 3 émoticônes insérées au cœur de la construction syntaxique des énoncés :

Série de captures d'écran « B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi - Chihiro, Singes & Onsen ».

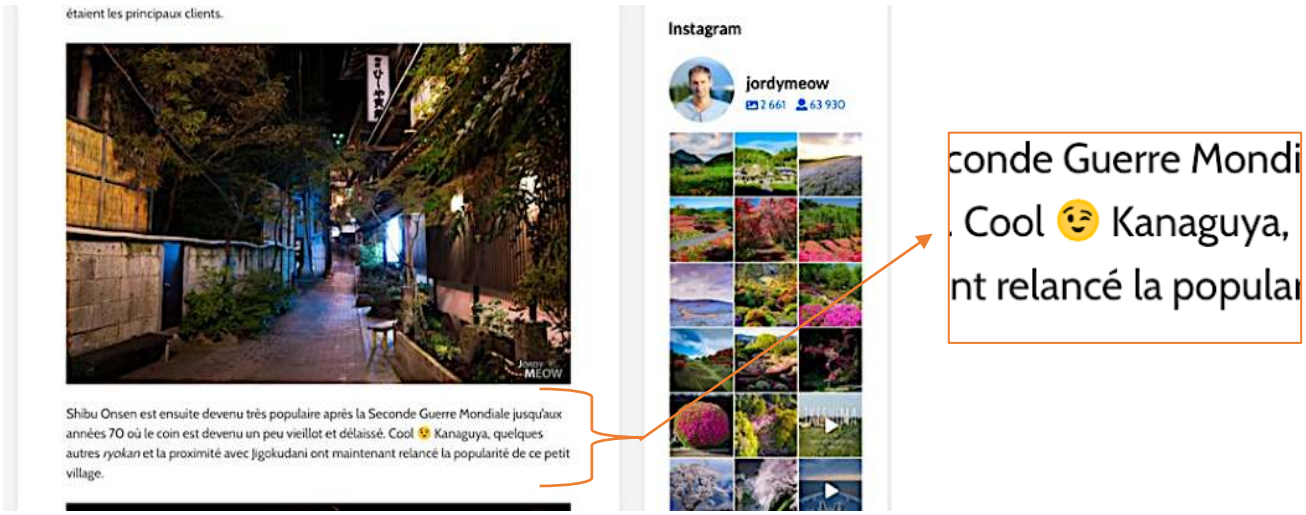
Capture d'écran 1 :



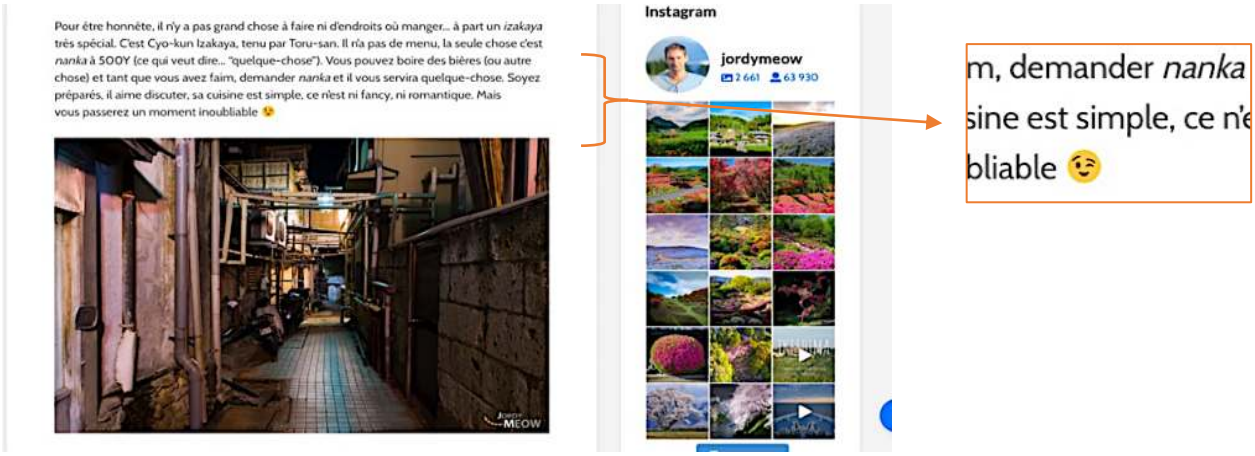
Capture d'écran 2 :



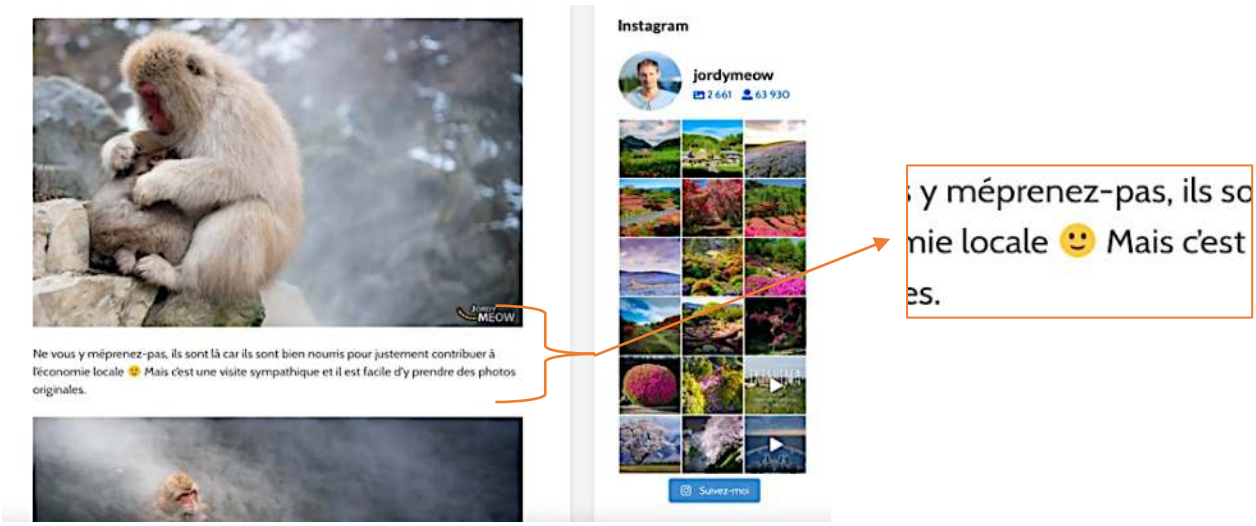
Capture d'écran 3 :



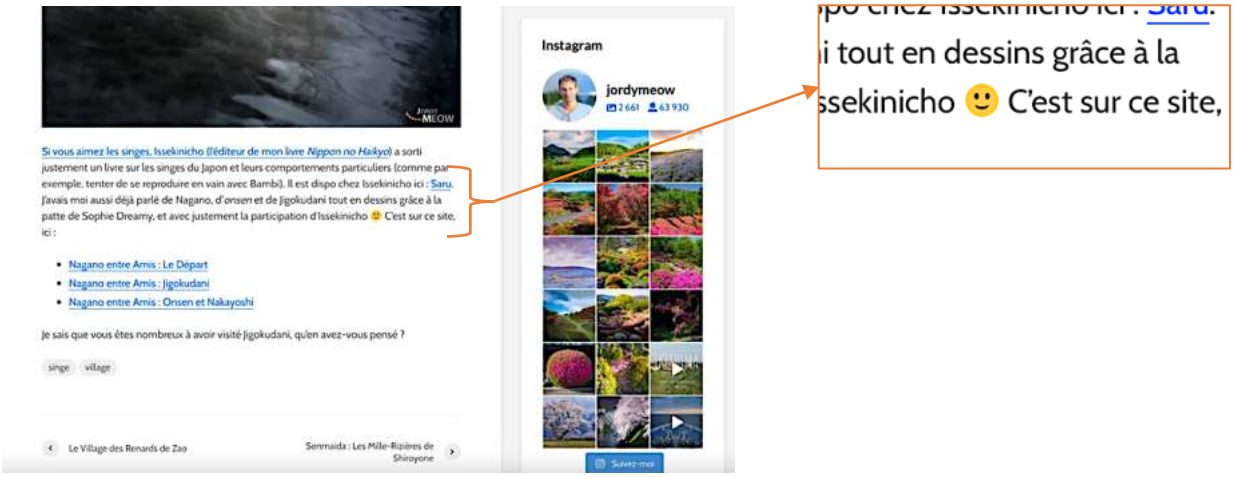
Capture d'écran 4 :



Capture d'écran 5 :



Capture d'écran 6 :



(https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/, consulté le 21 novembre 2019)

Parfois, ce sont les signes de la ponctuation qui miment l'expression d'une humeur badine :

> En arrivant à Zermatt, le Cervin joue à cache cache, heureusement nous dormons sur place pour une nuit, on vous raconte notre escapade à Zermatt tout bientôt… Avons-nous pu voir le Cervin?!? (Annexe 5.25).

En d'autres occasions, c'est l'allongement vocalique qui joue le rôle de marqueur de traits d'oralité comme dans cet énoncé extrait du blog d'Un Couple en Vadrouille :

> Pour ce dernier jour à New York city nous avons suivi mon ancien collègue Mickael qui vit à New York (la chaaaaaance) pour une pause déjeuner à Long Island avec vue bien sûr :) (Annexe 5.28).

Émoticônes, binettes, signes du clavier simulant les expressions du visage, combinaisons de points d'interrogation et d'exclamation et allongements vocaliques sont dispersés dans les productions. Rendant moins formel l'échange entre l'énonciateur et les énonciataires, l'icône d'un sourire peut aussi jouer une fonction d'adoucisseur des effets de la voix du voyagiste :

> Extrait « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).
>
> >> Réservez maintenant votre hôtel aux Dolomites [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking]. Envie d'hébergements stylés, ne manquez pas notre sélection de boutiques hôtels dans le Sud Tyrol [hyperlien vers site de réservation d'hôtels].
> >> Adeptes de AirBnB, pensez également que vous pouvez bénéficier de -34€ sur votre première réservation [hyperlien vers la plateforme de réservation Airbnb] sur Airbnb avec notre lien de parrainage en créant un nouveau compte avec un nouvel email [émoticône souriante].
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020)

Dans le passage précédent, il s'agit moins, pour les auteurs, de signaler une émotion ressentie que d'atténuer la perception de l'intérêt économique sous-jacent à la démarche de recommandation par liens d'affiliation. Ces nombreuses manifestations idéographiques de la présence des auteurs, ces « didascalies électroniques » (Mourlhon-Dallies, Colin, 1999), interviennent à l'égal de légendes ou de sous-titres dotant la surface des énoncés qui les précèdent d'un commentaire réflexif.

7.4.3.3. Le rôle des parenthèses dans la construction des figures de l'auteur

Dans les blogs voyages, les signes de la ponctuation ont une fonction expressive. Ainsi, une succession de points d'exclamation ou un enchaînement de type « ?!? » souligne l'intensité d'une interrogation ou pointe l'esprit joueur du locuteur. Certes, les signes graphiques organisent les éléments du texte et apportent des informations quant à l'intonation d'un énoncé (Riegel, Pellat, Rioul, 1996 : 83). Cependant, certains, comme les parenthèses, occupent également « un rôle énonciatif, qui n'exclut pas pour autant une fonction démarcative » (*Op. Cit.* : 92). Dans cette section, on décrit la manière dont les parenthèses sont employées et le rôle qu'elles jouent dans l'articulation des figures discursives du blogueur.

Articuler les rôles énonciatifs du blogueur

Les parenthèses indiquent « l'insertion d'un élément, plus ou moins court, détaché et isolé par rapport à la phrase » (Riegel, Pellat, Rioul, 1996 : 95) et dont on peut se défaire sans en affecter le sens (*Ibid*.). En tant que telles, les incises parenthétiques sont le lieu privilégié pour insérer des précisions ou partager des commentaires (*Ibid*.). Dans les billets du sous-corpus 1, les parenthèses sont, a priori, employées de manière conventionnelle comme on peut en faire l'observation *infra*. Les parenthèses du premier extrait encadre un énoncé informatif tandis que celles du second délimitent la formulation d'une appréciation[1] :

[1] La couleur orange délimite l'emplacement parenthétique.

Extrait « B7 – A2 – Suisse | Le train rapide le plus lent du monde : le glacier express » (Annexe 5.25).

BON PLAN Pour voyager en Suisse, et avoir accès à tout le réseau de transports publics suisses, y compris le Bernina et le Glacier Express (auquel il faut ajouter la surcharge pour la réservation du siège), il y a possibilité d'acheter un **SWISS TRAVEL PASS, le *billet tout compris*** pour les visiteurs étrangers en Suisse. C'est que qu'on a à chaque fois et c'est ultra pratique et économique. On peut prendre tous les trains, les bus en ville et même les bateaux!

(https://www.bestjobersblog.com/suisse-le-train-rapide-le-plus-lent-du-monde-le-glacier-express/, 25 septembre 2020)

Extrait « B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura » (Annexe 5.11).

Sur cette première moitié de la montagne, il y a de jolies vues sur les cerisiers vus d'en bas, de nombreux petits étalages avec plein de petites choses à goûter (les champignons sont délicieux même si tout le monde n'était pas d'accord), des magasins et on arrive tranquillement sur les temples.

(https://japonsecret.fr/yoshinoyama-montagne-sakura-nara/, 5 décembre 2019)

Dans ces deux passages, le contenu des parenthèses apporte une information additionnelle en harmonie avec la posture énonciative développée dans les énoncés qui les précèdent. Ainsi, pour les auteurs du blog des Bestjobers, mentionner une surcharge à prendre en compte dans les préparatifs budgétaires relève du même rôle informatif que celui correspondant aux renseignements fournis pour « voyager en Suisse ». Dans le second exemple, l'énoncé « les champignons sont délicieux même si tout le monde n'était pas d'accord » est porteur d'une modalité appréciative à l'égale de l'énoncé qui le précède « il y a de jolies vues sur les cerisiers […] avec plein de petites choses à goûter ». Dans ces deux situations, le locuteur ne change pas de posture discursive.

Il est cependant apparu que les auteurs utilisent les caractéristiques propres aux parenthèses pour superposer à leurs interventions régulières une autre figure que celle qu'ils incarnent dans le fil du texte. Pour éclairer cette affirmation, dans l'exemple ci-joint, on observe la succession d'énoncés marqués par la modalité appréciative :

Extrait « B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand » (Annexe 5.22).

La vue depuis le pont Saint-Michel est très belle. Dès les premiers pas nous sommes sous le charme. Les quais (Graslei), les rues pavées, la Cathédrale Saint-Bavon, le Château, le Beffroi, l'église Saint-Nicolas, l'ancienne Poste… [photo].

(https://www.mamanvoyage.com/2017/08/recit-dune-belle-journee-improvisee-a-gand/, 2 février 2022)

L'intensifieur « très », l'affectivo-axiologique « belle » et l'énumération des attributs de la destination convoquent l'image discursive du voyagiste vantant les mérites de la ville belge. Or, la précision du nom exact des quais relève d'une démarche d'information qui s'apparente davantage à la figure du guide. Une transition entre une posture et une autre semble donc prendre place. Ce déplacement, opéré dans l'espace privilégié des parenthèses, se réalise à l'identique dans le passage *infra* :

> Extrait « B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).
>
> De l'extérieur cette tour est splendide mais à l'intérieur vous serez complètement séduis de votre entrée dans l'ascenseur jusqu'à la découverte d'un panorama spectaculaire de 360 degrés sur New York.
> (Je ne vous en dit pas plus mais elle vaut plus que le détour malgré ses 34$ pour la visiter).
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-new-york-en-7-jours/, 16 octobre 2019)

Dans la première partie de l'extrait, le locuteur n'emploie aucune marque de la personne le mentionnant explicitement. À l'inverse, au sein des incises, il se désigne par le pronom sujet « je » et se porte garant de la valeur du site à découvrir. L'énonciateur glisse alors du personnage de l'évaluateur–promoteur à celui de l'évaluateur–amateur.

Humaniser l'image de l'auteur

Les parenthèses se dessinent comme un lieu de prédilection pour opérer un phénomène de glissement entre deux situations énonciatives. Ce sont également des lieux propices à l'émergence de la voix de l'amateur. Celle-ci prend corps sous les traits d'une figure qui aspire à être perçue comme plus humaine. Dans cette enceinte privilégiée, le locuteur adopte alors une posture moins figée et plus accessible. L'ouverture et la clôture des signes typographiques marquent ainsi une pause dans le jeu des personnages convoqués qui est vouée à renforcer les liens avec les allocutaires. Par exemple, au sein du passage suivant, Élisa et Max insèrent un commentaire qui s'inscrit en rupture énonciative avec le reste des énoncés de l'extrait :

> Extrait « B7 – A2 – Suisse | Le train rapide le plus lent du monde : le glacier express » (Annexe 5.25).
>
> Après une semaine au cœur de la station de ski de Davos Klosters où on a pu profiter au maximum des joies de la neige et des montagnes (et même se faire peur et dépasser nos limites) on est rentré à la maison avec le Glacier Express qui traverse toutes les Alpes Suisses.

> Récit d'une expérience impressionnante et relaxante à la fois, où on prend le temps de s'installer confortablement et de regarder par la fenêtre.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 24 septembre 2020)

La marque de la première personne du pluriel se manifeste dans l'espace parenthétique concomitamment aux thèmes de la peur et des limites qui construisent sémantiquement l'image d'une figure humaine. L'être de parole apparaît alors animé de sentiments et doté de limites. Toujours dans cette perspective, Mathilde évoque, au sein d'un interstice similaire, un incident.

> Extrait « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> Manu a comme d'habitude fait plein de belles photos et de vidéos, qu'il sauvegardait méticuleusement tous les 2-3 jours pendant le voyage (depuis notre expérience malheureuse de photos perdues à Capitol Reef et Monument Valley, on fait gaffe).
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

L'énoncé « on fait gaffe » relève d'un registre de langue familier dont l'emploi accentue la perception d'une rupture. L'exposition de soi sous l'angle de la confidence dote alors l'image discursive de l'auteur des traits du simple vacancier soumis à des aléas. À l'égal d'un entracte ou d'une confidence, le locuteur donne l'impression de se départir durant un court instant de ses rôles discursifs publiques pour dévoiler, dans l'espace des parenthèses, un peu plus de sa personne.

L'interstice se prête aussi au jeu de l'autodérision. Le monologue du billet et la maîtrise de la communication s'effacent au profit d'un relâchement qui s'exprime par l'humour. Christine inclut ainsi un commentaire humoristique et des signes typographiques mimant un clin d'œil complice dans un passage où elle décrit ses enfants comme ayant été pleinement absorbés par un récit de la mythologie grecque.

> Extrait « B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand » (Annexe 5.22).
>
> Bref, nous voilà sur l'autoroute en direction de Gand et hélas nous ne sommes pas seuls car c'est aussi la route pour Ostende sur la côte donc avec la météo de rêve tout le monde a dû vouloir aller à la mer. Mais bon, nous avons mis 1h15 au lieu de 45 minutes – ce n'est pas bien grave : nous avons eu le temps de raconter l'Illiade et l'Odyssée à Ticoeur et Titpuce qui ont été captivés (ou endormis ;-)).
>
> (https://www.mamanvoyage.com/tag/belgique/, 13 avril 2020)

En se riant de ses suppositions, la blogueuse se défait quelque peu de l'image de mère soucieuse de l'éducation et du bien-être de ses enfants en tout temps et en toute situation. Rire de soi adoucit l'aspect convenu des productions ou leur sérieux. Dans un autre extrait, cette fois provenant de Le Blog de Mathilde, l'humour de Mathilde transparaît par le biais de l'emplacement de l'adverbe d'affirmation « oui » en incise et par la répétition de l'énoncé appréciatif « les arbres, c'est beau (oui, c'est beau les arbres) » :

> Où dormir ? On quitte l'Oregon pour aller un tout petit plus au sud : en Californie, pour voir une belle forêt de séquoias géants, appelés les redwoods, pour leur écorce rouge. Un ajout bienvenu parce que les arbres, c'est beau (oui, c'est beau les arbres) (Annexe 5.2).

La répétition du segment intensifie l'effet de valorisation et s'en distancie simultanément.

Dans le billet qui suit, on note l'occurrence de plusieurs pauses humoristiques qui élaborent une représentation plus humaine de l'énonciateur.

> Extrait « B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).
>
> - « Une prochaine fois je l'espère car pour avoir vu des photos sur internet elle valait le détour, on se serait presque cru dans Harry Potter (La fan inconditionnelle se réveille). » ;
> - « Jour 4 : Central Park à vélo – Upper East Side & Upper West Side
> Pour notre 4ème jour, c'était journée sportive à vélo dans Central Park ♥ puis visite des quartiers de l'Upper East et West Side. Mais bon sans acheter quoi que ce soit car les prix ne concordent (pas encore) à nos comptes en banque… On regardait donc uniquement avec les yeux. » ;
> - « Comment ne pas craquer devant ces petites boules de poils [des écureuils] qui viennent presque sur vous assez simplement (ok j'avoue on leur a donné à manger pendant une heure au moins tellement on a craqué) » ;
> - « Par la suite Micka a absolument voulu voir le Flatiron Building (surtout parce qu'on le voit dans le film de Spiderman m'a-t-il dit… (Grand fan des Marvel ? Non pas du tout…), puis nous nous sommes rendus au Rockefeller Center ♥ pour à la fois admirer le coucher de soleil et la vue de nuit ».
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-new-york-en-7-jours/, 16 octobre 2019)

Au cœur de ces incises, les marques d'autodésignation pointent un individu présenté comme un « fan » sujet à des excès (« fan inconditionnelle » pour Mylène, « grand fan » pour Mickaël). D'autres indices langagiers indiquent que les locuteurs sont également sujets à des aspirations (« pas encore ») et à des faiblesses (« j'avoue », « on a craqué »).

Le sens de l'énoncé inscrit au sein de ces signes typographiques s'ajoute donc au sens des énoncés qui le précèdent, à la manière d'un métacommentaire réflexif.

Dans ces interludes énonciatifs, l'auteur s'extirpe de son rôle pour se faire le complice du lecteur. Jouant sur les deux moments de création du texte (la production et la réception), l'énonciateur se détache de sa posture et se distancie de son dire. Les énoncés figurant dans ces zones de rupture (tels que « la fan inconditionnelle se réveille », « pas encore », « ok j'avoue … », « Grand fan des Marvel ? Non pas du tout… ») théâtralisent une scénographie dialogale entre amis. Dès lors, la mise en mots d'un échange imaginaire a vocation à rendre plus vivace la figure de l'auteur. L'anticipation de cette conversation fictive révèle combien la prise en compte de la figure de l'auditoire influence les productions des locuteurs en amont de leurs productions. Les indices langagiers, relevés dans ce contexte, matérialisent le corps riant et plaisantin du blogueur dans la réalisation du billet.

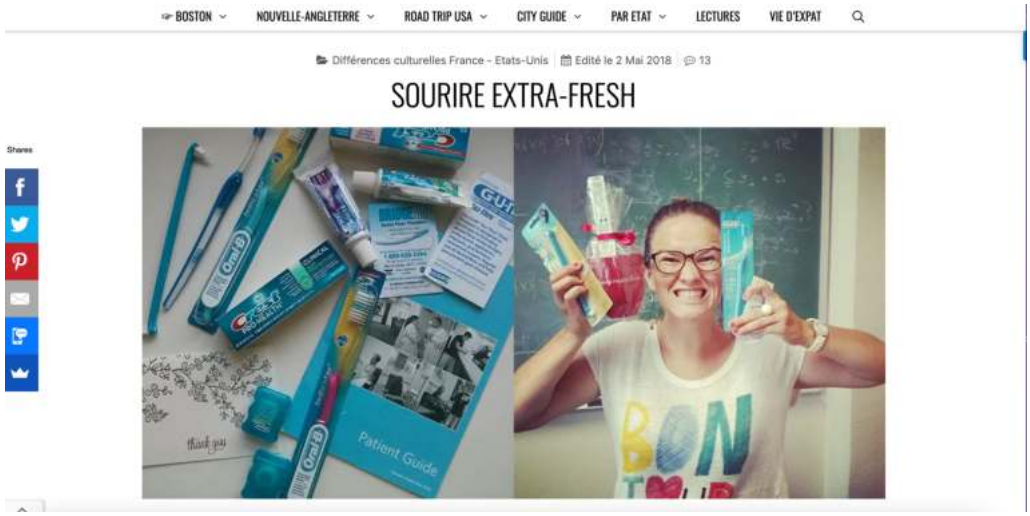
7.4.3.4. L'ethos ludique

Pour tisser des liens de connivence avec les internautes, le locuteur mobilise des références à une doxa supposée largement connue de son public. Par exemple, des références sont faites à des films et des séries célèbres des années 70 et 80 comme Star Wars ou Mac Gyver :

- « [L]e logement : du côté *cheap* de la force, on a fait pas mal de camping, mais moins que l'an dernier » (Annexe 3.2) ;
- « […] pas de Ford Mustang pour pour les photos Instagram, on préfère une Jeep de Mac Gyver (version contemporaine) » (Annexe 3.2).

Pratique décrite comme « constante » dans l'univers des médias (Maingueneau, 2013 : 194), la perception d'un énoncé célèbre caché derrière un autre accroche l'attention du lecteur et établit le sentiment d'une appartenance commune. Leur appropriation et leur détournement mettent en évidence la volonté du locuteur d'exposer un ethos ludique. En d'autres endroits, l'auteure de Le Blog de Mathilde témoigne de son esprit badin en évoquant un mécénat peu vraisemblable (1) ou bien en exagérant l'effet d'une appréciation positive (2).

Capture d'écran « B1 – A4 – Section [Différences culturelles France – États-Unis] – Sourire extra-fresh » (Annexe 3.4).



- (1) « *Ce post est sponsorisé par mon dentiste.* » ;
- (2) « Ou devrais-je dire toute l'équipe du centre de dentistes où je suis enfin allée, honte à moi, après plus de deux ans à vivre à Boston. J'ai appelé, et j'ai à peine attendu 3 jours pour mon premier rendez-vous. J'ai vu une dentiste, son assistant, et j'ai même eu droit à un *dental hygienist*, celui qui m'a nettoyé les dents comme jamais. ».

(https://www.maathiildee.com/sourire-extra-fresh/, consulté le 16 septembre 2019)

Pour d'autres blogueurs, l'amusement s'exprime aussi en exploitant les fonctionnalités du dispositif. L'auteur de Japon Secret interpelle directement le lecteur et l'invite à s'adonner à un jeu de cache-cache dans les photos d'un billet :

Extrait « B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura » (Annexe 5.11).

Sophie Dreamy a d'ailleurs fait une super vidéo sur notre balade et elle présente aussi comment la montagne est découpée. C'est à voir sur Dreamy à Yoshinoyama [hyperlien vers une chaîne YouTube]. D'ailleurs, elle se cache sur l'une des photos de cet article, la trouverez-vous ? [émoticône souriante].

(https://japonsecret.fr/yoshinoyama-montagne-sakura-nara/, 5 décembre 2019)

Formes de captation de l'attention des internautes, l'humour n'en demeure pas moins une manière de développer la dimension humaine de l'intervention du blogueur. Le rapprochement recherché entre locuteur et allocutaires se fonde donc aussi sur le déploiement d'un ethos ludique. Le lien de connivence qui s'établit nivelle alors la distance fictive que les deux autres figures, le guide et le voyagiste, imposent dans la relation entre auteurs et lecteurs. Il semble que l'autodérision intervient, par conséquent, dans les

productions comme un élément compensant la mise en scène de soi dans un monologue. Le risque d'être perçu comme égocentrique appelle, en effet, les blogueurs à développer des témoignages d'humilité qui se matérialisent dans les productions par l'humour en particulier. La figure de l'amateur s'enrichit de cet aspect espiègle et jovial sans que cela nuise à la matérialisation et à l'efficience des autres facettes composant les représentations de soi de l'auteur de blog voyage.

7.4.4. Synthèse : la figure de l'amateur est un adoucisseur

La matérialité du blog voyage offre de multiples ressources pour singulariser la prise de parole de l'auteur de blogs voyage. Ainsi, les énoncés peuvent être porteurs de marques révélant tantôt une posture, tantôt une autre. Les photographies, quant à elles, se font la preuve et l'écho du dire des blogueurs. Les hyperliens, pour leur part, hébergent une double énonciation qui trouble le jeu des visées affichées et poursuivies dans le blog tandis que les signes typographiques deviennent didascalies.

Dans ce chapitre, on a longuement aussi souligné la manière dont l'auteur de blog voyage réinvestit les personnages iconiques du champ du tourisme. Ainsi, les productions mettent en scène la figure du guide, celle du publicitaire, celle du voyageur expérimenté, celle du touriste qu'il faut fuir, celle également du simple individu se faisant voyageur le temps de quelques jours ou de quelques semaines. Chacun de ces rôles discursifs sert les visées poursuivies par le locuteur : tantôt il incarne le guide qui informe, conseille et gère le déroulement de la découverte de la destination ; tantôt il est cet ambassadeur qui rend aux yeux des lecteurs une destination irrésistible en réinvestissant les paradigmes de la distinction, de la sacralité, de l'authenticité, de la construction sociale du regard touristique et surtout de l'enchantement ; tantôt il délaisse sa panoplie d'expert ou de professionnel du voyage pour rappeler à l'auditoire sa situation d'amateur – un rappel sans lequel sa crédibilité serait fragilisée.

Les demi-cercles des parenthèses abritent des déplacements énonciatifs qui permettent aux blogueurs de jongler entre leurs différentes postures et notamment de convoquer celle de l'amateur. Pour déceler cette figure, il faut, en ce cas, s'intéresser notamment aux marques de la première personne. La présence du simple quidam se dénote aussi de la mobilisation d'un registre familier et se repère dans les références faites à un socle de connaissances supposées

partagées avec le public. Le ton de ses interventions diffère de celui plus élogieux qui caractérise l'agent promotionnel puisque le profane s'autorise à témoigner des aspects négatifs de l'expérience vécue. Il égratigne l'image du voyageur parfait rendant, à ce titre, l'image de l'auteur plus accessible. Les oublis, les excès, les faiblesses mentionnés dans les témoignages humanisent le visage du locuteur.

Contrairement à ce qui était attendu, l'amateur n'est pas un personnage de premier plan dans le blog voyage. Néanmoins, la figure discursive émerge et apparaît à la manière d'une rengaine. Elle est une réponse aux tensions résultant de la rencontre entre les visées d'information, d'instruction et d'incitation. La voix de l'amateur est, en effet, symptomatique d'un inconfort entre les exigences d'authenticité requises par la situation de communication du blog et la prépondérance de l'incitation à faire qui est prégnante dans les réalisations. La représentation de l'auteur, en tant que simple individu, fonctionne donc à la manière d'un adoucisseur. Elle est un facilitateur qui apaise les contradictions. Sous-jacente aux productions, cette troisième figure discursive est indispensable en ce qu'elle singularise le témoignage du blogueur.

7.5. Des visées affichées aux visées réalisées, le positionnement discursif des auteurs de blogs voyage

La situation de communication du blog voyage supposait, initialement, l'intervention de trois visées discursives : informative, didactique et incitative. La finalité du blog, telle qu'on se l'imaginait au point de départ de cette étude, indiquait, en effet, que la première devait être dominante puisque le blogueur rapporte des expériences vécues. À la lumière de l'exploitation des données du corpus, il a été démontré que les trois intentions discursives sont bien présentes. Aucune autre visée n'est apparue dans les productions. Ainsi, la visée d'information est effectivement sollicitée pour fournir des renseignements quant à la destination visitée (faire savoir) ; la visée didactique est déployée pour prévenir et conseiller le lecteur quant à la préparation d'un voyage à venir (faire savoir-faire) ; enfin, la visée d'incitation est activée pour attirer le lecteur et l'inviter à réaliser à son tour un voyage (faire faire). En revanche, les résultats provenant de l'analyse des entrées linguistiques, sémiotiques et techniques pointent non seulement une prépondérance de la troisième visée (incitative) au détriment de la première (informative) mais ils indiquent également l'influence de cette même visée (incitative) sur la seconde (didactique). La prégnance des énoncés acquérant de manière illocutoire ou

perlocutoire une valeur d'invitation, les éléments sémiotiques pointant une représentation idéalisée du voyage et le double message contenu dans les hyperliens externes modifient l'équilibre attendu des trois visées du blog.

Les marques plurisémiotiques suggèrent, en conséquence, la mise en œuvre d'un contrat de communication distinct de celui supposé être en vigueur confirmant, de la sorte, l'ambiguïté pressentie dans la phase exploratoire quant à la manifestation des postures du blogueur. Il est apparu que le basculement d'une visée informative à une visée incitative s'opère certes, en divers endroits des énoncés, des visuels et des hyperliens du blog, mais s'ancre essentiellement dans le déploiement de la dimension appréciative du voyage. De fait, si l'on considère que l'évaluation du vécu est bien une partie intégrante de la visée informative, sa réalisation, dans les productions des auteurs, déborde du cadre communicatif qui lui est assigné. Les énoncés porteurs de marques appréciatives semblent, en effet, se soustraire aux impératifs de véracité, contrevenant ainsi aux règles tacites qui conditionnent l'application d'une visée d'information à un témoignage. En ce sens, l'évaluation du voyage est le point de rencontre des trois figures du blog : le guide informe et conseille sur la base de son expertise ; le voyagiste informe des avantages d'un référentiel ; l'amateur évalue son voyage au seul prisme de ses expériences individuelles.

On propose de matérialiser par deux schémas les deux situations de communication : celle décrite avant l'analyse des documents et celle résultant de l'exploitation des données.

Schéma 5 « Visées se déployant dans le cadre du contrat de communication du blog voyage (avant analyse) ».

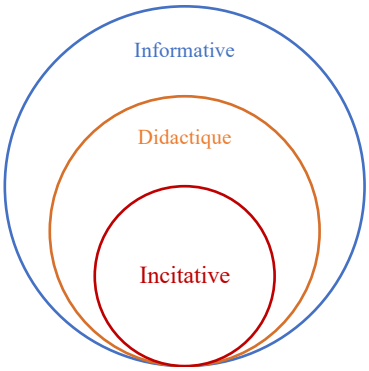


Schéma 6 « Visées réalisées par les auteurs de blogs voyage ».

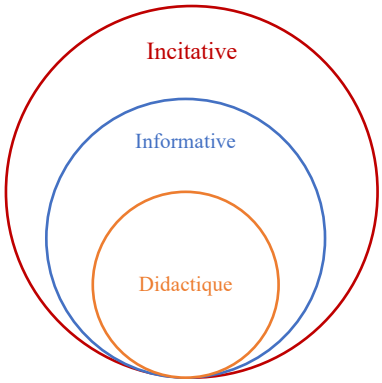
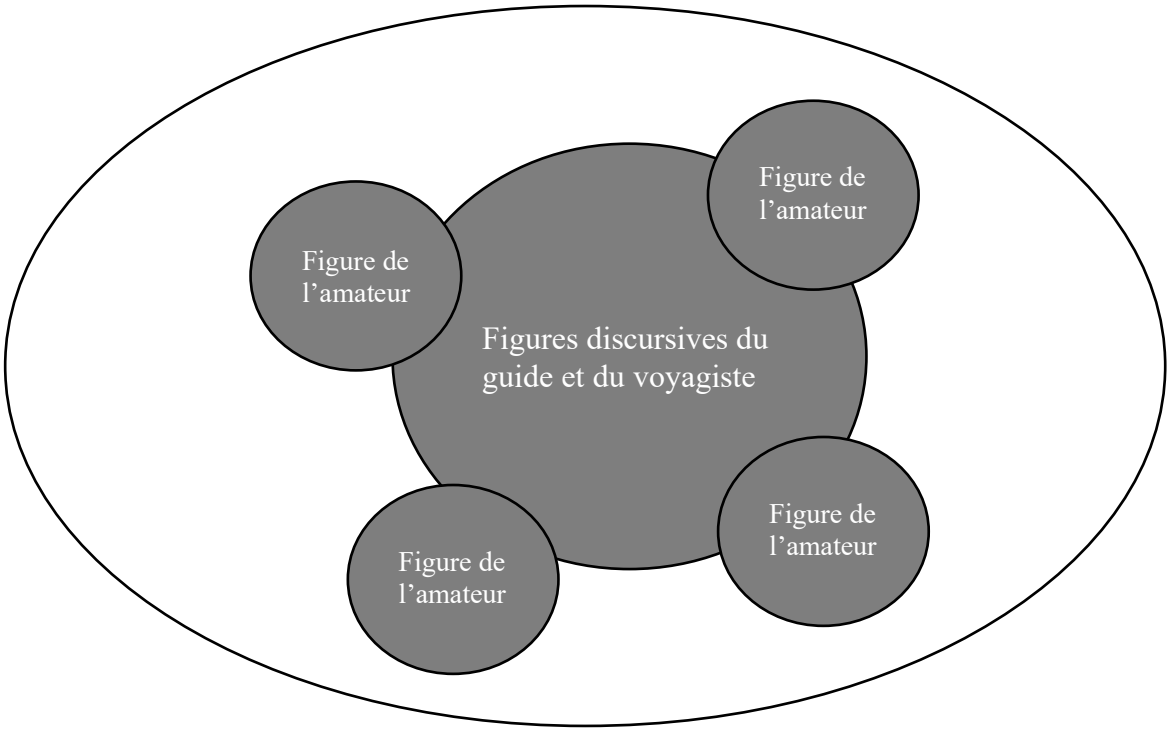


Schéma 7 « Articulation des visées et des portraits discursifs au prisme des résultats de l'étude ».

Visée incitative (capter l'attention de l'allocutaire, produire une image postive du voyage)	•La figure du guide touristique ("Suivez-moi!") ; •La figure du voyagiste.
Visée informative (fournir des informations référentielles, évaluer le voyage)	•La figure du guide ; •La figure du voyagiste ; •La figure de l'amateur.
Visée didactique (formuler des conseils, des mises en garde, des recommandations)	•La figure du guide.

Les rôles discursifs du locuteurs s'articulent les uns aux autres dans un alliage quasi harmonieux. Seules quelques justifications pointent le jeu d'équilibriste auquel s'adonnent les blogueurs. L'image discursive de l'auteur de blog voyage est donc plurielle. Elle s'arrime à trois personnages dont deux sont iconiques dans le champ discursif du tourisme : le guide et le voyagiste. Les indices énonciatifs, sémiotiques et techniques ont pointé une prépondérance marquée de ces deux figures dans les réalisations au détriment de celle de l'amateur.

Schéma 8 « Composition de l'image discursive plurielle des auteurs de blogs voyage ».



Le positionnement discursif des blogueurs se construit sur la dynamique relationnelle de la dyade du guide et du voyagiste, de l'informatif et de l'incitatif et inscrit la figure du profane en périphérie. Dans le corpus, les données recueillies ont pointé un étirement du positionnement des auteurs de l'espace discursif occupé par les productions des voyageurs amateurs vers celui des écrits professionnels de la communication touristique. Les réalisations des blogueurs travaillent ainsi les frontières poreuses de ces deux zones.

Chapitre 8. Le lecteur complice et la résurgence de la figure de l'amateur

Les deux premiers chapitres de cette partie font état des moyens langagiers, techniques et sémiotiques que les blogueurs engagent pour se présenter, pour se singulariser, pour se légitimer. Ainsi, on a établi les spécificités de chacune des trois figures discursives convoquées dans les billets. On a également fait état de la manifestation des visées réellement poursuivies par les auteurs des blogs voyage du corpus. Dans cette section, on met en perspective ces résultats au prisme de deux angles. Le premier repose sur l'analyse des commentaires[1] des lecteurs recueillis dans les productions du sous-corpus 1. En effet, on cherche par ce moyen contrastif, à souligner la manière dont les lecteurs et les blogueurs interagissent et à déterminer si les premiers sont réceptifs aux jeux de rôles mis en place par les seconds.

Le deuxième angle de comparaison est celui de la pandémie de la Covid-19. Au cours de la prise de connaissance de ce travail, on se sera certainement rendu compte que la phase d'analyse a pris fin en mars 2020, date coïncidant avec celle des premiers confinements déclarés dans les pays de résidence des blogueurs du corpus. Dans la mesure où la démarche de cette étude s'inscrit dans le cadre théorique de l'analyse du discours, la prise en considération des conditions d'émergence des énoncés est essentielle. Par ailleurs, on l'a démontré, chacune des postures incarnées et chacune des visées déployées dans le blog correspond à une perception de l'auditoire et à une configuration socio-historique donnée. Or, les changements sociétaux, financiers et économiques induits par la crise sanitaire[2] en 2020 et 2021 ont suscité des interrogations quant à la validité des résultats obtenus et quant à la valeur des tendances observées.

Dans cette optique, on a procédé à une analyse qui confronte les données obtenues à partir du sous-corpus 1 à celles résultant de l'exploitation du sous-corpus 2 composé, pour sa part, de

[1] L'exploitation des commentaires a fait l'objet d'un article spécifique publié en janvier 2022, dont on reprend, dans ce paragraphe, une grande partie des résultats (Pereira Couttolenc, 2022).
[2] On développe ce pan de l'impact de la crise sanitaire sur l'activité touristique en générale et celle des blogueurs en particulier en section « 8.2. Pratiques sociodiscursives des blogueurs et pandémie de la Covid-19 ».

billets produits par les mêmes auteurs du premier corpus entre mars 2020 et janvier 2021[1]. Les deux angles comparatifs apportent un autre regard sur les résultats procédant des deux premiers chapitres et, dans une certaine mesure, les complètent.

8.1. Le rêve éveillé des lecteurs de blogs voyage

Les bandeaux de présentation, les intitulés des sections, les images constituant le logo, les photographies et les dessins illustrant les articles, les énoncés etc. concourent à élaborer le sens de la relation qui se crée entre le blogueur et son lectorat dans les billets des blogs. Les commentaires en sont aussi un élément définitoire (Howard 2008 : 197). En tant que lieu où les internautes peuvent intervenir, déposer un avis ou formuler une requête, l'existence de cette zone réservée aux interactions conditionne la perception d'authenticité des propos tenus par les auteurs (Azariah 2017 : 27). L'analyse des commentaires expose la manière dont les lecteurs perçoivent les postures incarnées et la mise en scène de la destination. Sont-ils les interlocuteurs naïfs que l'on pourrait supposer ? La magie de l'enchantement berce-t-elle l'imaginaire du lectorat ou bien celui-ci accepte-il volontiers ce jeu de dupes le temps de se plonger dans une circumnavigation merveilleuse ? On souligne le point de vue des lecteurs dans 300 commentaires postés à l'aune des actes de langage qu'ils réalisent, des modalités qu'ils emploient et des termes d'adresse qu'ils utilisent.

8.1.1 Des énoncés phatiques

À l'instar de Hugon qui étudie les commentaires affichés à la suite de billets de blogs, on observe que les interventions sont très redondantes et insistent généralement sur les fonctions phatiques ou poétiques de la communication (Hugon, 2010 : 35). Les textes sont, en effet, souvent accompagnés de remerciements, de marques affectives, de termes élogieux et d'invitations à visiter le propre blog du commentateur lorsque la situation s'y prête (*Ibid*.). De fait, bien que les intervenants dans les *posts* soient, le plus souvent, de simples internautes, il arrive que d'autres auteurs de blogs personnel ou de blogs voyage déposent une note d'encouragement ou de félicitation. Le message est alors associé à un hyperlien redirigeant le

[1] Les résultats de cette analyse ont fait l'objet d'un article publié dans la revue *Mondes du Tourisme* en décembre 2021 (Pereira Couttolenc, 2021).

parcours de navigation vers le site du commentateur. Dans l'extrait suivant, on expose un segment de la zone des commentaires d'un article du blog Un Couple en Vadrouille où une telle situation se présente :

> Extrait de la zone des commentaires « B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York » (Annexe 5.28).
>
> - (C4)[1] « C4. [photo] Prénom [hyperlien vers un blog voyage] 5 octobre 2016 at 15 h 59 min.
> Les photos sont top ! J'espère découvrir cette ville prochainement, j'en rêve! » ;
>
> - (C5a) « C5.a [photo] nom de blog personnel [hyperlien vers un blog personnel] 6 octobre 2016 at 22 h 06 min
> Je découvre votre blog et moi qui aime par dessus tout les voyages, courts ou longs, je suis tombée sous le charme de cet article. Vos photos sont belles, votre mise en page me plait beaucoup, bref, je m'en vais vous découvrir un peu plus et je sens que cela va me plaire.
> Je suis déjà allée à New Yyork, les twins étaient encore là… Sur les photos il y a comme un manque…. C'est curieux, je me demande si lorsque l'on ne connaissait pas avant, on peut vraiment ressentir la différence ? Je n'y suis pas encore retournée, cela ne saurait tarder et j'aurais ma réponse.
> Bravo, continuez … » ;
>
> - (C6a) « C6.a. [photo] Pseudonyme [hyperlien vers un blog voyage] 10 février 2017 at 14 h 20 min
> tu as fait un guide trés excellent de NY [émoticône souriante] PedroL ».
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-new-york-en-7-jours/, 16 octobre 2019)

Dans ces trois extraits, les hyperliens reliés au prénom, au pseudonyme ou au nom d'un blog offrent la possibilité de réorienter le parcours des autres lecteurs vers le site du commentateur en question. Parfois, ce sont des voyagistes qui se manifestent. Les professionnels du tourisme ont toujours, en ce cas, la délicatesse de formuler un compliment lors de leur passage sur le blog :

> AsiaSoleil [hyperlien vers le site d'un voyagiste][2] – j'adore les photos merci, beaucoup d'inspiration (C1, Annexe 5.20).

Comme on peut en convenir à partir de ces premiers exemples, les intervenants privilégient souvent la dimension communicationnelle de la relation dans les interactions.

---

[1] « (C4) » désigne le quatrième commentateur d'une liste dont la hiérarchie des *posts* publiés s'effectue du plus ancien au plus récent à l'image de ce qui est proposé dans le blog considéré dans l'extrait. Par conséquent, « (C1) » pointe le premier commentateur du billet.

[2] https://asia-soleil-travel.com

Plusieurs types d'énoncés introduisent les interventions des lecteurs. On relève les habituels « bonjour » ou « salut » qui ouvrent les séquences conversationnelles. Ces marques apparaissent souvent seules. Parfois, elles sont accompagnées du prénom de l'auteur que l'on vouvoie ou que l'on tutoie selon l'occasion. On observe l'occurrence de ces salutations dans les trois exemples ci-joints :

> Extrait de la zone des commentaires « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).
>
> (C1) « Bonjour Mathilde
> Mon conjoint et moi revenons d'un voyage de deux semaines en Oregon. Nous avons adoré notre séjour. Je voulais te remercier pour tes bons conseils nous avons grandement suivi ton blog pour nous inspirer
> Andréanne et Simon [émoticône souriante] ».
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)
>
> Extrait de la zone des commentaires « B8 – A4 – Section [Europe – Belgique] – Bruxelles Ma Belle » (Annexe 5.29).
>
> (C1b)[1] « C1b. [photo] nom de blog voyage [hyperlien vers un blog voyage]
> Bonjour,
> J'ai longtemps vécu par là et travaillé à Saint Leu La Forêt, mes meilleurs amis habitent Pontoise. Maintenant, je suis dans le sud des Yvelines, à Saint Arnoult en Yvelines (connue pour son péage, mais ce n'est pas que cela heureusement!), tout près de Rambouillet, en Vallée de Chevreuse. Bonne journée [émoticône souriante] ».
>
> (https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-bruxelles/, 26 septembre 2019)
>
> Extrait de la zone des commentaires « B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon » (Annexe 5.12).
>
> (C5) « C5. [image] [prénom masculin] 3 years ago.
> Salut Jordy,
> Je te remercie pour la mine d'informations dont recèle ton site. Tes photos sont vraiment sympa, et j'avoue qu'elle donne envie d'aller voir les lieux de nos propres yeux . De confronter la manière dont tu les vois (au travers de tes photos) avec celle dont je pourrais les voir. ».
>
> (https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, 5 décembre 2019)

L'emploi du prénom, les formules de salutation et les émoticônes donnent l'image d'une relation de proximité entre auteurs et lecteurs.

[1] « (C1b) » désigne la deuxième intervention du premier commentateur. La première intervention de l'internaute est annotée « (C1a) ». Cette annotation est utilisée selon que les deux messages se suivent ou bien qu'il s'agisse d'une suite d'échanges avec l'auteur du blog.

La seconde forme d'amorce relevée semble poursuivre un dialogue imaginaire avec le blogueur et débute parfois en reprenant la structure d'une réponse. C'est un « oui » qui confirme les dires du locuteur ou bien une onomatopée qui rebondit sur l'objet thématique du billet :

- « Oui, conduire à gauche ça se fait (dit celle qui a laissé son mari conduire tout le temps [émoticône clin d'œil]) » (C1 – zone des commentaires, Annexe 5.23) ;
- « Ahah moi aussi grand moment de solitude face au dentiste… » (C6 – zone des commentaires, Annexe 5.23) ;
- « ah b largement ! xD Nara cette ville ! je suis en train de refaire le temple Yakushi sur minecraft » (C1-b – zone des commentaires, Annexe 5.12).

Dans les énoncés, on observe donc que les commentateurs font apparaître des termes relevant du registre familier. Le contenu propositionnel de leurs interventions ne semble pas, en effet, être déterminant. La dimension phatique est ainsi privilégiée. Le lecteur signale alors sa présence et confirme le lien de proximité établi entre les allocutaires. De ce point de vue, les procédés employés par l'auteur du blog voyage pour se donner à voir comme un individu proche du lecteur atteignent leur objectif.

8.1.2. Les actes de langage : le remerciement, l'assertion et la requête

On a procédé à l'égal de l'ensemble des éléments du sous-corpus 1 à un relevé des actes de langage réalisés dans les commentaires. On fait état, dans cette section, des moyens langagiers et sémiotiques par lesquels ces actes se manifestent.

8.1.2.1. Le remerciement

Les actes expressifs (Adam 2015 : 101) apparaissent en tête des interventions des internautes. Les lecteurs témoignent explicitement leur gratitude aux blogueurs pour les renseignements transmis, comme on en fait l'observation *infra* :

> Extrait de la zone des commentaires « B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA » (Annexe 5.17).
>
> (C1) « C1. [image] [pseudonyme] [hyperlien vers un blog voyage] [date]
> Merci pour cet article super complet ! Comme pour beaucoup, c'est un rêve de faire ce fameux road trip dans l'Ouest Américain. Seulement entre le budget, l'organisation et surtout la durée du séjour, c'est pour l'instant assez compliqué de se projeter pour moi [émoticône souriante] Alors lire des articles comme celui-ci me motive à me pencher plus sérieusement sur la question ! ».
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/comment-preparer-son-road-trip-aux-usa/, 18 février 2020)

Extrait de la zone des commentaires « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

(C5) « C5. [image] [prénom] [date] [réponse]
Merci pour ce bel article très complet, ça donne vraiment envie! ».

(https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 3 juin 2020)

Les formules explicites de remerciement portent également sur l'envie qui a été stimulée par la lecture d'un article et qui, parfois, a mené à la réalisation d'un voyage similaire :

Extrait de la zone des commentaires « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).

(C3) « Merci Mathilde pour nous avoir donné l'envie de faire ce Road trip dans l'oregon , ce n'est pas la région des US à laquelle on pense forcément ,nous avons étonné beaucoup de monde . Nous avons fait comme toi , nous sommes allés jusqu'au parc des redwoods et pas déçus . Arrivant à Seattle nous en avons profité pour faire la rain Forest et là encore cela valait le coup.La côte de l'oregon Est superbe , crater Lake ,painted hills et smith rock sont vraiment à faire. Nous avons été moins emballés par hélls canyon,y aller nous a fait faire beaucoup de route peu intéressante à notre avis..
Globalement ce fut un voyage très satisfaisant.
Merci encore pour ce blog. ».

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Toutefois, le plus souvent, les lecteurs remercient le blogueur pour le moment onirique dans lequel ils se sont immergés le temps d'une errance dans la navigation, à l'instar de ces trois passages :

Extrait de la zone des commentaires « B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon » (Annexe 5.12).

(C4) « C4. [image]. [prénom féminin] 2 years ago.
je rêverais de visité tout ça merci pour c'est belle photos continué en nous partageant vos magnifique photos ».

(https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/, 5 décembre 2019)

Extrait de la zone des commentaires « Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).

(C7) « Bonjour Mathilde,
Magnifique ton road à l'Oregon ça donne encore plus envie un jour je l'espère bien peut être faire un combiné Oregon+Washigton!!Qui sais, au tout cas j'adore vos articles merci de me faire encore rêver.
Cristina ».

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Extrait de la zone des commentaires « B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites » (Annexe 5.24).

(C3) « C3. [image] [prénom nom] [date] [réponse]
Magnifique ça donne envie d'y aller. Merci de me faire rêver [main serrée – remerciant] [main serrée – remerciant] [main serrée – remerciant] ».

(https ://www.bestjobersblog.com/Italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/, 3 juin 2020)

Le rêve, la photo et le voyage s'entremêlent dans le contenu des remerciements. La gratitude du public porte, ainsi, sur la découverte des textes et des images qui procurent un moment d'évasion. En s'imprégnant de la lecture d'un billet, les individus s'échappent de leur quotidien et se laissent bercer par leurs envies. Ainsi, qu'il s'agisse d'une marque de gratitude portant sur un voyage imaginaire ou passé, les lecteurs puisent dans les récits des blogueurs ce dont ils ont besoin pour organiser un voyage, pour s'imaginer à leur place ou pour s'abandonner à leurs propres divagations.

8.1.2.2. L'effet miroir des pratiques langagières et sémiotiques : le souvenir et l'éloge

En d'autres occasions, l'expérience du blogueur suscite en retour le plaisir de partager un trajet similaire. C'est notamment le cas de l'intervention citée *infra*. Un commentateur se rappelle une anecdote familiale à la lecture d'un billet :

Extrait de la zone des commentaires « B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 3.2).

(C8) « Bonjour Mathilde, ton récit me rappelle des souvenirs. En effet septembre 2016, j'ai eu la chance de partir 3 semaines dans l'état de Washington à Tacoma où j'ai de la famille. J'ai amené ma grand mère de 83 ans revoir sa sœur qui fêtait ses 80 printemps. Elles ne s'étaient pas revu depuis depuis plus de trente ans. Je te laisse imaginer l'émotion de ses retrouvailles. Avec mon copain, nous avons pris les routes et direction l'Oregon en premier : cannon beach avec cette rue typique de boutiques dont une 100 % de décorations de noel ouverte, columbia river gorge les vues tellement magnifiques (un regret on a pas trouvé de place sur le parking pour voir la cascade Multnomah Falls) Portland, le mont hood également avant de faire l'état de Washington. J'ai adoré les deux etats. On nous attends de nouveau là-bas j'espère que nous aurons la chance très bientôt d'y retouner. A bientôt. »

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

L'enthousiasme du blogueur semble communicatif au-delà de la fin de son témoignage puisque les commentaires permettent aussi de prolonger le temps du voyage par son souvenir.

On l'a précisé, les souvenirs affleurent et les remerciements sont effectivement nombreux. Cependant, les louanges le sont tout autant. On relève, de fait, des formes sémiotiques et langagières en miroir de celles mobilisées dans les articles pour valoriser la destination. Ainsi, dans les énoncés se succèdent par exemple l'emploi d'un lexique similaire à celui des auteurs. Les adjectifs tels que « magnifique », « typique », « belles » ou encore « précieuses » et « fantastique » abondent aussi dans les interventions des lecteurs à l'image de ces deux extraits :

- « C5. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse] Les paysages sont magnifiques !!! Bravo pour votre article et vos informations précieuses [émoticône souriante] » (Annexe 5.25) ;
- « C5. Prénom, J'ai dévoré votre séjour en Oregon, ce qui m'a beaucoup aidé dans l'élaboration du mien l'année prochaine ! Fantastique road trip movie ! Good job ! Merci pour le coup de main ! [émoticône souriante] » (Annexe 5.2).

On remarque également une utilisation identique à celle des blogueurs des marqueurs typographiques et sémiotiques tels que la succession de points d'exclamation et l'insertion d'émoticônes ou de signes informatiques qui signalent l'expression de sentiments et de l'intensité de degré haut :

> Extrait de la zone des commentaires « B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand » (Annexe 5.22).
>
> (C1) « C1. [photo] [prénom] [hyperlien vers un blog personnel d'hypnose], Aout,18, 2017 [répondre]. Ca a l'air vraiment très agréable comme ville ! On a l'air de s'y sentir bien. Ca me donne des idées pour de futures excursions ^^^
> Les enfants ont du adorer, en plus il avait l'air de faire beau donc c'est tout bon [émoticône souriante]. »
>
> (https://www.mamanvoyage.com/tag/belgique/, consulté le 13 avril 2020).

Les adverbes d'intensité (« juste », « super », « vraiment ») sont aussi mobilisés. Des interjections et des verbes affectifs tels que « j'adore » imprègnent les appréciations partagées dans les commentaires à l'image de ces deux interventions publiées sur le blog Nuage Nomade :

- « C1. [image] [prénom féminin] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [répondre] C'est juste sublime !! Je ne connaissais pas du tout mais j'adore les couleurs et la forme des maisons ! c'est super mignon !! » (Annexe 5.6) ;
- « C2. [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [répondre] Ohlala je ne savais pas que c'était BEAU comme ça ! c'est vraiment magnifique ! » (Annexe 5.6).

L'effet d'un profond sentiment d'enthousiasme est alors renforcé par le cumul des points d'exclamation et les majuscules qui intensifient la portée de la valeur axiologique de l'adjectif « beau ».

Peu de commentaires négatifs surgissent dans les interventions des lecteurs. Le contrôle des publications en amont influence certainement l'excès de jovialité permanent qui se donne à voir dans les zones de commentaires. On note que seuls quatre *posts*, provenant d'un même commentateur, sur les 300 étudiés, formulent une critique négative (Annexe 5.17).

8.1.2.3. Les demandes d'information comme écho au rôle de guide

Les lecteurs, interpellés par la figure du guide ou par celle du voyagiste dans leur rôle de futurs voyageurs, souhaitent valider un parcours, trouver des idées pour organiser un séjour ou bien espèrent obtenir des recommandations concernant une solution pour se loger. Ainsi, on observe que de fréquentes demandes d'informations pratiques sont formulées, les internautes sollicitant alors l'expertise de l'auteur.

> Extrait de la zone des commentaires « B5 – A4 – Section [Afrique du Sud – Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland » (Annexe 5.20).
>
> (C2) « C2. [image] [prénom] [date] [heure]
> Merci beaucoup pour ce partage, ça à l'air top!! J'ai une petite question car je prépare ma visite au Swaziland. Faut-il simplement se présenter au village ou faut il booker une "excursion/visite" ? À quelle heure penses-tu que je dois m'y rendre pour pouvoir visiter le village puis après assister aux chants et aux danses de 11h15 ? il y a surement des horaires où les visites commencent mais je ne trouve aucunes infos.
> Je te remercie d'avance,[prénom du commentateur] ».
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/petite-escapade-au-swaziland/, 4 mars 2020)

> Extrait de la zone des commentaires « B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi - Chihiro, Singes & Onsen » (Annexe 5.10).
>
> (C3) « C3.a. 1 [photo] [pseudonyme] 3 years ago
> Oh ça me donne bien envie d'y aller :D
> Au vue des photos, le ryokan a l'air d'avoir une sacré identité. (tu ne donnes pas de fourchettes de prix? ;)) Tu vois, je commente des fois :D ».
>
> (https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/, 10 décembre 2019)

Extrait de la zone des commentaires « B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 5.2).

(C2) « Bonjour Mathilde,
Je découvre ton blog car j'envisage de faire un road trip Seattle -> San Francisco au mois d'août. cela m'embête de devoir réserver les logements à l'avance mais l'idée du camping ne me convient pas non plus. Trouve t-on selon toi des logement de type motel ou airbnb ou mieux des logements basiques proche des parcs nationaux ou même dans les parcs facilement à ton avis ? Si oui les logements sont-ils chers à cette saison en général ?
Merci pour ton aide alors même que ton voyage commence à dater
[Émoticône clin d'œil] ».

(https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Les émoticônes, les mimiques informatiques (par exemple « :D » simule un visage souriant), les actes de reconnaissance anticipés (« Je te remercie d'avance » ; « merci pour ton aide ») et les évaluations apologiques (« ça a l'air top ») adoucissent le caractère exigeant des requêtes.

On peut s'interroger si, en sollicitant des routines discursives relevant d'autres genres discursifs proches, tels que ceux caractérisant le guide pratique ou bien la brochure touristique, le blogueur ne se trouverait pas pris au piège des figures qu'il convoque dans les productions. Par exemple, en incarnant une figure de voyagiste dont les services ne sont pas rémunérés et en partageant des informations gratuitement, l'auteur de blog voyage devient la cible de demandes extensives voire excessives à l'image de l'intervention suivante :

Extrait de la zone des commentaires « B5 – A4 – Section [Afrique du Sud – Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland » (Annexe 5.20).

(C3)
« Bonjour,
Votre site est génial! Plein d'infos pour mon projet de voyage en Afrique du Sud !!
J'ai fait une ébauche d'itinéraire pour la partie du Kruger, est ce possible pour vous d'y jeter un œil?
J'ai l'habitude de faire tous mes voyages seules mais l'Afrique du Sud me parait plus compliquée
Voyage pour deux personnes
Départ 1 er octobre
Arrivée le mercredi 2 octobre au matin 8h30
Récupération de la voiture
Route jusqu'à Graskop loger sur place ? Ou au Blyde resort ? Aurais-je le temps d'aller éventuellement voir un point de vue genre Pinnacle Rock, Si cela vaut la peine évidemment ou alors God's Windows ?
Mercredi 3
Blyde canyon : Est-il Possible de faire une randonné (Léopard trail), voir god's Windows (si pas fait le jour avant) – cascade de Lisbonne et Berlin – les bourkes luck patholes – lowveld vieux – three rondavel et tout ça en une journée ? Retour logement Blyde canyon ou Graskop?
Jeudi 4
Départ Kruger Park quels logements pour 4 nuits ? Préférence pour un de ceux-ci, en faire plusieurs ?
Satara lower sabie olifant Berg en dal Mopani Letaba Orpen Crocodile bridge
Ou les Camps de brousse : Biyamiti Shimuwîni Sirheni Roodewal bush Lodge
Est-il bien de dormir dans les tentes aménagées ? et essayer une nuit en Lodge ? (y en a-t-il à des prix accessibles car je n'ai rien vu en dessous de 400 eurosJ) J'ai vu qu'on pouvait dormir dans des caches, est-ce bien ?
Durant les 4 jours j'aimerai faire un safari avec guide tôt le matin, un au coucher du soleil, un pendant la nuit, on réserve tout ça via Sanpark ou autre ?
J'aimerai faire un safari pédestre aussi dans le Kruger ou ailleurs, vous connaissez un truc sympa ? Vous avez déjà fait un trail avec une nuit sous tente en pleine nature ?
J'ai vu aussi qu'il y avait une activité VTT à partir du camp olifant, est-elle chouette ?
Que penser vous de la réserve sabie sand est-elle abordable ? Que pensez-vous des Sleepout?

Mardi 8
Départ pour le Swaziland, parc Mkhaya pour un séjour de 24h avec un pack comprenant la nuit les repas et divers safaris séjour de 16h00 à 16h00 connaissez-vous ? Est-ce bien ?
Mercredi 9
Prendre la route vers 16h pour l'aéroport pour aller rendre la voiture et passer la nuit sur Johannesburg pour prendre un vol interne tôt dans la matinée destination le Cap

Qu'en pensez vous?
Merci [émoticône clin d'œil] ».

(https://www.thedaydreameuse.com/petite-escapade-au-swaziland/, 4 mars 2020)

Dans ce commentaire, on dénombre 18 sollicitudes de conseils et demandes de renseignements pratiques, ce qui est relativement rare. La plupart des commentateurs formulent en effet une ou deux questions tout au plus. On peut donc assimiler la démarche de C3 à une tentative pour se décharger de la responsabilité des recherches à effectuer durant la phase préparatoire de l'organisation de son séjour (tâche qui peut tout à fait être prise en charge, moyennant rémunération, par les professionnels du tourisme). En général, les auteurs répondent de manière laconique, de façon évasive ou pas du tout. La sollicitude

précédente, par exemple, n'a fait l'objet d'aucune réponse. Pour illustrer les retours des blogueurs, on expose deux extraits, l'un provenant de The Daydreameuse, l'autre de Le Blog de Mathilde :

> Extrait de la zone des commentaires « B5 – A4 – Section [Afrique du Sud – Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland » (Annexe 5.20).
>
> (R.C2)[1] « Pour le village, pas de besoin de réserver (en tout cas pas besoin en 2016). Pour l'heure de visite, tu peux soit visiter avant ou après. Mais je ne me souviens plus du tout des horaires… Je crois qu'on avait vu tout ça sur le Lonely Planet qui avait toutes les infos. La visite est guidée, donc il y a des horaires (souvent, juste avant le spectacle). Bon voyage ! ».
>
> (https://www.thedaydreameuse.com/petite-escapade-au-swaziland/, 4 mars 2020)
>
> Extrait de la zone des commentaires « B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de road trop sur les routes de l'Oregon » (Annexe 5.2).
>
> (R.C7) « Merci Cristina ! C'était un superbe voyage.
> Pour l'Etat de Washington, on avait opté pour un road trip qui allait vers l'ESt : de Washington au Montana, puis descente vers Yellowstone. L'article récap est ici : https://www.maathiildee.com/road-trip-dans-le-nord-ouest-americain-vacances-dete-2013/ ».
>
> (https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/, 11 septembre 2019)

Dans le premier cas, la blogueuse accepte de fournir les informations dont elle dispose mais ne s'engage pas à effectuer elle-même des recherches pour élucider la question des horaires d'ouverture. Dans le second, l'auteure renvoie à un article récapitulatif sans apporter de réponses précises aux questions qui lui ont été posées. Il est étonnant de constater qu'après les nombreux moyens langagiers et sémiotiques mis en place dans les billets pour susciter et maintenir un lien de proximité, les auteurs adoptent, dans les commentaires, une posture détachée voire distancée à l'égard de leur public. Le maintien d'une relation enchantée entre blogueurs et lecteurs trouve ici ses limites.

8.1.3. Synthèse : le lecteur co-producteur de son expérience touristique

Les résultats des analyses des commentaires font apparaître le lecteur sous un autre angle que celui suggéré par les productions des blogueurs. Dans la zone des *posts* publiés, se dessine

[1] « (R.C2) » correspond à la réponse de l'auteure à l'intervention du commentateur noté C2. « (R.C7) », par conséquent, désigne la réponse de Mathilde au commentateur C7 etc.

une image de l'auditoire qui s'éloigne de celle d'un public composé d'interlocuteurs naïfs qui ignoreraient la dimension économique de l'activité de *blogging*. Certains utilisateurs malicieux sembleraient même profiter de l'inconfort de la situation du blogueur pour lui extirper quelques conseils supplémentaires. Le registre de langue, les termes d'adresse et les nombreux messages de remerciement et de félicitation recréent, dans cet espace d'échanges, l'enthousiasme et l'émerveillement constant qui caractérisent les réalisations des auteurs. Blogueurs et lecteurs jouent ainsi une même partition dont la finalité complice est de se réunir pour vivre une expérience unique et merveilleuse, ne serait-ce que le temps d'un billet de blog.

Eu égard à ces observations, il s'avère que la posture de l'internaute s'inscrit davantage dans une démarche de résignation que d'ignorance. Le lecteur est, en effet, non seulement au fait de son indissociable nature touristique mais il semble qu'il en joue astucieusement. Le voyageur en herbe développe ainsi des stratégies de recherche d'information. La formulation de demandes et la réalisation d'actes de remerciement sont autant de marques qui attestent que le lecteur est conscient de sa participation active à un média touristique. S'il est pertinent d'observer la manière dont l'émergence des blogs trouble l'équilibre des postures énonciatives établies dans le champ du tourisme, il faut également faire valoir que le lecteur futur voyageur se soumet volontiers et volontairement à la magie de l'enchantement. Ce voyageur-là est bien conscient des enjeux touristiques qui entourent son expérience personnelle (Wood 2005: 318).

8.2. Pratiques sociodiscursives des blogueurs et pandémie de la Covid-19

Dans cette section, on documente, au prisme des concordances, des dissonances, des ajouts ou des absences apparaissant entre les deux sous-corpus, la manière dont l'émergence de la crise sanitaire a affecté ou non les productions des blogueurs du corpus[1]. En effet, comme précédemment mentionné au début de ce chapitre, la finalité d'une mise en perspective des résultats sous l'angle de la pandémie répond, d'une part, à une inquiétude quant à la validité des données obtenues et, d'autre part, à une exigence du cadre théorique. Comme on le sait désormais, les animateurs de blogs voyage s'appuient sur « l'envie du monde » (Urbain, 2018)

[1] En amont, on a déjà précisé et on le réitère dans cette section, que la démarche ne vise pas à nier les réalités terribles auxquelles les malades et leurs proches ont dû faire face et font encore face à la date de publication du manuscrit. Son intérêt est de documenter les pratiques discursives des blogueurs durant cette période qui a affecté les conditions d'exercice de leurs activités prescriptrices.

des internautes pour partager leurs expériences et ils entretiennent, par ailleurs, des liens d'intérêts avec les acteurs touristiques traditionnels.

Or, la pandémie a affecté les possibilités de déplacement tout autant que le fonctionnement de l'ensemble du secteur touristique[1]. L'Organisation mondiale du tourisme prévenait, entre autres, en janvier 2021, que 100 à 120 millions d'emplois étaient menacés de suppression (OMT, 2022). Peu d'études font état, pour l'heure, des conséquences sociales et économiques que la Covid-19 a pu avoir sur l'activité, souvent informelle, des blogueurs dont les revenus dépendent des aléas de cette industrie[2]. Une problématique interrogeant l'identité discursive des auteurs de blogs voyage ne peut faire l'économie de la prise en compte d'une modification d'importance des conditions sociétales de l'étude. On se pose donc la question des moyens par lesquels, en dépit de ou à cause de l'effondrement du marché touristique, des restrictions des déplacements et du climat anxiogène, les blogueurs réinventent leurs pratiques, maintiennent malgré tout le désir de voyager dans les productions et redéfinissent certaines de leurs missions.

8.2.1. S'adapter aux contraintes de la situation

Les premiers mois de la crise sanitaire se vivent confinés. Les blogueurs s'adaptent alors aux contraintes de l'immobilité imposée et s'attachent à poursuivre leur travail de création. Pour cela, ils ont recours au réinvestissement de contenus existants et au détournement de la signification du voyage pour l'amener hors de ses frontières naturelles.

---

[1] En février 2022, l'Organisation mondiale du tourisme indique qu'en 2021, « le tourisme mondial a progressé de 4 % par rapport à 2020 (415 millions contre 400 millions) » mais que « les arrivées de touristes internationaux (visiteurs qui passent la nuit) sont restées inférieures de 72 % à celles de 2019 ». Pour l'organisme, « ces chiffres s'inscrivent dans le prolongement d'une année 2020 qui aura été la pire année de l'histoire du tourisme, marquée par une chute de 73 % des arrivées internationales » (https://www.unwto.org/fr/news/en-2021-le-tourisme-enregistre-une-croissance-de-4-mais-reste-tres-en-dessous-des-niveaux-d-avant-la-pandemie, consulté le 7 février 2022).

[2] Pour aller plus loin sur l'impact de la crise sanitaire sur les activités touristiques, on consultera la publication de Demeyer parue en 2020 sur les conditions de travail et la précarité dans le secteur touristique (https://journals.openedition.org/teoros/7457). On pourra aussi se reporter à la documentation des effets de la pandémie sur les économies caribéennes (https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/ 21099) ou encore à celle sur les répercussions de la Covid-19 sur les productions des *travel influencers* sur Instagram (https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517721001734).

8.2.1.1. Réaliser des tâches en attente et dynamiser des contenus existants

Durant cette période, les auteurs prennent le temps de traiter des articles en attente de publication (Annexe 9.90 ; Annexe 9.108) ou bien ils ressortent d'anciens sujets pour les actualiser dans un autre format, celui de la liste ou du résumé. Cette pratique, habituellement usitée pour faire vivre le contenu média d'un site, est davantage sollicitée durant le confinement. Ainsi, le 3 mai 2020, les auteurs des Bestjobers réunissent, dans des vidéos publiées sur YouTube, des condensés de leurs meilleures expériences de voyage (Annexe 9.113) et proposent de consulter un « top 10 » des lieux qu'ils ont le plus appréciés en France (Annexe 9.115).

Capture d'écran « B7–V2–6 Cabanes insolites en France | Le Divan des Bestjobers » (Annexe 9.113).

(https://www.youtube.com/watch?v=vAOiOmfD9ok&t=2s, publié le 3 mai 2020, consulté le 7 février 2022)

Christine aborde des thématiques proches en proposant aux lecteurs de consulter, par exemple, une recommandation de « 10 hébergements insolites en famille » (Annexe 9.79) ou de « 10 idées de sorties en famille à Stuttgart » (Annexe 9.76) alors que les possibilités de se déplacer sont encore limitées ou nulles selon les situations géographiques de chacun au 15 juin 2020.

Capture d'écran « B6-A28 - 10 idées d'hébergements insolites en famille » (Annexe 9.79).

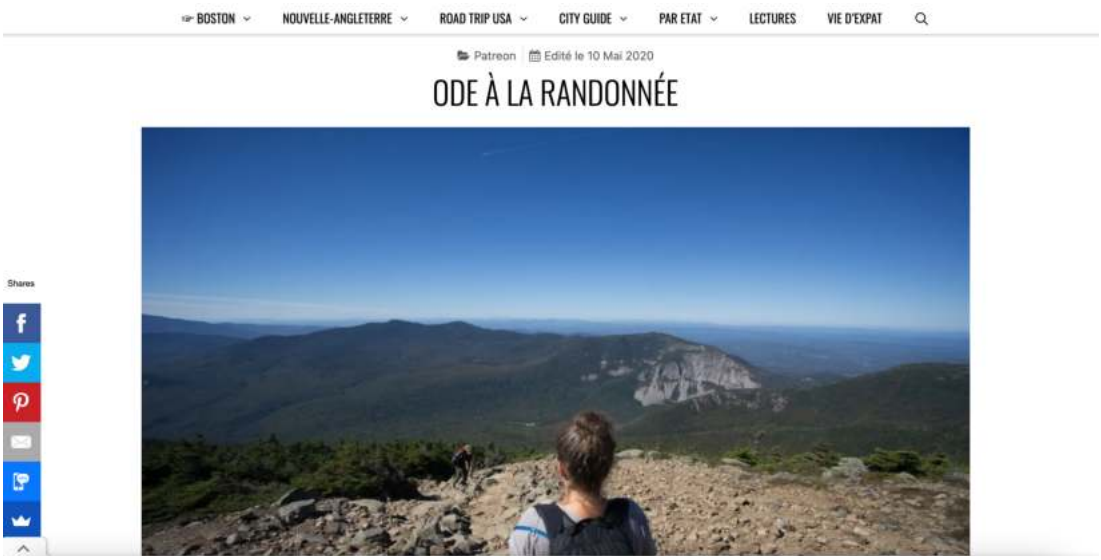
(https://www.mamanvoyage.com/2020/06/10-idees-dhebergements-insolites-en-famille/, publié le 15 juin 2020, consulté le 7 février 2022)

L'auteure de Le Blog de Mathilde aborde, quant à elle, sous le format du bilan, la pluralité des rencontres faites au cours de ses activités de guide touristique (Annexe 9.4). À l'égal de ses pairs, la blogueuse revisite des contenus précédemment exploités. Elle partage ainsi ses souvenirs de camping (Annexe 9.20) et elle rend hommage à ses expériences de *trekking* (Annexe 9.19).

Capture d'écran « B1 – A8 – Quotidien d'un guide touristique à Boston » (Annexe 9.4).

(https://www.bestjobersblog.com/ou-louer-un-van-france/, publié le 9 avril 2020 consulté le 7 février 2022)

Capture d'écran « B1 – A23 – Ode à la randonnée » (Annexe 9.19).



(https://www.bestjobersblog.com/ou-louer-un-van-france/,, publié le 10 mai 2020, consulté le 7 février 2022)

Capture d'écran « B1 – A24 – Le meilleur (et le pire) de mes premières expériences de camping aux États-Unis » (Annexe 9.20).

(https://www.maathiildee.com/le-meilleur-et-le-pire-de-mes-premieres-experiences-de-camping-aux-etats-unis/, publié le 10 mai 2020, consulté le 7 février 2022)

La dynamisation des contenus créatifs permet aux blogueurs de maintenir un rythme de publication normal. Les blogueurs des sites Bestjobers, Maman Voyage et Le Blog de Mathilde respectent ainsi une moyenne de publication similaire à celle pratiquée avant la

crise. Les deux derniers blogs préservent notamment l'habitude d'une publication par semaine[1].

8.2.1.2. Prendre en compte les contraintes sanitaires

Les blogueurs sont attentifs aux inquiétudes de leurs lecteurs. Ils créent, par conséquent, des billets qui traitent de la possibilité de voyager ou non au cours de la pandémie. Aala évoque ainsi, au mois de juin 2020, la perspective de visiter ou non le pays du soleil levant (Annexe 9.52). Les auteurs font également le point sur les mesures restrictives mises en place dans leur pays de résidence. Ils dédient des articles à la description des modalités administratives et des conditions sanitaires d'un vol en avion pour se rendre en Angleterre. Christine relate ainsi un trajet effectué alors que le trafic aérien reprend timidement son activité :

Capture d'écran « B6 – A23 – Prendre l'avion au temps du coronavirus » (Annexe 9.74).

(https://www.mamanvoyage.com/2020/07/prendre-lavion-au-temps-du-coronavirus/, publié le 19 juillet 2020, consulté le 8 février 2022)

Il faut désormais voyager masqué, remplir des attestations, suivre les règles propres au pays de départ et anticiper celles du pays d'arrivée.

On note, par ailleurs, que de nouvelles thématiques surgissent dans les productions. Celui de l'assurance annulation devient récurrent (Annexe 9.109). La sortie du confinement

[1] Hors périodes de vacances (scolaires ou professionnelles).

se profilant et les restrictions s'allégeant, les auteurs proposent aussi à leur lectorat des itinéraires respectant les limites autorisées pour se déplacer.

> Extrait « B7 – A14 – Road-trip en van dans la Loire à coté de Lyon » (Annexe 9.105).
>
> La Loire, le département du 42, nous habitons tout proche en étant à Lyon et pourtant nous ne l'avions jamais exploré ! Nous avons saisi l'occasion de pouvoir voyager dans un rayon de 100 km autour de Lyon (post confinement oblige, Covid-19) pour s'organiser un road trip en van durant un grand week end de 3 jours en mai. Nous rêvions de nature, d'instants simples, de randonnées, nous avons trouvé notre bonheur dans la Loire ! Une belle bouffée d'oxygène à coté de Lyon entre Roanne et Saint Etienne.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/que-faire-dans-la-loire-itineraire-week-end-nature/, publié le 24 mai 2020, consulté le 8 février 2022)
>
> Extrait « B6 – A33 – 5 balades nature à moins de 100 km de Paris » (Annexe 9.84).
>
> Vous le savez : nous sommes Parisiens même si nous avons quitté notre ville en septembre 2018 pour aller vivre dans un petit village de la côte anglaise. J'ai conscience que nous vivons l'épidémie totalement différemment des Parisiens ou autres habitants des grandes villes. Que tout est plus simple pour nous à la campagne entre les champs de fraises et la mer. Mais je suis restée Parisienne dans l'âme. Ma famille et la majorité de mes amis vivent à Paris et je ne peux que penser fortement à eux en cette période compliquée.
> Avec le début du déconfinement, j'ai vu que certaines familles parisiennes se demandaient où partir se balader autour de Paris, en respectant la zone des 100km. Nous avons pas mal sillonné la Région Parisienne avec les enfants. Je voulais donc partager avec vous **5 idées de balades autour de Paris,** des balades que nous aimons et que nous aurions envisagées en cette période pour prendre l'air et se mettre au vert. Il n'en reste pas moins que la situation est forcément très complexe en Île de France étant donné la densité de population et que la limite des 100 km n'aide pas vraiment à éviter les foules ! Mais bon, il faut faire avec les règles !
> Certains préfèrent d'ailleurs ne pas sortir en se disant que ça va être compliqué de respecter les distances. Je sais que nous l'aurions tenté, avec prudence. Et que, comme à notre habitude, nous aurions choisi de décoller vers 8h du matin de la maison. Est-ce que cela suffit ? A vous de me dire ! Je vous propose en tout cas **5 balades nature à moins de 100 km de Paris !**
>
> (https://www.mamanvoyage.com/2020/05/5-balades-nature-a-moins-de-100-km-de-paris/, publié le 22 mai 2020, consulté le 8 février 2022)

Le premier extrait propose ainsi des promenades dans la limite des 100 km autorisés autour de Lyon, le second des balades autour de Paris dans un rayon de déplacement identique. Comme pour les billets du sous-corpus 1, les moyens typographiques de la police en caractères gras pointent le thème du billet ou soulignent les énoncés supposés importants pour le lecteur.

Les blogueurs suggèrent aussi des manières de voyager autrement, sans hôtels, ni restaurants puisque ceux-ci sont encore fermés. C'est l'exemple de l'article exposé *infra* et publié en juin 2020. Le billet indique notamment aux internautes comment louer un *van* en

France, le budget à prévoir et les avantages et inconvénients des différents modèles proposés.

Capture d'écran « B7 – A13 – Location Combi/Camping Car / où et combien ça coûte ? » (Annexe 9.104).

(https://www.bestjobersblog.com/ou-louer-un-van-france/, publié le 24 juin 2020, consulté le 8 février 2022)

Lorsque cela devient possible, les *digital nomads* reprennent le chemin de l'itinérance et se rendent dans des régions alors plus éloignées ou bien dans des pays acceptant la venue de Français de métropole. Élisa et Max évoquent notamment un séjour en Martinique (Annexe 9.99) et quelques semaines en Corse (Annexe 9.103). Ils suggèrent également de (re)découvrir les régions françaises en variant le mode de transport. Ils proposent ainsi des visites à vélo pour parcourir le Centre Val de Loire par exemple :

Capture d'écran « B7 – A10 – Visiter les châteaux de la Loire/ nos idées week end & conseils visite » (Annexe 9.100).

(https://www.bestjobersblog.com/idees-week-end-visiter-chateaux-de-la-loire/, publié le 13 août 2020, consulté le 8 février 2022)

Les auteurs d'Un Couple en Vadrouille se rendent, pour leur part, à Dubaï et dans les Îles Canaries. Ils font naître dans la particularité d'une mise en scène photographique d'une place de la ville de Verdun ou d'un bâtiment situé à Bar-Le-Duc un désir d'ailleurs qui se satisferait aisément dans les secrets cachés des villes voisines. L'angle vertical dans les clichés et notamment les vues en surplomb rendent spectaculaires les monuments, les églises et les façades des immeubles. On retrouve, à l'instar des visuels du sous-corpus 1, le voyageur exposé seul, de dos, face à des constructions monumentales sans que la pratique ne prenne pour autant un nouveau sens dans le contexte de la pandémie.

Capture d'écran « B8 – A5 – Visiter Verdun – Un couple en Vadrouille » (Annexe 9.121).

(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-verdun/, publié le 9 décembre 2020, consulté le 8 février 2022)

Capture d'écran « B8 – A6 – Un jour à Bar-le-Duc – Un couple en Vadrouille » (Annexe 9.122).

(https ://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-bar-le-duc/, publié le 9 décembre 2020, consulté le 8 février 2022)

La signification du trait de la verticalité du haut vers le bas, le ciel bleu, la position de dos sont, entre autres, des marqueurs identifiés de la mise en valeur des destinations touristiques. En ce sens, par la relation interdiscursive (sur le plan sémiotique) avec les lieux habituellement pris en photo de cette manière, la photographie donne à des villes, des bâtiments ou des régions auparavant boudés des airs de territoires inexplorés.

Capture d'écran 1 et 2 « B7 – A8 – Visiter Bourges & Sancerre pour un week-end à côté de Paris » (Annexe 9.98).

Capture d'écran 1.

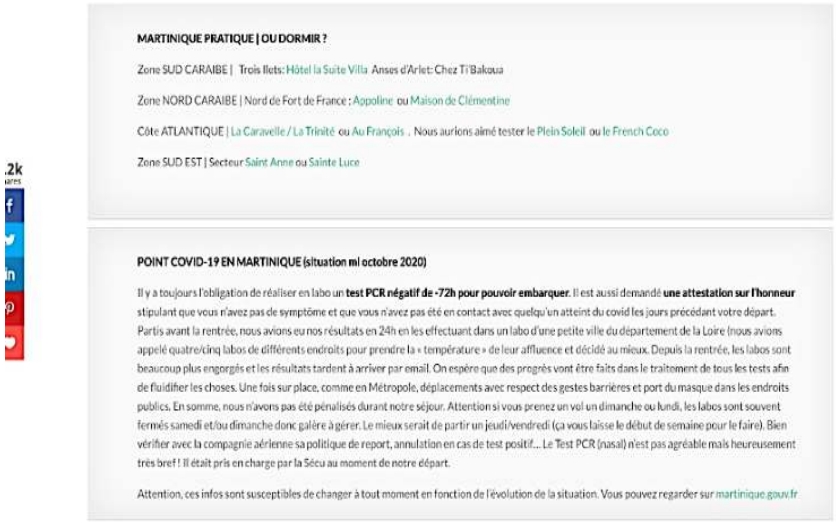
Capture d'écran 2.

(https://www.bestjobersblog.com/visiter-bourges-sancerre-pour-un-week-end-proche-paris/, publié le 10 octobre 2020, consulté le 16 juillet 2022)

Dans ces clichés, le véhicule symbolise l'itinérance, le chapeau d'Elisa évoque le voyageur bien préparé pour se protéger des coups de soleil, la blogueuse apparaissant seule en haut des marches de la cathédrale ou contemplant la ville de Bourges rappelle la conquête et l'exploration de nouveaux territoires.

Au fil des mois, la manière dont les blogueurs traitent les contraintes imposées par la crise sanitaire se modifie. Les contraintes imposées par la Covid-19 deviennent une information additionnelle impactant la logistique du voyage et sa préparation. Le statut des restrictions évolue et se normalise sous l'intitulé « Point Covid-19 » comme on peut l'observer dans les documents suivants :

Capture d'écran « B7 – A9 – La Martinique en 12 jours, notre itinéraire » (Annexe 9.99).



MARTINIQUE PRATIQUE | OU DORMIR ?

Zone SUD CARAIBE | Trois Ilets: Hôtel la Suite Villa Anses d'Arlet: Chez Ti'Bakoua

Zone NORD CARAIBE | Nord de Fort de France : Appoline ou Maison de Clémentine

Côte ATLANTIQUE | La Caravelle / La Trinité ou Au François . Nous aurions aimé tester le Plein Soleil ou le French Coco

Zone SUD EST | Secteur Saint Anne ou Sainte Luce

POINT COVID-19 EN MARTINIQUE (situation mi octobre 2020)

Il y a toujours l'obligation de réaliser en labo un **test PCR négatif de -72h pour pouvoir embarquer.** Il est aussi demandé **une attestation sur l'honneur** stipulant que vous n'avez pas de symptôme et que vous n'avez pas été en contact avec quelqu'un atteint du covid les jours précédant votre départ. Partis avant la rentrée, nous avions eu nos résultats en 24h en les effectuant dans un labo d'une petite ville du département de la Loire (nous avions appelé quatre/cinq labos de différents endroits pour prendre la « température » de leur affluence et décidé au mieux. Depuis la rentrée, les labos sont beaucoup plus engorgés et les résultats tardent à arriver par email. On espère que des progrès vont être faits dans le traitement de tous les tests afin de fluidifier les choses. Une fois sur place, comme en Métropole, déplacements avec respect des gestes barrières et port du masque dans les endroits publics. En somme, nous n'avons pas été pénalisés durant notre séjour. Attention si vous prenez un vol un dimanche ou lundi, les labos sont souvent fermés samedi et/ou dimanche donc galère à gérer. Le mieux serait de partir un jeudi/vendredi (ça vous laisse le début de semaine pour le faire). Bien vérifier avec la compagnie aérienne sa politique de report, annulation en cas de test positif… Le Test PCR (nasal) n'est pas agréable mais heureusement très bref ! Il était pris en charge par la Sécu au moment de notre départ.

Attention, ces infos sont susceptibles de changer à tout moment en fonction de l'évolution de la situation. Vous pouvez regarder sur martinique.gouv.fr

Texte correspondant à l'encadré *supra* :

« POINT COVID-19 EN MARTINIQUE (situation mi octobre 2020)

Il y a toujours l'obligation de réaliser en labo un **test PCR négatif de -72h pour pouvoir embarquer.** Il est aussi demandé **une attestation sur l'honneur** stipulant que vous n'avez pas de symptôme et que vous n'avez pas été en contact avec quelqu'un atteint du covid les jours précédant votre départ. Partis avant la rentrée, nous avions eu nos résultats en 24h en les effectuant dans un labo d'une petite ville du département de la Loire (nous avions appelé quatre/cinq labos de différents endroits pour prendre la « température » de leur affluence et décidé au mieux. Depuis la rentrée, les labos sont beaucoup plus engorgés et les résultats tardent à arriver par email. On espère que des progrès vont être faits dans le traitement de tous les tests afin de fluidifier les choses. Une fois sur place, comme en Métropole, déplacements avec respect des gestes barrières et port du masque dans les endroits publics. En somme, nous n'avons pas été pénalisés durant notre séjour. Attention si vous prenez un vol un dimanche ou lundi, les labos sont souvent fermés samedi et/ou dimanche donc galère à gérer. Le mieux serait de partir un jeudi/vendredi (ça vous laisse le début de semaine pour le faire). Bien vérifier avec la compagnie aérienne sa politique de report, annulation en cas de test positif… Le Test PCR (nasal) n'est pas agréable mais heureusement très bref ! Il était pris en charge par la Sécu au moment de notre départ.

> Attention, ces infos sont susceptibles de changer à tout moment en fonction de l'évolution de la situation. Vous pouvez regarder sur martinique.gouv.fr »
>
> (https://www.bestjobersblog.com/que-faire-en-martinique-itineraire-conseils/, publié le 13 septembre 2020, consulté le 8 février 2022)

Les auteurs du blog Bestjobers détaillent les étapes et les requis sanitaires et administratifs dans un encadré faisant suite au descriptif de l'itinéraire parcouru et aux recommandations pour se loger. Le virus est une dimension supplémentaire à intégrer « avant de partir » qui s'insère plus discrètement dans les encadrés dédiés aux questions pratiques à régler en amont du départ.

8.2.1.3. Explorer les frontières naturelles du voyage

Réinvestissant le sens donné à l'expérience vécue et rapportée, les créateurs de contenu invitent les lecteurs à découvrir leur appartement. Le voyage se fait alors *home tour* virtuel et s'immisce dans le jour à jour des confinés. Par exemple, les auteurs du blog Bestjobers convient les lecteurs à explorer leur lieu de vie. Une présentation qu'ils orchestrent d'ailleurs à la manière d'une visite touristique :

> Extrait « B7 – A16 – Visite de la casa Bestjobers & Inspirations déco voyage » (Annexe 9.107).
>
> Aujourd'hui, en plein crise sanitaire et confinés à la maison, on peut profiter de notre cocon qu'on ne voit autrement pas beaucoup entre deux voyages ! On s'est dit que c'était l'occasion pour vous faire un tour du propriétaire, pièce par pièce (nous avons acheté un T3 de 70m2) et répondre à vos questions déco. Le moment de centraliser ici les références de nos achats principaux. Notre chez nous, c'est un peu une compilation d'idées et de souvenirs rapportés de nos périples autour du monde. Ces objets d'ailleurs et ces inspirations déco voyage nous permettent finalement de continuer à nous évader un peu, même à la maison. Prêt pour une visite, bienvenue chez les Bestjobers !
>
> (https://www.bestjobersblog.com/home-tour-casa-bestjobers/, publié le 1er mai 2020, consulté le 8 février 2022)

Les emprunts anglais et espagnol de l'intitulé « Home Tour dans la casa Bestjobers » (Annexe 9.107) créent alors une ambiance plurilingue. Le champ lexical du voyage est convoqué et déployé pour l'occasion (« voyages », « souvenirs », « périples », « autour du monde », « objets d'ailleurs », « déco voyage », « à nous évader », « une visite »). La salutation qui accueille les internautes « Bienvenue chez les Bestjobers ! » fait

valoir que le chemin de la découverte peut s'emprunter dès la porte d'entrée d'un appartement. Les descriptions les plus simples se revêtent alors d'exotisme au moyen de la comparaison. Par exemple, le texte accompagnant la photographie exposée *infra* mentionne explicitement que les teintes blanches et vertes d'une cuisine ne sont pas sans rappeler les forêts enneigées du « Jura ». Le thème viatique y est, du reste, explicitement désigné comme source d'inspiration (« La grande pièce de vie inspirée de nos voyages »).

Capture d'écran « B7 – A16 – Visite de la casa Bestjobers & Inspirations déco voyage » (Annexe 9.107).

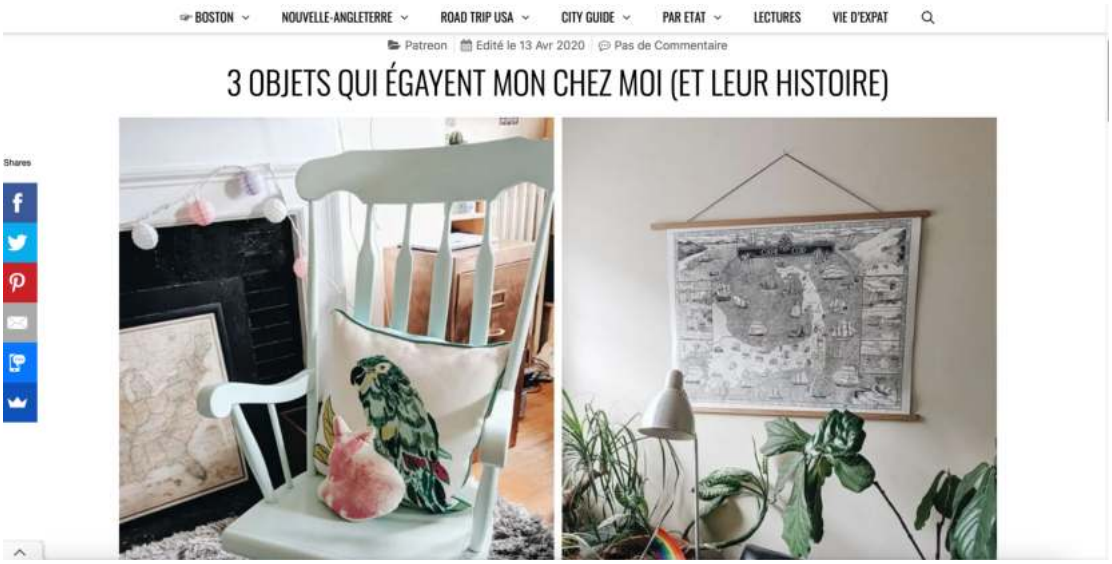
(https://www.bestjobersblog.com/home-tour-casa-bestjobers/, publié le 1er mai 2020, consulté le 8 février 2022)

Toutes les pièces sont semblablement détaillées. L'ensemble « petit coin et la buanderie » n'est pas épargné et s'inscrit à l'avenant au programme de la visite (Annexe 9.107). Les boutiques et les pays où les meubles et les décorations ont été acquis ou glanés sont aussi mentionnés marquant les objets décrits du sceau d'une provenance particulière ou lointaine. Le choix d'un fauteuil peut pareillement se convertir en sujet d'un article. C'est le cas de Mathilde qui, constatant que la pratique de la visite de son « chez soi » se répand, s'attarde sur un ou deux objets significatifs de son appartement :

Extrait « B1 – A11 – 3 objets qui égayent mon chez moi (et leur histoire) | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.7).

Les « home tours » virtuels se sont multipliés ces dernières semaines – pour les amis et une de mes sœurs qui ne sont jamais venus chez moi, et qui me demandent : « on peut voir comment c'est chez toi ? » Le tour est vite vu, et j'aime bien m'attarder sur certains objets en particulier.

Capture d'écran correspondant à l'extrait cité :



(https://www.maathiildee.com/3-objets-qui-egayent-mon-chez-moi-et-leur-histoire/, publié le 13 avril 2020, consulté le 8 février 2022)

L'autrice partage alors des anecdotes quant aux origines du mobilier.

Bien que les possibilités de voyager soient réduites ou bien inexistantes, les auteurs des blogs parviennent à s'évader et n'hésitent pas à habiller leurs habitats des traits du voyage. Ils font front à la situation et débusquent de nouveaux sujets d'articles. En s'adaptant de la sorte aux contraintes de la pandémie, les blogueurs réactivent le contrat implicite qui les lie à leur public : quel que soit leur situation personnelle ou bien le contexte économique mondial qui les entoure, les auteurs maintiennent le rythme des publications à l'image du voyageur idéal qui s'adapte et poursuit sa route indépendamment des obstacles qu'il rencontre.

8.2.1.4. Trouver de nouveaux financements

Au début de la pandémie, le confinement se vit comme une parenthèse, une pause dans un quotidien jugé trop dense[1]. Néanmoins, certains auteurs expriment dès le début du premier confinement leurs préoccupations. C'est le cas, notamment, de Mathilde qui évoque des craintes dès la mi-mars quant à sa situation financière.

> Extrait « B1 – A5 – (Boston, Etats-Unis) Journal de bord en temps de Covid-19 #1 | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.1).
>
> J'attends qu'il ait terminé pour appeler, et pendant ce temps-là, je prends enfin en compte de l'ampleur de la situation. En plus de l'interdiction de voyager des Européens aux Etats-Unis – ce qui impacte directement mes 2 business (les visites + le blog qui vend des activités, hôtels à des voyageurs aux États-Unis), la ville de Boston prend des mesures drastiques. [...] Je me résous au fait de sans doute n'avoir aucun revenu dans les prochaines semaines.
>
> (https://www.maathiildee.com/journal-de-bord-a-boston-covid19/ , publié le 18 mars 2020, consulté le 8 février 2022)

> Extrait « B1 – A30 – (vidéo) Pour ou contre une visite guidée virtuelle de Boston ? | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.26).
>
> Dans cette vidéo, je pose la question pour ou contre une visite guidée virtuelle de Boston et je vous parle de mes challenges professionnels en ces temps de Covid-19. [2]
>
> (https://www.maathiildee.com/video-pour-ou-contre-une-visite-guidee-virtuelle-de-boston/, publié le 21 mai 2020, consulté le 8 février 2022)

Les Bestjobers choisissent de s'exprimer également à ce propos sur leur chaîne YouTube dont on retranscrit ci-après un passage de la minute 2.17 à 2.38[3] :

> Extrait « B7 – V3 – 5 Moyens pour partir à l'aventure | Le Divan des des Bestjobers » (Annexe 9.114).
>
> Après euh : la perte économique ! euh : c'est vrai que ça fait deux mois que tout est à l'arrêt / comme on dépend bah vraiment du secteur du tourisme / des reportages / tout est fermé / donc bah : / et c'est pas prêt de repartir tout de suite non plus, il faudra attendre début juin l'annonce / pour nous énorme énorme incertitude sur l'avenir – quand est-ce qu'on va pouvoir retravailler, repartir en reportage, avoir des commandes photos? On garde le moral.
>
> (https://www.youtube.com/watch?v=99rq0QYkfcA&t=73s, publié le 10 mai, consulté le 8 février 2022)

[1] Les auteurs du blog Bestjobers évoquent, le 10 mai 2020, la veille de la levée des restrictions, qu'ils ont pris le temps de faire des choses « qu'on fait jamais », « de travailler à un rythme moins effréné », de cuisiner, de réaliser un mini-documentaire, de faire un article « déco » (https://www.youtube.com/watch?v=99rq0QYkfcA&t=73s, 0,57 min à 1.04 min, consulté le 8 février 2022).
[2] La vidéo n'est pas accessible librement. On en explique la raison dans ce paragraphe.
[3] Dans la transcription, on rappelle qu'on note « : » pour un allongement vocalique et « / » pour une courte pause.

Le ralentissement du secteur pousse les blogueurs à chercher de nouvelles solutions de financements. Par exemple, Mathilde met en place un système de mécénat. L'auteure sollicite alors le public pour soutenir son travail de création. À partir du 6 avril 2020, les billets publiés sont réservés aux seuls abonnés du blog. Les trois passages cités ci-après rapportent la requête formulée par la blogueuse.

> Extrait « B1 – A7 – J'ai plein de choses à vous raconter ! (et si vous deveniez mécène du blog ?) | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.3).
>
> - « **J'ai plein de choses à vous raconter !** En vrai, ça fait 8 ans déjà que je vous raconte plein de trucs – des voyages, des chroniques culture, des revues de livres mais aussi des histoires plus personnelles – de la vie d'expat à Boston, de mes changements de carrières aux diverses difficultés rencontrées ces dernières années. J'ai aujourd'hui envie de vous le proposer sous une nouvelle formule, de façon plus authentique, revenir aux sources du blog, le tout **via une offre d'abonnement.** Autrement dit, je vous proposer de devenir **Patreon** du blog [https://www.patreon.com/leblogdemathilde/creators], c'est-à-dire **mécène du blog.** Qu'est-ce que ça veut dire ? » ;
>
> - « Depuis quelques années, **mon système de rémunération en tant que free-lance était bien rôdé**, et mes revenus se divisaient en :
>   - **Visites guidées** via Boston le nez en l'air [hyperlien vers l'entreprise de la blogueuse] et la vente de produits, comme l'ebook [hyperlien vers un site d'achat des livres de la blogueuse].
>   - **L'affiliation par le blog** pour les voyageurs aux Etats-Unis qui réservaient des activités, hôtels et autres
>   - Des revenus supplémentaires occasionnelles par la **rédaction de livres** de voyage ou autres » ;
>
> - « Je pensais que c'était **suffisant et stable.** J'étais loin d'imaginer que **les voyages à l'international et le tourisme tout entier s'écroulerait du jour au lendemain**. La crise du corona virus a tout chamboulé, et mes revenus ont chuté de près de 95% en quelques jours à peine. » ;
>
> - « La solution de mécénat via Patreon qui se présente à moi aujourd'hui me semble une alternative intéressante que **j'ai envie d'explorer.** Elle consiste à vous proposer un abonnement donnant accès à des articles, vidéos, groupe privé, bref des contenus exclusifs supplémentaires. ».
>
> (https://www.maathiildee.com/le-blog-de-mathilde-patreon/, publié le 6 avril 2020, consulté le 8 février 2022)

On retient de ce passage plusieurs éléments. Outre la glose expliquant l'impact de la Covid-19 sur les des revenus de la blogueuse, on relève que l'auteure mentionne l'argument du financement participatif comme une voie pour proposer une parole « plus authentique ». Le comparatif de supériorité « plus » souligne ainsi l'existence d'un manquement dans le fonctionnement traditionnel du blog voyage. La sincérité des propos est donc clairement évoquée.

D'autres auteurs tels que ceux du blog des Bestjobers se rapprochent des acteurs du tourisme local, régional et national. Entre autres, ils réalisent en partenariat avec le Comité régional du tourisme de la région Aquitaine une série de reportages. Ils s'associent, par ailleurs, à la campagne de promotion lancée par Atout France (Agence de développement touristique de la France) pour dynamiser les visites des Français dans le territoire au cours de l'été 2020 :

> Extrait « B7 – A11b – Que visiter à Bordeaux pour un week-end en amoureux ? » (Annexe 9.102).
>
> Nous avons visité Bordeaux lors de notre road-trip en Nouvelle Aquitaine organisé dans le cadre de la campagne de communication et de relance #CetEteJeVisiteLaFrance en partenariat avec Atout France. Nous sommes libres de nos avis et de nos contenus.
>
> (https// :www.bestjobersblog.com/visiter-bordeaux-en-amoureux-pour-un-long-week-end/, publié le 27 juillet 2020, consulté le 16 juillet 2022)

A n'en pas douter ces blogueurs font preuve de résilience dans leurs pratiques. Néanmoins, malheureusement, pour certains d'entre eux, ce n'est parfois pas suffisant pour affronter les conséquences inattendues de la pandémie. Le silence des voix du blog devient alors assourdissant.

8.2.1.5. Le silence dans les blogs voyage : ne pas s'adapter, faire comme si ou disparaître

Les auteurs des blogs Bestjobers, Le Blog de Mathilde, Maman Voyage et un Gaijin au Japon sont les blogueurs qui se sont montrés les plus prolifiques durant la période d'observation. Ils intègrent dans leurs productions le coronavirus à l'image de Mathilde qui partage ses réflexions métadiscursives :

> Extrait « B1 – A23 – Ode à la randonnée | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.19).
>
> De quoi une blogueuse de voyage peut parler au milieu d'une pandémie qui bloque toutes possibilités de voyage au-delà d'une distance restreinte et pour une durée indéterminée ?
> Je n'ai pas envie de parler de voyages **comme si de rien n'était**, mais je n'ai pas non plus envie d'éviter d'aborder le sujet.
>
> (https://www.maathiildee.com/ode-a-la-randonnee/, 10 mai 2020)

Les autres blogueurs ont adopté une posture nettement distincte. En effet, le « bruit du silence » consécutif à la propagation du coronavirus (Dequiré et Danvers, 2021 : 3) a résonné d'une manière singulière dans le second ensemble de données recueillis. Il s'est imposé, en particulier, dans les productions de Japon Secret, de The Daydreameuse, de

Nuage Nomade et d'Un Couple en Vadrouille. Jordy Meow, par exemple, ne publie que deux billets au cours de l'année 2020 alors qu'il en édite au moins 8 au cours de l'année précédente et 11 en 2021. De manière surprenante, aucun de ses articles ne mentionne la Covid-19. Il en va de même pour Miryam, dont le blog s'éteint ou migre en 2020[1]. Mylène et Mickaël, pour leur part, choisissent de se rendre dans des destinations (Dubaï, les Îles Canaries) dont on imagine qu'elles sont probablement soumises à des contraintes sanitaires (à l'aller et/ou au retour) (Annexes 9.124 et 9.125). Or, aucune référence à cet aspect du voyage n'est répertoriée. Aurélie, quant à elle, n'édite aucun billet au cours de l'année 2020 alors qu'on en dénombre au moins deux à trois par an depuis 2018. L'absence de commentaires des blogueurs sur la crise est tout aussi inattendue que la diminution de la fréquence de leurs publications est déroutante. On ne peut qu'inférer les raisons de ce silence : s'agissait-il d'un manque d'envie ou de possibilité d'écrire ? Était-il question de légitimité à intervenir sur un sujet sanitaire aussi délicat ? Les questions restent ouvertes.

8.2.2. Explorer des genres de discours connexes

Tandis que les auteurs répondent distinctement à la survenue de la pandémie, on relève que les blogueurs des blogs Bestjobers, Un Gaijin au Japon, Le Blog de Mathilde et Maman Voyage ont développé de nouveaux moyens pour s'adresser à leur auditoire. Le récit de voyage, le journal personnel et les émissions télévisées suscitant l'échange de confidences sont exploités pour solliciter la relation entre auteurs et lecteurs.

8.2.2.1. Le journal de bord

Le premier indice du déplacement du billet de blog vers une forme rappelant le journal de bord se manifeste dans la composition lexicale et syntaxique des intitulés des billets et des rubriques. Celle-ci reprend, en effet, la structure des titres de la littérature de voyage du type « journal de voyage d'un philosophe », « d'un migrant », « d'une expatriée ». Ainsi, le blog d'Aala rédige un article intitulé « Journal d'un confiné au Japon » comme on peut en faire le constat dans la capture d'écran ci-jointe :

[1] On a constaté, en février 2022, que le blog, disparu en 2020, a migré sans pouvoir établir la date de ce déménagement. Voici la nouvelle adresse du blog https://nuagenomade.com. Sur le site actif, on dénombre la parution de deux articles durant la période d'observation. Aucun des deux ne mentionne la pandémie. Voici les billets : « Visiter Saint-Pétersbourg en 5 jours #1 » publié le 19 avril 2020 (https://nuagenomade.com/russie-visiter-saint-petersbourg-en-5-jours-1/) et « Visiter Saint-Pétersbourg en 5 jours #2 », publié le 21 avril 2020 (https://nuagenomade.com/russie-visiter-saint-petersbourg-en-5-jours-2/).

Capture d'écran « B4 – A5 – Journal d'un confiné au Japon / jour 1 | Un Gaijin au Japon » (Annexe 9.52).

(https://www.gaijinjapan.org/journal-confine-japon-jour-1/, publié le 8 avril 2020, consulté le 8 février 2022)

Dans ce passage relevant là encore d'une forme de métadiscours, l'auteur évoque son rôle en tant que blogueur, sa perception de la situation et ses intentions pour les mois à venir :

Extrait « B4 – A5 – Journal d'un confiné au Japon / jour 1 | Un Gaijin au Japon » (Annexe 9.52).

Coronavirus, Covid-19, nouveau coronavirus ... certainement les termes qu'on entend le plus ces temps-ci, de partout sur la planète ! Jusqu'ici, je n'en ai jamais parlé sur ce blog Japon parce que j'estime que ce n'est pas mon rôle, étant donné que je ne suis pas un spécialiste et que je ne veux pas diffuser de mauvaises informations. Mais à partir d'aujourd'hui, je ne vais pas parler du nouveau coronavirus mais du « confinement » qui vient de commencer au Japon. Je vais donc publier une sorte de journal du confinement pour partager mon expérience au pays du Soleil-Levant avec vous.

(https://www.gaijinjapan.org/journal-confine-japon-jour-1/, publié le 8 avril 2020, consulté le 9 février 2022)

À l'instar d'Aala, Mathilde publie un « journal de bord en temps de covid-19 #1 » qui retranscrit le moment où la blogueuse découvre l'actualité mondiale et l'ampleur de la pandémie :

Extrait « B1 – A5 – (Boston, Etats-Unis) Journal de bord en temps de Covid-19 #1 | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.1).

Dimanche 15 mars. C'est la fin des vacances. Prévues depuis quelques mois, on est parti il y a une semaine pour 8 jours de voile dans les Bahamas. Avant de partir, on a vérifié que c'était possible : la situation était encore relativement normale aux Etats-Unis, on parlait déjà de mesures d'hygiènes basiques, mais rien de plus. Ca ne nous semblait pas irresponsable de partir. Mais en rentrant au port samedi soir après 8 jours de voile en mer, 100% off the

grid, pas d'internet, on se reconnecte au grand réseau et on se rend compte de l'ampleur de la situation : *it's bad*.

(https://www.maathiildee.com/journal-de-bord-a-boston-covid19/, publié le 18 mars 2020, consulté le 9 février 2022)

L'introspection se poursuit. Les auteurs partagent également la manière dont ils endurent cette interruption dans leur vie de voyageur. À cet effet, ils produisent des résumés à la sortie du confinement ou bien lors des traditionnels bilans annuels[1]. Ainsi, le rapport quotidien promis par Alaa (Annexe 9.50) fait place, en juin, à un unique résumé intitulé « Fin d'état d'urgence au Japon, comment je l'ai vécu ! » (Annexe 9.54). Elisa et Max, quant à eux, dressent le bilan de leur expérience dans une vidéo où ils indiquent avoir éprouvé des hauts et des bas au cours de cette période si singulière.

Extrait « B7 – V3 – 5 Moyens pour partir à l'aventure | Le Divan des Bestjobers » (Annexe 9.114)[2].

(E) Et oui : / 55 jours de confinement /
(M) oui
(E) On s'est dit que c'était quand même l'heure du bilan euh : dimanche:, demain, une pseudo liberté retrouvée, oui, ben alors : qu'est-ce qu- qu'est-ce qu'on en a retenu:
(M) Ben c'était :
(E) de ces deux mois enfermés ?
(M) À la fois c'était long et court
(E) Vous avez été nombreux à nous écrire, nous dire euh: Mais comment vous: voyageurs: euh : vous avez pu rester enfermés bah: tout ce temps ? Ben en fait, on s'est énormément occupés, ça a pas été, il y a eu des hauts et des bas en fait. Dans les hauts, j'dirai qu'on a pu (…) et puis dans les bas qu'est qu'on a envie de dire ?

(https://www.youtube.com/watch?v=99rq0QYkfcA, 0:30 à 2:00 minutes, publié le 10 mai 2020, consulté le 9 février 2022)

Dans le résumé annuel que le couple rédige en janvier 2021, les blogueurs se remémorent, mois par mois, les principaux évènements qui les ont marqués. La Covid-19 a, naturellement, une place de choix dans cet effort de synthèse et le fait d'avoir été éprouvés durant cette période singulière est mentionné.

Extrait « B7 – A19 – Hello 2021 (et bilan 2020) » (Annexe 9.110).

AVRIL
Nous prenons nos marques en tant que confinés. Une expérience nouvelle qui fut des plus insolite. J'aurais dû tenir un journal de bord, tellement les émotions étaient dignes de

[1] L'exploration des blogs voyage a permis de noter que les résumés faisant état des billets publiés ou des voyages réalisés durant l'année qui se conclut est une pratique fréquente.
[2] (E) désigne le tour de parole de la blogueuse, (M) celui de son partenaire. Les annotations de la transcription sont les mêmes que celles employées en amont.

> montagnes russes, mais je me rappelle tout de même que tout ne fut pas mauvais. Nous étions les 2, avions le soleil, un balcon, du calme et l'obligation de ralentir. À nous... La découverte de Netflix ! Et oui, on s'y était toujours refusé par manque de temps, cette fois-ci, ce dernier avait pris une autre dimension ! Je vous rassure nous n'avons pas non plus passé nos journées devant la télé...
> Pour la première fois depuis 7 ans, nous dormions plus d'une semaine au même endroit, nous avons pu cuisiner, pratiquer le yoga tous les matins, avoir un semblant de routine ! On ne connaissait plus ce mot, qui n'est d'ailleurs pas forcément négatif.
> Le monde était à l'arrêt, un moment pour réfléchir et prendre conscience de beaucoup de choses également. On y reviendra.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/hello-2021-et-bilan-2020/, publié le 7 janvier 2021, consulté le 9 février 2022)

Dans le corpus de comparaison (sous-corpus 2), on relève, par ailleurs, de nombreux indices langagiers empruntés au genre du journal. Ainsi on remarque, entre autres, de plus fréquentes occurrences de marques de désignation incluant le blogueur que dans les billets de contenu du premier ensemble. Dans l'article portant sur la fin de la pandémie (Annexe 9.54), par exemple, Aala emploie 76 formes le désignant (lui et/ou lui et sa famille) – qu'il s'agisse de pronoms sujets (« je », « j' », « nous » ou « on ») ou bien d'adjectifs possessifs ou de pronoms toniques (Annexe 15.1) – sur les 1552 mots qui composent le texte (soit 4.8%). Dans le billet portant sur l'agence de voyage Megurun (Annexe 5.13) et datant du 18 novembre 2019, on observe que seulement 20 marques désignant l'auteur sont employées (Annexe 15.2) sur les 1252 mots utilisés (soit 1,5%).

Les productions se colorent aussi des émotions que les auteurs expriment de manière plus saillante. Mathilde rapporte rétrospectivement le moment où elle a réalisé le poids du virus dans l'actualité mondiale :

> Extrait « B1 – A52 – (Boston, Etats-Unis) Journal de bord en temps de Covid-19 #2 | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.48).
>
> Je crois qu'il m'a fallu un certain temps pour prendre l'ampleur de la situation. Ce n'était pas du déni, non. Juste un lent moment pour comprendre l'impact de cette situation inédite. Comme quand quelque chose de tragique arrive, on ne réalise pas tout tout de suite. Ça infuse.
>
> (https// :www.mathiildee.com/journal-de-bord-covid-19-a-boston/, publié le 28 mars 2020, consulté le 16 juillet 2022)

Puis, à peine un mois plus tard, la blogueuse témoigne de ce qu'elle vit en ces termes :

> Quel est cet étrange sentiment qui me saisit de temps en temps à 4h du mat et m'empêche de me rendormir ? Hello, hello, c'est l'angoisse du confinement (Annexe 9.9).

Aala confie quant à lui :

> [D]éjà fin janvier, j'avais senti que cette « épidémie » allait avoir un impact sur nos vies et qu'il fallait prendre quelques précautions (Annexe 9.56).

L'introspection se poursuit dans d'autres billets et se complète de comparaisons entre pays d'origine et pays hôtes. Les auteurs rapportent ainsi, au prisme de la géographie et des habitudes culturelles, les différences de mesures prises pour limiter la propagation de l'épidémie. Dans le rapport d'Un Gaijin au Japon, le blogueur précise :

> Au Japon, il n'est pas possible d'instaurer un confinement forcé de la population, c'est illégal, au contraire de ce qui se fait à l'heure actuelle en France (Annexe 9.56).

Alors que la présentation de soi des auteurs de blogs voyage se réalise au diapason des images que ceux-ci se font de leur lectorat et de leurs attentes, il semble que, durant les premiers mois de la pandémie, les thèmes choisis et la manière de les traiter s'écartent du modèle des routines discursives mises en avant dans le sous-corpus 1 pour se rapprocher du journal de bord.

8.2.2.2. Du journal de bord aux formes écrites et médiatiques du carnet de vie

Les productions, portant sur le premier confinement ou produites durant cette période, se complètent des descriptifs des activités qui meublent les longues heures du *stay at home*. Les blogueurs publient ainsi des photos alors qu'ils cuisinent, qu'ils pratiquent du sport, qu'ils participent à des visioconférences (Annexe 9.48). Ils s'étonnent des changements dans l'organisation d'une visite chez le pédiatre ou d'un rendez-vous chez le coiffeur, quand cela redevient possible (Annexe 9.52). Le Blog de Mathilde héberge une nouvelle rubrique « What's making me happy this week » pour donner suite aux deux billets publiés sous l'intitulé « journal de bord ». Cette série de publications hebdomadaires, qui dure pendant 25 semaines, emprunte les codes du journal personnel. Chaque article abrite ainsi une liste d'aspects ou mentionne des éléments que la blogueuse valorise positivement à l'image de ces trois énoncés :

- « Alors ce qui me rend heureuse cette semaine, ce sont 6 choses en particulier – jeu en ligne, podcast, app, livre, série et musique, que je partage avec vous dans cet article » (Annexe 9.49) ;
- « Hello et bon début de semaine ! Comme tous les lundis, un petit tour d'horizon de ce qui m'a plu cette semaine » (Annexe 9.41) ;
- « La semaine passée était à la fois bien remplie et pas vraiment remplie : est-ce que c'est ça la vie sous Covid ? Probablement. So, what's making me happy this week? Lire l'intégralité de l'article (et plus encore) sur Patreon, où je continue d'écrire 2 fois par

> semaine depuis avril. […] Vous êtes 131 inscrit.e.s en ce lundi 23 novembre, et ça fait très plaisir ! » (Annexe 9.44).

Dans ce contexte singulier, les billets approfondissent une dimension peu exploitée dans les productions du sous-corpus 1. En effet, les publications se révèlent être un moment d'échange plus intime avec les lecteurs. L'auteur se livre alors plus aisément à quelques confidences sur les aléas inattendus de la pandémie :

> […] certains projets de vie sont en pause également. C'est dur. On attend (Annexe 9.48).

Au moyen d'un autre dispositif médiatique, les auteurs du blog Bestjobers lancent une série d'interventions plus informelles qui explorent aussi la possibilité d'un rapprochement avec l'auditoire. Ainsi, la série nommée « Le Divan des Bestjobers », hébergée sur la chaîne YouTube des blogueurs, reprend les codes d'une émission télévisée « Le Divan ». Dans ce programme, une célébrité est invitée à s'exprimer sur ses choix de carrière, à commenter des passages difficiles de sa vie, etc. Selon une configuration similaire, le couple se met en scène sur un sofa et propose de répondre aux questions récurrentes de leurs *followers* (Annexe 9.112 ; Annexe 9.113 ; Annexe 9.114 ; Annexe 9.115). On propose ci-après une capture d'écran de la première émission :

Capture d'écran « B7 – V1 – Le divan des Bestjobers | On répond à vos questions ! » (Annexe 9.112).

(https://www.youtube.com/watch?v=HxGUqk_ep-A&t=459s, mise en ligne le 12 avril 2020, consultée le 9 février 2022)

Fidèle à sa posture, Christine de Maman Voyage partage son expérience de la pandémie en tant que mère. Elle évoque l'école à distance (Annexe 9.89), les enfants à la maison durant les vacances de Pâques (Annexe 9.95), les premières sorties autorisées (Annexe 9.85) et les premières fêtes d'Halloween sans la traditionnelle visite aux voisins (Annexe 9.61). Le ressenti est tout autant prégnant que chez les blogueurs précédemment mentionnés comme on peut le découvrir dans l'extrait suivant :

> Extrait « B6 – A10 – Notre vie en Angleterre #80 / Halloween et confinement... Même pas peur ! » (Annexe 9.61).
>
> **Comme en France, les écoles restent ouvertes en Angleterre,** donc pour tous les parents c'est clairement un grand plus par rapport au premier confinement. **C'est surtout un grand plus pour nos enfants.** C'est même le point le plus important à mes yeux (enfin, **la santé avant tout** hein !!!). Je garderai le moral tant que les enfants pourront aller à l'école. Évidemment c'est moins facile pour les enseignants…
>
> (https://www.mamanvoyage.com/2020/11/notre-vie-en-angleterre-80-halloween-et-confinement-meme-pas-peur/, publié le 20 novembre 2020, consulté le 9 février 2022)

En convoquant dans les productions des formes discursives relevant de genres de discours proches de celui du blog voyage (tels que le récit, le journal de bord ou le carnet personnel), les blogueurs consolident le lien qui les unit à leurs communautés de lecteurs. La parenthèse du confinement semble en effet induire une pause dans l'interprétation des rôles habituellement joués par les blogueurs, humanisant par ce biais leur image. Dans les quatre blogs actifs durant la période d'observation, les auteurs se donnent à voir comme des individus qui ne vivent pas uniquement des expériences viatiques idéales et idéalisées. À l'égal des membres de leur auditoire, ils se montrent désarçonnés par la survenue de la crise sanitaire. Les marques d'autodésignation et le champ sémantique des sentiments façonnent également la perception d'un personnage plus accessible, s'autorisant à se dévoiler soucieux, voire inquiet. Ce faisant, l'auteur se rapproche de son public. Il lui permet de se glisser derrière le rideau de la mise en scène du blog, renforçant en retour le caractère authentique de sa posture. Dans ces différents passages, le lecteur ne s'enrichit d'aucune information nouvelle quant à la préparation d'un voyage à venir. Dans les réalisations du second corpus, ce n'est pas tant l'aspect cognitif ou incitatif de l'interaction qui est privilégié que sa dimension communicationnelle.

8.2.3. Le merveilleux malgré tout

Qu'ils choisissent de traiter ou non le thème épidémique, qu'ils partagent des productions davantage marquées par la première personne ou non, les auteurs réinvestissent dans leurs énoncés des opérations discursives similaires à celles relevées pour valoriser une destination. De fait, on observe que les formes de l'appréciation favorable sont sollicitées, que cela soit pour souligner les avantages d'une escapade autour d'un domicile (Annexe 9.105) ou bien pour commenter l'organisation de l'école à distance durant le confinement (Annexe 9.89). Ainsi, Christine fait part de ses impressions sur la qualité de ce type d'enseignement au moyen du verbe subjectif (« épater ») notamment :

> [J]e suis épatée par les efforts et la qualité de ce qui est mis en place par l'école de Ticoeur et Titpuce (Annexe 9.89).

Pour les auteurs du blog Bestjobers, bien que la contrainte de la Covid-19 ne soit pas ignorée, un séjour en *van* autour de leur lieu de vie est l'occasion de déployer les pratiques langagières caractéristiques des énoncés exprimant la visée incitative :

> Extrait « B7 – A14 – Road-trip en van dans la Loire à coté de Lyon » (Annexe 9.105).
>
> La Loire, le département du 42, nous habitons tout proche en étant à Lyon et pourtant nous ne l'avions jamais exploré ! Nous avons saisi l'occasion de pouvoir voyager dans un rayon de 100 km autour de Lyon (post confinement oblige, Covid-19) pour s'organiser un road trip en van durant un grand week end de 3 jours en mai. Nous rêvions de nature, d'instants simples, de randonnées, nous avons trouvé notre bonheur dans la Loire !
> […]
> La Loire, nos incontournables pour un grand week- end à 1h de Lyon
> […]
> Nous ne nous arrêtons pas longtemps dans le coin, juste pour voir le barrage et le lac qui s'en est formé. La vue est top depuis le belvédère du barrage. En fonction des envies, de la saison, c'est un endroit privilégié des locaux pour se baigner et se rafraichir. Base nautique avec pédalos, toboggans, trampolines mais aussi petite balade en bateau commentée à bord du Villerest Un. Les marcheurs auront le choix de partir sur les sentiers balisés depuis de la plage de Villerest.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/que-faire-dans-la-loire-itineraire-week-end-nature/, publié le 24 mai 2020, consulté le 10 février 2022)

Dans ce passage, on relève à nouveau des énumérations créant un effet d'abondance (« Nous rêvions de nature, d'instants simples, de randonnées », « [b]ase nautique avec pédalos, toboggans, trampolines mais aussi petite balade en bateau […] »), des procédés réunissant les contrastes pour attirer un public aussi large que possible (le domaine du nautique côtoie celui

de la marche ; des activités à réaliser seul ou à plusieurs sont proposées), un futur prédisant le bonheur des futurs marcheurs, des termes relevant du champ lexical du merveilleux (« nous rêvions ») etc. L'intensité de l'enthousiasme des auteurs est également soulignée par la marque du point de l'exclamation. Les énoncés cités *supra*, visent, d'une part, à faire le constat de l'expérience vécue, et d'autre part, à en proposer une image positive à l'égal des énoncés relevés et analysés dans le sous-corpus 1.

Outre ces procédés de valorisation, on identifie par ailleurs, dans les billets du sous-corpus 2, l'occurrence de nombreux adjectifs épithètes antéposés (Bally, 1965 : 232-233). Par exemple, dans le fragment suivant, transcrit d'une des vidéos des auteurs du blog Bestjobers, l'adjectif axiologique « belle » est employé au singulier, au pluriel, dans sa version féminine et masculine :

> Nos plus belles cabanes insolites à travers notre beau pays. De quoi vous donnez des inspirations pour les prochains mois à venir: [...] on vous a préparé une belle sélection (Annexe 9.113, 0:52 à 1:19 min).

La figure de l'explorateur est également perpétuée et s'actualise, à l'identique des premiers billets analysés, en associant le champ lexical du voyageur (« sillonner », « van », « visiter », « découverts », « méconnus », « oubliés » dans l'extrait présenté ci-après) à celui de la multitude, comme on l'observe dans ce passage :

> Extrait « B7 – A15 – Où voyager en France cet été ? Notre top 10 destinations » (Annexe 9.106).
>
> Cet été s'annonce franco-français avec la crise sanitaire que nous traversons. S'il y a une bonne nouvelle à retenir dans tout ça, c'est bien que notre pays regorge de coins sublimes et variés qui ne demandent qu'à être découverts ! Après plusieurs étés à sillonner l'Hexagone avec notre van, nous avons visité beaucoup d'endroits superbes, pour certains méconnus ou oubliés.
>
> (https://www.bestjobersblog.com/france-top-voyages/, 17 mai 2020, consulté le 10 février 2022)

Le cumul des attributs de la destination se dénote de l'emploi du pluriel et du sens des termes tels que « regorge », « plusieurs étés », « sillonner », « beaucoup » etc. Aux marques de l'intensité de degré haut, il faut encore ajouter les adjectifs qui corroborent l'argument de l'exceptionnalité des lieux visités (« endroits superbes », « coins sublimes et variés »).

Le mécanisme qui caractérise le traitement des éléments dysphoriques est reproduit à l'identique dans les productions des blogs voyage au cours des deux périodes observées. De fait, l'emploi de litotes, de tournures concessives ou d'ajouts systématiques d'une appréciation favorable à tout type de commentaires pouvant être perçus négativement perdurent pendant les premiers mois de la pandémie. Le sourire et l'enthousiasme d'Elisa et Max se joignent à des indices linguistiques dévoilant leur lassitude :

> Extrait « B7 – V4 – Notre Top 10 pour Voyager en France | Le Divan des des Bestjobers » (Annexe 9.115, 0:00 à 0:10 minutes)[1].
>
> (M) Ta: dam ! (E) alors bonjour tout le monde ! (M) Salut à tous ! (E) Et oui ! On est encore sur not'canapé ! (M) Et ouai (E) le fameux divan:, c'est: la sixième semaine de confinement déjà.
>
> (https://www.youtube.com/watch?v=2rJvg4dvtFA, consulté le 16 juillet 2022)

L'adverbe « encore », qui indique la récurrence, et l'adverbe « déjà » signalent une dissonance entre l'apparente bonne humeur des blogueurs et le sens des énoncés qui laisse entrevoir des sentiments différents. Parfois, c'est la répétition d'un segment dont le contenu est, a priori, positif tel que « ça va » qui traduit, au fil de la lecture d'un billet, le malaise ressenti :

> Extrait « B1 – A52 – (Boston, Etats-Unis) Journal de bord en temps de Covid-19 #2 | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.48).
>
> Au niveau strictement personnel, ça va. Je suis en bonne santé, il y a à manger chez moi, de l'eau, de l'électricité. [...] Là, tout de suite, maintenant, ça va. Après professionnellement, c'est la catastrophe. Je perds tous mes revenus pour les prochains mois [...] Je me répète mais voilà: là tout de suite maintenant, ça va, et pour le reste, c'est le gros point d'interrogation qui se mute parfois en !!!...
>
> (https// :www.mathiildee.com/journal-de-bord-covid-19-a-boston/, publié le 28 mars 2020, consulté le 16 juillet 2022)

En dépit des quelques expressions de regret ou d'incertitude relevées, le ton enjoué propre à la rhétorique de la communication touristique est maintenu. Parfois, le recours à l'humour est nécessaire pour s'amuser des conséquences de la crise sanitaire, à l'image de cette photo qui met en scène Mathilde et son conjoint s'adaptant au port du masque, vraisemblablement en toute situation :

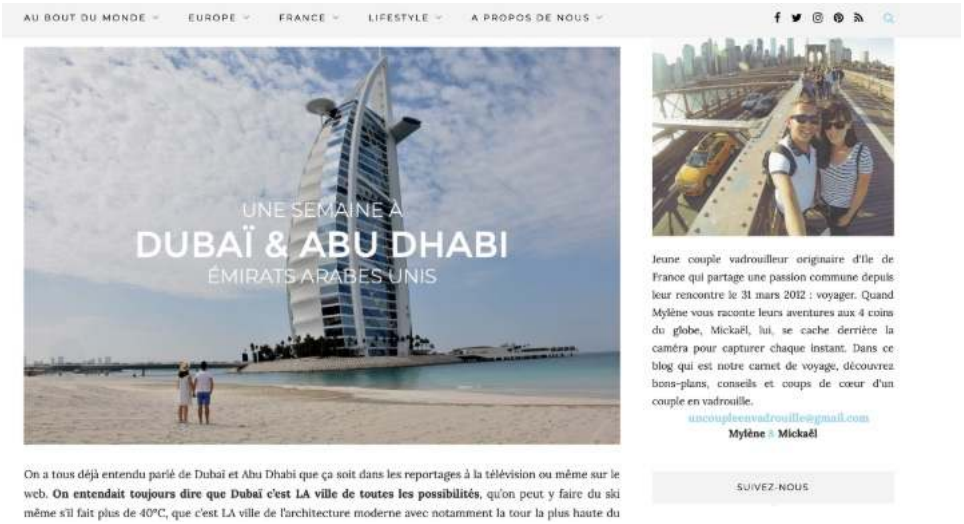
[1] Le changement de tour de parole est marqué par la mention (M) qui signale l'intervention du blogueur, (E) celle de la blogueuse.

Capture d'écran « B1 – A19 – Avril 2020 sur le Blog de Mathilde | Le blog de Mathilde » (Annexe 9.15).

(https://www.maathiildee.com/avril-2020-sur-le-blog-de-mathilde/, publié le 1 mai 2020, consulté le 10 février 2022)

Les résultats de l'analyse sémiotique des visuels composant les billets du second corpus ne rapportent, en ce qui les concerne, aucune modification dans les habitudes photographiques des blogueurs. Les angles de prise de vue, le cadrage, la manière dont les participants représentés sont photographiés sont identiques. Les auteurs se positionnent toujours de dos face à un paysage lointain, en surplomb ou en contrebas, comme on l'a mentionné et comme on l'observe dans les clichés suivants :

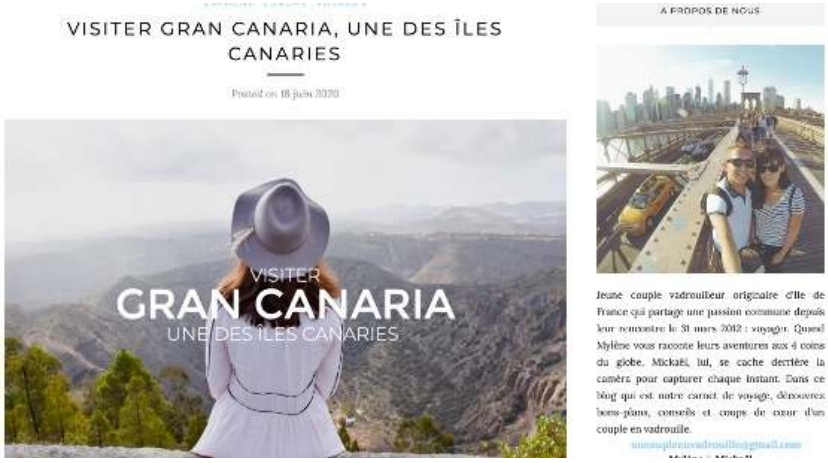
Capture d'écran « B8 – A8 – Une semaine à Dubaï et Abu Dhabi – Un couple en Vadrouille » (Annexe 9.124).



(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/une-semaine-a-dubai-et-abu-dhabi/, publié le 18 septembre 2020, consulté le 10 février 2022)

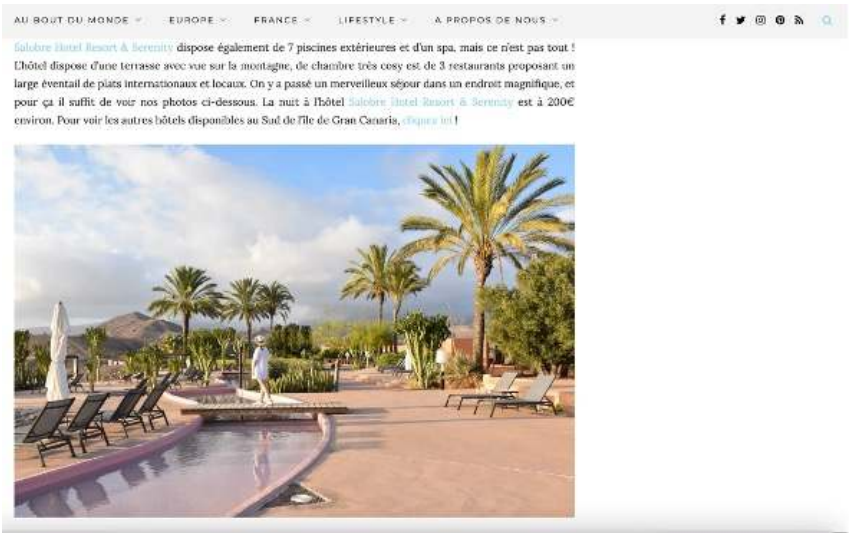
Captures d'écran « B8 – A9 – Visiter Gran Canaria, une des îles Canaries – Un couple en Vadrouille » (Annexe 9.125)

Capture d'écran 1



Capture d'écran 2

Capture d'écran 3



(https://www.uncoupleenvadrouille.fr/visiter-gran-canaria-une-des-iles-canaries/, publié le 18 juin 2020, consulté le 10 février 2022)

Indépendamment des restrictions et des nouvelles contraintes à prendre en considération, les procédés recomposant un univers enchanté pour le public sont maintenus. Au-delà des limites de son chez soi, l'internaute est invité, par des moyens langagiers identiques dans les deux corpus, à se perdre dans les méandres du blog, à contempler et à découvrir des destinations certes moins lointaines mais tout autant sources de plaisir.

8.2.4. Synthèse

La comparaison des deux sous-corpus documente la modification du rythme de production des contenus et de leur mode de diffusion, la recherche de nouveaux objets de discours, la prospection de partenariats inédits et certaines mises sous silence. Certes, la situation économique et sociale des auteurs de blogs voyage a été fragilisée durant les premiers mois de la pandémie. Face aux restrictions imposées, certains se sont adaptés et ont repoussé les limites temporelles et spatiales du voyage pour l'inviter à entrer dans les habitats. D'autres ont su proposer des itinéraires alignés avec une forme de tourisme de proximité. Au cours de la période du confinement et durant les premiers mois où les déplacements sont limités, le voyage prend alors vie chez soi, depuis chez soi ou dans les environs les plus proches. On observe, dès lors, que les modalités de réalisation du voyage, telles que le *van*, le canoé ou le *glamping* se substituent, dans la perception du séjour à venir, à l'intérêt de la destination finale. Ce n'est donc pas tant la fin mais le moyen qui façonne dès lors les désirs de voyage dans les productions du sous-corpus 2.

Par ailleurs, l'émergence d'interventions plus à même d'évoquer le journal de bord ou le partage de confidences sur une chaîne YouTube tend à redéfinir le poids des figures discursives du guide, du voyagiste et de l'amateur. Dans le premier corpus, les visées d'information et d'instruction sont largement prépondérantes dans la structure organisationnelle du blog, dans les choix thématiques et dans l'actualisation des marques du conseil tandis que la visée incitative s'immisce dans les lieux propices à l'évaluation du voyage et s'impose dans les réalisations. La figure de l'amateur se laisse alors percevoir dans le sous-corpus 1. Elle se manifeste clairement dans le sous-corpus 2. L'humanité du blogueur est mise en avant. La transmission d'information ou la formulation d'une invitation ne figure alors plus au premier plan. La dimension testimoniale est, en revanche et au moins durant cette période, au contraire, exacerbée.

Enfin, les paradigmes, décrits dans la première partie[1], résonnent toujours en dynamisant et en remodelant, au rythme des contraintes du contexte sociétal, les pratiques touristiques. Dans le second sous-corpus, les blogueurs montrent qu'ils s'adaptent endossant ainsi, une nouvelle fois, la panoplie du parfait voyageur ou bien qu'ils poursuivent, indifféremment de la situation qui les entoure, leurs pérégrinations dans les lieux autorisés et accessibles. Du point de vue des marques langagières, les mêmes habitudes de valorisation visuelle ou discursive se perpétuent entre les sous-corpus 1 et 2. On observe, entre autres, que les destinations, durant la période de mars 2020 à janvier 2021, sont mises en scène selon les mêmes traits sémiotiques que celles photographiées de septembre 2016 à février 2020. L'enthousiasme et le merveilleux transparaissent là aussi dans les billets du second sous-ensemble. En revanche, ce que la comparaison des résultats a fait finalement apparaître est une spécificité surprenante du blog voyage. En effet, quel que soit l'objet de discours choisi, on l'a noté, la mise en tourisme est la même. On avait pressenti cette caractéristique en pointant la manière dont un auteur souligne invariablement selon des procédés langagiers, sémiotiques et techniques identiques les avantages d'une agence de voyage, d'un festival, d'un hôtel ou d'une destination. En revanche, on ne s'attendait pas à voir surgir ces routines de mises en valeur pour décrire un meuble ou l'aménagement d'un appartement. En ce sens, il transparaît de l'analyse non seulement que les auteurs fabriquent le voyage par leurs multiples productions mais que celui-ci réside vraisemblablement dans l'ensemble des formes déployées pour le faire vivre et pour le dire, indépendamment de son objet.

[1] Les paradigmes dont il est question sont présentés en section « 3.2. Les paradigmes constitutifs du champ du tourisme ».

Conclusion

La présentation de soi des auteurs se matérialise en des lieux divers du blog voyage. Le concept, souvent étudié sous l'angle discursif, a été, dans ce travail, exploré selon l'ensemble de ses manifestations. Le langagier a côtoyé le sémiotique et le technique. Le dit et le dire des blogueurs ont été explorés : dans l'organisation modulaire des pages d'accueil ; dans les sections, les billets et les bandeaux verticaux ou horizontaux dédiés à la légitimation de soi ; dans les billets de contenu. Les énoncés, les commentaires, les photographies et les hyperliens ont ainsi composé la matière du corpus. L'exploitation de chacun de ces matériaux a illuminé d'une manière singulière la mise en scène des blogueurs pour en donner une image discursive aussi fine que possible.

Les analyses des marques de la présence des auteurs ont brossé le portrait d'un ethos pluriel et singulier. Pluriel en ce que la figure du locuteur prend corps dans les productions sous les traits de trois personnages iconiques : le guide, le voyagiste et l'amateur. Pluriel aussi en ce que l'image que l'auteur donne à voir de lui-même porte les traces d'autres discours qui habitent le terrain discursif sur lequel elle se développe. Les observables énonciatifs et visuels pointent des emprunts au discours promotionnel et à la communication touristique. Les résultats dessinent également la manifestation d'un ethos singulier en ce que chacune des figures discursives qui émerge de la surface des composantes du blog se caractérise par un emplacement spécifique et des formes de matérialisation qui lui sont propres. Le choix des thèmes traités, par exemple, est un lieu privilégié pour observer la présence du guide tandis que l'appréciation se révèle propice à l'observation de la figure du voyagiste. L'effacement énonciatif tend à indiquer la présence de ces deux personnages tandis que les marques de la première personne pointent la figure de l'amateur.

La figure du guide se décèle dans l'organisation thématique du blog, dans les parcours de lecture proposés au lecteur, dans le choix et la manière dont les attributs qualifient une destination. Les interventions sont alors informatives et didactiques. Parfois, elles convoquent les routines langagières des animateurs de circuits touristiques pour inviter le lecteur à suivre l'auteur dans son récit. La posture de sachant, que le guide symbolise, repose sur une autorité élaborée dans les lieux où le blogueur s'introduit auprès de son public et se consolide réflexivement dans chacune de ses productions, que celles-ci soient langagières ou sémiotiques.

Chaque nouvelle publication (ré)actualise ainsi la figure du voyageur expérimenté, légitime son auteur et consolide la crédibilité de l'ensemble des précédentes parutions en retour.

L'auteur du blog ne brandit pas l'étendard voyagiste dès l'entrée de l'internaute sur le site. La figure matérialisant la présence de l'énonciation marchande se dévoile dans les méandres des productions notamment par les marques d'intensité de degré haut qui abondent. Les visuels sont cependant l'expression la plus explicite de son incidence. Les photographies se font, en effet, le reflet de scénarii bien connus de l'imaginaire touristique : celui de l'explorateur et celui de l'antitourisme. Le jeu des embrayeurs, la mobilisation des marqueurs de modalités appréciatives, les termes évoquant les champs lexicaux du merveilleux et de l'unique, la réalisation d'actes de langage directifs directs et indirects, les schémas énonciatifs alternatifs qui plongent l'allocutaire dans le récit du voyageur, etc. composent l'arsenal non exhaustif des spécificités de l'invitation au voyage formulée dans les blogs. Le professionnel du tourisme, toujours présent, est convoqué dans les productions moyennant la double enveloppe énonciative de l'hyperlien. Le lecteur souvent interpellé comme futur voyageur dans les billets est assigné alors par un acte technique et pragmatique au rôle de client potentiel. Si les mécanismes socio-énonciatifs et visuels de l'enchantement proposent une vision essentialiste de la destination, les lecteurs ne sont néanmoins pas dupes. L'analyse contrastive démontre en effet et précisément la manière dont les internautes se prêtent volontiers et volontairement à la mise en place de l'illusion d'une circumnavigation merveilleuse.

Enfin, la troisième figure, celle de l'amateur, surgit en creux des réalisations. La fonction communicationnelle du personnage est indispensable. Sa présence dans les énoncés tempère les excès que représente le déploiement prégnant de la visée incitative dans les productions. La figure de l'amateur est, en ce sens, un adoucisseur qui apaise les tensions et les inconforts qui résultent de l'articulation des différentes postures et dont les justifications sont symptomatiques. Elle est le filet qui maintient un jeu d'équilibriste périlleux dont l'enjeu engage le respect du contrat communicatif initial. L'amateur se dévoile sous les traits d'un individu soumis aux mêmes aléas que ses lecteurs : il vit des déceptions, il partage des inquiétudes, il lui arrive des incidents. L'espace des incises parenthétiques est propice au registre familier, à la confidence ou à l'autodérision. Incarnant cette figure, le blogueur se fait alors le complice qui enjoint le lecteur à rire de ses bévues ou de ses traits d'humour. Il est aussi ce partenaire d'une doxa commune qui se joint au plaisir de la connivence lorsqu'un livre, un film ou une série télévisée connu de l'autre est évoqué. La figure de l'amateur n'est pas

prédominante dans le blog, mais elle est néanmoins essentielle, incontournable, constitutive. Preuve en est la place majeure qui lui est accordée durant les premiers mois de la pandémie dans quatre des huit blogs du corpus.

Les constats établis au cours de cette étude ont été bâtis sur deux présupposés théoriques : les productions ne s'analysent qu'en relation avec leurs conditions d'émergence ; l'image de soi en discours est ancrée sur le social. La première affirmation a justifié une approche privilégiant la nature du terrain numérique du blog pour le considérer comme un genre discursif à part entière. Elle a conforté également une démarche intégrative des éléments composites qui élaborent la présentation de soi des auteurs dans leurs sites, ceci ayant abouti à l'adoption du concept de *présentation de soi en ligne*. Elle a aussi favorisé la perspective contrastive à laquelle on a soumis les données du corpus. Le second présupposé a guidé l'approfondissement du phénomène touristique du point de vue des pratiques des voyageurs et des représentations individuelles et sociales qui imprègnent le champ sociologique du tourisme. À partir de ces deux fondement théoriques, l'analyse fine des marques langagières, sémiotiques et techniques retenues a permis d'appréhender la parole de l'auteur telle qu'elle s'inscrit dans le champ discursif du tourisme.

Trois intentions discursives sont affichées dans la situation de communication du blog voyage : la visée d'information, la visée d'instruction et la visée d'incitation et les trois sont actualisées. Néanmoins, l'intention informative supposée dominante s'avère ne pas maintenir ce statut dans les réalisations. L'étude des postures discursives ne pointe pas la concrétisation d'un témoignage individuel et authentique. Les résultats de l'analyse montrent au contraire que la visée d'incitation se substitue à la visée d'information. Les blogueurs construisent dans leurs interventions un témoignage, certes. Mais il s'avère que ce témoignage est un témoignage touristique. Les dires de l'auteur s'inscrivent dans un espace discursif constitué des mises en scènes du vécu viatique à la manière, en effet, d'un publireportage. Les nombreuses interconnexions entre les productions des blogs et les réalisations des formats de la communication touristique attestent de cette contiguïté. La contamination des pratiques ne réduit pas le blog voyage ou les postures de leurs auteurs à de simples hybridations. L'analyse atteste d'une manière de dire et de se dire spécifique aux blogueurs et aux blogs voyage. Les identités discursives de ces nouveaux acteurs du secteur touristique s'échelonnent le long d'une gamme de postures pressenties par Flichy (Flichy, 2010) : plus tout à fait amateur, pas tout à fait expert, quelque peu professionnel… À n'en pas douter, le numérique désagrège les chaînes

de transmission de l'information. La communication touristique n'y échappe pas. Le témoignage viatique du blogueur est en ce sens symptomatique du dynamisme du champ discursif touristique et de la consolidation d'une identité énonciative transversale : la parole de l'utilisateur final, le profane.

Le voyage de la thèse touche à sa fin. L'expédition ne saurait se conclure sans évoquer les questions qu'ouvre la traversée conceptuelle à laquelle on s'est prêté. Le positionnement désigne tout autant l'identité énonciative qui se manifeste dans les productions que les opérations par lesquelles elle se pose et se maintient dans un champ discursif donné. On a fait état de la manière dont un individu anonyme s'octroie une légitimité à dire et des moyens par lesquels il intervient dans un terrain social et discursif déterminé. Dans la mesure où les frontières symboliques du positionnement sont sources d'enjeux, ce sont donc celles-ci qu'il me semble nécessaire d'explorer. À partir de ce jalon, on pressent les perspectives de recherche qui seraient alors engagées. Des cultures discursives distinctes pourraient être mises en miroir. Des médias pourraient être aussi réunis dans un but de confrontation de l'image de l'auteur : les usagers d'un genre discursif numérique déploient-ils des mécanismes discursifs et sémiotiques similaires pour se mettre en scène dans des billets de blogs, des photographies publiées sur Instagram ou bien dans des vidéos diffusées sur YouTube. Dans quel autre domaine d'activité sociale l'usager prend-il la parole ? Selon quelles formes celle-ci s'y déploie-t-elle ? La mise en œuvre de cette parole manifeste-t-elle les mêmes contradictions que celles que le blogueur rencontre sur le chemin du partage de ses voyages ?

Enfin, pour conclure, on rappelle le parti pris qui a guidé la réalisation de ce travail. La recherche menée dans cette thèse a promu une approche intégrative des observables. Elle a relié en ce sens questionnement, terrain et social dans l'ensemble de ses approches. Le choix a donc été fait de considérer l'analyse du discours comme disposant des cadres conceptuels nécessaires pour accueillir en son sein les défis que le numérique ou les nouvelles modalités de transmission de l'information lui posent. Le socle de notions qui compose la discipline s'est effectivement consolidé au cours de décennies de pratique. De ce fait, la particularité du champ disciplinaire dans lequel on s'inscrit, et qui rend parfois sa délimitation complexe, repose dans un ancrage fort sur le terrain et les données. Ce sont en effet les objets d'étude qui façonnent le visage et les outils de l'analyse du discours. L'intuition formulée d'un positionnement émergent dans un champ discursif inféré à partir des indices plurisémiotiques de la mise en scène de soi des auteurs de blogs voyage en représente une modeste contribution.

Index des notions

Acte de langage, 19, 22, 81, 186, 204, 207, 208, 209, 210, 211, 230, 289, 292, 315, 321, 330, 344, 404, 444, 447, 488.
Champ discursif, 3, 16, 17, 29, 30, 31, 33, 40, 42, 43, 44, 45, 56, 89, 90, 94, 95, 153, 154, 155, 156, 157, 172, 183, 232, 490.
Champ discursif du tourisme, 3, 16, 17, 31, 33, 56, 90, 95, 153, 156, 157, 247, 289, 299, 441, 489.
Champ social, 17, 33, 56, 62, 95, 115, 154, 156, 185.
Communauté discursive, 38, 46, 61, 155, 215.
Compétence discursive, 15, 46, 47, 60, 84.
Compétence interdiscursive, 15, 46, 47, 60, 84, 378.
Conditions de production, 34, 35, 37, 57, 62, 77, 79, 82, 85, 89, 152, 154, 159, 1601, 173.
Dialogisme, 15, 29, 37, 38, 45, 46, 49, 62, 84, 334.
Ethos, 22, 55, 56, 57, 60, 185, 186, 187, 207, 224, 232, 233, 235, 267, 268, 292, 369, 435, 436, 487.
Ethos préalable, 59, 90, 91, 207, 235.
Ethos préalable en ligne, 16, 19, 20, 90, 91, 236, 259. 287, 288.
Formation(s) discursive(s), 15, 39, 40, 41, 45, 46, 61, 154, 155.
Genre de discours, 16, 22, 29, 40, 42, 44, 60, 83, 84, 472, 478.
Identité discursive, 3, 29, 43, 156, 157, 456, 489.
Idéologie, 40, 54, 95, 96, 103, 122.
Image(s) discursive(s), 21, 54, 56, 62, 90, 91, 183, 187, 253, 266, 287, 292, 297, 330, 345, 354, 367, 400, 414, 432, 431, 433, 441, 487.
Imaginaire touristique, 21, 56, 95, 105, 111, 121, 130, 152, 156, 288, 389, 396, 489.
Intégrité contextuelle, 172, 173.
Interdiscours, 15, 37, 45, 47, 49, 51.
Mémoire discursive, 15, 47, 48, 49, 51, 490.
Mémoire interdiscursive, 15, 50, 62, 146, 241, 289, 296, 354.
Paradigme, 3, 17, 27, 31, 96, 102, 117, 118, 124, 133, 141, 151, 152, 156, 157, 354, 362, 367, 369, 375, 393, 437, 485.
Positionnement, 3, 15, 22, 29, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 56, 59, 61, 89, 115, 122, 154, 155, 156, 157, 183, 184, 232, 438, 441, 490.
Présentation de soi (et/ou Image de soi), 3, 15, 16, 17, 18, 19, 29, 30, 31, 33, 54, 56, 57, 58, 60, 77, 83, 87, 90, 91, 92, 93, 95, 152, 160, 168, 185, 186, 187, 188, 197, 207, 208, 212, 214, 232, 425, 476, 487, 489.
Présentation de soi en ligne, 16, 54, 57, 65, 90, 159, 382, 489.
Représentations sociales (représentations collectives), 17, 59, 60, 61, 116, 117, 118, 152, 154, 183, 215.
Schématisation, 15, 51, 52, 53, 54, 183, 186, 235, 381.
Situation de communication, 16, 28, 29, 36, 51, 60, 62, 65, 70, 80, 81, 83, 84, 188, 193, 203, 305, 209, 211, 235, 236, 240, 292, 329, 345, 348, 362, 370, 376, 377, 418, 438, 489.
Textualité, 3, 16, 29, 30, 52, 65, 86, 87, 89, 93, 159, 200, 227, 491, 514, 520.
Visées, 3, 16, 22, 60, 65, 70, 76, 79, 81, 82, 95, 167, 185, 202, 203, 209, 285, 326, 376, 437, 438, 439, 440, 443, 472, 484.

Index des auteurs

A

Adam 52, 186, 209, 210, 447
Adami 227
Albers 136
Ali Bouacha 52
Althusser 33, 40
Amirou 95, 104, 119, 121, 124, 132, 133, 376
Amossy 30, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 90, 185, 186, 187, 188, 197, 214, 268, 373
Angé 25, 72, 78, 82, 247, 289, 292
Aristote 58
Austin 55, 208, 218
Authier-Revuz 184
Azariah 184, 444

B

Baerenholdt 148, 212
Baider 1, 43
Bakhtine 37, 38, 39, 49, 83
Bally 78, 198, 323, 411, 412, 480
Barats 171, 172
Barthes 212, 216
Bazzanella 209
Béguin 89
Benke 372, 373
Benveniste 44, 58, 185, 186, 188, 190
Berger 137
Bernardie 133
Berrendonner 52
Boorstin 126, 137, 138, 140, 141, 400
Bouillon 136
Boullier 26, 66
Bourdeau 125, 126
Bourdieu 55, 56, 61, 114, 115, 116, 121, 122, 153, 154
Boyer 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 105, 110, 111, 112, 119, 120, 124, 132, 139, 280
Buhalis 27
Burgelin 137, 138

C

Calefato 120
Candel 77, 84, 85, 89
Cardon 25, 66, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 88, 227, 228
Cassia 68
Cazes 102, 103, 108, 111, 112, 139, 140, 151
Charaudeau 42, 43, 55, 61, 62, 76, 79, 81, 84, 201, 273, 274, 276, 278, 279, 287, 304, 357, 361, 416, 418, 419, 422
Citton 68
Cohen 104, 105, 110, 126, 127, 128, 133, 144
Colin 430
Combes 25, 71, 72, 74, 82, 108
Conein 45
Corbillé 143, 144
Corbin 111

Cotte 89
Courade....108
Courtine 34, 45, 47, 48
Cousin....96, 97, 98, 104, 111, 112, 113, 116, 124, 125, 144
Crystal....72
Culioli 198, 206

D
Dann 111, 124, 128, 130, 134, 135, 138, 139, 140, 142, 146, 150, 184, 356, 424
Danon-Boileau....78
Danvers....472
Davidson....122, 374
Degoutin 69
Delaplace 106, 123, 126
Delaunay-Téterel 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77
Delisle....110
Demen-Mayer....111
Denouël....172
Dequiré 472
Deseilligny....25, 72, 77, 78, 82, 247, 289, 292
Develotte....88
Dickow 70
Dolinine 83
Dortier....121
Dubois....33, 34
Dumazedier....98
Dupront....130, 131, 132, 135

E
Eisenhart 36
Escolin-Contensou....85

F
Fabry....27
Falardeau 125, 126
Febas Borras 139
Feifer....144
Ferrard 107
Fesenmaier....136
Flichy....226, 27, 28, 65, 66, 488
Foucault 29, 33, 36, 37, 40, 41, 48
Franck 69
Freberg....68
Frost....123
Furt 125

G
Garfield....228
Garric 35
Genette....316
Georges....75
Giaufret....184
Gibson....27
Goody 26
Graburn....110, 131

Granjon 172
Gravari-Barbas 27, 99, 100, 106, 123, 125, 126, 144
Grcic 184
Gretzel 27
Grize 52, 53, 54
Guilbert 41, 42, 43, 44, 154, 155
Guimelli 61
Gumbrecht 72

H
Haddad 186
Halbwachs 51
Hall 221
Hallem 109, 110
Halliday 218
Harris 34
Hartmann 107, 295
Herring 76, 77, 84
Hikkerova 109, 110
Howard 444
Hugon 444
Hutchins 26
Huyghe 25

J
Jacquot 27, 99, 100
James 136
Jeanneret 89, 90
Jenkins 148, 212
Johnstone 36
Jolin 110
Jouili 129

K
Katriel 128
Kennedy 147, 148
Kerbrat-Orecchioni 35, 44, 46, 58, 59, 124, 145, 146, 147, 150, 188, 190, 195, 196, 197, 198, 208, 209, 210, 211, 268, 309, 314, 315, 328, 332, 346, 357, 362, 364, 366
Kerouac 103, 280
Kuhn 118
Kleiber 193, 196
Kress 215, 216, 217, 218, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 228, 263, 381, 384, 385, 386, 389
Krieg-Planque 207, 208

L
Labelle 89
Lahire 60, 113, 114, 122
Laing 123
Lambrecht 109
Law 27
Le Gallou 107
Le Querler 199, 325, 326, 327, 331, 346, 363, 364
Leeuwen (van) 215, 216, 217, 218, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 263, 381, 384, 385, 386, 389, 393
Lehti 77
Leiper 111

Lemke 227
Lennon 107
Longhi 35
Lukezic 184

M
MacCannell 110, 111, 114, 116, 121, 126, 127, 128, 129, 130, 134, 135, 348, 373, 375
Maci 315
MacKay 136
Magno 68
Maingueneau 28, 29, 30, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 83, 84, 86, 90, 153, 154, 155, 156, 157, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 299, 300, 320, 321, 338, 435
Maldidier 40, 41, 44, 47
Marcoccia 1, 9, 171, 172
Marcotte 125, 126
Marignier 35, 40
Mayeur 89
McWha 123
Mercanti-Guérin 69
Merzeau 26, 88, 172
Michaeli 372, 373
Mitterand 248, 276, 323, 363, 364
Moeschler 195
Mohr 137
Moirand 1, 37, 38, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 62, 83, 184, 197, 203
Mondada 188
Morel 78
Morgan 59
Mortureux 61
Moscovici 61, 62
Mourlhon-Dallies 1, 9, 113, 121, 124, 184, 430
Mucchielli 117
Münchow (von) 1, 9, 61, 189, 207, 338

N
Nardi 72, 74, 76
Nash 121
Neveu 110
Nissenbaum 172

O
O'Reilly 104, 105
Olbrechts-Tyteca 59
Orlandi 61

P
Papen 106, 143
Paquot 121, 309
Paveau 26, 27, 29, 30, 71, 84, 88, 170, 227, 228, 229
Pêcheux 33, 37, 40, 41, 43, 44, 47, 49
Pellat 201, 430
Pereira Couttolenc 1, 68, 141, 372, 443, 444
Perelman 59
Perret 78

Perrier 89
Pierrot 373
Pommery 104, 280
Pottier 129
Poupeau 141, 142, 370
Pratt 27,67

Q
Quinton 89

R
Rabatel 185, 191, 192
Rauch 111
Réau 96, 97, 98, 104, 111, 112, 113, 116, 125, 141, 142, 144, 370
Rebeyrolle 204, 205, 206, 249, 300, 313
Rebotier 194
Reichenbach 195
Reynolds 107
Rice 107
Rieffel 66
Riegel 118, 201, 204, 249, 252, 299, 329, 350, 352, 354, 430
Rioul 201, 430
Rollandin 292
Romero 200, 201, 202, 209, 267, 350, 351, 352, 353, 356, 358, 363, 365, 367
Rosenbaum 107
Rosier 78, 90, 266, 426

S
Sahut 109, 110
Sbisà 209
Schiano 72
Searle 208, 209, 210, 211, 218, 314
Seoanne 184, 335
Siblot 372
Sigala 67
Simchai 105
Simon 104, 105
Souchier 85, 89, 316
Stone 107
Suchet 114
Swartz 72

T
Tafani 125
Tisseron 66
Turco 131
Turner 131

U
Urbain 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 106, 107, 108, 109, 111, 115, 116, 121, 122, 123, 125, 126, 134, 250, 456
Uriely 105
Urry 97, 121, 137, 138, 140, 148, 212, 398

V
Viallon 97, 98, 139
Vicari 184
Vincent 69
Vion 191

W
Wagner 104
Wang 126, 127, 128
Willet 118
Winkin 141, 142, 143, 144
Winsky 70
Wood 144, 145
World Tourism Organisations 112
Wouters 228
Wrona 89

X
Xiang 27
Xu 27, 67

Y
Yanoshevsky 156, 157, 183, 372, 373
Yonay 105

Index des schémas

Schéma 1 « Les hypothèses du cadre participatif du blog voyage »……80

Schéma 2 « Conceptualisation du contrat de communication du blog voyage »…….…....82

Schéma 3 « Traitement des hyperliens du sous-corpus 1 »……..…232

Schéma 4 « Approche méthodologique de l'ethos discursif du locuteur »……..…….233

Schéma 5 « Visées se déployant dans le cadre du contrat de communication du blog voyage (avant l'analyse) »……...440

Schéma 6 « Visées réalisées par les auteurs de blogs voyage »……..440

Schéma 7 « Articulation des visées et des portraits discursifs au prisme des résultats de l'étude »……..……440

Schéma 8 « Composition de l'image discursive des auteurs de blogs voyage »…….441

Bibliographie

Adam, J. -M., *La linguistique textuelle*, Armand Colin, Paris, 2015.

- « Introduction », *In* Adam J.-M., Grize J.-B. et Ali Bouacha M. (éds), *Textes et discours : catégories pour l'analyse*, Éditions universitaires de Dijon, 5-19, Dijon, 2004.
- « Images de soi et schématisation de l'orateur : Pétain et de Gaulle en juin 1940 », *In* Amossy, R., *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Delachaux et Niestlé, 101-126, Lausanne, 1999.

Adam J.-M., Grize J.-B. et Ali Bouacha M. (éds), *Textes et discours : catégories pour l'analyse*, Éditions universitaires de Dijon, 5-19, Dijon, 2004.

Adami, E., « A social semiotic multimodal analysis framework for website interactivity », *Mode Working Paper*, National Centre for Research Methods - Institute of Education University of London, [en ligne], Mai 2013.
[https://eprints.ncrm.ac.uk/id/eprint/3074/4/website_interactivity_Adami.pdf]

Albers, P. C., James, W. R., « Travel photography – a methodological approach », *Annals of Tourism Research*, vol. 15, 134-158, Pergamon Journals Ltd. And J. Jafari, 1988.

Ali Bouacha, M., « Énonciation argumentation et discours : le cas de la généralisation », *Semen*, n°8, [en ligne], 41-62, 1993.
[https://doi.org/10.4000/semen.3985]

Althusser, L., « Idéologie et appareils idéologiques d'État : notes pour une recherche », *La Pensée. Revue du rationalisme moderne*, n°151, 3-38, [en ligne], 1970.
[http://classiques.uqac.ca/contemporains/althusser_louis/ideologie_et_AIE/ideologie_et_AIE_texte.html]

Amirou, R., *Imaginaire touristique et sociabilités du voyage*, Presses Universitaires de France, Paris, 1995.

Amossy, R., *La présentation de soi – Ethos et identité verbale*, P.U.F, Paris, [2010] 2015.

- *Images de soi dans le discours – la construction de l'ethos*, Delachaux et Niestlé, Lausanne, 1999.
- *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Nathan, 1991.

Amossy, R., Pierrot, A.-H., *Stéréotypes et clichés*, Armand Colin, Paris, 2014.

Aristote, *Rhétorique*, Nouvelle traduction du grec, préface et notes de Jean Lauxerois, collection Agora, Pocket, Paris, 2007.

Austin, J.- L., *Quand dire, c'est faire*, Éditions du Seuil, Paris, [1962] 1970.

Authier-Revuz, J., « Hétérogénéité(s) énonciative(s) », *Langages*, n°73, 98-111, [En ligne], 1984.
[https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1984_num_19_73_1167]

- « Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive : éléments pour une approche de l'autre dans le discours », *DRLAV*, n°26, 91-151, Paris, 1982.

Azariah, D. R., *Tourism, Travel and Blogging – A discursive analysis of online narratives*, Routledge, New York, 2017.

Baerenholdt, J. O., Haldrup, M., Larsen, J., Urry J., *Performing tourist places*, Routledge, New York, 2004.

Baider, F., Burger, M. et Goutsos, D. (eds), La communication touristique - Approches discursives de l'identité et de l'altérité, l'Harmattan, Paris, 2004.

Bakhtine, M., *Esthétique de la création verbale*, Gallimard, Mesnil-sur-l'Estrée, [1984] 2017.

Bally, C., *Linguistique générale et linguistique française*, A. Francke AG Verlag Bern, Bern, 1965.

Barats, C., *Manuel d'analyse du web*, Armand Colin, Paris, 2016.

Barthes, R., « Éléments de sémiologie », *Communications*, n°4, 91-135, [en ligne], 1964. [https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1029]

Bazzanella, C., Caffi, C., Sbisà, M., « Scalar dimensions of illocutionary force », *In Speech acts: Fiction or reality ?*, 63-76, I.Z. Zagar, Ljubljana, 1991.

Benke, L. Michaeli, M., Yanoshevsky, G., « Représentations d'Israël dans les guides touristiques d'expression française – vers une construction d'un ethos collectif exogène. Une étude contrastive de quatre guides contemporains », quatrième rencontre ADARR (Israël) – AD DORIF (Italie) *Identités collectives et débat public : construction(s) discursive(s)*, Universita'Di torino, Turin, Mars 2017.

Benveniste, E., *Problèmes de linguistique Générale 1,* Gallimard, Paris, 1966.
- *Problèmes de linguistique Générale 2*, Gallimard, Paris, 1974.
- « L'appareil formel de l'énonciation », *Langages*, n°17, 12-18, [en ligne], 1970. [https://www.persee.fr/docAsPDF/lgge_0458-726x_1970_num_5_17_2572.pdf]

Berger, J., Mohr, J., *Another Way of Telling*, Pantheon, New York, [1982] 2016.

Bernardie, N., « Immobiles îles - temporalités et altérités insulaires, *Géographie et culture* n°75, L'Hamattan, 159-174, [en ligne], 2010. [https://journals.openedition.org/gc/1647?lang=fr]

Berrendonner, A., « Schématisation et topographique imaginaire du discours », *In Logique, discours et pensée*, Peter Lang, Berne, 1997.

Boorstin, D., *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, Vintage Books Editions, Alfred A. Knopf, New York, [1962] 1992.

Bouillon, M.-E., « Le marché de l'image touristique – Le cas du Mont Saint-Michel à la fin du XIX^{e} siècle », *Études photographiques*, n°30, [en ligne], 2012. [http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/3334]

Boullier, D., *Sociologie du Numérique*, Armand Colin, Paris, 2016.

Bourdieu, P., *La distinction*, Éditions de Minuit, version électronique au format Kindle, [1979] 2016.

- « Le champ économique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 119, 48-66, [en ligne], septembre 1997.
  [https://www.persee.fr/docAsPDF/arss_0335-5322_1997_num_119_1_3229.pdf]
- « Le champ littéraire », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 89, 3-46, [en ligne], septembre 1991.
  [https://www.persee.fr/docAsPDF/arss_0335-5322_1991_num_89_1_2986.pdf]
- *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistique*, Fayard, Paris, 1982.
- « Le champ scientifique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 2, n°2-3, 88-104, [en ligne], 1976.
  [https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1976_num_2_2_3454]

Boyer, M., *Histoire générale du tourisme, du XVI^e^ au XXI^e^ siècle*, L'Harmattan, Paris, 2005.
- *Le tourisme de l'an 2000*, Presses universitaires de Lyon, Lyon, 1999.
- *L'invention du tourisme*, n°288, Découvertes, Collection Art de Vivre, Gallimard, Paris, 1996.

Boyer, M., Viallon, P., *La communication touristique*, Que-Sais-Je ? Paris, Presses Universitaires de France, 1994.

Buhalis, D., Law, R., « Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet – The state of e-Tourism research », *Tourism Management*, n°29, 609-623, [en ligne], 2008.

Burgelin, O., « Le tourisme jugé », *Communication*, n°10, 65-96, 1967.
[https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1967_num_10_1_1144]

Calefato, P., « Revêtir le voyage », *Sociétés*, n°139, 147-153, traduction de l'italien par Jean-Luc Defromont, [en ligne], 2018.
[https://www.cairn.info/revue-societes-2018-1-page-147.htm]

Candel, É., « Penser la forme des blogs, entre générique et génétique », *In* A. Tomiche et P. Zoberman (dir.), *Les blogs – Écritures d'un nouveau genre ?*, L'Harmattan, 23-31, Paris, 2010.

Cardon, D., *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Seuil, 2015.
- « Dans l'esprit du PageRank – une enquête sur l'algorithme de Google », *Réseaux*, n°177, [en ligne], 63-95, 2013.
  [https://www.cairn.info/revue-reseaux-2013-1-page-63.htm]
- « Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, 2008/6, n° 152, 93-137, [en ligne] 2008.
  [https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-6-page-93.htm]

Cardon, D., et Delaunay-Téterel, H., « La production de soi comme technique relationnelle – un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, n°138, 15-71, [en ligne], 2006.
[https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2006-4-page-15.htm]

Cazes, G., « La recherche en géographie du tourisme », *Géographes associés*, n°23, 101-103, [en ligne], 1999.
[https://www.persee.fr/doc/geoas_1266-4618_1999_num_23_1_2152]
- *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Bréal, Paris, 1992.

- *Les nouvelles colonies de vacances*, L'Harmattan, Paris, 1989.
- « Le Tiers-Monde vu par les publicités touristiques : une image géographique mystifiante », *Travaux de l'Institut Géographique de Reims*, n°20, 5-46, [en ligne], 1974. [https://www.persee.fr/docAsPDF/tigr_0048-7163_1974_num_20_1_980.pdf]

Cazes, G. et Courade, G., « Les masques du tourisme », *Revue Tiers Monde*, n°178, 247-268, Armand Colin, Paris, [en ligne], 2004. [https://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2004-2-page-247.htm]

Charaudeau, P., *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, L'Harmattan, Paris, 2009.
- « De l'argumentation entre les visées d'influence de la situation de communication », *In* Boix, C., *Argumentation, Manipulation, Persuasion*, L'Harmattan, Paris, 2007. [http://www.patrick-charaudeau.com/De-l-argumentation-entre-les.html]
- « Comment le langage se noue à l'action dans un modèle socio-communicationnel du discours. De l'action au pouvoir », *Cahiers de linguistique française,* n°26, Actes du 9ème colloque de Pragmatique de Genève Colloque Charles Bally, 151-175, [en ligne], 2004. [https://clf.unige.ch/files/4014/4102/7606/08-Charaudeau_nclf26.pdf]
- « Légitimation (stratégie de-) », 339-340, *In* Charaudeau, P., Maingueneau, D., *Dictionnaire d'analyse du discours*, Seuil, Paris, 2002.
- « Visées discursives, genres situationnels et construction textuelle », *In* Ballabriga, M., *Analyse des discours. Types et genres*, Éd. Universitaires du Sud, Toulouse, 2001. [http://www.patrick-charaudeau.com/Visees-discursives-genres,83.html]
- « La télévision peut-elle expliquer ? », *In Penser la télévision*, collection Médias-Recherche, Nathan-Ina, Paris, [en ligne], 1998. [http://www.patrick-charaudeau.com/La-television-peut-elle-expliquer.html]
- *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Nathan, Paris, 1997.
- *Grammaire du sens et de l'expression*, Hachette Éducation, Paris, 1992.

Citton, Y., « Économies de l'attention et nouvelles exploitations numériques », *Multitudes*, n°54, 163-175, [en ligne], 2013. [https://www.cairn.info/revue-multitudes-2013-3-page-163.htm]

Cohen, E., « The Changing Faces of Contemporary Tourism », *Society*, vol. 45, n°4, 330-333, 2008.
- « "Primitive and Remote" Hill Tribe Trekking in Thaïland », *Annals of Tourism Research*, vol. 16, 30-61, Pergamon Press plc and J. Jafari, [en ligne], 1989. [https://www.academia.edu/33817860/Primitive_and_remote]
- « Authenticity and commodization in Tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 15, 371-386, Pergamon Press plc and J. Jafari, [en ligne], 1988. [https://www.uvm.edu/rsenr/rm230/Cohen%20-%20Authenticity%20and%20Commoditization.pdf]
- « Tourism and Time », *World Leisure and Recreation*, 28(3), 13-16, 1986.
- « A phenomenology of tourist experiences », *Sociology (Oxford)*, vol. 13, issue 2, 179 - 201, Thousand Oaks, CA, 1979.
- « Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter-Tourism », *International Journal of Comparative Sociology*, vol. 14 (1-2), 89-103, 1973.

- « Toward a Sociology of International Tourism », *Social Research*, vol. 39, n°1, 164-182, 1972.

Combes, C., « Les genres numériques de la relation », *Langages et société*, n°167, [en ligne], 2019.
[https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2019-2-page-51.htm]

Corbillé, S., « Tourisme, diversité enchanté et rapports symboliques dans les quartiers gentrifiés du Nord-Est de Paris », *Genèses*, n° 76, 30-51, [en ligne], 2009.
[https://www.cairn.info/revue-geneses-2009-3-page-30.htm]

Corbin, A., *L'avènement des loisirs – 1850-1960*, Aubier, Paris, 1995.

Courtine, J.-J., « Quelques problèmes théoriques et méthodologiques en analyse du discours, à propos du discours communiste adressé aux chrétiens », *Langages*, n°62, 9-128, [en ligne], 1981.
[https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1981_num_15_62_1873]

Cousin, S., « Authenticité et tourisme », *Les Cahiers du Musée des Confluences*, Tome 8, 59-66, [en ligne], 2011.
[https://www.persee.fr/doc/mhnly_1966-6845_2011_num_8_1_1558]

Cousin, S., Réau, B., *Sociologie du tourisme*, Collection Repère, La Découverte, Paris, [2009] 2016.

Crystal, D., *Language and the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge, 2006.

Culioli, A., *Pour une linguistique de l'énonciation – domaine notionnel*, tome 3, Ophrys, Paris, 1999.

Dann, G., *The Language of Tourism*, Cab International, Guildford (UK), 1996.

Davidson, K., « Alternative India: Trangressive Spaces », *In* Jaworski, A., et Pritchard, A., *Discourse, Communication and Tourism*, Channel View Publications, Clevedon, 28-52, 2005.

Delisle, M.-A., Jolin, L., *Un autre tourisme est-il possible ?* Presses de l'Université du Québec, Québec, 2007.

Demen-Meyer, C. « Le tourisme : essai de définition », *Management & Avenir* n°37-25, 2005.

Dequiré, A.-F., Danvers, F., « Présentation », *Spirale*, n° 67, 3-7, [en ligne], 2021.
[https://www.cairn.info/revue-spirale-revue-de-recherches-en-education-2021-1-page-3.htm]

Deseilligny, O., « Le blog intime au croisement des genres de l'écriture de soi », *In* Tomiche A., et Zoberman, P., *Les blogs – Écritures d'un nouveau genre ?*, L'Harmattan, 73-82, Paris, 2010.

- « Les marqueurs communicationnels dans les journaux personnels en ligne », *In Communication et langages*, nº150, 17-33, 2006.
[https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2006_num_150_1_5354]

Deseilligny, O., C. Angé, « Le maillage intertextuel des blogs voyage ou la production de figures du voyageur », *MEI* 33, L'Harmattan, [en ligne], mars 2011.

[https://mei-info.com/wp-content/uploads/2011/03/MEI33-131-140-Le-maillage-intertextuel-des-blogs.pdf]

Develotte, C., Paveau, M.-A., « Pratiques discursives et interactionnelles en contexte numérique. Questionnements linguistiques », *Langage et société*, n°160-161, 199-215, [en ligne], 2017.
[https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2017-2-page-199.htm]

Dolinine, C., « Le problème des genres du discours quarante-cinq ans après Bakhtine », *Langage et société*, n°87, 25-40, [en ligne], 1999.
[https://www.persee.fr/doc/lsoc_0181-4095_1999_num_87_1_2852]

Dortier, J.-F., « Homo Viator », *In* « L'imaginaire du voyage », *Sciences humaines*, n°240, 2012.

Doueihi, M., *La grande conversion numérique*, Éditions du Seuil, Paris, [2008] 2011.

Dubois, J., « Présentation », *Langages*, n°52, 3-4, [en ligne], 1978.
[https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1978_num_12_52_2623]

Dumazedier, J., *Vers une civilisation des loisirs ?* MkF Editions, Paris, [1962] 2018.

Dupront, A., « Tourisme et pèlerinage », *Communications*, 10, 97-121, [en ligne], 1967.
[https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1967_num_10_1_1145]

Eisenhart, C., Johnstone, B., « L'analyse du discours et les études rhétoriques », traduction de Cohen-Wiesenfeld, S. et Amossy, R., *Argumentation et analyse du discours*, n°9, [en ligne], 2012.
[https://doi.org/10.4000/aad.1415]

Escolin-Contensou, I., « Le blog, nouvel espace littéraire entre tradition et reterritorialisation », *In* Tomiche, A., Zoberman, P. (dir.), *Les blogs – Écritures d'un nouveau genre ?*, 13-22, L'Harmattan, Paris, 2010.

Fabry, P., « Le web 2.0 s'installe au cœur des stratégies touristiques », *Espaces*, n°265, 12-18, 2008.

Falardeau, I., Bourdeau, L., Marcotte, P., « Innovation et authenticité en tourisme. Points de rencontre », *Téoros*, n°37, 2, Hors Thèmes, [en ligne], 2018.
[https://journals.openedition.org/teoros/3323]

Febas Borras, J.- L., « Semiologia del lenguaje turistico », *Estudios Turisticos*, n°57-58, 17-204, 1978.

Feifer, M., *Going Places*, Macmillan, London, 1985.

Ferrard, É., « L'urbex, explorer les lieux abandonnés pour faire perdurer leur mémoire », *Géo* [en ligne], publié le 20 septembre 2019.
[https://www.geo.fr/aventure/lurbex-explorer-les-lieux-abandonnes-pour-faire-perdurer-leur-memoire-197634].

Flichy, P., *Le sacre de l'amateur*, Paris, 2010.

Foucault, M., *L'Archéologie du savoir*, Paris, Gallimard, 1969.

Franck, G., *Mentaler Kapitalismus*, Hanser, Munich, 2005.

Franck, G., Degoutin, C., « Capitalisme mental », *Multitude*, n°54, 199-213, [en ligne], 2013. [https://www.cairn.info/revue-multitudes-2013-3-page-199.htm]

Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., Freberg, L. A., « Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality », *Public Relations Review*, n°37, 90–92, [en ligne], 2011. [https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811110001207]

Furt, J.-M., Tafani, C., « L'authenticité, une stratégie de développement touristique ? », *Téoros*, vol. 36, n°1, 1-20, [en ligne], 2017. [https://journals.openedition.org/teoros/3014?lang=fr]

Garfield, E. « Citation indexes for science. A new dimension in documentation through association of ideas », *Science*, n° 122, [en ligne], 1955. [http://garfield.library.upenn.edu/papers/science1955.pdf]

Genette, G., *Seuils*, Seuil, Paris, 1987.

Georges, F., « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, 154, 165-193, [en ligne], 2009. [https://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-page-165.htm]

Giaufret, A., Vicari, S., « Guides de mémoire et stratégies discursives », *Congrès Mondial de Linguistique Française – CMLF 2020*, 7e Congrès Mondial de Linguistique Française, vol. 78, [en ligne], 2020. [https://doi.org/10.1051/shsconf/20207801008]

Gibson, J. J., *The Ecological Approach to Visual Perception*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, 1979.

Goody, J., *La raison graphique*, Les éditions de Minuit, Paris, 1979.

Graburn, N., « Key figure of mobility: the tourist », *Social Anthropology*, vol. 25, 83-96, 2017.

- « The Anthropology of Tourism », *Annals of Tourism Research*, vol. 10, 9-33, Pergamon Press and J. Jafari, [en ligne], 1983. [https://www.researchgate.net/publication/275694597_The_Anthropology_of_Tourism/link/57aceff708ae42ba52b27e2f/download]

Granjon, F., Denouël, J., « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, n°1, 25-43, [en ligne], 2010. [https://www.cairn.info/revue-sociologie-2010-1-page-25.htm]

Gravari-Barbas, M., Delaplace, M., « Le tourisme urbain "hors des sentiers battus" – Coulisses, interstices, et nouveaux territoires touristiques urbains », *Téoros*, n°34, 1-2, [en ligne], 2015. [https://journals.openedition.org/teoros/2790]

Gravari-Barbas, M., Jacquot, S., *Atlas mondial du tourisme et des loisirs – Du Grand Tour aux voyages low cost*, Éditions Autrement, Collection Atlas/Monde, Paris, 2018.

Grcic, L., Lukezic, M., « Créativité lexicale du discours touristique », *Anales de Filología Francesa*, vol. 26, [en ligne], 2018.
[https://doi.org/10.6018/analesff.26.1.352371]

Grize, J.-B., « Argumentation et logique naturelle », *In Textes et discours : catégories pour l'analyse*, Éditions universitaires de Dijon, 5-19, Dijon, 2004.

- *De la logique à l'argumentation*, Librairie Droz, Genève, 1982.
- « La schématisation et ses problèmes », *In* Grize, J.-B., *De la logique à l'argumentation*, Chapitre 9, 151 à 170, Librairie Droz, Genève, 1982a.
- « Schématisation, représentations et images », *In* Grize, J.-B., *De la logique à l'argumentation*, Chapitre 12, 197-206, Librairie Droz, Genève, 1982b.
- « Introduction. Vers une logique naturelle », *In* Grize, J.-B., *De la logique à l'argumentation*, Introduction, 25-33, Librairie Droz, Genève, 1982c.
- « Logique du discours et institutions sociales », *In* Grize, J.-B., *De la logique à l'argumentation*, Chapitre 13, 207-220, Librairie Droz, Genève, 1982d.

Guimelli, C., « Les représentations sociales », *La pensée sociale*, 63-78, Presses Universitaires de France, Paris, 1999.
[https://www.cairn.info/la-pensee-sociale--9782130497776-page-63.htm]

Haddad, G., « Ethos préalable et ethos discursif : l'exemple de Romain Rolland », *In* Amossy, R., *Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos*, Delachaux et Niestlé, 155-176, Lausanne, 1999.

Halbwachs, M., *La mémoire collective*, Albin Michel, Paris, [1950] 1997.

Hall, E. T., *The Hidden Dimension*, Doubleday, New York, 1966.

Hallem, Y., Sahut, M., Hikkerova, L., « Le "*slow tourisme*" comme voie pour améliorer le sentiment de bien-être », *Gestion 2000*, Association de Recherches et Publications en Management, vol. 37, n°3, 129-147, [en ligne], 2020.
[https://www.cairn.info/revue-gestion-2000-2020-3-page-129.html]

Halliday, M. A. K., *An Introduction to Functional Grammar*, Edward Arnod, London, 1985.

Harris, Z.S., « L'Analyse du discours », *Langages*, n°13, 8-45 (traduction française du précédent), 1969.

- « Discourse Analysis », *Language*, n°28, 1-30, 1952.

Hartmann, R., « Dark tourism, thanatourism, and dissonance in heritage tourism management: new directions in contemporary tourism research », *Journal of Heritage Tourism*, vol. 9, n°2, 166-182, Routledge, Londres, 2014.

Hartmann, R., Lennon, J., Reynolds, D. P., Rice, A., Rosenbaum, A. T. et Stone, P. R., « The history of dark tourism », *Journal of Tourism History*, vol. 10, n°3, 269-295, [en ligne], 2018.
[https://doi.org/10.1080/1755182X.2018.1545394]

Herring, S., Scheidt, L.-A., Bonus, S., Wright, E., « Bridging the gap: a genre analysis of weblogs », *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*, IEEE Computer Society Press, Los Alamitos, [en ligne], 2004.

[https://www.csus.edu/indiv/s/stonerm/genreanalysisofweblogs.pdf]

Howard, R. G., « Electronic hybridity and the vernacular Web », *Journal of American Folklore*, n°121, 192-218, University of Illinois Press, Champaign, 2008.

Hugon, S., *Circumnavigations, L'imaginaire du voyage dans l'expérience Internet*, CNRS – éditions, Paris, 2010.

Hutchins, E., « Comment le cockpit se souvient de ses vitesses », *Sociologie du travail*, vol. 36, n°4, 451-473, [en ligne], 1994.
[https://www.persee.fr/doc/sotra_0038-0296_1994_num_36_4_2190]

Huyghes F., « Influence », *Médium*, n° 18, Association Medium, 138-149, 2009.

Jaworski, A., et Pritchard, A., *Discourse, Communication and Tourism*, Channel View Publications, Clevedon, 2005.

Jeanneret, Y., Béguin, A., Cotte, D., Labelle, S., Perrier, V., Quinton, P., Souchier, E., « Formes observables, représentations et appropriation du texte de réseau », *In Lire, écrire, récrire*, Bibliothèque Centre de Pompidou, 93-158, [en ligne], 2003.
[https://books.openedition.org/bibpompidou/412?lang=fr]

Jeanneret, Y., Souchier, E., « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *In Communication et langages*, n°145, 3-15, [en ligne], 2005.
[https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2005_num_145_1_3351]

- « Pour une poétique des écrits d'écran », *Xoana*, n° 6, 97-107, Jean-Michel Place, Paris, 1999.

Jouili, E., « Sur la notion de champ lexical : la question de norme lexicale en didactique du lexique », [en ligne], mai 2007.
[https://www.researchgate.net/publication/29641449_Sur_la_notion_de_champ_lexical_la_question_de_norme_lexicale_en_didactique_du_lexique]

Katriel, T., « Remaking Place: Cultural Production in an Israeli Pioneer Settlement Museum », *History and Memory*, vol. 5, n°2, 104-134, [en ligne], 1993.

Kennedy, C., « "Just perfect!" The Pragmatics of Evaluation in Holiday Postcards », *In* A. Jaworski, A. et A. Pritchard, *Discourse, Communication and Tourism*, Channel View Publications, 223-246, Clevedon, 2005.

Kerbrat-Orecchioni, C., *Les actes de langage dans le discours*, Armand Colin, Paris, [2008] 2016.

- « Suivez le guide ! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de l'"Île d'Aphrodite" », *In* Baider F., M. Burger & D. Goutsos (éds.), *La communication touristique - Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, 134-150, L'Harmattan, Paris, 2004.
- *Les interactions verbales*, Tome I, Armand Colin, 3ème édition, Paris, [1990] 1998.
- *Les interactions verbales*, Tome III, Armand Colin, Paris, 1994.
- *L'Énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, Paris, 1980.

Kerouac, J., *On The Road*, Penguin books, Londres, [1957] 1995.

Kuhn, T. S., *La structure des révolutions scientifiques*, Flammarion, Paris, 1972.

Kleiber, G., « Référence, texte et embrayeurs », *Semen*, n°4, [en ligne], 1989.
[https://doi.org/10.4000/semen.6813]

- *«* Déictiques, embrayeurs, "token-réflexives", symboles indexicaux, etc. : comment les définir ? », *L'Information Grammaticale*, n°30, 3-22, [en ligne], 1986.
[http://www.persee.fr/doc/igram_0222-9838_1986_num_30_1_2122]

Kress, G., « Against Arbitrariness: The social production of the sign as a foundational issue in critical discourse analysis », *Discourse and Society*, 4(2), 169–191, Sage Publications, Thousand Oaks, 1993.

Kress G., Leeuwen (van), T., *Reading Images, The Grammar of Visual Design*, Routledge, second edition, New York, [1996] 2006.

Krieg-Planque, A., *Analyser les discours institutionnels*, Armand Colin, Paris, [2012] 2017.

Lahire, B., *Dans les plis singuliers du social. Individus, institutions, socialisations*, La Découverte, Paris, 2013.

- *Le travail sociologique de Pierre Bourdieu*, La découverte, Paris, 2001.

Lambrecht, M., « L'économie des plateformes collaboratives », *Courriers hebdomadaires du CRISP*, n°2311 – 2312, 26, 5-80, Bruxelles, 2016.

Le Gallou, A., « Espaces marginaux et fronts pionniers du tourisme urbain : approcher les ruines urbaines au prisme de la notion d'(extra)ordinaire », *Bulletin de l'association de géographes français* [En ligne], 95-4, mis en ligne le 31 décembre 2019.
[https://journals.openedition.org/bagf/4241]

- « De l'urbex au tourisme de ruines. Enjeux touristiques et patrimoniaux des espaces urbains abandonnés », *Espaces*, n°340, Janvier 2018.

Lehti, L., « Blogging politics in various ways: A typology of French politicians' blogs », *Journal of pragmatics*, n°43, 1610-1627, [en ligne], 2011.
[https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0378216610004054?via%3Dihub]

Leiper, N., « The Framework of Tourism – Toward a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry », *Annals of Tourism Research,* n°VI (4), 390-407, Pergamon Press plc and J. Jafari, 1979.

Lemke, J. L., « Travels in hypermodality », *Visual Communication*, vol. 1(3), 299–325, Sage Publications, London, 2002.

Le Querler, N., *Typologie des modalités*, Presses Universitaires de Caen, Caen, 1996.

Longhi, J., Garric, N., « Théoriser le genre pour déjouer ses frontières et construire le sens », *Pratiques*, 157-158, [en ligne], 2013.
[https://journals.openedition.org/pratiques/3543]

MacCannell, D., *The Tourist -a New Theory of the leisure class - 2e*, University of California Press, édition revisitée [1976], Bekerley, 2013.

- *The ethics of sightseeing*, University of California Press, Bekerley, 2011.

Maci, S. M., *English Tourism Discourse*, Hoepli. Édition du Kindle, 2020.

MacKay, K. -J., Fesenmaier, D. -R., « Pictorial element of destination in image formation », *Annals of Tourism Research*, vol. 4, n°3, 537-565, 1997.

Maingueneau, D., « champ discursif », *Glossaire – quelques concepts*, [en ligne], consulté le 4 mai 2021.
[http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/glossaire.html#Cham]

- *Analyser les textes de communication*, 4e édition, Armand Colin, Paris, [2013] 2021.
- *Discours et analyse du discours*, Armand Colin, Paris, 2014.
- « Que cherchent les analystes du discours ? », *Argumentation et Analyse du Discours*, n°9, 1-17, [En ligne], 2012.
  [http://journals.openedition.org/aad/1354]
- « Pertinence de la notion de formation discursive en analyse du discours », *Langage et société*, n°135, 87-99, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, [en ligne], 2011.
  [https://www.cairn.info/revue-langage-et-societe-2011-1-page-87.htm]
- *Les termes clés de l'analyse du discours*, Éditions du Seuil, Paris, [1996] 2009.
- « Champ discursif », *in* Charaudeau, P., et Maingueneau, D., *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, 2002a.
- « Positionnement », *in* Charaudeau, P., et Maingueneau, D., *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, 2002b.
- « L'ethos, de la rhétorique à l'analyse du discours », version raccourcie et légèrement modifiée de « Problèmes d'ethos », *Pratiques*, n° 113-114, [en ligne], 2002c.
  [http://dominique.maingueneau.pagesperso-orange.fr/pdf/Ethos.pdf]
- « Ethos, scénographie, incorporation », *in* R. Amossy, *Images de soi dans le discours – La construction de l'ethos*, Delachaux et Niestlé, 75-100, Lausanne, 1999.
- *Genèses du discours*, Philosophie et langage, Perre Mardaga Éditeur, Bruxelles, 1984.
- *Sémantique de la polémique*, L'Âge d'Homme, Lausanne, 1983.

Maingueneau, D. et Guilbert, T., « Subvertir la distinction même entre texte et contexte », *Mots. Les langages du politiques*, n°120, 185-198, [en ligne], 11 juillet 2019.
[http://journals.openedition.org/mots/25454]

Magno, F., Cassia, F., « The impact of social media influencers in tourism », *Anatolia*, vol. 29, n°2, 288-290, [en ligne], 2018.
[DOI: 10.1080/13032917.2018.1476981]

Maldidier, D., *L'inquiétude du discours, Textes de Michel Pêcheux choisis et présentés par Denise Maldidier*, Éditions des cendres, Paris, 1990.

Marcoccia, M., *Analyser la communication numérique écrite*, Armand Colin, Paris, 2016.

Marignier, N., *Les matérialités discursives du sexe – La construction et la déstabilisation des évidences du genre dans les discours sur les sexes atypiques*, Thèse de doctorat sciences du langage, sous la direction de Luca Greco et Marie-Anne Paveau, Université de Paris 13 Sorbonne Paris Cité, soutenue le 18 novembre 2016.

Mayeur, I., Paveau, M.-A., « Présentation. Les devenirs du texte numérique natif », *Corela*, HS-33, [en ligne], 2020.
[https://doi.org/10.4000/corela.11749]

McWha, R., Frost, W., Laing, J., Best, G., « Writing for the anti-tourist? Imagining the contemporary travel magazine reader as an authentic experience seeker », *Current Issues in Tourism*, n°19:1, 85-99, 2016.

Mercanti-Guérin, M., Vincent, M., « Chapitre 3. Affiliation et programmatique à l'heure des plateformes », *In* Mercanti-Guérin, M., Vincent, M., *Publicité digitale*, 51-78, Dunod, [en ligne], 2016.
[https://www.cairn.info/publicite-digitale--9782100743643-page-51.htm]

Merzeau, L., « Du signe à la trace : l'information sur mesure », *Hermès La Revue*, n° 53, 21-29, [en ligne], 2009.
[https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2009-1-page-21.htm]

Mitterand, H., *ABC de grammaire française*, Fernand Nathan, Paris, 1969.

Moeschler, J., « Référence temporelle et déixis: vers une approche milnérienne », In *Tranel,* vol. 17, 97-122, [en ligne], 1991.
[https://www.unine.ch/files/live/sites/tranel/files/Tranel/17/Moeschler_97-122.pdf]

- « Subjectivité et langage. L'exemple du présent historique », *In* Pavelin Lesic, B., *Francontraste : L'affectivité et la subjectivité dans le langage*, 29-40, [en ligne], Zagreb, 2013.
[https://www.studocu.com/it/document/universita-degli-studi-di-napoli-lorientale/lingua-francese-iii/subjectivite-et-langage/7262226]

Moirand, S., « Discours, mémoires et contextes : à propos du fonctionnement de l'allusion dans la presse », *Colera*, H.-S. n°6, [en ligne], 2007.
[http://journals.openedition.org/corela/1567]

- « Textes / discours et co(n)textes. Entretien », *Pratiques*, n°129-130, 43-49, [en ligne], 2006.
[https://www.persee.fr/doc/prati_0338-2389_2006_num_129_1_2094]
- « Des façons de nommer "les jeunes" dans la presse quotidienne nationale », *Adolescence*, n°24, 907-919, [en ligne], 2004a.
[https://www.cairn.info/revue-adolescence-2009-4-page-907.htm]
- « Le même et l'autre dans les guides de voyage au XXIe siècle », *In* Baider, F., Burger, M. et Goutsos, D. (eds), *La communication touristique - Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, 151- 172, l'Harmattan, Paris, 2004b.
- *Une grammaire des textes et des dialogues*, Hachette, Paris, 1990.

Mondada, L., « L'indexicalité de la référence dans l'interaction sociale : construction discursive du "je" et de l'"ici" », *Revista da Abralin*, vol.1, n°1, 127-169, [en ligne], 2002.
[https://www.readcube.com/articles/10.5380%2Frabl.v1i1.52706]

Morgan, M. H., *Speech Communities*, Cambridge University Press, New York, 2014.

Mortureux, M.-F., « Paradigmes désignationnels », *Semen* 8, [en ligne], 1993.
[https://journals.openedition.org/semen/4132]

Moscovici, S., « Des représentations collectives aux représentations sociales : éléments pour une histoire », *In* Jodelet, D., *Les représentations sociales*, 79-103, P.U.F., Paris, 2003.

Mourlhon-Dallies, F., Une méthodologie pour l'analyse linguistique de genres discursifs produits en situation professionnelle : étude d'écrits touristiques sur Venise en quatre langues, Thèse de doctorat soutenue à Université de la Sorbonne Nouvelle Paris III, sous la direction de Sophie Moirand, Paris, 1995.

- « Variations discursives d'écrits touristiques : l'exemple de Venise », *In* Moirand, S., Bouacha Abdelmadjid, A., Beacco, J.-C., Collinot, A., *Parcours Linguistiques de discours spécialisés*, Peter Lang, 1994.

Mourlhon-Dallies, F., Colin, J.-Y., « Des didascalies sur Internet ? », *Internet, communication et langue française*, Hermès, Paris, 1999.

Mucchielli, A., *Psychologie de la Communication*, Chapitre 1, 11-14, Presses Universitaires de France, Paris, 1995.

Münchow, P. (von), *L'analyse du discours contrastive – Théorie, méthodologie, pratique*, Lambert-Lucas, Limoges, 2021.

- « Quand le non-dit n'est pas l'implicite : comment rendre visibles les silences dans le discours ? », *Signes, Discours et Sociétés*, n°17, [en ligne], 2016. [http://revue-signes.gsu.edu.tr/article/-LY-6XwEW9n8ye3pKT1y#_ftn2]
- « Le discours rapporté dans un forum de discussion sur l'internet », *Les Carnets du Cediscor*, 8, 91-112, [En ligne], 2004. [http://journals.openedition.org/cediscor/702]

Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., Swartz, L., « Why we blog », *Communications of the ACM*, vol. 47, n°12, 41-46, [en ligne], 2004. [https://www.researchgate.net/publication/220426445_Why_we_Blog/link/0deec534af8f213fac000000/download]

Nash, D., « Tourism as a Form of Imperialism », *in* Smith, V. L., *Hosts and Guests, The Anthropology of Tourism*, University of Penssylvania Press, Philadelphie, 1977.

Neveu, P., « Couchsurfing : la distinction touristique par la rencontre », *Téoros*, n°36, 1, [en ligne], 2017. [https://journals.openedition.org/teoros/3026]

Nissenbaum, H., « A Contextual Approach to Privacy Online », *Daedalus*, vol. 140, n°4, 32–48, The MIT Press, [en ligne], 2011. [https://direct.mit.edu/daed/article/140/4/32/26914/A-Contextual-Approach-to-Privacy-Online]

O'Reilly, C. C., « Tourist or Traveller? Narrating Backpacker Identity", *In*, Jaworski, A., Pritchard, A., *Discourse, Communication and Tourism*, 150-169, Chanel View Publications, Clevedon, 2005.

Orlandi, E., *Les formes du silence. Dans le mouvement du sens*, Éditions des Cendres, Paris, 1994/1996.

Paquot, T., *Le voyage contre le tourisme*, Eterotopia France, Paris, 2014.

Papen, U., « Exclusive, Ethno and Eco: Representations of Culture and Nature in Tourism Discourses in Namibia », *In* Jaworski, A., et Pritchard, A., *Discourse, Communication and Tourism*, Channel View Publications, Clevedon, 79-97, 2005.

Paveau, M.-A., *L'analyse du discours numérique – dictionnaire des formes et des pratiques*, Hermann Éditeurs, Paris, 2017a.

- « Des discours et des liens. Hypertextualité, technodiscursivité, écrilecture », *Semen*, n°42, [en ligne], 2016.
  [https://journals.openedition.org/semen/10609]
- « Ce qui s'écrit dans les univers numériques - Matières technolangagières et formes technodiscursives », *Itinéraires*, 2014-1, [en ligne], 2015.
  [http:// itineraires.revues.org/2313]

Pêcheux, M., *Analyse automatique du discours*, Dunod, Paris, 1969.

Pereira Couttolenc, E., « Les mécanismes sociodiscursifs de l'enchantement dans les blogs voyage », *Annales de l'université de Craïova*, Editura Universitaria, 112-134, Craïova, [en ligne], 2022.
[https://litere.ucv.ro/litere/sites/default/files/litere/Cercetare/Activitate%20stiintifica/Analele%20Facultatii%20de%20Litere/d_20.01_auc_llr_2021_alicecamelia_28_ian_1.pdf]

- « Être influenceur voyage et maintenir l'envie du monde en temps de pandémie », *Mondes du Tourisme*, n°20, mis en ligne le 15 décembre 2021.
  [https://doi.org/10.4000/tourisme.4002]
- « Les représentations du conflit interculturel dans le discours – Cas des Français de l'Étranger au Mexique », mémoire de recherche – Master en Sciences Humaines et Sociale (Didactique des Langues), sous la direction de von Münchow, P., Université Paris Descartes, Paris, 2015.

Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L., *Traité de l'argumentation, la nouvelle rhétorique*, Éditions de l'Université de Bruxelles, Bruxelles, [1958], 1970.

Pommery, A.-L., « La tentation du sac à dos », N. Marquis, *Le changement personnel – Histoire, mythes et réalités*, 160-163, Éditions Sciences Humaines, Auxerres, 2015.

Pottier, B. et al., *Le langage*, ouvrage réalisé sous la direction de Bernard Pottier, CEPL, Paris, 1973.

Rabatel, A., « Récit et mobilité empathique », *Pratiques*, 181-182, [en ligne], 2019
[https://journals.openedition.org/pratiques/5655]

- « Effacement énonciatif et effets argumentatifs indirects dans l'incipit du *Mort qu'il faut* de Semprun », *Semen*, n°17, [en ligne], 2004.
  [https://journals.openedition.org/semen/2334]
- « La valeur de "on" pronom indéfini/pronom personnel dans les perceptions représentées », *L'information Grammaticale*, n°88, 28-32, [en ligne], 2001.
  [http://www.persee.fr/doc/igram_0222-9838_2001_num_88_1_2726]

Rauch, A., *Vacances en France de 1830 à nos jours*, Hachette, Paris, 1996.

Rebotier, A., « Le futur périphrastique français avec aller : un renvoi spécifique à l'avenir ou un temps en voie de grammaticalisation ? Une approche contrastive », *Revue de Sémantique et Pragmatique*, n°38, 11-34, [en ligne], 2015.
[https://journals.openedition.org/rsp/502#tocto1n2]

Réau, B. et Poupeau, F., « L'enchantement du monde touristique », *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n° 170, 4-13, Le Seuil, [en ligne], 2007.
[https://www.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2007-5-page-4.htm]

Rebeyrolle, J., « L'acte définitoire dans les guides touristiques », *In* Baider, F., Burger, M. et Goutsos, D. (eds), *La communication touristique - Approches discursives de l'identité et de l'altérité*, l'Harmattan, 173-188, Paris, 2004.

Reichenbach, H., *Elements of symbolic logic*, Free Press, New York, 1947.

Rieffel, R., *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Gallimard, Paris, 2014.

Riegel, M., « Définition directe et indirecte dans le langage ordinaire: les énoncés définitoires copulatifs », *Langue Française*, n°73, 29-53, [en ligne], 1987.
[https://www.persee.fr/docAsPDF/lfr_0023-8368_1987_num_73_1_6427.pdf]

Riegel, M., Pellat, J.-C., Rioul, R., *Grammaire méthodique du français*, PUF, Paris, [1994] 1996.

Rollandin, M., « La réfléxivité communicationnelle, processus facilitant la construction d'une autorité dans les espaces médiatisés participatifs », *Quaderni*, n°93, 53-61, [en ligne], 2017.
[https://www.cairn.info/revue-quaderni-2017-2-page-53.htm]

Romero, C., *L'intensité et son expression en français*, Éditions Ophrys, Paris, 2017.

- « Pour une définition générale de l'intensité dans le langage », *Travaux de linguistique*, n°54, 57-68, [en ligne], 2007.
[https://www.cairn.info/revue-travaux-de-linguistique-2007-1-page-57.htm]

Rosier, L., « De la vive voix à l'écriture vive. L'interjection et les nouveaux modes d'organisation textuels », *Langages*, n°161, 112-126, [en ligne], 2006.
[http://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_2006_num_40_161_2709]

Sbisà, M., « Illocutionary force and degrees of strength in language use », *Journal of Pragmatics*, vol. 33, n°12, 1791-1814, [en ligne], décembre 2001.
[https://doi.org/10.1016/S0378-2166(00)00060-6]

Searle, J.-R., *Sens et expression - étude de théorie des actes de langage*, Les Éditions de Minuit, Paris, 1979.

Seoanne, A., *Les mécanismes énonciatifs dans les guides touristiques, entre genre et positionnements discursifs*, l'Harmattan, Paris, 2013.

Siblot, P., « De l'un à l'autre, Dialectique et dialogisme de la nomination identitaire », *In* Bres, J., Delamotte – Legrand, R., Madray-Lesigne, F., Siblot, P., *L'autre en discours*, Éditions de l'Université Paul Valery, Montpellier III, Montpellier, 1998.

Sigala, M., « Part I. Social media applications for co-creating customer value and experience », *In* Sigala, M., Gretzel, U., *Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality*, Taylor and Francis, Edition du Kindle, 7-11, 2018.

- « Collaborative commerce in tourism: implications for research and industry », *Current Issues in Tourism*, vol. 20, n°4, 346-355, [en ligne], 2017.

[DOI: 10.1080/13683500.2014.982522]

Simon, G., « Des backpackers à Paris – condition touristique assumée et expérience composite de la ville », *Téoros*, vol. 32, n°1, 80-88, [en ligne], 2013.
[https://www.erudit.org/fr/revues/teoros/2013-v32-n1-teoros02539/1036657ar.pdf]

Souchier, E., « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les cahiers de médiologie*, n°6, 137-145, [en ligne], 1998.
[https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-de-mediologie-1998-2-page-137.]

Souchier, E., Wrona, A., « L'impensé du texte. Pour une approche sémiotique du texte entre "image du texte", rhétorique et médiation », *In* Boutaud, J.-J. et Berthelot-Guiet, K., *Sémiotique, mode d'emploi*, Le Bord de l'eau, 173-189, Lormont, 2015.

Suchet, A., « Le concept de champ pour une approche interdisciplinaire du tourisme », *Monde du Tourisme*, Varia, n°8, [en ligne], 2013.
[https://journals.openedition.org/tourisme/74]

Tisseron, S. « Intimité et extimité », *Communications*, n° 88, 83-91, [en ligne], 2011.
[https://www.cairn.info/revue-communications-2011-1-page-83.htm]

Turco, A., « Ailleurs », *In* Lévy, J., Lussault, M., *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003.

Turner, V., Turner, E., *Image and Pilgrimage in Christian Culture*, Colombia University Press, New York, 1978.

United Nations, *International Recommandations For Toursim Statistic 2008,* n°10, United Nations, Department of Economic and Social Affairs, New York, 2010. [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21]

Urbain, J.-D., « La crise ne va pas tuer l'imaginaire touristique », *Espace*, n°355, Juillet 2020.
- *L'Envie du Monde*, 2ème édition, Éditions Bréal, Paris, 2018.
- *L'idiot du voyage – Histoire de touristes*, Édition Payot & Rivages, Paris [1991], 2002.

Uriely, M. « Deconstructing tourist typologies: the case of backpacking *», International journal of culture, tourism and hospitality research*, vol. 3, n°4, 306-312, 2009.

Uriely, N., Yonay, Y., Simchai, D., « Backpacking experiences – A type and form analysis », *Annals of Tourism Research*, vol. 29, n°2, 520–538, Pergamon Press plc and J. Jafari, 2002.

Urry, J., « The "Consuming" of Place », *In* Jaworski, A., et Pritchard, A., *Discourse, Communication and Tourism*, Channel View Publications, 19-27, Clevedon, 2005.
- « The Tourist Gaze "revisited" », *American Behavioral Scientist*, vol. 36, n°2, 172-186, Sage Publications, [en ligne], 1992.
[https://journals-sagepub-com.ezproxy.u-paris.fr/doi/abs/10.1177/0002764292036002005]
- *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage, London, 1990.

Vanderveken, « La théorie des actes de discours et l'analyse de la conversation », *Cahiers de la linguistique française*, n°13, 8-61, [en ligne], Genève, 1992.
[https://clf.unige.ch/files/4114/4103/3084/02-Vanderveken_nclf13.pdf]

Vion, R., « “Effacement énonciatif” et stratégies discursives », *In De la syntaxe à la narratologie énonciative*, De Mattia, M., Joly, A., 331-354, Ophrys, Paris, 2001.

Wagner, A.-C., « La place du voyage dans la formation des élites », *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, n°170, 2007/5, 58-65, 2007.

Wang, N., « Rethinking Authenticity in Tourisme Experience », *Annals of Tourism Research* vol. 26, n°2, 349-370, Pergamon Press plc and J. Jafari, [en ligne], 1999. [https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/118.pdf]

Willet, G., « Paradigme, théorie, modèle, schéma : qu’est-ce donc ? », *Communication et Organisation*, n°10, Presse Universitaires de Bordeaux, [en ligne], 1996. [https://journals.openedition.org/communicationorganisation/]

Winkin, Y., « Proposition pour une anthropologie de l’enchantement », *In* Rasse, P., Midol, N., Triki, F. (éd.), *Unité-diversité. Les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, 169-179, L’Harmattan, Paris, 2002.

Winsky, N., Dickow, J. « Les blogs de voyage, entre mise en scène personnelle et positionnement commercial - un cadre conceptuel », *Via Tourism*, 20, [en ligne], 2021. [http://journals.openedition.org/viatourism/7988]

Wood, A., « “What Happens [in Vegas]”: Performing the Post-Tourist Flâneur in “New York” and “Paris” », *Text and Performance Quartely*, vol. 25, n°4, 331-333, 2005.

World Tourism Organisations, « Le tourisme mondial consolide sa croissance en 2019 », Organisation Mondial du Tourisme, publié le 20 janvier 2020. [https://www.unwto.org/fr/le-tourisme-mondial-consolide-sa-croissance-en-2019]

Wouters, P., « Aux origines de la scientométrie. La naissance du Science Citation Index », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 164, [en ligne], 2006. [https://www.cairn.info/revue-actes-de-la-recherche-en-sciences-sociales-2006-4-page-11.htm]

Xiang, Z., Gretzel, U., « Role of social media in online travel information search », *Tourism Management*, 31(2), 179–188, 2010.

Xu, X., Pratt, S. « Social media influencers as endorsers to promote travel destinations : an application of self-congruence theory to the Chinese Generation Y », *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35:7, 958-972, [en ligne], 2018. [https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1468851]

Yanoshevsky, G., « Introduction : les discours du tourisme, un objet privilégié pour l’analyse du discours », *Argumentation et Analyse du Discour*, n°27, [en ligne], 2021. [http://journals.openedition.org/aad/5425]

- « Expériences dialogiques en littérature de fiction, le cas du dialogue interculturel dans Agar d'Albert Memmi », Mémoire de Maîtrise, Université de Tel Aviv, 1995.

La présentation de soi des auteur.e.s de blogs voyage : une identité discursive du voyageur amateur ?

Le numérique bouscule des modèles de légitimité et des paradigmes de crédibilité fondés sur la réponse à la question « qui peut dire quoi et avec quelle autorité ? ». Dans un cadre subordonné à l'analyse du discours et dans le champ discursif du tourisme, on interroge la présentation de soi des auteurs de blogs voyage au prisme de leurs pratiques discursives, visuelles et techniques. Comment un individu inconnu du grand public peut-il, d'une part, bénéficier d'une audience et, d'autre part, disposer d'une résonance sur les agissements des internautes ? Pour répondre à cette question, on formule l'hypothèse que le blog voyage est un espace privilégié pour qui cherche à observer l'émergence de ce type de paroles. Une fois définis et délimités les enjeux sociologiques, théoriques et méthodologiques d'un tel objet, on caractérise les postures discursives des blogueur.euse.s à partir de documents extraits de 8 blogs voyage et recueillis au cours de deux configurations socio-historiques distinctes (2016-2020 et 2020-2021). Ainsi, on a procédé à la description de 8 pages de présentation de blogs, de 164 billets, de 110 images, de 9 vidéos et de 345 commentaires avant de souligner les similitudes et les différences entre les résultats obtenus à partir de l'exploitation des deux sous-ensembles de données. Les analyses font état non seulement de la matérialisation d'un ensemble de visées communicationnelles (informatives, prescriptives et incitatives) conventionnellement attendues dans les productions des auteur.e.s mais ont également souligné la prépondérance surprenante de la dernière visée pragmatique. L'étude contrastive des données recueillies au cours du confinement (2020-2021) confortent les premiers résultats obtenus tout en pointant une modification majeure dans les interventions des locuteur.trice.s. L'originalité de ce travail est ainsi non seulement de questionner l'émergence d'une identité discursive, celle du voyageur amateur, mais également de présenter et d'analyser les productions dans un cadre de réflexion qui octroie aux conditions d'émergence et de production de la parole des auteur.e.s une place majeure. En sus, au cours du cheminement de la thèse, les notions de *textualité*, de *présentation de soi* et de *positionnement discursif* sont questionnées au prisme des caractéristiques qui composent les données de ce corpus numérique.

Mots clés : analyse du discours, présentation de soi, blogs voyage, numérique, tourisme.

The travel bloggers self-presentation: the emergence of an amateur traveler discursive identity?

Digital technology and its affordances are shaking up traditional models of legitimacy and credibility based on the answer to the question "who is legitimate to say what and according to which authority?". Elaborated within the theoretical framework of discourse analysis, this dissertation addresses issues that concern tourism field studies too. Indeed, in this work, we analyze the self-presentation of travel bloggers from their discursive, visual, and technical practices to understand how an individual, usually unknown to web users, can benefit from an audience and gets an influence on their behaviors. To tackle this matter, we formulate the hypothesis that travel blogs stand in a privileged place for those who seek to observe the emergence of these prescriptive words. Once the sociological, theoretical, and methodological issues of such matter have been defined and delimited, we characterize the discursive postures of bloggers according to documents extracted from 8 relatively popular travel blogs and collected during two distinct socio-historical periods (2016-2020 and 2020-2021). We thus proceed to the analysis of a set of 8 blog presentation pages, 164 posts, 110 images, 9 videos and 345 comments. Results of the investigation not only show the materialization of a set of communication aims (informative, prescriptive and incentive) conventionally expected in the productions of the travel bloggers but also underline the surprising preponderance of the last pragmatic aim. The contrastive study of the data collected during the confinement (2020-2021) confirms the first results while pointing to a major modification. The originality of this work is thus not only to question the emergence of a discursive identity, that of the amateur traveler, but also to present and analyze the bloggers' posts in a theoretical and methodological framework that gives major importance to the conditions of production of the bloggers' speech. During our demonstration, the notions of *textuality*, *self-presentation* and *discursive position* are questioned through the prism of the characteristics that make up the data of this digital corpus.

Keywords: discourse analysis, self-presentation, digital, tourism, travel blogs.

Université Paris Cité
École doctorale ED 622 « Sciences du langage »
Laboratoire Éducation Discours Apprentissages
EA 4071

Thèse de doctorat en sciences du langage

La présentation de soi des auteur.e.s de blogs voyage : une identité discursive du voyageur amateur ?

Eugénie Pereira Couttolenc

Dirigée par Patricia von Münchow

Présentée et soutenue publiquement le vendredi 2 décembre 2022

Devant un jury composé de :

Mme Florence Mourlhon-Dallies, Professeure en sciences du langage, Université Paris Cité, présidente et examinatrice ;
Mme Sophie Moirand, Professeure émérite, Université Sorbonne Nouvelle, rapporteur ;
Mme Fabienne Baider, Professeure associée en linguistique et en études de genre, Université de Chypre, rapporteur ;
Mr Michel Marcoccia, Maître de conférence, en sciences de l'information et de la communication, Université de technologie de Troyes, examinateur.
Mme Patricia von Münchow, Professeure en sciences du langage, Université Paris Cité.

Volume 2 – Les annexes

Table des matières

1. Description des pages d'accueil des blogs du corpus 7

1.1. Exemple visuel de l'organisation de la page d'accueil du blog Un Couple en Vadrouille 7
1.2. B1–D, description de la page d'accueil du blog B1 8
1.3. B2–D, description de la page d'accueil du blog B2 13
1.4. B3–D, description de la page d'accueil du blog B3 22
1.5. B4–D, description de la page d'accueil du blog B4 33
1.6. B5–D, description de la page d'accueil du blog B5 40
1.7. B6–D, description de la page d'accueil du blog B6 45
1.8. B7–D, description de la page d'accueil du blog B7 55
1.9. B8–D, description de la page d'accueil du blog B8 66

2. Documents d'analyses destinés à la présentation des blogueur.euse.s 77

2.1. Grille d'analyses B1– P1– Bandeau de présentation [Mathilde] 77
2.2. Grille d'analyses B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ? 81
2.3. Grille d'analyses B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? 108
2.4. Grille d'analyses B2 – P2 – Bandeau [à propos] 117
2.5. Grille d'analyses B3 – P1 – Section [À propos] – Jordy Meow 118
2.6. Grille d'analyses B3 – P2 – Section [À propos] – Biographie 122
2.7. Grille d'analyses B3 – P3 – Section [À propos] – Contact 126
2.8. Grille d'analyses B3 – P4 – Bandeau de présentation 131
2.9. Grille d'analyses B3 – P5 – Bandeau de présentation interne aux billets 139
2.10. Grille d'analyses B4 – P1 – Section [À propos] – Gaijin au Japon 142
2.11. Grille d'analyses B4 – P2 – Section [À propos] – À propos d'Aala 156
2.12. Grille d'analyses B4 – P3 – Bandeau horizontal 182
2.13. Grille d'analyses B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ? 187
2.14. Grille d'analyses B6 – P1 – [À propos] – À propos 210
2.15. Grille d'analyses B7 – P1 – À propos 231
2.16. Grille d'analyses B8 – P1 – Section [À propos de nous] – À propos de nous 248
2.17. Grille d'analyses B8 – P2 – Encart module vertical [À propos de nous] 254

3. Exemple B1 de documents d'analyses des billets de contenu 258

3.1. Grille d'analyse B1 – A1 – Awkward questions / Les questions qui fâchent quand on s'expatrie 258
3.2. Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon 283
3.4. Grille d'analyse B1 – A3 – Section [Rhode Island, Summer series] – Summer series n°2 des vacances à Block Island 334
3.4. Grille d'analyse B1 – A4 – Section [Différences culturelles France – États-Unis] – Sourire extra-fresh 343

4. Transcription des billets de présentation 366

4.1. B1 – P1 – Bandeau horizontal des billets [Prénom B1] 366
4.2. B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ? 366
4.3. B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? 375
4.4. B2 – P2 – Bandeau [à propos] 377
4.5. B3 – P1 – Section [À propos] – Jordy Meow 378

4.6. B3 – P2 – Section [À propos] – Biographie 379
4.7. B3 – P3 – Section [À propos] – Contact 380
4.8. B3 – P4 – Bandeau de présentation 381
4.9. B3 – P5 – Bandeau de présentation interne aux billets 381
4.10. B4 – P1 – Section [À propos] – Gaijin au Japon 383
4.11. B4 – P2 – Section [À propos] – À propos d'Aala 385
4.12. B4 – P3 – Bandeau horizontal 392
4.13. B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ? 393
4.14. B6 – P1 – [À propos] – À propos 398
4.15. B7 – P1 – À propos 401
4.16. B8 – P1 – Section [À propos de nous] – À propos de nous 403
4.17. B8 – P2 – Encart module vertical [À propos de nous] 404

5. Transcription des billets de contenu 405

5.1. B1 – A1 – Section Vis ma vie d'expatrié – Les questions qui fâchent quand on s'expatrie 405
5.2. B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon 409
5.3. B1 – A3 – Section [Rhode Island, Summer series] – Summer series n°2 des vacances à Block Island. 423
5.4. B1 – A4 – Section [Différences culturelles France – États-Unis] – Sourire extra-fresh 425
5.5. B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire 429
5.6. B2 – A2 – Section [République Tchèque] – République Tchèque : Česky Kumlov, au cœur de la bohême du sud 433
5.7. B2 – A3 – Section [Expatriation] – Journal d'expatriation – février 2019 436
5.8. B2 – A4 – Section [Autriche] – À la découverte de la belle et impériale Vienne 439
5.9. B3 – A1 – Section [les derniers articles] – Les Monstres de Neige de Zao 443
5.10. B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi – Chihiro, Singes & Onsen 446
5.11. B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura 452
5.12. B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon 457
5.13. B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon ... 466
5.14. B4 – A2 – Section [Voyage au Japon] – Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi 471
5.15. B4 – A3 – Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté 475
5.16. B4 – A4 – Tokyo Guest House – Oakhouse 479
5.17. B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA 486
5.18. B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles 493
5.19. B5 – A3 – Section [Ouest américain – USA – Voyages] – Grand-Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose 497
5.20. B5 – A4 – Section [Afrique du Sud - Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland 501
5.21. B6 – A1 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Visiter Portsmouth en famille 505
5.22. B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand 512
5.23. B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – Conduire en Angleterre 515
5.24. B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites 521
5.25. B7 – A2 – Suisse | Le train rapide le plus lent du monde – le glacier express 546
5.26. B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain 552
5.27. B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne - Voyages] – Un week-end à Berlin 569
5.28. B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York 578
5.29. B8 – A4 – Section [Europe – Belgique] – Bruxelles Ma Belle 588
5.30. B7 – A4 – Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller ! 593

6. Nombre de mots du corpus 610

7. Les chiffres du sous-corpus 1 612

8. Les adresses des sites internet 612

9. Documents composant le sous-corpus 2 (sur clé USB)..... 613

10. Documentation du sous-corpus 1(sur clé USB) 618

11. Liste des blogs explorés hors corpus (Septembre 2015 – Janvier 2021)..... 620

12. Documentation des billets de blogs explorés hors corpus (2016 – 2022) (sur clé USB) 621

13. Documentation des images du Corpus 1 624

13.1. B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon – Images 624
13.2. B1 – P1 – Bandeau de présentation [Mathilde] – Images 630
13.3. B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ? – Images. 631
13.4. B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire – Images 632
13.5. B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? – Images 635
13.6. B3 – A1 – Section [les derniers articles] – Les Monstres de Neige de Zao – Images 636
13.7. B3 – P4 – Bandeau de présentation – Images 640
13.8. B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon – Images 641
13.9. B4 – P3 – Bandeau horizontal – Images 644
13.10. B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA – Images 645
13.11. B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles – Images 646
13.12. B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ? – Images 649
13.13. B6 – A1 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Visiter Portsmouth en famille – Images..... 650
13.14. B6 – P1 – [À propos] – Images 654
13.15. B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites – Images..... 655
13.16. B7 – P1 – À propos – Images..... 658
13.17. B8 – A1 – Road Trip dans l'Ouest Américain – Images..... 659
13.18. B8 – P2 – Encart module vertical – Images 663

14. Grille d'analyses des images des blogs du sous corpus 1 (sur Clé USB) 664

15. Éléments d'analyse du sous corpus 2..... 665

15.1. Relevé des marques de la personne désignant le blogueur sur B4-A9..... 665
15.2. Relevé des marques de la personne désignant le blogueur sur B4-A1..... 668

16. Exemple de documentation de blogs inactifs à la date de rédaction de la thèse..... 673

16.1. A propos – Mom Everywhere (2017-12-08)..... 673
16.2. Mom Everywhere page d'accueil..... 676
16.3. Qui suis-je ? – MumInLearning, une expat' à Singapour (2017-09-05 13-04-12)..... 679
16.4. MumInLearning, une expat' à Singapour (2017-09-05 13-03-09) 681

17. Exemple de fichier archivé par le logiciel Paparazzi 685

17.1. Capture d'écran de l'image du logiciel témoignant de la structure de la page d'accueil de Le Blog de Mathilde..... 685
17.2. Exemple de document enregistré sur PDF (sur Clé USB) 686

18. Anonymisation des données..... 687

18.1. Règle de transcription des données 687
18.2. Exemple de fichier transcrit « B1 – A2 – BLOG 1 – Section [nom de région] – Étiquette [road trip].. 690

19. Convention de transcription des données du corpus 712

1. Description des pages d'accueil des blogs du corpus

1.1. Exemple visuel de l'organisation de la page d'accueil du blog Un Couple en Vadrouille

(Source : https://www.uncoupleenvadrouille.fr, consulté le 2 septembre 2021)

1.2. B1–D, description de la page d'accueil du blog B1

1. Informations générales

Nom du document : Description de l'organisation des modules du blogue voyage B1 « Le Blog de Mathilde ».

Référence du document : B1–D

Site : www.https://www.maathiildee.com

Date de consultation : 4 septembre 2019.

2. Présentation et description de la page d'accueil

(source : https://www.maathiildee.com)

« Le blog de Mathilde » est constitué de 5 zones modulaires sur la page d'accueil :

> Une barre d'entête gris clair regroupant 4 thèmes :

> Une zone de titre : un titre précisant le nom du blog, une illustration visant à illustrer les principales thématiques du blog et un sous-titre visant à préciser le domaine de spécialisation du blog.

> Une section d'organisation des billets du blog classés par sujets thématiques : ville, région, circuit, découverte des villes et questions liées à l'expatriation. Chaque étiquette est associée à un menu déroulant spécifiant des villes et des régions d'intérêt.

> La quatrième zone est une grande photo dans des tons lumineux.

> La dernière zone est celle de la fin de page où sont rappelés les droits d'utilisation du blog.

1

a) Description de la barre d'entête :

(source : https://www.maathiildee.com)

- « About » : billet de présentation de la blogueuse et du blog ;
- « Presse » : section dédiée à la notoriété presse et web du blog ;
- « Visiter Boston » : section professionnelle orientant l'organisation de visites guidées et de conseils de voyage personnalisés ;
- « FAQ » : une section de navigation dans l'univers des billets du blog organisée selon les questions posées les plus récurrentes.
- [drapeau français] [drapeau anglais] : les langues du blog ;
- [RSS Bot] : bouton de souscription au contenu du blog (« Really Simple Syndication ») pour être averti des nouvelles publications du blog ;
- [icônes de suivi sur les réseaux sociaux] Facebook, Instagram, YouTube, Pinterest.

b) Description de la zone de titre

(source : https://www.maathiildee.com)

Le titre « Le Blog de Mathilde » est un syntagme construit autour du nom commun « blog » présenté ici avec une majuscule et associé à un complément du nom indiquant la possession.

L'emploi de l'article défini singulier « le » se justifie par la précision de la possession par l'auteure du blog. L'utilisation de l'article et la précision de la possession via la préposition « de » et le prénom « Mathilde » indique une volonté de se démarquer dans l'univers des blogs.

La thématique du voyage touristique est évoquée via la symbolique des dessins de l'avion pour la distance et de l'appareil photo pour la découverte.

L'écriture, activité principale du blog, est représentée par l'image d'une machine à écrire et non pas un écran d'ordinateur.

Les stéréotypes culturels du hamburger et du soda en gobelet servent à identifier le lieu de destination du voyage : les États-Unis.

L'image du cœur ajoute au sens de cette illustration la tonalité affective du blog. Ce symbole évoque l'univers des sentiments. Il est une référence indirecte à l'auteur du blog.

c) Description de la section d'organisation des billets du blog classée par intérêt thématique

Cette section de menus déroulants est composée de titres évoquant les possibles intérêts des lecteurs – scripteurs. Elle sert également à comprendre dès la première découverte du blog ses contenus.

Ainsi, le blog voyage traite essentiellement de la découverte de la ville de Boston, de sa région la Nouvelle Angleterre, des possibilités de voyager en effectuant des « road trips », de la consultation de billets décrivant des villes américaines à l'image de ces guides permettant de découvrir un lieu pas à pas « les city guides » et des questions traitant du départ et de l'adaptation dans le cadre d'une expatriation aux Etats-Unis.

Parmi la liste des cinq étiquettes deux des mots sont des mots d'emprunts à l'anglais « road trip » et « city guide ».

Cette section est fixe : elle apparaît en permanence sur la page qu'elle que soit le mouvement de navigation de l'internaute dans la page d'accueil ou dans les billets du blog.

d) Rôle de la photo dans le blog

La photo joue un rôle essentiel dans le blog de Mathilde. Elle participe pleinement à son rôle d'illustration d'articles. Ce sont des photos d'amateurs qui représentent le paysage découvert, les conditions de voyage et qui soulignent les moments importants du récit.

Les photos sont donc souvent employées pour témoigner des découvertes de la blogueuse et pour appuyer le « ressenti » décrit dans les billets. Elles remplissent une fonction de « preuve » dans la construction de la véracité et de l'authenticité du récit mais également de séduction.

Parfois dans le blog, une photo peut aussi remplir une fonction humoristique.

Dans la page d'accueil, située juste après la zone de titre et de menu déroulant, la photo occupe l'ensemble de l'espace de lecture.

e) Reste de la page d'accueil

La suite de la page d'accueil se compose d'une zone de publicité, d'une zone de suggestion de lecture des articles les plus récents, d'un bandeau vertical de présentation, d'une interpellation pour les nouveaux lecteurs « Vous êtes nouveau par ici ? À lire en premier », d'une possibilité de consulter les archives du blog, d'une facilité d'accès au site professionnel de la blogueuse et à l'achat de son *e-book*.

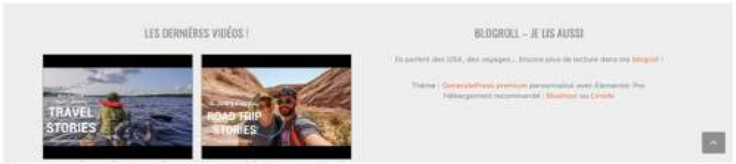
(source : https://www.maathiildee.com)

(source : https://www.maathiildee.com)

(source : https://www.maathiildee.com)

(source : https://www.maathiildee.com)

À la suite des articles suggérés, une zone de consultation de vidéos et des blogs suivis et recommandés par la blogueuse est proposée.



(source : https://www.maathiildee.com)

Un rappel des droits d'utilisation conclut la consultation de la page d'accueil.

5

(source : https://www.maathiildee.com)

1.3. B2–D, description de la page d'accueil du blog B2

1. Informations générales

Nom du document : description de l'organisation des modules du blog voyage B2 « nuage nomade ».

Référence du document : B2-D.

Site : https://www.nuagenomade.fr

Date de consultation : 4 novembre 2019.

Note du 13 novembre 2019 : la page d'accueil a changé. Un nouveau visuel est proposé pour la zone de titre.

Note du 28 juillet 2021 : au cours de l'année 2020, le blog s'est éteint.

2. Présentation et description de la page d'accueil

(source : https://www.nuagenomade.fr)

Le blog « nuage nomade » est composé de zones modulaires qui organisent la visite de la page d'accueil et qui guident l'usager dans sa consultation du site.

Cette page d'accueil est constituée de 6 sections :

- D' une barre d'entête gris clair regroupant 5 thèmes ;
- D'une zone de titre précisant le nom du blog et mettant en scène le logo du blog ;
- D'une section d'organisation des billets du blog classée par intérêt thématique ;

- D'une zone de suggestion de billets organisés du haut vers le bas entre une première partie construite autour de quatre articles et une seconde partie qui propose une navigation thématique parmi 3 zones géographiques ;

- D'une section de navigation modulaire qui scinde la page web en deux : sur les 3/4 côté gauche de la page d'accueil la zone de suggestion de billet est prolongée tandis qu'une colonne modulaire est introduite sur l'espace de droite.

- D'une barre de fin de page noire qui propose de consulter les comptes de la blogueuse via les technosignes « Facebook », « Twitter », « Pinterest », « Instagram », « Google+ » (Google+ n'est plus actif depuis décembre 2018), de suivre la blogueuse « Suivez-moi ! » et d'un rappel des droits d'utilisation du contenu du blog.

a) Description de la barre d'entête :

(source : https://www.nuagenomade.fr)

La barre d'entête est de couleur gris-clair. Elle s'organise en une suite d'étiquettes proposant des thèmes de consultation et une zone de bouton de suivi.

Ainsi :

- « Qui suis-je ? » : dirige la navigation vers un billet de présentation de la blogueuse et du blog. L'intitulé met en scène une question que l'auteure imagine comme étant prioritaire pour le lecteur.

- « Presse et partenariats » : il s'agit d'une section dédiée à la notoriété du blog et surtout à la présentation des « collaborations » ponctuelles qui ont donné lieu à des publications de billets. Il n'y a pas de précision concernant l'impartialité des recommandations. Pas de précision concernant les cookies ou le rôle de la publicité dans le financement du blog.

- L'étiquette « Contact » renvoie à un court texte explicatif précisant les interactions envisageables par l'auteure et le moyen de la contacter.

- « Mentions légales » renvoie à un texte de présentation des informations légales et conditions d'utilisation du contenu du blog.

- [Icônes de suivi sur les réseaux sociaux] Facebook, Instagram, YouTube, Pinterest.

b) Description de la zone de titre

(source : https://www.nuagenomade.fr)

2

La référence au « nuage » peut-être en lien avec la dimension onirique. Un nuage est vaporeux et est mobile, il est en suspension dans l'espace du ciel.
La mobilité est évoquée par l'adjectif « nomade ». L'univers sémantique que dessine cet adjectif est en opposition à celui de la sédentarité. Il s'agit d'évoquer le déplacement continuel.
La partie iconographique renforce l'univers sémantique créé par le texte. Le dessin de la flèche qui est composée d'un avion en papier laissant une trace vient souligner le nom du blog et renforce l'idée de mouvement. Le timbre représentant la planète et mentionnant par « air mail » évoque l'aventure, le voyage.

La dimension textuelle du titre associée à ses éléments iconographiques évoque tant la mobilité que le voyage aérien.

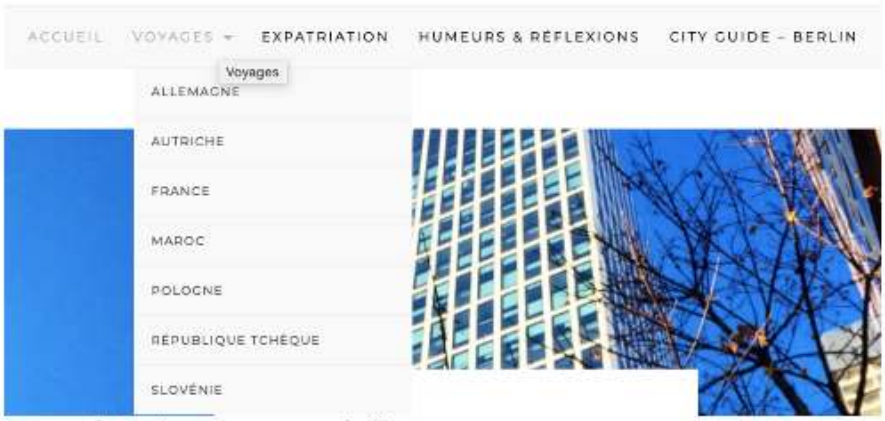
c) Description de la section d'organisation des billets du blog classés par sujets thématiques

(source : https://www.nuagenomade.fr)

Cette section de menus déroulants est composée de titres évoquant les possibles intérêts des lecteurs – scripteurs. Elle sert également à comprendre dès la première découverte du blog ses contenus.

Ainsi les étiquettes des menus déroulants intitulées « accueil », « voyages », « expatriation », « humeurs & réflexions », « city-guide Berlin » permettent à l'internaute de s'orienter selon ses propres besoins.

La section « voyages » réunit des billets concernant différents pays de l'Europe et de l'Afrique du Nord parmi lesquels l'Allemagne, l'Autriche, la France, le Maroc, la Pologne, la République Tchèque, la Slovénie.



(source : https://www.nuagenomade.fr)

En cliquant sur l'une des propositions du menu déroulant « voyages » une nouvelle page s'ouvre et propose des billets de découverte de villes ou de régions du pays.

Les autres sections regroupent thématiquement les billets écrits de la blogueuse.

d) Zone de suggestions de billets

(source : https://www.nuagenomade.fr)

La suggestion d'articles s'organise autour de l'aspect visuel et thématique des photos. Les menus déroulants proposent des chemins de navigation organisés par intérêts géographiques. La mise en page est riche en couleurs. Elle est de qualité et esthétique. La clarté du guidage permet une navigation aisée en fonction des centres d'intérêt de l'internaute.

e) Section de navigation modulaire qui scinde la page web en deux

Extraits :

(source : https://www.nuagenomade.fr)

4

(source : https://www.nuagenomade.fr)

(source : https://www.nuagenomade.fr)

Cette section de navigation est organisée entre une zone verticale proposant des billets récemment publiés et une zone d'informations parallèle organisée en bandeau vertical qui, elle, reste fixe quel que soit le contenu choisi par l'internaute.

La liste d'articles suggérés se poursuit à la fin de la page par une proposition de navigation entre les billets ordonnés par ordre anté-chronologique (du plus récent au plus ancien).

(source : https://www.nuagenomade.fr)

Le bandeau vertical organise différents messages pragmatiques :

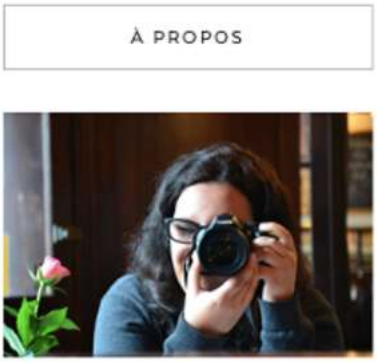
- **Le premier élément** vise à faciliter la navigation de l'internaute en fonction de ses propres besoins. Un outil de recherche est donc mis en avant comme suit :

(https://www.nuagenomade.fr)

- **Puis la présentation de l'auteure s'organise dans une section intitulée « À propos ».** Une photo de la blogueuse, cachée derrière son objectif, permet de rendre plus réelle la personnalité de l'auteure tout en protégeant son anonymat. Le jeu de l'objectif est aussi une mise en scène du voyeur vu. Qui est devant l'objectif ? Le blogueur ou son lecteur ? le lecteur ou le paysage ? Mise en miroir de l'objet de la photo. La mise en scène pourrait correspondre au lecteur observant une prise de photo de la blogueuse en train de prendre une photo.

(https://www.nuagenomade.fr)

Un court texte de présentation accompagne cette mise en scène Ce texte est analysé dans les articles de présentation de B2.



(https://www.nuagenomade.fr)

- **Un appel à contribution financière.**

Dans le bandeau vertical, un encart d'invitation à déposer un don est inséré juste après la présentation de l'auteure. C'est la première fois dans la consultation des blogs que je constate la pratique de levée de fonds pour un projet personnel qui n'inclut pas un bénéfice

direct ou indirecte pour le lecteur. La forme de l'invitation est un mot-consigne construit sur la base d'un verbe conjugué à l'impératif à la deuxième personne du pluriel. L'ordre est accompagné d'un point d'exclamation. Le segment est encadré afin de mettre en avant le message pragmatique qui vise à « soutenir » la blogueuse.

Construction de l'appel :

- Un segment textuel encadré reprenant la construction syntaxique suivante : « [verbe / impératif / 2ème pers. Plur.] + complément d'objet direct désignant la blogueuse comme la bénéficiaire de l'action + point d'exclamation » ;
- Un encart coloré précisant le but de l'action de soutien financier : offrir la possibilité à la blogueuse de se rendre à l'université de Bayreuth en Allemagne.
- La formulation « Myriam à l'Université de Bayreuth (Allemagne) » mobilise le prénom « Myriam » et donne un sentiment de proximité au lecteur comme si tout un chacun connaissait personnellement la blogueuse et se sent en devoir de l'aider.

L'encart de couleur « je participe » met en avant l'action attendue du lecteur dans une construction assertive qui donne l'impression qu'il est évident pour l'internaute de participer. La relation à l'auditoire s'établit ici dans un lien direct entre la blogueuse désignée par son prénom et le « je » du syntagme qui désigne le lecteur seul. L'emploi du « je » en tant que déictique de personne qui s'applique à tout internaute lecteur de cet appel cherche à créer une proximité entre auditoire et auteure. Le pouvoir d'action du lecteur lui est à la fois restitué par l'emploi de ce « je » et en même temps quitté puisque le blogueur lui restreint son pouvoir d'action à « le suivre », à « le partager » ou bien à « le soutenir ».

(https://www.nuagenomade.fr)

- **Présence d'un partenaire commercial :**

(https://www.nuagenomade.fr)

La présence du partenaire commercial n'est pas signalée en tant que telle. L'association financière ou le système de rémunération ne sont pas présentés dans le blog. La publicité pour la plateforme de réservation est introduite via l'insertion du logo qui est cliquable et qui permet via l'utilisation de l'hyperlien d'économiser une somme de 15 euros sur la réservation réalisée.

f) La zone de fin de page

La zone de fin de page s'organise entre trois sections :

- La première présente des boutons d'action pour suivre les comptes Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest et Google plus de l'auteure.

(https://www.nuagenomade.fr)

- La seconde est une invitation à cliquer présentée sous la forme d'un mot consigne « Suivez-moi ! », un technomot, c'est-à-dire une forme composite, un segment cliquable qui associe du sens et du technique (Paveau, 2015)[1].

(https://www.nuagenomade.fr)

- La troisième est un rappel des droits et de date de création du blog :

(https://www.nuagenomade.fr)

3. Place de la photographie dans le blog

Les photos sont essentiellement illustratives. Elles mettent en scène des vues de paysages, de rues. Elles alternent entre points de vue en surplomb et points de vue piéton dans les rues et dans les allées.

[1] Paveau, Marie-Anne,en ligne, « Composite », https://technodiscours.hypotheses.org/699, publié le 25/08/2015, consulté le 05/11/2019.

Elles ont le rôle d'accroche de l'attention de l'internaute. Esthétiques et hautes en couleurs, les photos attirent et donnent envie de lire le billet promesse d'un voyage à venir. La légende permet de préciser le contenu informationnel du billet à lire dans un second temps.

(Source : https://www.nuagenomade.fr/category/france/)

(source : https://www.nuagenomade.fr/guide-pratique-a-berlin-trucs-et-astuces-a-savoir/)

4. Place des vidéos ou présence de vlogs.

La blogueuse n'utilise pas de relais vidéo dans son blog.

1.4. B3–D, description de la page d'accueil du blog B3

1. Informations générales

Site : https://japonsecret.fr

Nom du document : description de l'organisation des modules du blog voyage B3 « Japon secret – blog Japon alternatif ».

Référence du document : B3-D.

Date de consultation : 27 novembre 2019.

Date de sélection du blog : janvier 2019.

Note du 21 / 11 / 2019 : la présentation générale du site a changé depuis les premières visites effectuées fin 2018. La documentation du blog laisse voir une forte modification de l'image du site vers une orientation plus sobre et professionnelle. Par exemple, les références iconiques et textuelles à l'univers manga plutôt connoté « loisir » qui étaient auparavant apparentes dès la page d'accueil originellement sélectionnée ont complétement disparu.

Exemple de la zone de titre extraite du PDF enregistré le 07/01/2019 :

Exemple de la zone de titre extraite du PDF enregistré le 21/11/2019 :

1

(Source : https://japonsecret.fr, consultée le 21/11/2019).

2. Présentation et description de la page d'accueil

Le blog se décline dans des alternances de tons clairs et sombres sur fond noir. Comme les autres blogs on retrouve de façon standard :

a) Une barre d'en-tête ;
b) Une zone de titre ;
c) Une zone de navigation thématique ;
d) La mise en valeur et en avant du dernier article publié via une photo en large format ;
e) Un bandeau horizontal présentant brièvement le blog et son univers thématique ;
f) Une zone de suggestion d'articles triées selon les catégories : « derniers articles », « Instagram », « Haikyo (Exploration urbaine) », « Japon » ;
g) Une zone de fin de page proposant différentes actions allant de l'invitation à acheter le livre du blogueur, de la mise à disposition d'une liste interactive de blogs dérivés du propre blog du blogueur et d'étiquettes thématiques facilitant la navigation dans le site et du rappel des règles d'utilisation du contenu du blog.

2.a. La barre d'en-tête

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

La barre d'en-tête est un bandeau horizontal noir où seule la date du jour de la consultation du site apparaît.

Il n'y a pas d'options de navigation, de partage ou de suivi dans cette barre d'en-tête.

2.b. La zone de titre

Zone de titre :

2

Zoom sur la zone de titre :

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

- Remarques sur les formes du titre et sous-titre :

  Contrairement aux autres blogs, la zone de titre est située sur le côté gauche de la page et elle n'est pas centrée. Le nom du blog « Japon Secret » apparaît en lettres majuscules et en gras en noir sur fond blanc. La taille de la typographie est grande mais plus petite que le titre du premier billet proposé dans la même zone de perception de la page. Le sous-titre « Blog Japon Alternatif » apparaît en lettres majuscules dans un typographie plus petite, sans caractère gras.

- Analyse des titres et sous-titres :

  Le nom du blog annonce explicitement l'intention du blogueur de présenter au lecteur une facette particulière du Japon probablement méconnu puisque « secrète ».
  En effet, au premier abord la mention du nom de pays « Japon » permet d'identifier le site internet comme appartenant à la catégorie large des plateformes dédiées aux voyages au Japon. L'association du nom de la destination à l'univers sémantique de l'adjectif « secret » révèle par ailleurs une volonté de l'auteur de se différencier des autres sites. Ainsi, la promesse implicite de présenter un versant caché « secret » réservé du Japon laisse supposer que les thématiques traitées vont être différentes de celles que l'on trouve habituellement. Parallèlement, découvrir un « Japon » qui serait « secret » et donc qui ne serait pas accessible à tous place l'auteur et le lecteur dans une relation privilégiée de confidence et donc de proximité. L'auteur détiendrait un secret qu'il destine à partager à quelques confidents bien choisis. Le nom du blog établit seul et dès le début une situation énonciative singulière et différente des autres situations énonciatives présentent dans les blogs voyage. Là où le blogueur s'adresse indifféremment à un public large de lecteurs ici l'auteur de Japon Secret ne va s'adresser qu'à un public de quelques initiés.

  Le sous-titre, dont la visée informative est affichée explicitement, catégorise d'entrée de jeu le contenu du site en tant que blog dédié au Japon. La réitération du nom de pays « Japon » dans la construction « blog Japon » rappelle celle de « blogs voyage » et confirme que le site internet est bien un blog qui se range dans la catégorie « blog voyage ». En revanche, le terme « alternatif », en miroir avec le terme « secret » du nom du blog, laisse présager une différentiation forte, moderne voire en rupture avec les tendances habituelles des blogs traitant du Japon. L'adjectif qualificatif « alternatif » renvoie sémantiquement à la possibilité du choix et présuppose l'existence d'une voie dominante dans la rédaction de blogs voyage traitant du Japon. Il s'agirait par l'intermédiaire de ce blog de découvrir le Japon avec un regard différent, en dehors des sentiers battus du tourisme classique, un Japon « secret ».

  Le nom du blog a ici une vocation informative et poétique. Le sous-titre a une vocation essentiellement informative qui vise à éclairer l'ambiguïté que pourrait recouvrir le

terme « secret » associé au « Japon ». En effet, on pourrait imaginer un site internet traitant des lieux interdits ou bien traitant des affaires judiciaires les plus sensibles etc.

Le nom du blog et son sous-titre suscitent la curiosité du lecteur et poussent ce dernier à vouloir pénétrer le cercle restreint des affiliés.

2.c. Une zone de navigation thématique

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

Sur la partie droite jouxtant la zone de titre, une zone de navigation par intérêts thématiques et proposant des boutons d'action est insérée en typologie noire sur fond banc.

- « La Sélection » est une étiquette cliquable ouvrant une page de sélection d'articles ;

- « Découvrir » est un bouton cliquable d'un menu déroulant offrant la possibilité de naviguer parmi les billets du blog selon trois thèmes principaux : « Le Japon », « Les lieux Abandonnés », « La Corée du Nord ». Cet index thématique alterne deux références géographiques et une référence loisir (la visite de lieux abandonnées) ;

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

- « À propos » ouvre sur un menu déroulant proposant à l'internaute de découvrir les livres du blogueur, son parcours et l'un de ses projets.

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

En cliquant sur la section [À propos], une autre page internet s'ouvre (https://jordymeow.fr) et regroupe des informations personnelles et professionnelles concernant l'auteur du blog B3.

(source : https://jordymeow.fr, consulté le 28 novembre 2019).

- L'icône du drapeau de la France associée au terme « Français » désigne le choix de consultation de la langue, le site étant proposé en version anglaise, française ou japonaise ;

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

- On retrouve l'icône de la loupe indiquant la possibilité d'effectuer une recherche sur le blog par mots clés ainsi que l'icône du menu déroulant visant à faciliter la navigation dans le site.

Ces icônes sont facilement identifiables par les utilisateurs d'internet. Dès la création du site, le blogueur sait qu'il s'adresse à un public de lettrés, à un public doté de compétences informatiques relativement avancées.
Ici, le du menu déroulant invite le lecteur à consulter les derniers articles publiés.

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

2.d. La mise en valeur et en avant du dernier article publié via une photo en large format

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

Le dernier article publié est mis en avant via des tonalités sombres. La photo évoque en clair-obscur un paysage enneigé. L'image présente une vue en hauteur d'un paysage enneigé et donne l'impression de voir des « vagues » de neige. Il n'y a ni habitation, ni individu présent sur la photo. L'effet de l'ensemble donne une sensation d'étrangeté et de surréalisme. Le texte qui surplombe la photo est mis en valeur par contraste puisque l'auteur a choisi pour le titre une typographie claire, une grande taille (plus grande que le nom du blog), des majuscules à chaque terme « Les Monstres de Neige de Zao ».

Le titre et le chapeau du billet fonctionnent à la manière d'une accroche et vise à capter l'attention du lecteur. Le chapeau qui résume brièvement le contenu et la tonalité du billet évoque un paysage vivant à travers des figures de styles donnant vie aux montagnes de neige. Ainsi, « Les Monstres de Neige de Zao » peuvent se « rencontrer » mais difficilement et leur « fourrure soyeuse » malgré apparemment deux tentatives infructueuses de l'auteur ne peut être caressée.

La photo et le texte s'accompagnent tous deux pour créer un univers fantastique qu'il est difficile en effet de rattacher à l'image traditionnelle que le touriste pourrait se faire du Japon. En revanche, il semblerait correspondre à un univers cinématographique marqué par les films d'animation japonais tels que le *Voyage de Chihiro* (2001).

L'identification de la thématique du billet est facilitée par les trois bannières de couleurs précédant le titre du billet « hiver », « populaire » et « Yamagata » (nom de la région visitée) ;

Les icones présentant le nom de l'auteur et le nombre de commentaires permettent de faciliter l'identification du billet et son relatif « succès ».

Une option de navigation menant vers d'autres billets est également proposée dans l'angle bas-droit de la photo :

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

2.e. Un bandeau horizontal présente brièvement le blog et son univers thématique

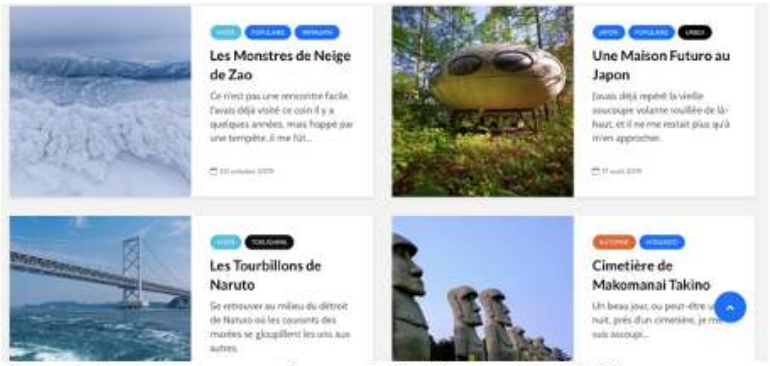
Le fond de la page passe à des tonalités plus claires. On retrouve les teintes grises et blanches plus habituelles.

Un encadré horizontal présente brièvement le blog et son orientation thématique particulière. Le blogueur revendique plusieurs éléments :

- L'animation du blog ;
- La passion qui semble le motiver ;
- L'absence de partenariats financiers dans la réalisation et la gestion du site ;
- Et l'envie de donner du plaisir aux lecteurs en leur souhaitant « bonne visite » ;

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

2.f. Une zone de suggestion d'articles triés selon les catégories : « derniers articles », « Instagram », « Haikyo (Exploration urbaine) », « Japon » ;



(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

Les articles suggérés à la consultation sont présentés selon trois axes :

- un axe ante-chronologique : une liste des derniers billets est proposée ;
- un axe permettant de consulter uniquement la dimension photographique du blog : une liste des dernières photos publiées sur Instagram est proposée à la consultation. En cliquant sur une des photos, l'internaute est redirigée sur le compte Instagram de l'auteur du blog ;
- un axe permettant de consulter uniquement les articles traitant des lieux abandonnés qui font la grande particularité de ce blog voyage.

Chaque billet est présenté avec une photo, un étiquetage thématique, un titre, le début du chapeau et sa date de publication.

2.g. La zone de fin de page

La zone de fin de page propose différentes actions allant de l'invitation à acheter le livre du blogueur, de la mise à disposition d'une liste interactive de blogs dérivés du propre blog du

blogueur et d'étiquettes thématiques facilitant la navigation dans le site et du rappel des règles d'utilisation du contenu du blog.

Les autres sites suggérés sont tous créés et gérés par le blogueur. Ils concernent des applications facilitant l'utilisation de la plateforme de gestion de contenu de sites internet Wordpress, une carte interactive répertoriant des blogs et des vlogs portant sur les villes et les régions du Japon, un blog voyage consacré à la Chine et un autre regroupant les billets concernant la visite de lieux abandonnés au Japon.

(Source : https://japonsecret.fr, consulté le 28 novembre 2019)

3. Rôle de la photo dans le blog

Contrairement aux autres blogs voyage, la photo occupe une place non seulement illustrative mais également poétique et professionnelle dans le blog. Le loisir du blogueur autour de la photographie de lieux abandonnés est très présent. Les prises concernant des individus sont rares. Le blogueur et ses proches apparaissent seuls dans les clichés.

Il n'y a pas de vidéos dans le blog.

4. L'exploration urbaine « Haikyo »

L'exploration urbaine de « ruines » ou de zones de civilisation délaissées semble être un tourisme très prisé au Japon.

Selon l'auteur du blog « *Urbex*, ou *Urban Exploration*, c'est le hobby qui consiste à visiter des endroits abandonnés. Haikyo, c'est ce même hobby au Japon ». L'explication de ce nouveau loisir relativement récent s'expliquerait par l'abandon de nombreuses zones d'habitation suite à l'effondrement d'une bulle spéculative concernant outre les valeurs boursières les valeurs immobilières à la fin des années 80.

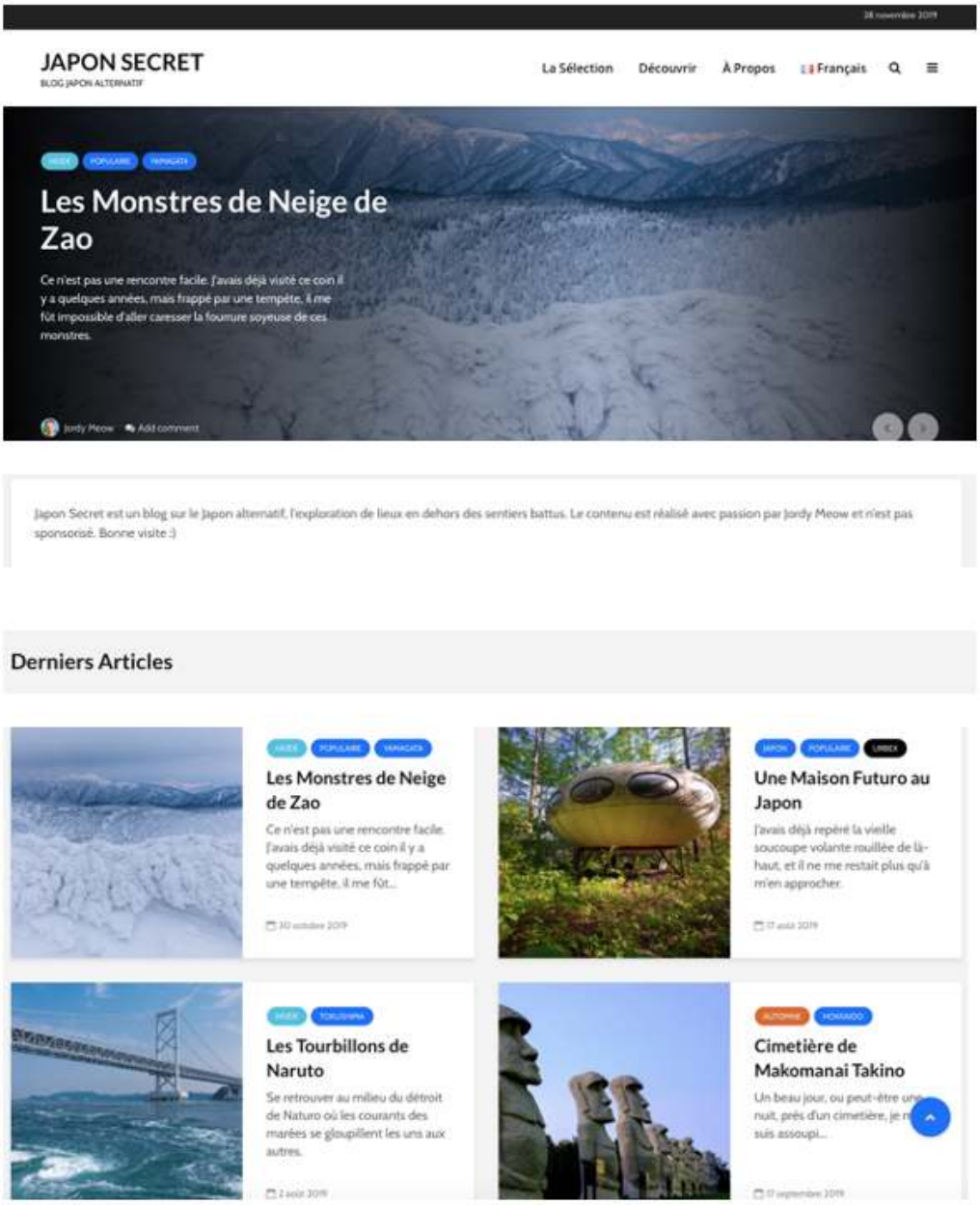
Extrait du blog « Japon Secret » :

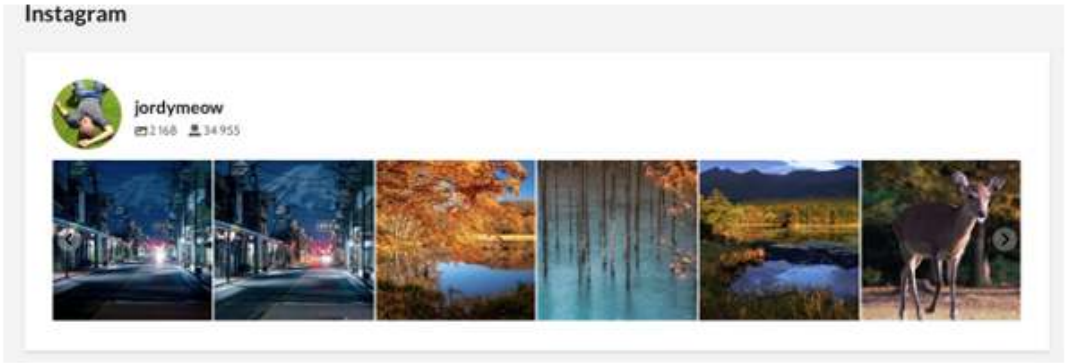
« Les années 80 au Japon. Le Japon relance son économie avec véhémence : les prêts sont facilités, il y a beaucoup d'argent disponible, de liquidité, et les Japonais ont des salaires de 30 à 40% supérieurs aux Européens. Ils achètent, spéculent à tout va. Contruisent de

nouvelles usines, des immeubles d'habitations, des terrains de golf, des parcs d'attractions… et le champagne coule à flot ! La bulle spéculative, quand à elle, gonfle dangereusement pour finir par exploser le 29 décembre 1989. 2 ans plus tard, la valeur du Nikkei s'est effondrée de plus de 50%, et depuis n'a jamais cessé de baisser depuis lors. Un paysage nouveau – *post-apocalyptique* – prends naissance : le monde des *haikyo*. Un terrain de jeu pour amateurs en tout genre. »

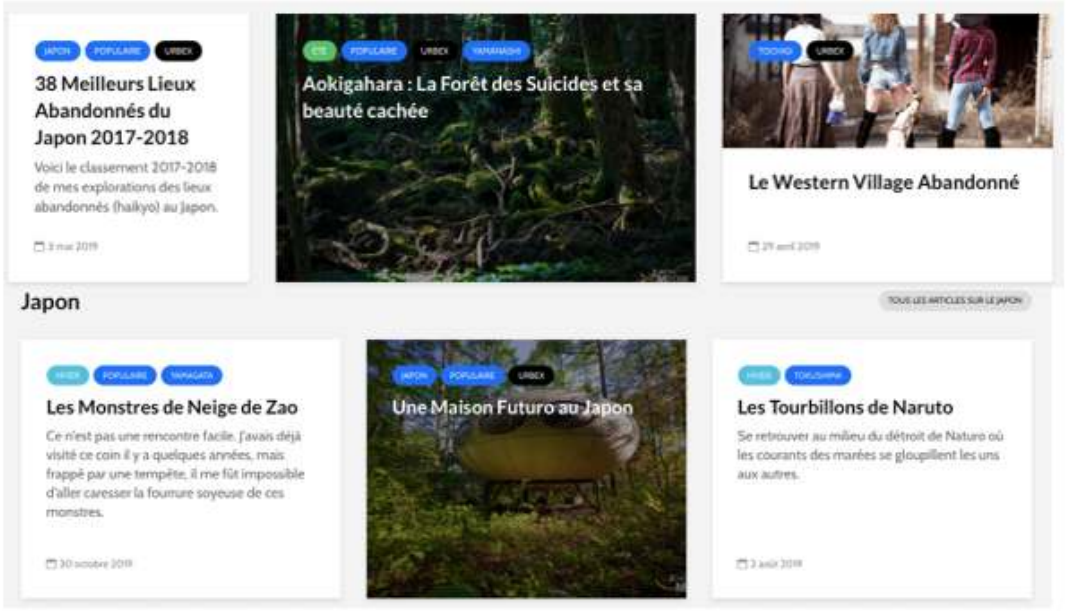
(Source : https://japonsecret.fr/urbex-japon-haikyo/ consulté le 28 novembre 2019).

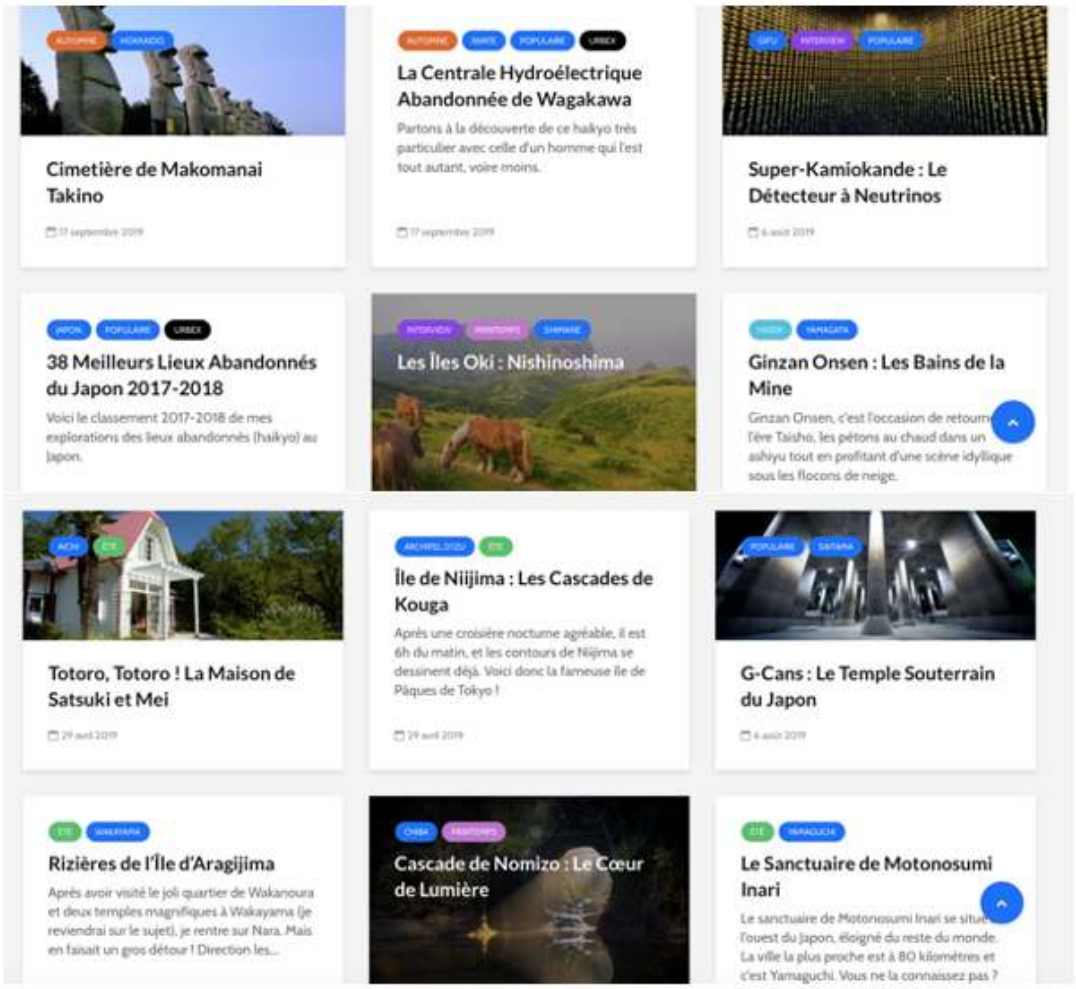
5. Copies écran de la page d'accueil (https://japonsecret.fr)




Instagram
jordymeow
2 168
34 955

Haikyo (Exploration Urbaine)
TOUS LES ARTICLES D'EXPLORATION URBAINE
JAPON
POPULAIRE
URBEX
Une Maison Futuro au Japon
J'avais déjà repéré la vieille soucoupe volante rouillée de là-haut, et il ne me restait plus qu'à m'en approcher.
La Centrale Hydroélectrique Abandonnée de Wagakawa


JAPON
POPULAIRE
URBEX
38 Meilleurs Lieux Abandonnés du Japon 2017-2018
Voici le classement 2017-2018 de mes explorations des lieux abandonnés (haikyo) au Japon.
ETE
POPULAIRE
URBEX
YAMANASHI
Aokigahara : La Forêt des Suicides et sa beauté cachée
TOCHIGI
URBEX
Le Western Village Abandonné
Japon
TOUS LES ARTICLES SUR LE JAPON
NIIGATA
POPULAIRE
YAMAGATA
Les Monstres de Neige de Zao
Ce n'est pas une rencontre facile. J'avais déjà visité ce coin il y a quelques années, mais frappé par une tempête, il me fût impossible d'aller caresser la fourrure soyeuse de ces monstres.
JAPON
POPULAIRE
URBEX
Une Maison Futuro au Japon
NIIGATA
TOKUSHIMA
Les Tourbillons de Naruto
Se retrouver au milieu du détroit de Naturo où les courants des marées se gloupillent les uns aux autres.



(Suite d'autres articles sur le même modèle).

1.5. B4–D, description de la page d'accueil du blog B4

1. Informations générales

Nom du document : description de l'organisation des modules du blog voyage B4 « Un Gaijin au Japon ».

Référence du document : B4-D.

Date de consultation : 6 janvier 2019.

Site : https://www.gaijinjapan.org

2. Présentation et description de la page d'accueil

(source : https://www.gaijinjapan.org)

La page d'accueil du blog B4 « Un Gaijin au Japon » est constituée de 5 zones modulaires :

- une barre d'entête gris clair regroupant 4 thèmes présentés sous la forme de mots cliquables comme « Accueil » et de mot/menus déroulant.
- Une zone de titre composée d'un logo et d'un sous-titre.
- Une section d'organisation des billets du blog classée par intérêts thématiques : [VOYAGE AU JAPON], [VIE AU JAPON], [SOCIÉTÉ JAPONAISE], [LANGUE JAPONAISE], [CULTURE JAPONAISE], [BLOG]. Chaque étiquette est associée à un menu déroulant.
- La quatrième zone est scindée verticalement entre un encart de présentation du billet le plus récent et une suite de billets organisés thématiquement et une zone de recherche dans le blog ;

- Pour conclure la barre de fin de page reprend divers éléments juridiques concernant les droits d'utilisation du blog et de ses contenus, les conditions d'utilisation du blog, les mentions légales, la « politique de confidentialité », l'utilisation des cookies, un mot cliquable [blog japon] redirigeant la navigation sur la page d'accueil, et un mot cliquable pour revenir en haut de la page [back to top].

  Capture d'écran de la barre de fin de page de la page d'accueil :

(source : https://www.gaijinjapan.org)

a) Description de la barre d'entête :

(source : https://www.gaijinjapan.org)

La barre d'entête vise à aider le lecteur–internaute dans sa navigation sur le site en proposant de cliquer sur l'une des étiquettes suivantes : [ACCUEIL], [A PROPOS], [CONTACT], [GUIDES JAPON].

Ces éléments semblent présentés de façon discrète et n'attirent pas le regard : situés en haut de la page, empruntant une colorimétrie de tons clairs (gris clair, blanc, gris). Cette barre de navigation permet au lecteur – internaute de satisfaire son besoin d'identifier la source et l'origine du blog, de se construire une image du blogueur et peut-être même d'en évaluer le sérieux.

L'étiquette [ACCUEIL] mène directement à la page d'accueil du blog. En revanche en passant le pointeur de navigation sur l'étiquette [A PROPOS] un menu déroulant propose de « cliquer » sur l'une des sections de présentation du blog ci-dessous.

(source : https://www.gaijinjapan.org)

Ainsi on retrouve une étiquette [GAIJIN AU JAPON] qui reprend le nom du blog et qui mène vers un billet de présentation du blog et de la démarche du blogueur dans ce blog.

Les étiquettes [A PROPOS D'AALA] et [A PROPOS DE NICOLAS] mènent à deux billets de présentation des auteurs et acteurs du blog. On y apprend que si le blog a été initié par un seul

acteur il est aujourd'hui animé par un second blogueur travaillant à fournir du contenu photographique et textuel.

Les étiquettes [CONTACT] et [ANNONCEURS] permettent au blogueur de donner des instructions pour rentrer en contact avec lui selon qu'il s'agisse d'un lecteur–internaute ou bien d'une entité privée.

(source : https://www.gaijinjapan.org)

Enfin la dernière étiquette [GUIDES JAPON] déroule un menu proposant d'obtenir :

- des informations sur les moyens de transport au Japon en téléchargeant sans coût le guide du blogueur;
- un guide payant réunissant les principales recommandations et conseils du blogueur pour devenir professeur de français au Japon.

(source : https://www.gaijinjapan.org)

Capture d'écran de la zone d'achat du guide *Devenir professeur de français au Japon – Le guide complet* par l'auteur du blog.

(source : https://www.gaijinjapan.org/professeur-de-francais-au-japon-2/).

3

b) Description de la zone de titre et de sous-titre

(source : https://www.gaijinjapan.org)

La zone de titre est composée d'une image et d'un court texte.

L'image ressemble à un logo : un cercle blanc au contenu rouge souligne la présence des deux initiales du nom du blog G et J. La figure du cercle rouge sur un encadré blanc est un emprunt direct aux codes de formes et de couleurs du drapeau japonais comme on peut le constater ci-dessous :

(source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Drapeau_du_Japon#/media/Fichier:Flag_of_Japan.svg)

Le sous-titre positionné en dessous de l'icône vient s'ajouter à la sémiologie de l'image et fonctionne à la manière d'une réponse à une question implicite portant sur la signification de ces deux lettres. « G » et « J » correspondent aux premières lettres des termes « Gaijin » et de « Japon ». Le terme emprunté au japonais « gaijin » signifie littéralement « personne d'un pays extérieur »[1] qu'on peut traduire par « étranger » en français. Le déterminant singulier et indéfini « un » permet d'évoquer l'individualité du blogueur et l'aspect personnel des commentaires. Cette individualité marquée par le singulier et l'aspect indéfini de l'article « un » permettent plus aisément au lecteur de s'identifier avec le blogueur. L'internaute sera lui aussi un « étranger » lors de sa visite au Japon qu'elle soit de courte ou de longue durée.

La zone de titre est donc particulièrement travaillée du point de vue de sa sémiologique. En effet, le logo et le sous-titre indiquent clairement l'objectif du blog qui pourrait être paraphrasé par les phrases suivantes « les péripéties d'un étranger vivant au Japon », « être étranger et vivre au Japon ». Les initiales du blog inscrites à l'intérieur même du cercle rouge symbolisent le dedans et l'extérieur qu'évoquent également les termes constituant du sous-titre. Il y a donc un écho sémantique entre les éléments (visuels et textuels) composant la partie iconique et le sous-titre.

c) Description de la section d'organisation des billets du blog.

Les étiquettes thématiques servent à aider le lecteur–internaute dans sa navigation en guidant celui-ci en fonction de ses centres d'intérêt. Les sections du menu sont des mots cliquables qui redirigent le parcours de navigation vers une sélection de billets du blog.

[1] https://fr.wikipedia.org/wiki/Gaijin

Ainsi l'étiquette [VOYAGE AU JAPON] pourrait s'adresser à un public souhaitant se documenter pour organiser un séjour touristique au Japon de courte durée.

Exemple du menu déroulant correspondant à l'étiquette [VOYAGE AU JAPON] :

(source : https://www.gaijinjapan.org)

L'étiquette [VIE AU JAPON] propose une classification thématique des billets permettant de répondre aux questions les plus communément posées lorsqu'on envisage une expatriation au Japon : quelles sont les obligations administratives ? Comment se loger ? Comment gagner sa vie au Japon ? Quels sont les conseils à suivre ?

(source : https://www.gaijinjapan.org)

Les étiquettes [SOCIÉTÉ JAPONAISE], [LANGUE JAPONAISE], [CULTURE JAPONAISE] peuvent toutes à la fois se diriger à un lecteur occasionnel cherchant à se renseigner dans le cadre d'une démarche de flânerie, à un amateur cultivant sa connaissance du Japon ou bien à un futur voyageur curieux de la culture japonaise.

Capture d'écran du menu déroulant de l'étiquette [CULTURE JAPONAISE] :

(source : https://www.gaijinjapan.org)

d) Zone de présentation des billets

Cette zone est scindée en deux : d'un côté apparaît une présentation faisant défiler les cinq billets les plus récents en grand format et de l'autre dans la bande verticale de droite une section de recherche par mots clés dans le blog.

La présentation des billets les plus récents attire le regard dès l'arrivée sur la page d'accueil.

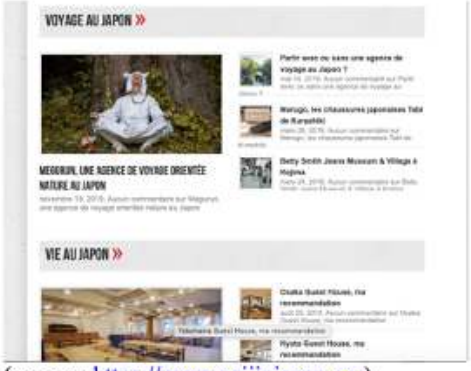
Ainsi, une grande photo, un court texte regroupant un titre et une accroche encouragent le lecteur à consulter l'un de ces cinq billets. L'aspect visuel est extrêmement présent puisqu'une série de mini photos inclues dans le billet apparaissent en verticale sur la droite de la photo principale.

Copié – collé de la section de présentation des billets du blog :

(source : https://www.gaijinjapan.org)

En glissant vers le bas de la page, le lecteur arrive à une zone de suggestion d'articles qui reprennent les étiquettes de la zone de navigation. On retrouve les thèmes cités précédemment et liés au [AU VOYAGE AU JAPON], à [LA VIE AU JAPON], à la [SCOIÉTÉ JAPONAISE], à la [LANGUE JAPONAISE], à la [CULTURE JAPONAISE].

Exemples :



(source : https://www.gaijinjapan.org)

(source : https://www.gaijinjapan.org)

3. Rôle de la photo dans le blog

La place de la photo est moins importante dans ce blog que dans celui de B3, de B1, de B2 ou de B8. Une photo de taille moyenne introduit le billet puis laisse la place au texte. Le texte est suivi d'une série de photos de petites tailles (une cinquantaine de vignettes environ pour le premier billet mis en exergue à la date de réalisation de l'analyse du blog, le 6 janvier 2019).

Les photos montrent des éléments de monuments mais aussi des japonais en habits traditionnels, des cuisiniers et des travailleurs au quotidien. Des portraits et des photos d'hommes et de femmes de la vie contemporaine et de la société japonaise font partie du blog.

Les photos sont réalisées avec un appareil normal, il semblerait que le blogueur n'ait pas de formation particulière.

Le blogueur n'anime pas de vidéos. Cependant, l'auteur est en lien avec d'autres blogueurs qui ont choisi de traiter du même sujet « vivre au Japon » et il propose de consulter les vidéos de ses pairs.

1.6. B5–D, description de la page d'accueil du blog B5

1. Informations générales

Nom du document : description de l'organisation des modules du blog voyage B5 « The Daydreameuse »

Référence du document : B5 - D

Site : https://www.thedaydreameuse.com

Date de consultation : 28 janvier 2020.

2. Présentation et description de la page d'accueil

(source : https://www.thedaydreameuse.com)

Le blog « The Daydreameuse » est constitué de 6 zones modulaires sur la page d'accueil :

- une barre d'entête rose clair ;
- Une zone de titre : un titre précisant le nom du blog de façon stylisé ;
- Une section de présentation des trois derniers billets du blogs ;
- Une section de présentation des neuf derniers articles publiés sur le blog ;
- Une section de partage de billets et de recommandations sponsorisés ;
- Une barre de fin de page composée de boutons de suivi, un rappel des droits d'utilisation et de l'utilisation du système de management de contenu Wordpress.

1

a) Description de la barre d'entête :

(source : https://www.maathiildee.com)

La barre d'en-tête est composée de menus déroulants qui orientent la navigation selon la destination ou le sujet d'intérêt du lecteur :

- Voyages (Afrique du Sud, Asie, Mexique, Australie, Europe, Canada, USA, Voyage-conseils pratiques) ;
- Made in Quebec ;
- Vis ma vie d'immigrée à MTL ;
- Culture (pause cinéma, pause lecture, séries addict, pause musique) ;
- Lifestyle (J'ai testé…, Geekerie, Miam Miam, Biotiful) ;
- Qui suis-je ? (Mes blogs chouchous, me contacter).

Ainsi, lorsque le curseur passe devant le menu déroulant intitulé « voyages », une série d'autres sections se présente au lecteur. De la même façon, certaines destinations comme « Asie » redirigent l'internaute vers les billets concernant les pays de cette région du monde.

Extrait 1 : menu déroulant « voyages »

(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020).

Extrait 2 : menu déroulant correspondant à l'étiquette « Asie »

(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020).

La barre d'en-tête est également composée d'une section sur la droite concernant le suivi de la blogueuse sur d'autres réseaux sociaux. Les icônes cliquables présentées sont Facebook, Instagram, Pinterest et un bouton d'action de recherche par mots clés dans le blog.

b) Description de la zone de titre

(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020)

Le titre du blog « The Daydreameuse » est positionné au centre de la section réservée au nom du blog. Il est composé de deux mots « The Daydreameuse » et de deux feuilles de couleur pastel.

Le titre propose un nom de blog composé de mots anglais. L'article défini « the » est traduit en français par le féminin « la » et sa valeur est soit celle d'une désignation d'un objet précis soit celle d'une généralisation.

Le terme « daydreameuse » est construit sur la base de l'emprunt du terme anglais « Daydreamer » auquel la blogueuse ajoute une flexion propre à la langue française pour indiquer la marque du féminin. La traduction serait peut-être « la rêvasseuse » ou bien de façon plus neutre « la rêveuse ».

c) Description de la section de présentation des trois derniers billets du blog

(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020)

Les billets les plus récents sont mis en valeur par l'intermédiaire de la photo. Ainsi trois billets sur les États-Unis figurent l'un à côté de l'autre. Chaque photo est accompagnée du nom du lieu et d'une accroche. Chaque article est cliquable et est une invitation à être consulté.

d) Section présentation des neuf derniers articles publiés sur le blog

Les articles sont présentés sous forme de vignettes. La photo et le titre attirent toujours le regard mais un court texte surmonté de titres et de noms de sections complète les encarts d'introduction.

Extrait 1 : Présentation des articles récents 1/3

3

(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020)

Extrait 2 : présentation des articles récents 2/3

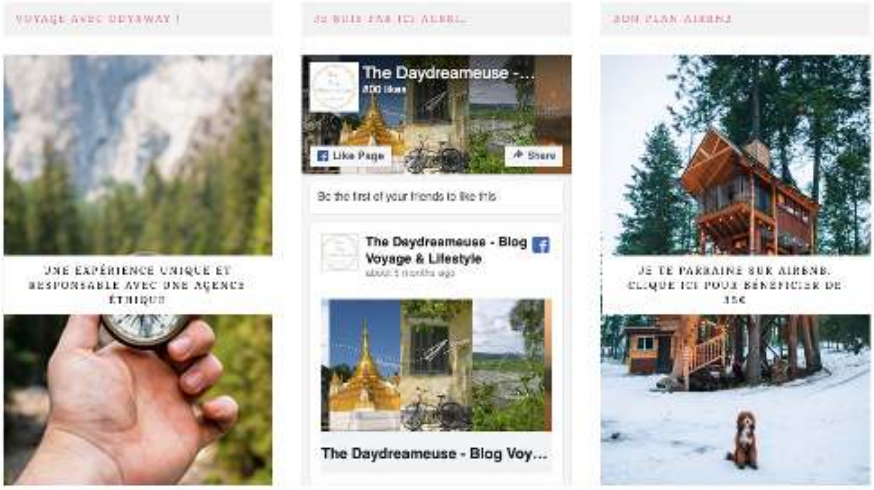
(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020)

Extrait 3 : présentation des articles récents 3/3

(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020)

e) Une section de partage de billets et de recommandations sponsorisés ;

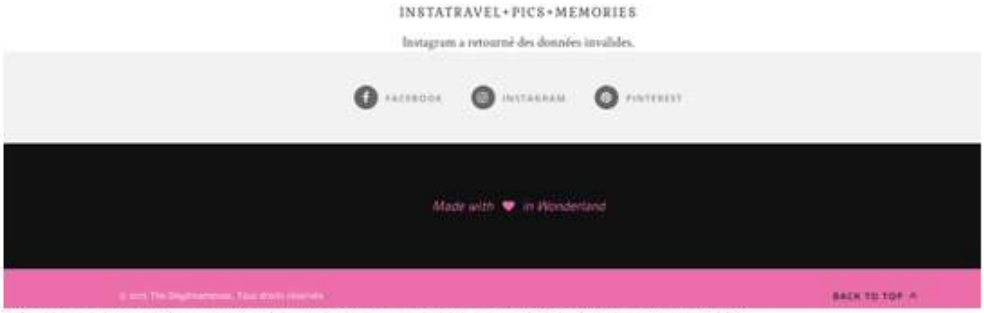
Dans cette section, la blogueuse présente deux partenaires commerciaux : un voyagiste et une plateforme de réservation de location. La troisième colonne présente le compte Facebook relié au blog. Les trois colonnes reprennent le format des vignettes de la précédente zone.



(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020)

f) Une barre de fin de page

La barre de fin de page est composée de boutons de suivi, d'un rappel des droits d'utilisation et de l'utilisation du système de management de contenu *WordPress*.



(Source : https://www.thedaydreameuse.com, consulté le 28 janvier 2020)

3. Place de la photo dans le blog

La photo occupe une place importante dans le blog B5. Elle assure une fonction illustratrice. Les photos présentent des paysages, des monuments, des scènes du quotidien dans les pays visités.

4. Place des vidéos ou présence de vlogs.

Il n'y a pas de vidéo ni de présence de vlogs dans le blog.

1.7. B6–D, description de la page d'accueil du blog B6

1. Informations générales

Nom du document : description de l'organisation des modules du blog voyage B6 « Le Blog de Mathilde ».

Référence du document : B6-D.

Site : https://www.mamanvoyage.com

Date de consultation : 16 mars 2020.

2. Présentation et description de la page d'accueil

(Source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 16 mars 2020)

La page d'accueil du blog intitulé « Maman Voyage – Plus de 100 voyages avec enfants et un tour du monde » est constitué de plusieurs zones modulaires.

- Une barre d'en-tête composée de trois sections différentes : une section de titre, une section d'étiquettes thématiques et une icône de recherche.
- Une zone proposant cinq photos accompagnées de leurs titres qui représentent les cinq derniers billets. La visualisation de ces cinq éléments iconotextuels défile de la gauche vers la droite automatiquement.
- Les trois derniers billets postés sont suivis d'une numérotation des pages qui propose de consulter par ordre antéchronologique tous les billets du blog.
- Une zone de fin de page.

a) Description de la barre d'en-tête

Capture d'écran de la zone de barre d'en-tête avec la photo de référence pour le blog B6 :

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 16 mars 2020)

Capture d'écran de la zone de barre d'en-tête avec le texte occupant la fonction de titre pour le blog B6 :

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 16 mars 2020)

Comme observé sur les deux précédentes captures d'écran, la barre d'en-tête est composée d'une zone de titre, d'une série d'étiquettes ainsi que d'un bouton action représenté par une icône.

La barre d'en-tête est fixe. Quel que soit l'endroit du blog dans lequel le lecteur navigue et indépendamment de sa localisation sur la « page » du billet, cette barre apparaît.

a.1. Description de la zone de titre

La zone de titre se situe en haut et à gauche de la barre d'en-tête. Elle est composée de deux éléments sémiotiques différents présentés en alternance toutes les cinq secondes approximativement. Le premier de ces éléments est un texte composé du nom du blog et d'un segment nominal catégorisant le blog. Aucune image ou photo n'accompagne le texte. Le second élément sémiotique est une photo sans texte.

Le nom du blog « Maman Voyage »

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 16 mars 2020)

La présentation du nom du blog est sobre. Une police plus grande que le reste du texte marque sa présence et la couleur bleue contraste sur le fond blanc du blog. Aucune image, photo ou dessin n'apparaît simultanément.

Le nom du blog est composé de deux termes « Maman » et « Voyage ». Les deux ont une majuscule à la manière de noms propres.

« Maman » permet de positionner la blogueuse dès l'entrée dans le blog dans un champ lexical autour de la famille. « Maman » est un appellatif employé par les enfants pour appeler leur mère. C'est donc bien le rôle parental et féminin qui est mis en avant pour caractériser l'auteure. La blogueuse choisit d'utiliser cet appellatif pour en souligner l'aspect actif. « Maman » est en effet mobilisé dans les échanges avec les enfants soit par ces derniers pour formuler une demande soit par les mamans qui

répondent en se désignant à la troisième personne du singulier (Ex. : « Maman ? - « Maman est occupée pour l'instant »).

La première moitié du titre occupe ainsi la fonction de réponse à une éventuelle question du lecteur qui pourrait être : qui est l'auteur(e) de ce blog ?

La seconde partie du segment est composé d'un verbe « voyager » conjugué dans cette construction au présent de l'indicatif et portant la marque de la troisième personne du singulier. Ce présent a une valeur de généralité qui marque la durée de l'action. Ainsi, la proposition « Maman voyage » semble être toujours vrai indépendamment du jour de consultation du blog.
Par ailleurs, le réseau sémantique du verbe « voyager » permet de situer immédiatement le blog dans l'immensité des registres thématiques des pages personnels. Il qualifie la catégorie du blog comme étant celle des blogs voyages.

On peut supposer également que l'auteure, dans un esprit de jeu avec le lecteur, emploie le verbe « voyager » sous sa forme de verbe conjugué pour désigner aussi l'homonyme (et homographe) « voyage ». C'est alors l'univers de représentations concernant « le voyage » qui est convoqué dans l'imaginaire du lecteur. On reconstitue ainsi une combinaison de sens éclairant le thème du blog en associant la parentalité féminine et le voyage.

La deuxième partie de la phrase « Maman Voyage » vise donc à préciser l'action de l'auteure si on considère le verbe « voyager » et le thème du voyage traité dans le blog.

Par ailleurs, il existe une forme de contradiction entre l'imaginaire lié à l'emploi de « Maman » au sens d'appellatif utilisé par les enfants de la blogueuse dans un contexte familial et le plus souvent dans l'espace calme et privé de la maison et l'imaginaire du voyage qui évoque l'évasion, les destinations lointaines, le mouvement, les itinéraires de découverte d'un pays, une suite d'actions réalisées à l'extérieur du foyer. « Maman » évoque une représentation plutôt traditionnelle de la femme (images de la mère qui est en interaction constante avec ses enfants, de la maternité qui s'impose comme rôle social premier dans la présentation de la blogueuse). En revanche le récit d'une « Maman » voyageant surprend par la combinaison sémantique de ces deux thèmes. Voyager nécessite beaucoup d'organisations logistiques et financières tout comme le requiert l'éducation de deux enfants. Réussir à articuler les deux thèmes semble être un véritable tour de main. Il s'agirait donc à travers l'emploi de ces deux termes « Maman » et « Voyage » de mettre en échos deux rôles sociaux féminins qui se rencontrent rarement sur la toile : la mère et la voyageuse. Il s'agirait également pour la blogueuse de se présenter en tant que femme voyageant avec ses enfants et combinant de fait les difficultés inhérentes à ces deux types d'activités.

Le sous-titre « Plus de 100 voyages avec enfants et un tour du monde »

Le sous-titre énonce clairement le thème principal du blog autour du voyage avec enfants.

Le chiffre de la centaine et l'adverbe de quantité « plus » vise à formuler une promesse aux lecteurs de quantité d'informations et de recommandations conséquentes. La

blogueuse met donc en avant son expérience particulière des voyages avec enfants afin d'asseoir sa légitimité à prendre la parole dans l'espace public du net.

Le sous-titre fonctionne tant comme élément servant à positionner le blog parmi les millions de pages personnelles existant sur la toile et à apporter la justification de la prise de parole par la blogueuse. Pour l'auteure, il s'agit à la fois d'aider l'internaute à saisir rapidement le thème principal du blog et à le convaincre que l'information recherchée se trouve sur son site.
Les arguments de la blogueuse reposent sur le nombre de voyages avec enfants effectués (« plus de 100 ») et sur le type de voyage (« voyages avec enfants et un tour du monde).
Le sous-titre fonctionne donc à la façon d'une périphrase qui détaille explicitement les thèmes évoqués dans le nom du blog.

La photo présente en alternance dans la zone de titre :

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 16 mars 2020)

Le nom du blog apparaît en alternance avec une photo de quatre récipients posés sur une table de bois. L'arrière-plan de la photo est une plage au moment du coucher de soleil. On peut y noter la présence d'une branche de palmier. Ce scénario évoque sans détour l'imaginaire du voyage d'agrément destiné à se détendre et à se faire plaisir.

Trois verres de cocktail avec une paille et un biberon prennent ainsi place devant l'objectif de l'appareil photo. Les verres sont remplis d'une boisson claire accompagnée de glaçons et d'une rondelle de citron (ou de concombre). Le troisième verre est plus petit en taille que les deux premiers. Le biberon est de petite taille (100 / 150 ml), rempli d'un liquide transparent et il est placé à la suite des trois premiers contenants. La présence de ces quatre éléments de face semble être une représentation analogique des participants au voyage : deux adultes, un enfant et un bébé.

Les verres et le biberon apparaissent centrés dans la photo et sont présentés côte à côte face à l'objectif de l'appareil. Ils semblent occuper deux fonctions : désigner les acteurs des voyages décrits par l'auteure du blog et formuler une promesse de réussite de voyages avec enfants à l'attention des futurs lecteurs.

Implicitement, la blogueuse suggère plusieurs idées sous-jacentes dans cette organisation des éléments sémiotiques :

- Un voyage avec enfants présente des difficultés ;
- Un voyage avec enfant réussi est un voyage où chaque membre de la famille parvient en même temps à profiter de merveilleux paysages et de moments de détente ;

➢ L'imaginaire du voyage est lié à des lieux de plage, à des moments de couchers de soleil, à des endroits qui associent chaleur, soleil et palmiers.

a.2. La section d'étiquettes thématiques

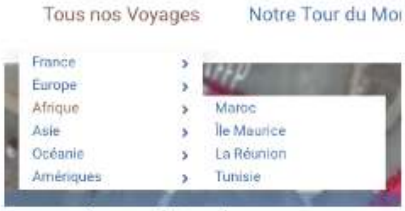
(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 16 mars 2020)

On compte quatre étiquettes thématiques facilitant la navigation de l'internaute dans le site.

Lorsque le curseur se positionne sur l'étiquette « À propos » un menu déroulant s'ouvre et propose six options de navigation ou de redirection vers d'autres réseaux sociaux en lien avec le blog :
« Qui suis-je ? » ; « Cont@ctez-moi » ; « Mappemonde » ; « Ma Blogroll » ; « Pinterest » et « Instagram ». Pinterest n'est pas seulement un mot auquel est associée une fonction numérique de partage et de redirection vers le réseau social mais pointe également une série de six photos présentées sous la forme de mini-vignettes.

Puis suit la section de navigation thématique sur les lieux visités. Ainsi l'étiquette « Tous nos Voyages » est un menu déroulant qui offre la possibilité de consulter les billets du blog en fonction du pays ou du continent visité.

Captures d'écran du menu déroulant « Tous nos Voyages » et du continent « Afrique » :



(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 16 mars 2020)

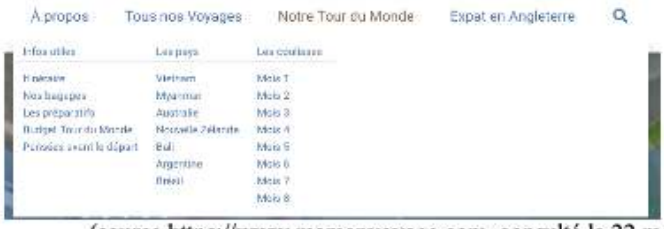
Ainsi, les billets relatant les visites effectuées dans le continent Afrique sont rangés au sein de quatre catégories nommées selon les noms des pays visités : le Maroc et

5

la Tunisie pour l'Afrique du Nord et les îles de la Réunion et de l'île Maurice pour la partie du continent située dans l'Océan Indien. Sur les 54 pays recensés en Afrique, seuls quatre ont fait l'objet d'une visite et d'un billet dans le blog B6. L'auteure ne vise donc pas l'exhaustivité des lieux à connaître dans une zone mais le partage d'une expérience individuelle.

La section correspondant à l'étiquette « Notre Tour du Monde » s'ouvre sur un menu déroulant proposant trois grandes catégories d'aide à la navigation : la catégorie « infos utiles » regroupe les étiquettes actions « Itinéraire », « Nos bagages », « Les préparatifs », « Budget Tour du Monde », « Pensées avant le départ » ; celle intitulée « les pays » liste les sept pays visités lors de ce tour du monde ; « les coulisses » proposent une navigation chronologique dans les billets mois par mois durant les 8 mois du voyage.

Capture d'écran de la section « Notre Tour du Monde » :



(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

Enfin la dernière étiquette thématique regroupe les billets publiés sur le thème de l'expatriation en Angleterre.

a.3. le bouton action loupe/ action de recherche

Capture d'écran de la section loupe/action de recherche :

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

Le curseur positionné sur l'icône de la loupe permet d'ouvrir un encadré blanc dans lequel une instruction « Rechercher » est fournie. La recherche par mots clés selon l'intérêt de l'internaute peut alors s'effectuer. La loupe est une image régulièrement utilisée dans les sites internet (pages personnelles, sites professionnels ou institutionnels). L'invitation liée à la fonction de recherche associée au symbole de la loupe est facilement reconnaissable dans le milieu utilisateurs d'internet.

b) Description de la zone de suggestion de billets à consulter

Cette zone est constituée de cinq grandes photos légendées qui défilent les unes après les autres automatiquement. Il ne s'agit pas des billets publiés dernièrement mais d'une sélection de la blogueuse. Je n'ai pas encore identifié le critère de sélection. La taille de ces photos est importante puisqu'il n'est pas possible de voir la totalité de l'élément dans

l'espace de l'écran. L'utilisateur doit en effet actionner le déroulement de la page internet vers le bas pour découvrir la légende qui accompagne chaque photo.

Copie écran de la photo 1 :

(Source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

Cinq ronds en bas de la photo signalent la présence des cinq billets suggérés. La marque du rond blanc signale le billet proposé.

Ainsi, on retrouve en première suggestion le dernier billet posté, puis les quatre autres articles précédents présentés en ordre antéchronologique.

Copie écran de « Notre vie en Angleterre #58 : à 6 pieds des uns des autres… » :

(Source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

La photo ci-dessus montre les deux enfants de la blogueuse, un garçon et une fille. Ils sont appuyés l'un contre l'autre. La petite fille pose une botte sur le pied de son grand frère. Ils sont tournés face à l'appareil photo et ils sourient. Les deux enfants sont en extérieur, sur un gazon vert avec en arrière-plan des ruines de pierres. La légende de la photo « Notre vie en Angleterre #58 : à 6 pieds des uns des autres… » mentionne la distance de 6 pieds à respecter entre des individus et laisse penser que le thème du billet sera la description de l'application de la règle de distanciation sociale en Angleterre. La proximité entre les enfants et le sujet thématique du billet s'opposent tout en abordant le même thème : la distance entre deux personnes.

Copie écran de « Notre vie en Angleterre #57 : au temps du coronavirus… » :

(Source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

La photo présentée et légendée « Notre vie en Angleterre #57 : au temps du coronavirus… » présente au lecteur un arc en ciel aperçu depuis la rue. On y voit un toit de maison avec une cheminée, un ciel bleu qui s'installe après le départ de nuages gris et le début d'un arc en ciel. Il n'y a pas de personnages « vivants » dans cette image. Hormis une éventuelle relation d'homonyme entre l'emploi du terme « temps » pour designer la météo dans la photo et l'emploi dans la légende de ce même terme « temps » pour designer la période vécue, je ne note pas de corrélation directe et claire entre l'élément iconique et son référent textuel.

Copie écran de « Conduire en Angleterre » :

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

La photo est une vue du ciel d'un carrefour qui présente des voitures empruntant différentes tailles de ronds-points. Le sens que doivent suivre les voitures est marqué par une flèche. Il n'y pas de participants vivants (Kress et van Leeuwen, 2006) apparaissant sur la photo bien qu'on puisse considérer que chaque voiture soit conduite a minima par une personne.

Le lien sémantique entre la photo indiquant le sens à emprunter dans les ronds-points et la légende est explicite : il s'agit d'expliquer ou de décrire les particularités de la conduite automobile en Angleterre. L'intitulé du billet présuppose qu'il soit nécessaire pour un public francophone d'expliquer ou de décrire une différence dans la façon de conduire. En ce sens, la blogueuse considère que la plupart des lecteurs qui composent son auditoire conduisent différemment des Anglais.

Copie écran de « Notre vie en Angleterre #56 : les 8 ans de Titpuce, mon anniv' et la tempête » :

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

La photo du billet présente une petite fille devant un gâteau avec des bougies allumées. La légende fait échos à cette image puisqu'elle prétend présenter un billet qui traite des anniversaires de la blogueuse (« mon anniv' ») et de sa fille. En revanche les éléments sémiotiques de l'image ne permettent pas de faire un lien thématique ou sémantique avec la notion de « tempête ».

Copie écran de « Courchevel : au-delà des clichés, une station coup de cœur ! » :

(source https://www.mamanvoyage.com, consulté le 22 mars 2020)

La photo du dernier billet proposée dans cette zone de suggestion concerne les sports d'hiver. L'image d'une statue de panda posée sur une table blanche devant un arrière-plan de montagnes recouvertes de neige rappelle le champ lexical du sport d'hiver et évoque la dimension internationale du lieu. La référence textuelle de la photo fait échos à la thématique de l'image. En revanche, l'intitulé du billet invitant le lecteur à dépasser ses propres clichés sur la station de ski de Courchevel reprend paradoxalement dans la photo le caractère international et excessif qui est souvent associé à l'image de la station.

De façon plus synthétique, il est à noter que trois des cinq images ne présentent pas de participants vivants. Deux photos mettent en scène un ou deux des enfants de la blogueuse. Les éléments iconiques ainsi que leurs références textuelles occupent une fonction d'invitation adressée au lecteur-navigateur.

c) Les trois derniers billets postés sont suivi d'une numérotation des pages qui proposent la consultation par ordre antéchronologique de tous les billets du blog.

Après la zone de suggestion de consultation des cinq derniers billets publiés par la blogueuse, suit une zone de présentation successive de ces mêmes cinq articles dans leur intégralité. On retrouve la même structure dans l'organisation de chaque billet : une grande photo, un titre, la date de publication et le dossier thématique de référence dans le blog, un chapeau à la façon des articles de magazine, la reprise de la photo d'accroche, des titres de paragraphes et des paragraphes, des photos insérées dans le corps du billet, une phrase de conclusion en surgras et une grande photo.

d) Une zone de fin de page.

La zone de fin de page est un encadré gris foncé qui se compose de quatre colonnes.

La première colonne reprend le nom du blog « Maman Voyage » et la photo qui sert également de titre et de logo dans tout le site. On y retrouve les sections de présentation de la blogueuse « Qui suis-je », les accès aux formulaires « Contactez-moi », les redirections vers les billets décrivant les « Mentions légales » et la « Politique de confidentialité » adoptée sur le site. Une action de recherche parmi les « Archives » est proposée via un menu déroulant qui permet de naviguer parmi les productions de l'auteure mois par mois depuis la création de sa page personnelle.

La seconde colonne intitulée « liens utiles » reprend des thèmes qui pourront être d'une utilité pratique aux lecteurs/ aux lectrices du blog selon les présuppositions de l'auteure. Ainsi, on retrouve une sélection de billets du blog concernant « les infos pour les mamans », l'organisation des voyages, les explications visant à démontrer pourquoi l'auteure a choisi de voyager avec ses enfants et comment voyager de façon numérique à travers d'autres blogs voyages.

Cette organisation des billets permet de noter que la blogueuse se représente une audience plutôt féminine « les infos pour les mamans » qui s'occuperaient apparemment de l'aspect logistique des voyages avec enfants.

Dans cette même colonne, la blogueuse invite le lecteur à s'abonner au flux de son blog par email via un encadré à compléter.

La troisième colonne nommée « catégories » reprend des thèmes plus détaillés du voyage avec enfants. On trouve ainsi une liste permettant la navigation dans le blog en fonction de l'intérêt du ou de la lecteur/-trice : « à vélo », « *Roadtrip* », « *Citytrip* », « Plages », « En *Campervan* », « Ski », « Rando », « Bateau », « Notre tour du monde 2016 ». La liste des façons de voyager avec enfants se veut autant que possible exhaustive. Les catégories qui suivent concernent des billets en lien avec les voyages avec bébé, les voyages sans enfant, des articles traitant des accessoires recommandés

par la blogueuse pour voyager avec enfants (le type d'appareil photo par exemple, des idées de calendrier de l'avent pour futur voyageur en herbe), des propositions d'adresses de restaurants ou d'hôtels. Dans cette même section, la blogueuse propose de retrouver les posts concernant son expatriation en Angleterre, des articles sur Paris, sur des sorties à faire, sur des expériences vécues dans des spas en Europe, sur sa vie de maman. Elle propose aussi un classement des billets de son site autour de conseils destinés aux futures ou aux jeunes mamans. Enfin la dernière catégorie concerne la vie du blog et se nomme « blogosphère ». Dans cette section, la blogueuse fait référence à son expérience en tant qu'auteure de billets, animatrice et gestionnaire de son réseau sociale.

e) Place de la photo dans le blog

Les photos s'articulent au corps des billets. Elles présentent en grand format des photos de la famille de la blogueuse, d'elle-même et de son conjoint (plus rarement) et de leurs deux enfants. Il y a des photos de paysages, des photos des habitants des pays visités. Majoritairement les participants vivants pris en photos sont les enfants de la blogueuse. La plupart des photos représente de grands paysages ou bien des clichés montrant des pans de paysages ou de villes avec un ou les deux enfants en action.

1.8. B7–D, description de la page d'accueil du blog B7

1. Informations générales

Nom du document : description de l'organisation des modules du blog voyage B7 – Bestjobers.

Référence du document : B7-D.

Site : « https://www.bestjobersblog.com/»

Date de consultation : 30 avril 2020.

2. Présentation et description de la page d'accueil

(Source : https://www.bestjobersblog.com/», consulté le 30 avril 2020).

La page d'accueil du blog se compose de sections modulaires organisées sur un axe vertical. En déroulant le menu de navigation vers le bas, le site internet déploie sa présentation. Les « bandes » se succèdent thématiquement dans une alternance de teintes foncées et claires.

On trouve ainsi :

- Une barre d'entête de couleur gris foncé ;
- Un logo essentiellement iconotextuel ;
- Une section d'organisation des billets permettant une navigation thématique dans l'univers du blog voyage selon l'intérêt du lecteur ;
- Une grande photo de fougères ;
- Une section de présentation des auteurs du blog et de promotion d'achat d'un livre imprimé sur les 100 coups de cœurs des blogueurs en Australie ;
- Une zone de suggestion d'articles à lire : une grande photo, trois vignettes, une grande photo. Chaque photographie est accompagnée du titre du billet sur la destination présentée ;
- Une zone de suggestion de billets thématiques fournissant des conseils aux lecteurs pour devenir blogueur voyageur ;

- Une suggestion de vidéos à consulter ;
- Une zone de trois vignettes suggérant une navigation par pays ;
- Une zone de suggestion de 21 billets à consulter ;
- La zone de fin de page composée d'une invitation à s'inscrire à la newsletter du blog et d'une barre de fin de fin de page de couleur gris foncé.

a) Description de la barre d'entête :

(Source : https://www.bestjobersblog.com/», consulté le 30 avril 2020).

La barre d'en-tête est un long rectangle anthracite. Les auteurs ont choisi une police claire pour les titres des menus de navigation et les boutons d'action de partage et de suivi. La barre se scinde en deux parties : celle de gauche présente les titres des menus de navigation dans le blog tandis que la partie de droite est réservée aux boutons d'abonnement, de suivi et de partage.

Description des menus de navigation dans le blog :

- La section [A propos] redirige la navigation du lecteur vers un billet de présentation des deux blogueurs « Elisa et Max ».
- La section [On parle de nous] mène à un billet retraçant les nombreuses citations et les apparitions de l'activité du blog dans la presse média en ligne (Lexpress.fr, Paris Match), télé (Canal+, NRJ12), audio (Émission de radio « Allo la planète ») et papier (QOA mag).
- L'activation par le clic de l'étiquette [Travailler avec nous], ouvre la messagerie du lecteur et invite à prendre contact par email avec les auteurs du blog. La section [contact] déploie un formulaire demandant le nom, l'adresse email, le contenu du message à déposer et propose une vérification visant à confirmer que le formulaire n'est pas rempli sous l'action d'un autre ordinateur.

Description des boutons de suivi et de partage :

Les icônes de suivi sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter, Google+ (qui a disparu et n'est donc plus une application de suivi ou de partage active), Instagram et bouton de suivi RSS Feed (Really Simple Syndication - format de données utilisés sur le web pour informer les lecteurs des dernières mises à jour du blog[1]).

b) Description de la zone de titre :

(Source https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020).

[1] Source https://fr.wikipedia.org/wiki/RSS, consulté le 4 mai 2020.

Le nom du blog apparaît sous la forme d'un iconotexte. Le nom du blog est écrit en majuscule. La lettre O du nom apparaît sous une forme stylisée et représente une planète.
Le nom du blog est composé de deux termes anglais « best » et « jobers » qui sont réunis sous un seul intitulé « bestjobers ». Il s'agirait de désigner des personnes qui auraient trouvé le meilleur métier possible.

La flexion du nom au pluriel indique la pluralité des auteurs. L'utilisation de l'anglais vise à préciser le caractère international du blog ou peut-être son objectif de parcourir le monde.

Le sous-titre anglais « Inspired by Nature » inscrit le blog dans une démarche d'ancrage au plus proche de la planète peut-être. En évoquant la source de l'inspiration des blogueurs comme émanant de la « nature » les auteurs du blog revendiquent-ils l'argument de l'authenticité ou cherchent-ils à s'en attribuer les caractéristiques ?

c) Description de la section d'organisation des billets du blog classée par intérêts thématiques

(Source https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

La section d'organisation des billets du blog se construit autour des destinations géographiques visitées, d'une sélection des meilleures expériences vécues et relatées par les blogueurs, de thèmes liés à leur quotidien, de l'aspect photographique du blog et enfin des meilleurs conseils réunis pour le lecteur.

Ainsi, la section étiquetée [France] déploie un menu répertoriant les régions visitées par les blogueurs et faisant l'objet d'un récit :

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

Le menu déroulant [Destinations] déploie une organisation des billets selon les régions du monde. Ainsi en choisissant de cliquer sur [Destinations] puis sur [Océanie] un autre

menu déroulant s'ouvre proposant alors de naviguer par les articles publiés sur l'Australie, la Nouvelle-Calédonie et la Polynésie Française.

(Source : https://www.bestiobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

Au sein du menu déroulant nommé [Best expériences], le choix des auteurs guide la classification des billets du blog selon leurs recommandations. Ainsi, le lecteur peut y retrouver des *posts* concernant le choix des blogueurs sur les meilleurs hôtels, les meilleures visites de villes, de circuits en voiture ou en train, les moments de rencontre avec des animaux. Le menu contient aussi un autre type de voyage, celui visant le bien-être physique et mental.

(Source : https://www.bestiobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

La classification vise à aider la navigation du lecteur en fonction de ses centres d'intérêts et l'interpellent selon différents rôles : lecteur-témoin des voyages des blogueurs, lecteur – futur voyageur préparant un séjour touristique, lecteur–rêveur lisant pour le plaisir les billets du site, lecteur–potentiellement acheteur de livres ou de photos …

Les intitulés reprennent entre autres quelques-unes des formes de voyages généralement proposées par les voyagistes. On retrouve ainsi une organisation par destinations

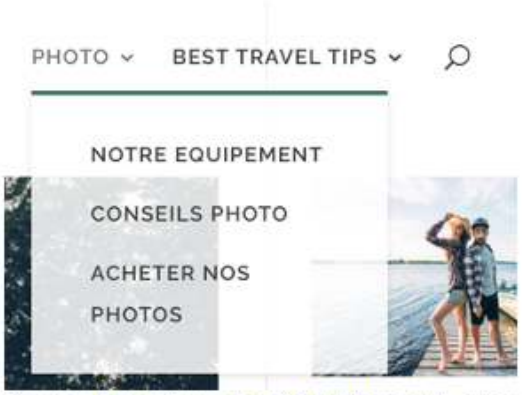
géographiques, par moyens de transport, par types de voyage (« city trip », « road trip », « week-end bien être »), par loisirs (photographies).

La classification des billets se fait aussi en fonction de la curiosité des lecteurs pour la vie des blogueurs « Best life » par exemple reprend des articles publiés sur le foyer des auteurs, sur leur vie au quotidien ou bien encore sur des articles plus génériques comme « Hello 2020 » (Source https://www.bestjobersblog.com/category/humeurs/, consulté le 4 mai 2020) qui vise à saluer la nouvelle année.

Dans la section [Best life] le lecteur peut accéder à une page invitant à découvrir des informations concernant la publication du livre des blogueurs (informations sur le thème géographique, la date de mise à disposition, le nom de la maison d'édition choisie et le prix de vente en librairie).

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

Interpellé dans son rôle de potentiel consommateur des produits du site, le lecteur est invité à consulter la section « acheter nos photos » qui le redirige vers le site du photographe « Max » qui contribue à la partie photographique du blog voyage B7.



(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

Il est intéressant de noter l'alternance des termes français et anglais dans le blog. Ainsi les intitulés anglais [Best life] ou encore [Best travel tips] sont juxtaposés à l'étiquette [Best expériences]. L'accent du terme « Expériences » souligne ici l'emploi de la version française face à la version du terme en anglais « experiences ».

d) Photo des fougères

La photo des fougères est une explosion de végétation d'un vert luxuriant. Le clair et le sombre sont présents dans la photo.
Le thème fait peut-être échos au sous-titre du blog « Inspired by Nature ». Il semble renforcer le sentiment d'immersion dans le blog dans une nature débordante.

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

e) Promotion du livre des blogueurs et présentation des blogueurs

Le premier élément de contenu du blog est la présentation de la sortie en librairie du livre des blogueurs à part égal à la présentation du blog et des blogueurs.

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 4 mai 2020)

La partie de gauche est intitulée « notre livre » et vise à réaliser la promotion du livre écrit par les blogueurs. L'utilisation de la première personne du pluriel met en avant leur couple. L'image du livre fait figure de sous-titre ou encore de présentation du produit. Les mots – action « acheter » et en « savoir plus » s'adresse au lecteur – potentiellement acheteur.

La partie droite intitulée « un couple, un blog, un regard sur le monde » annonce une brève présentation des blogueurs et du blog insistant avant tout sur l'identité formée par le couple. Le premier terme de la présentation et le dernier concernent tous deux les blogueurs les définissant premièrement par leur union puis par l'association des deux individus « Elisa » et « Max ».

Les deux sections se font échos et renvoient l'une à l'autre à la façon d'un miroir.

f) Une zone de suggestion d'articles à lire

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

La première partie de la zone de suggestion d'articles propose de consulter deux billets présentés sous la forme d'une grande photo où figure le titre. Les deux billets concernent des lieux de visites en France « France | Week-end à Aix-Les-Bains » et « France | Nos plus belles nuits insolites ». La fonction défilante est programmée pour passer automatiquement d'un billet à l'autre.

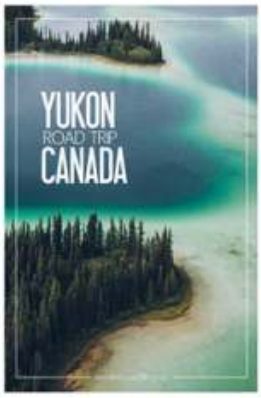
La seconde partie de la zone de suggestion invite à consulter trois destinations en France. Les trois *posts* sont présentés sous la forme de vignettes incluant une photo, un intitulé (« 10 choses à faire en », « La Manche en Normandie », « Les plus spots pour photographier la lavande ») et une référence soit à la région (« Baie de somme ») soit au type de voyage (« Road-trip »).

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

La troisième partie est de nouveau une zone de suggestion de billets présentés sous la forme de photographies panoramiques défilant automatiquement. Les destinations invitent à s'évader plus loin géographiquement : en Italie, aux États-Unis ou encore en Inde.

(Source : https://www.bestiobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

Puis de nouveau figure dans l'ordre de la page du blog une nouvelle zone d'alternance de trois billets proposant de consulter des récits de voyages réalisés au Canada, en Afrique et à l'île de la Réunion.



(Source : https://www.bestiobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

g) Une zone de suggestion de billets thématiques fournissant des conseils aux lecteurs pour devenir blogueur voyageur

8

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

En proposant de consulter des billets sur les « bons plans » pour voyager ou bien pour obtenir des informations sur comment devenir un influenceur – voyage, le blogueur considère que son aventure internet peut inspirer d'autres vocations dans son public de lecteurs.

h) Une suggestion de vidéos à consulter

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

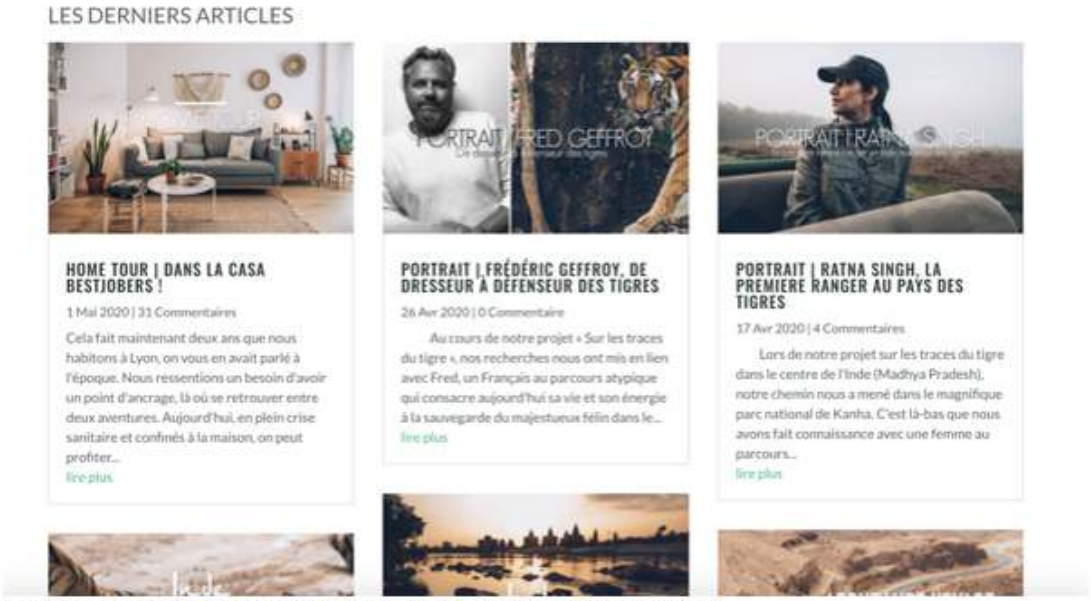
Les blogueurs utilisent la vidéo comme support complémentaire aux récits de voyage. Les vlogs sur YouTube sont moins nombreux que les billets publiés mais contribuent néanmoins à la visibilité sur les réseaux sociaux des blogueurs.

i) Une zone de trois vignettes suggérant une navigation par pays

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

Trois vignettes légendées de la destination contribuent à favoriser une navigation adaptée aux besoins et aux envies des lecteurs – internautes.
Les photos de mer, de plages, de rivières et de roches, de personnes vêtues d'habits traditionnels dans la rue sont un appel au voyage.

La navigation se poursuit par la proposition de 21 vignettes correspondant aux 21 derniers articles postés. Chaque vignette se présente sous la forme photo, titre, date, commentaire et une, deux ou trois phrases d'accroches.



(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 9 mai 2020)

- La zone de fin de page se compose d'une invitation à s'inscrire à la newsletter du blog et d'une barre de fin de fin de page de couleur gris foncé.

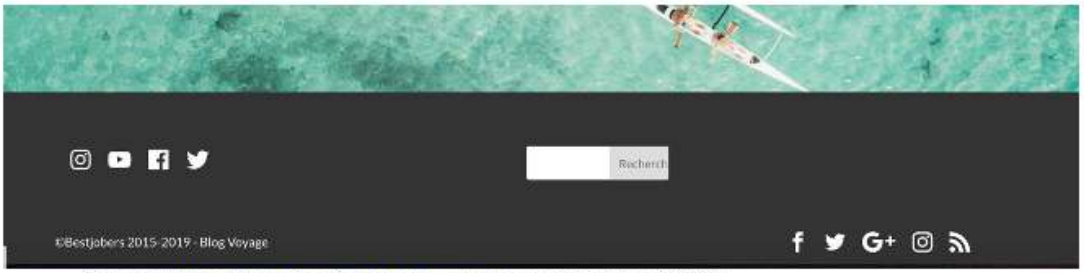
j) La newsletter

Le formulaire d'inscription est destiné aux lecteurs qui apprécient le blog et lui sont fidèles.

(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

L'invitation qui est formulée vise le lecteur. Il lui est enjoint de rejoindre la famille des Bestjobers (« Rejoignez la **Bestjobers Family**! »). L'impératif est utilisé. Le message se conclut de manière familière et affectueuse « bises Elisa & Max ». Les blogueurs ont souhaité adopter une posture énonciative qui les rapproche de leurs lecteurs.

La zone de fin de page reprend les icônes des principaux réseaux sociaux rattachés au blog. Ainsi, le lecteur peut basculer de sa navigation sur le blog à Instagram, YouTube, Twitter, ou encore Facebook.



(Source : https://www.bestjobersblog.com/, consulté le 7 mai 2020)

1.9. B8–D, description de la page d'accueil du blog B8

1. Informations générales

Nom du Document : description de l'organisation des modules du blog voyage B8 « Un couple en vadrouille ».

Référence du document : B8-D.

Site : http://www.uncoupleenvadrouille.fr

Date de consultation : 20 septembre 2019.

2. Présentation et description de la page d'accueil

(source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

« Un couple en vadrouille » est constitué de 7 zones modulaires sur la page d'accueil :

- Une barre d'en-tête gris claire regroupant 5 grands thèmes et des boutons de partage ;
- Une zone de titre ;
- Une section regroupant de grandes photos illustrant les lieux ayant fait l'objet des derniers billets ;
- Une section d'organisation des billets du blog classée par intérêt géographique : chaque étiquette est associée à l'ouverture d'une nouvelle fenêtre proposant une liste de billets correspondant à la destination désirée ;
- Une sélection de présentation de billets associant une photo légendée, à un titre, à l'en-tête de l'article et à sa date de publication ;

1

- Une zone de différents modules verticaux correspondant à un encart de présentation des deux blogueurs qui est suivi d'une série d'actions proposée au lecteur, d'encarts publicitaires, de l'annonce des prochains voyages et d'un menu déroulant correspondant aux billets les plus consultés ;

- Enfin, d'une zone gris claire regroupant des options de partage sur les réseaux sociaux ainsi que la mention protégeant les droits d'auteurs du blog : « © 2015/2019 - Blog voyage d'un Couple en Vadrouille - Mylène & Mickaël ».

a) Description de la barre d'en-tête :

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr/au-bout-du-monde/

Cette barre d'en-tête est de couleur grise. C'est une barre fixe qui est apparente quelque soit la localisation de l'internaute dans la consultation du blog. Elle présente des menus déroulants sur son pan de gauche et des boutons de suivi des actions des auteurs sur leurs réseaux sociaux.

Les menus déroulants

Les menus déroulant regroupent des références à des lieux de voyage, à une thématique spécifique du blog et à une section détaillant une présentation des auteurs :

Liste des sections :

- « Au bout du monde » : section qui regroupe des billets concernant l' « Amérique » et plus précisément « New York » et l' « Ouest américain ».
- « Europe» : section dédiée à des billets concernant l'Allemagne, l'Angleterre, la Belgique, Espagne, Grèce, Irlande, Italie, Portugal.
- « France » qui traite de voyages réalisés dans différentes régions comme « centre Val de Loire », « le Grand Est », l' « Île de France », les « Hauts de France » ...
- Une section « lifestyle » concernant une catégorie « bons plans » mais dont les billets ne sont pas des astuces ou des conseils ciblés mais un regroupement de recommandations de visites touristiques ou de loisirs à réaliser ; une catégorie « matériel » regroupant un unique billet détaillant l'aspect technique de la photographie ; pour finir une catégorie « on a testé » regroupant une succession de billets décrivant des expériences vécues de loisirs du type « un escape game chez one hour », une séance de « cinema 4DX »...ces loisirs sont souvent financés par un mandataire.
- « À propos de nous » est une étiquette de menu déroulant qui conduit à une zone de contact avec les auteurs, une liste de collaborations avec des partenaires de l'industrie du tourisme tels que des institutionnels via les villes de Reims, de Bourg-en-Bresse, de Bordeaux, la SNCF etc., mais aussi des enseignes telles que Nature & Découverte, Lonely Planet, Showroom privé, des marques telles que Samsonite spécialisées dans la vente de valises par exemple et Bodega du Muscat à Beaumes-de-Venise mais aussi des éditeurs puisque l'entreprise Hachette collections est également citée.

- « La carte de nos voyages » interactive indiquant les séjours effectués et menant par voie de « clics » aux photos et au récit du voyage sélectionné ;
- Une section « On parle de nous » référant à la notoriété médiatique (presse écrite et numérique) du blog.

Les boutons de suivi et de recherche

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr

Les boutons de suivi concernent les réseaux sociaux de Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest et YouTube.

L'icône de la loupe indique la possibilité d'effectuer une recherche par mots clés sur le blog.

b) Description de la zone de titre

(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

Le titre précise le nom du blog avec en lieu et place de la lettre « o » du mot « vadrouille » la représentation d'une planète, un sous-titre précisant que le blog est un blog voyage et le prénom des deux auteurs du blog « Mylène & Michael ».

La particularité de ce blog voyage est mentionnée dans le titre : il s'agirait d'un « couple » qui l'animerait. En se désignant sous cette étiquette, les blogueurs se détachent de l'image du « voyageur blogueur solitaire » et appelle un public qui se sent proche de cette image.

Deux illustrations encadrent le nom du blog. La première à gauche et insérée dans le titre et vise à préciser le contenu thématique du blog tandis que l'illustration dessinée de droite représente les blogueurs auteurs des billets et la façon dont ils souhaitent être perçus.

Ainsi l'univers du voyage est ici évoqué par le sous-titre (« blog voyage »), le lexique choisi dans le titre (« en vadrouille » qui évoque la déambulation sans but, une balade), par les choix iconiques de la présentation du blog (la découverte du monde est représentée par le planisphère et par l'image de la planète terre mais également par les trajets en pointillés effectués par trois petits avions bleus).

L'image du jeune couple globetrotteurs est ici proposée via différents éléments :

- le sous-titre qui mentionne clairement les deux prénoms blogueurs ;
- la partie iconique désignant un couple hétérosexuel se tenant la main, ayant chacun un sac à dos et portant pour la jeune fille un appareil photo en bandoulière.
- On note aussi que les deux voyageurs arborent un grand sourire laissant supposer l'enthousiasme du voyage.

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr

La thématique du couple heureux est aussi évoquée en terme iconographique puisque les deux personnages se tenant la main font échos aux petits cœurs surplombant le nom du blog :

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr

L'authenticité est évoquée en creux par la citation des deux prénoms des blogueurs.

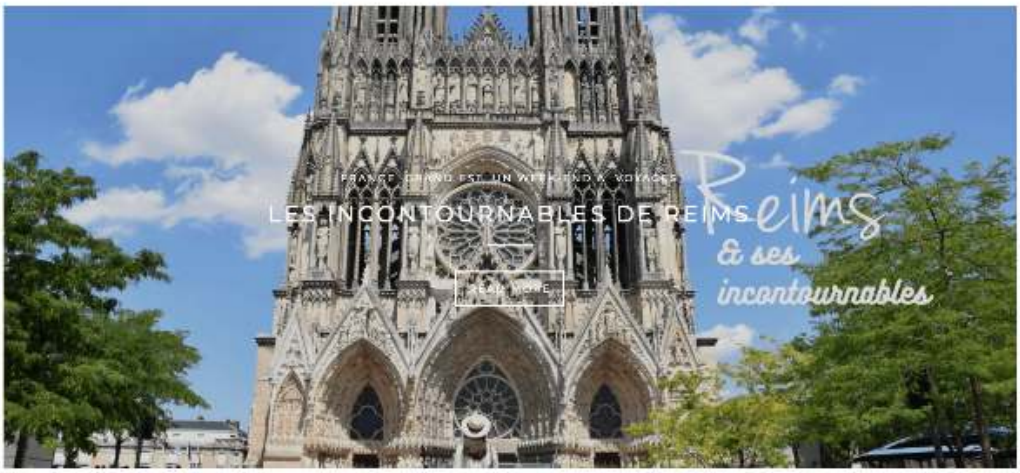
Les différentes parties iconiques et textuelles sont engagées dans une boucle réflexive qui construit le sens de cette présentation de la marque du blog ou bien de la ligne éditoriale du blog autour de deux thèmes : le voyage et le couple heureux.

c) Une section regroupant de grandes photos illustrant les lieux ayant fait l'objet des derniers billets

La photo est ici essentielle. Elle joue le rôle d'illustration dans l'ensemble du blog mais aussi d'invitation à lire et à découvrir les circuits parcourus et les visites réalisées. Ainsi, sont intégrées des légendes au cœur de grandes photos.

À la date du 20 septembre 2019, une photo représentant la cathédrale de Reims et intitulée « Les incontournables de Reims – Reims et ses incontournables » côtoie en alternative une photo d'un autre lieu religieux, une église de Bourg-en-Bresse.

« Les incontournables de Reims » – Dossier « France Grand Est – Un Week-end à Voyage » :



http://www.uncoupleenvadrouille.fr (consulté le 20 sept. 2019).

« À la découverte de Bourg-en-Bresse » – Dossier « Auvergne Rhône Alpes - France Un Week-end à Voyage » :

http://www.uncoupleenvadrouille.fr (consulté le 20 sept. 2019).

d) Une section d'organisation des billets du blog classés par intérêts géographiques

http://www.uncoupleenvadrouille.fr (consulté le 20 sept. 2019).

5

Le classement en trois destinations géographiques différentes mentionnées dans la première zone grise du blog est repris ici via trois photos ayant pour thématique la préparation d'un voyage. Cahiers, chapeau, lunettes de soleil, cartes et appareil photo sont des objets qui apparaissent sur les trois photos posées sur une table.

La présence des auteurs est évoquée sur la première photo par un jeu de quatre mains, de deux paires de lunettes et de deux chapeaux. Dans la seconde photo seul apparaît une paire de mains. Enfin la troisième photo ne laisse pas d'indice direct de la présence apparente des blogueurs. En revanche, elle est évoquée indirectement via les deux passeports et une paire de tennis rouges.

En cliquant sur une des trois destinations, une nouvelle fenêtre du blog s'ouvre et l'internaute est redirigé vers les différents billets de la thématique choisie.

e) Une sélection de présentation de billets associant une photo légendée, à un titre, à l'en-tête de l'article et à sa date de publication

Cette sélection de billets est composée des dix derniers articles les plus récents.

Chaque billet est présenté sous la forme d'une vignette soulignant via la photo et le titre le lieu visité. Une légende incrustée à la photo apparaît et précise non seulement la destination mais soit le temps accordé à la visite du lieu soit son angle de découverte.

Ainsi on retrouve les constructions de durée de voyage d' [une journée à + nom de lieu] ou bien [Week-end à + nom de lieu] et les syntagmes utilisés dans les magazines et les ouvrages à vocation touristique [à la découverte de + nom de lieu] et [les incontournables de + nom de lieu].

Extraits :

AUVERGNE RHÔNE ALPES · FRANCE
UN WEEK-END À · VOYAGES

A LA DÉCOUVERTE DE BOURG-EN-BRESSE

S'évader dans le sud de la France le temps d'un week-end, c'est possible et on l'a fait ! Nous nous sommes rendus à Bourg-en-Bresse du samedi matin au dimanche soir pour...

29 août 2019

FRANCE · GRAND EST · UN WEEK-END À
VOYAGES

LES INCONTOURNABLES DE REIMS

Nous avions envie d'un nouveau week-end en amoureux sur le mois de juillet 2019 à moins de 2h de la région parisienne et c'est tout naturellement que l'idée nous est venue...

23 août 2019

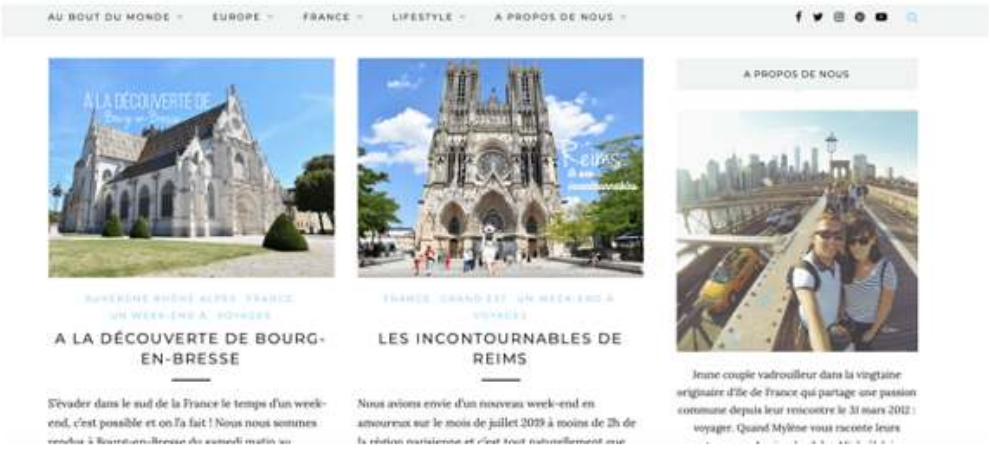
(source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr, consulté le 20 sept. 2019).

f) Le module vertical

Le module vertical occupe toute la longueur de la page d'accueil sur la partie droite. Il est constitué de plusieurs sections :

- un encart de présentation des auteurs « À propos de nous » ;
- une série d'actions proposées à l'internaute : possibilité de cliquer sur une publicité, de prendre connaissance des prochains voyages prévus et de consulter via un menu déroulant les billets les plus consultés.

Sur la droite de la page le premier encart du module vertical est celui concernant la présentation des auteurs :



(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

Encart de présentation « À propos de nous »

Jeune couple vadrouilleur dans la vingtaine originaire d'Ile de France qui partage une passion commune depuis leur rencontre le 31 mars 2012 : voyager. Quand Mylène vous raconte leurs aventures aux 4 coins du globe, Mickaël, lui, se cache derrière la caméra pour capturer chaque instant. Dans ce blog qui est notre carnet de voyage, découvrez bons-plans, conseils et coups de cœur d'un couple en vadrouille.

uncoupleenvadrouille@gmail.com

Mylène & Mickaël

(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

Succession d'actions proposées au lecteur-scripteur :

Les actions sont de différentes natures. Ainsi le lecteur se voit proposer la possibilité de traduire le blog, de suivre les blogueurs sur les réseaux sociaux, de s'abonner au blog, de profiter d'une ensemble de « bons plans voyage » qui sont en réalité la marque d'un accord, d'un partenariat avec une plateforme de réservation « booking.com » et d'un voyagiste « Get your guide », de découvrir les prochaines destinations qui seront l'objet d'un billet, et de consulter les articles les plus populaires du site.

TRANSLATE THE BLOG

Sélectionner une langue

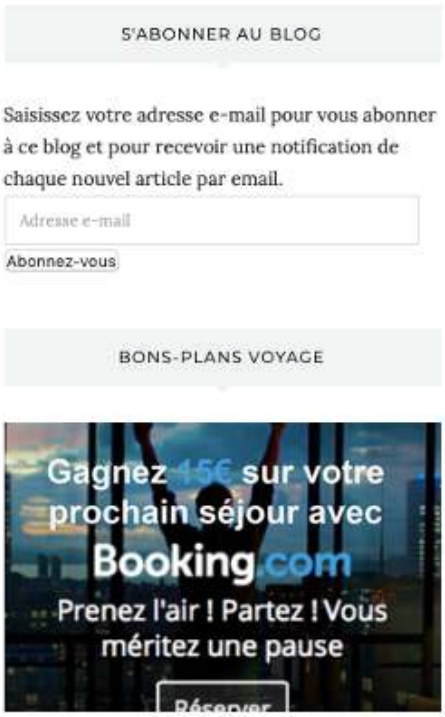
Fourni par Google **Traduction**

SUIVEZ-NOUS

SUIVEZ-NOUS SUR INSTAGRAM

Instagram a retourné des données invalides.

(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)



(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

9

(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

g) Le module Zone gris clair de suivi du blog sur les réseaux sociaux et rappel des droits d'auteurs du blog :

(Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr)

3. Rôle de la photo dans le blog

La photo joue un rôle essentiel dans le blog. Elle participe pleinement à son rôle d'illustration d'articles. Ce sont des photos d'amateurs qui représentent le paysage découvert, les conditions de voyage et qui soulignent les moments importants du récit.

Les photos sont donc souvent employées pour témoigner des découvertes des blogueurs et pour appuyer le « ressenti » décrit dans les billets. Elles remplissent une fonction de « preuve » dans la construction de la véracité et de l'authenticité du récit mais également de séduction.

Parfois dans le blog, un cliché peut aussi remplir une fonction humoristique.

Dans la page d'accueil, située juste après la zone de titre et de menu déroulant, la photo occupe l'ensemble de l'espace de lecture.

4. Les vlogs

Un seul Vlog est disponible sur le blog B8 à la date de consultation du blog en référence *supra*. Il s'agit d'une vidéo de 4 minutes illustrant le voyage de 7 jours à New York. Dans la mesure où seulement un vlog est disponible, il ne s'agit pas du mode de communication privilégié par les blogueurs d' Un Couple en Vadrouille.

2. Documents d'analyses destinés à la présentation des blogueurs[1]

2.1. Grille d'analyses B1– P1– Bandeau de présentation [Mathilde]

Date de consultation : 26 février 2019.

Le bandeau n'existe plus sous la même forme à la date de consultation du 5 novembre 2020. L'analyse du blog porte donc sur le premier bandeau. Le texte n'a pas changé, seulement la photo.

Étape de l'analyse : mise au format Word.

Description : encart de présentation de l'auteure du blog présent sur le bas de toutes les pages à la fin de chaque billet.

Date de l'analyse 26 février – 5 novembre 2020.

Source : https://www.maathiildee.com

Description de l'objet

Le bandeau de présentation de l'auteure du blog est présent en bas de toutes les pages du site internet à la fin de chaque billet. Il est un élément fixe de la structure du site.

Le bandeau est un encadré de couleur jaune pâle. La ligne de délimitation de l'encadrement est noire.

Il est constitué d'une photo de l'auteure qui sourit face à l'objectif. Les vêtements et le style de la photo se veulent décontractés, sans formalisme et accueillant.

Capture d'écran du bandeau qui est désormais apparent dans la partie « About » du blog, le 5 novembre 2020 :

(source : https://www.maathiildee.com/about/)

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

[1] Les grilles d'analyse présentées dans les annexes ont été réalisées au tout du début de la thèse. Elles constituent une des nombreuses étapes de l'exploitation du corpus et visent à illustrer seulement une partie de ce long travail d'analyse.

La photo est en couleur et est présentée dans une vignette ronde au sein de l'encadré.

Relevé des marques langagières et analyse

Éléments analysés	Objectif	Relevé d'indices /segments sémiotiques et langagiers	Notes
Titre de l'encart		« Mathilde » + photo de face	Prénom + photo. Vise à présenter l'auteure. Il s'agit d'identifier la source de l'écriture et de faire valoir un argument de transparence. Identification entre la valeur des informations entre le « blog de Mathilde » et celle attribuée à la parole de « Mathilde ».
Désignation de l'auteur(e)		« Rédactrice, grande organisatrice et réseau socialite du Blog de Mathilde »	Un titre professionnel qui désigne par défaut le blog en tant que magazine. En tous cas relevant de l'univers de la presse. « grande organisatrice » : l'adjectif épithète « grande » est excessif => un effet de jeu avec le lecteur. C'est un effet d'autodérision. « réseau sociolite » => Un terme français désignant implicitement les réseaux sociaux. Un terme anglais signifiant « mondanité, vie mondaine, aimant sortir et rencontrer beaucoup de monde de la haute société ». Il s'agit d'un jeu de mot visant à créer un effet sympathique auprès du lecteur. La construction de la phrase laisse penser à un long syntagme qui serait synonyme de « auteure du blog de Mathilde ».

		« Quand je ne suis pas devant un écran, j'organise des visites guidées de Boston » « j'ai fondé ma petite entreprise Boston le nez en l'air [hyperlien vers le site de l'entreprise de l'auteure] » « Je suis aussi auteure de nombreux guides de voyages, de livres de yoga et de jeux chez des éditeurs français » « Suivez-moi sur Instagram, Facebook ou Pinterest »	Les activités mentionnées précédemment sur le blog se font devant un écran. La description de l'activité professionnelle de l'auteure directement en lien avec le thème de la découverte touristique de la ville de Boston apporte un argument visant à prouver le niveau de connaissance de la blogueuse et à renforcer la crédibilité de l'auteure => augmente la valeur accordée aux informations du blog. L'auteure se présente aussi sous l'angle du cumul de ses expériences et de ses activités. Activité 1 + activité 2 `+ Activité 3 + Activité 4 : toutes en lien avec l'univers du tourisme et de la rédaction touristique. Entreprise de visites guidées + auteure de « nombreux A + B de BX + BY ». La blogueuse ne met pas en avant le temps vécu à Boston ou l'expérience personnelle mais choisit de souligner son investissement personnel dans les travaux de rédaction et de connaissance de la ville. Impératif du verbe suivre. On pourrait s'attendre à ce type de phrase de la part d'un guide. « Suivez-MOI »
Description		Suivez-moi	Pluriel. Vouvoiement.

de l'auditoire		sur Instagram, Facebook ou Pinterest	S'adresse à un collectif. Ordre mais il s'agit d'avantage d'une invitation qui se veut enjoué.
Désignation du blog		« Blog de Mathilde » « Quand je ne suis pas devant un écran »	Blog + construction en complément du nom « écran » fonctionne métonymiquement pour désigner l'activité de blogging.
Des évidences partagées ?		Un blog est tenu par un ou une blogueuse qui doit se présenter. Des informations personnelles et professionnelles sur la blogueuse sont supposément attendues selon l'auteure.	
Pratiques de réciprocités entre blogueurs		Néant.	

Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)		Présenter Amuser Décrire Argumenter Convaincre

2.2. Grille d'analyses B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ?

Document : Grilles d'analyse B1 – Section [ABOUT] – « Qui suis-je ?».

Date de consultation : 9 août 2019 et 17 décembre 2020.

Source : https://www.maathiildee.com/about/

Description de l'organisation de la page internet

Le premier road trip dans l'ouest américain a été une véritable claque visuelle, une expérience unique, festive, extraordinaire, je ne m'attendais pas du tout à ça.

Et puis les 2 ans de vie à Boston se sont prolongés, les voyages se sont multipliés, les expériences professionnelles, amicales, ou simplement de la vie de tous les jours se sont diversifiées. Aujourd'hui, ce blog regroupe des **récits personnels**, ainsi que de **nombreux récits de voyage et des conseils pratiques** de découvertes des Etats-Unis. Ca fait maintenant 8 ans que je vis à Boston !

Nous sommes en 2020, et si vous débarquez sur ce blog : bienvenue ! D'autres choses à savoir sur moi ? Je n'ai pas d'enfants, ni d'animaux domestiques, je roule en vélo (tant qu'il ne fait pas trop froid) et je ne conduis que des voitures automatiques (sinon, je cale). J'adore cuisiner et je suis une grande lectrice ! Voilà à peu près pour les présentations : dites moi qui vous êtes en commentaire !

En avril 2020, pour faire face à la crise et à l'arrêt du tourisme, je lance un compte Patreon où vous pouvez retrouver toutes mes histoires. Rejoignez la communauté par ici ! Et pour en savoir plus sur cette nouvelle formule d'abonnement, lisez ce long article de présentation. Merci d'avance !

☞ Je ne suis pas toute seule dans cette affaire de blog, mon acolyte et non moins mari, alias **Manu**, participe aussi au blog en tant que *mastermind* technique du blog, et photographe tout terrain. Dans la vie, il est scientifique.

☞ Je ne suis pas toute seule dans cette affaire de blog, mon acolyte et non moins mari, alias **Manu**, participe aussi au blog en tant que *mastermind* technique du blog, et photographe tout terrain. Dans la vie, il est scientifique.

ON RESTE EN CONTACT ?

☞ Vous pouvez me suivre et interagir avec moi sur Facebook et Instagram. Cela dit, je ne réponds plus aux emails privés et je réponds rarement aux DM sur Instagram et Facebook. Si vous souhaitez discuter, les commentaires sont là pour ça : choisissez l'article qui correspond à votre demande.

☞ Si vous êtes un professionnel et que vous avez une demande à me faire, j'ai un site pro rien que pour ça.

☞ **Pour une visite de Boston**, consultez le site Boston le nez en l'air qui comporte toutes les offres, tarifs et horaires avec des guides de mon équipe.

Bon à savoir : Je m'efforce de **citer** toujours les sources qui m'ont inspirée, les personnes qui m'ont conseillée, et j'apprécie quand la même chose est faite en retour : faites connaître mon blog quand vous l'utilisez pour préparer vos voyages ou pour vous installez à Boston. Revenez mettre un petit mot, parlez-en sur les réseaux sociaux, sur votre propre blog, ça motive !

QUE POUVEZ-VOUS LIRE SUR CE BLOG ? 1 BLOG, 4 THÈMES

★ Une rubrique d'humeurs, hebdomadaire qui donne des news sur la pop culture, la politique, l'ambiance dans le pays. C'est la rubrique utile pour tous les francophones aux Etats-Unis qui ne savent pas forcément bien comment s'imprégner de l'ambiance culturelle dans leur pays d'adoption.

★ L'histoire de mon expatriation à Boston depuis 2012, avec toutes les nouveautés que ça implique, du système de santé à l'obtention de la carte verte

★ Les road trips & voyages aux Etats-Unis et aussi au Canada

★ Des sorties/recommandations sur la vie et les voyages à Boston et en Nouvelle Angleterre

CÔTÉ PRO, QU'EST-CE QUE JE FAIS DANS LA VIE ?

3 choses principalement :

★ J'ai ce **blog** !

★ **J'écris** des **livres** de voyage, de yoga, et des jeux, bref, je suis autrice free-lance pour des éditeurs français

★ Depuis fin 2014, j'ai également fondé une entreprise, Boston le nez en l'air, dont la mission est de vous faire découvrir Boston et la Nouvelle Angleterre en français, à l'aide de visites guidées, et de produits spécifiques, comme des ebooks. J'ai une petite équipe qui collabore avec moi.

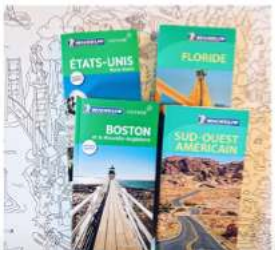
Sur le blog, j'ai raconté mes études, et mes divers changements professionnels au fil des années : avant d'arriver à Boston, j'ai démissionné de mon job **d'éditrice** à Paris ; en arrivant aux Etats-Unis, j'ai commencé par être bénévole, le temps d'obtenir mon autorisation de travail

pratique regulierement depuis 2006 – j'ai meme ouvert un blog a ce sujet, puis j'ai sillonné les routes de la Nouvelle Angleterre pour mettre à jour le Guide Vert Michelin – c'était ma première mission de *travel writer*. Je n'ai pas renouvelé mon contrat dans la maison d'édition de Boston et je me suis lancée dans l'aventure free-lance : j'ai écrit d'autres **livres**, sur le yoga, sur les voyages, des jeux aussi, j'ai donné des cours de yoga. En octobre 2014, j'ai commencé à organiser des visites guidées de ma ville d'adoption : Boston.

Et depuis, je jongle entre ces activités d'écriture et de développement de Boston le nez en l'air.

En avril 2020, pour faire face à la crise et à l'arrêt du tourisme, je lance un compte Patreon où vous pouvez retrouver toutes mes histoires. Rejoignez la communauté par ici !

MES LIVRES



Depuis 2013, j'ai été rédactrice pour plusieurs guides de voyage Michelin un peu partout aux Etats-Unis : la Floride, le Sud-Ouest, le Nord-Ouest et bien sûr Boston et la Nouvelle-Angleterre, que j'ai mis à jour 3 fois.

Je suis auteure de 4 livres sur le yoga : Yoga Attitude, Yoga Malin, J'apprends le yoga en 5 minutes par jour et Yoga pour méditer. J'ai tenu pendant un an une chronique humoristique pour **Yoga Journal**, et j'ai rédigé également pour **Esprit Yoga**.

J'écris sur plein d'autres sujets ! Je suis également l'auteure de boîtes de jeux parus chez Larousse sur les Geeks, les Années 80, les Années 90, les Séries.

J'écris et j'auto-édite+publie : j'ai écrit mon ebook pour ma petite entreprise de visites guidées Boston le nez en l'air ainsi que 3 magazines de l'été en 2019 sur le Cape Cod, le Cape Ann et Block Island.

AFFILIATION ET PARTENARIATS

Ce blog génère des revenus, notamment par **l'affiliation** ce qui veut dire que je touche une commission si vous achetez des produits via les liens affiliés, par exemple quand je recommande un livre, ou quand vous réservez une croisière pour aller voir les baleines ou un hôtel. Vous ne payez pas plus cher ces prestations/produits pour autant.

Le blog utilise aussi des publicités AdSense.

Je fais très peu de partenariats et aucun échange de liens, je n'accepte des produits que très rarement et uniquement s'ils ont un vrai lien avec ce que je propose.

Les liens AirBnb sur ce blog sont des parrainages. Si vous vous inscrivez via le blog, vous recevez un bon d'achat, et moi aussi.

CÔTÉ APPARENCE & TECHNIQUE

CÔTÉ APPARENCE & TECHNIQUE

Le blog utilise WordPress, le thème du blog est SimpleMag et notre serveur est hébergé chez Linode.

COMMENTAIRES

Les commentaires du blog sont modérés, c'est-à-dire que je valide ou non les commentaires qui sont postés. Je supprime les commentaires à caractère promotionnel, et bien qu'intéressée par des « constructive feedbacks », je supprime tout ce qui est trop négatif et désagréable. Vous êtes ici chez moi, mais vous êtes les bienvenus tant que vous êtes sympa.

FACEBOOK PINTEREST TWITTER EMAIL

Mathilde

Rédactrice, grande organisatrice et réseau socialite du Blog de Mathilde. Quand je ne suis pas devant un écran, j'organise des visites guidées de Boston, là où j'ai fondé ma petite entreprise Boston le nez en l'air. Je suis aussi auteure de nombreux guides de voyages, de livres de yoga et de jeux chez des éditeurs français. Suivez-moi sur Instagram, Facebook ou Pinterest.

(Source : https://www.maathiildee.com/about/)

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Objectif	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du blog	Identifier des routines	« Le blog de Mathilde – vivre à Boston, voyager aux États-Unis »	Formulation avec un complément du nom « le blog de » + présentation du contenu sous forme d'instruction « vivre à + Ville » / « voyager aux + Pays ». Thématique du conseil + expatriation + voyage à partir d'une expérience de vie.
Désignation de l'auteur(e)	Figure de l'auteur	<u>Autodésignation</u> : « Mathilde, hé bien c'est moi », « J'étais sur le point de », « J'allais démissionner de », « mon job d'éditrice », « j'étais enthousiaste », « J'avais envie d'avoir », « je voulais aussi créer », « mes motivations initiales », « mon arrivée ». « Le premier road trip dans l'ouest américain, ça a été ne véritable claque visuelle, une expérience unique, festive, extraordinaire, je ne m'attendais pas du tout à ça ». « Des récits personnels » « de nombreux récits de voyage et des conseils pratiques de découvertes des États-Unis » « Je m'efforce de citer », « j'apprécie » « L'histoire de mon expatriation » « J'ai ce blog	Prénom / désignation familière « c'est moi » Nombreuses premières personnes / adjectif possessif de première personne. Imparfait et passé composé. Cumul : utilisation d'un adjectif numéral ordinal supposant un début et une suite d'expériences similaire + cumul des descriptions => emploi du pluriel + adjectif « nombreux ». « Une expérience unique / « une claque visuelle » / « je ne m'attendais pas du tout à ça » : phénomène de cumul repris par « ça » / « découvertes des États-Unis ». Champ lexical du merveilleux Discours du tourisme : surprise, unicité de l'expérience, sens de la vue. Description basée sur l'expérience individuelle / Adjectif possessif. Avoir + « ce blog » : écrire en ligne

		J'écris des livres de voyage, de yoga, et des jeux, Mon activité principale en 2019 est de gérer mon entreprise » « J'ai raconté (...) mes études (...) au fil des années (...) Avant (...) j'ai démissionné de mon job d'éditrice à Paris ; en arrivant aux Etats-Unis, j'ai commencé par être bénévole, (...) puis j'ai trouvé un job (...) ici à Boston. Quelques mois plus tard, j'ai commencé (...) j'ai même ouvert un blog à ce sujet, puis j'ai silloné les routes de la Nouvelle Angleterre pour mettre à jour le Guide Vert Michelin – c'était ma première mission de travel writer – (...) je n'ai pas renouvelé (...) et je me suis lancé dans l'aventure free-lance : j'ai écrit d'autres livres sur 'ai écrit d'autres livres, sur le yoga, sur les voyages, des jeux aussi, j'ai donné des cours de yoga. En octobre 2014, j'ai commencé à organiser des visites guidées de ma ville d'adoption : Boston. Et depuis, je jongle entre ces activités d'écriture et de développement de Boston le nez en l'air. » « Mes livres »	Verbe d'action = Activité d'écriture sur les thématiques en lien direct ou thématiques voisines du thème du voyage. Verbe d'action : « gérer » une entreprise construite à partir du blog et en lien avec le tourisme. + responsabilité.

		<u>Désignation incluant une autre personne</u> « On est parti n week-end régulièrement », « Notre objectif », « on ne devait rester que », « pour moi de raconter, de prendre des photos, faire des vidéos » Je ne suis pas toute seule dans cette affaire de blog », « mon acolyte et non moins mari »	Mari = complice et partenaire / statut de couple.
Description de l'auditoire	Figure de d'auditoire via les désignations nominales explicites ou les descriptions de l'auditoire / pronoms personnels (Amossy, 2014 : 60)	« Vous êtes sur le blog de Mathilde », « Je m'efforce de citer toujours les sources qui m'ont inspirée, les personnes qui m'ont conseillée, et j'apprécie quand la même chose est faite en retour, quand ce blog est utilisé pour préparer vos voyages. Revenez mettre un petit mot, parlez-en sur les réseaux sociaux, sur votre propre blog, ça motive ! » « on reste en contact ? » « Vous pouvez me suivre et interagir avec moi sur Facebook et Instagram »	Instructions, réciprocité, ordre. Le lecteur est un habitué des réseaux sociaux et il a un blog. Il est supposé revenir sur des blogs déjà consulté. Question directe. Formulation familière. « On » : désigne l'auteure du blog et l'ensemble de son auditoire. « On » = formulation inclusive « vous et moi ». Formulation « on reste en contact ? » fonctionne avec des gens qu'on connaît peu mais dont on a apprécié l'échange à un moment donné. Partage sur Facebook et Instagram = suppose que les lecteurs sont eux-mêmes des utilisateurs de réseaux sociaux (a minima ils ont un compte Facebook). Activité de « suivre » = > auditoire est un « suiveur » ou « follower ». Situation d'adhésion = suivre c'est doté un meneur d'une confiance,

			d'un pouvoir… => le blogueur est un meneur.
		« Si vous souhaitez discuter, les commentaires sont là pour ça : choisissez l'article qui correspond à votre demande. »	La deuxième personne du pluriel désigne de manière plus individuelle l'internaute. On souligne la singularité et les besoins spécifiques du navigant par l'emploi de la deuxième personne « votre demande » tout en les rattachant à ceux des autres internautes. « choisissez l'article qui correspond à votre demande ». Formulation des questionnaires automatiques d'aide en ligne répondant aux questions les plus souvent posées.
		« Si vous êtes un professionnel » « Pour une visite de Boston et des demandes de conseils personnalisés de voyage » « consultez le site Boston le nez en l'air qui comporte toutes les offres, tarifs et horaires » « Que pouvez-vous lire sur ce blog ? » « côté pro, qu'est-ce que je fais dans la vie ? 3 choses principalement :	« Vous » : 2ème personne du pluriel de politesse. Pointe tant un individu singulier qu'une identité de groupe type marque ou entreprise. L'auditoire peut lire et s'informer mais il ne peut pas demander à la blogueuse des services similaires à ceux exigés des agences de voyages ou bien des guides touristiques. Emploi de l'impératif. Utilisation du mode interrogatif : l'interrogation fait figure de question que l'internaute pourrait se poser selon l'anticipation de l'auteure du blog. L'auditoire semble vouloir connaître les activités de la blogueuse en dehors de son blog.

		« j'ai ce blog »	Formulation interrogative + réponse sous forme de tirets. Effort de synthèse pour guider clairement le lecteur dans son parcours. Utilisation de l'humour. La question laisse supposer que le blog ne fait pas partie ni de la vraie vie de la blogueuse (c'est un loisir), ni de sa vie professionnelle. La réponse étant l'opposée de cette supposition, l'auteur joue avec son lecteur.
		« Mon activité principale en 2019 est de gérer mon entreprise (...) dont la mission est de vous faire découvrir Boston et la Nouvelle Angleterre en français, à l'aide de visites guidées, de conseils personnalisés et de produits spécifiques, comme un ebook »	Effet de complicité. La mention d'une activité de gestion d'entreprise directement en lien avec les missions du blog génère une double impression : - augmentation de la crédibilité de l'auteure puisque son expérience relatée sur son blog de découvertes de Boston lui permet d'ouvrir une entreprise lui permettant d'avoir une activité de guide touristique ; - méfiance : puisque le contrat d'authenticité et de bienveillance semble mis en danger. Le blog donne l'impression d'être un relais publicitaire d'une activité mercantile. Les termes « mission » « Activité principale » « gérer mon entreprise », « conseils personnalisés », « de produits spécifiques », « ebook » ne sont pas dans le même registre de langue que le reste de l'écriture. Le ton est ici plus sérieux, le langage plus mercatique et soutenu.
		Section « affiliation et partenariat » expliquant les liens de parrainage et le financement du blog. « je vous remercie d'utiliser ces liens »	Volonté de transparence.

			Faux remerciement. Il s'agit d'avantage d'un conseil quasi péremptoire. C'est un ordre déguisé.
Désignation du blog	Image de la pratique du blog voyage	« sur le blog de Mathilde », « ce blog est né en novembre 2011 », « une activité créative en attendant de trouver un "vrai job" », « une sorte d'album-souvenir interactif », « créer ce blog », « il n'y avait pas grand chose à lire sur la région, rien en français en tous cas», « le blog était encore tout petit », « c'était un véritable terrain de jeu », « ce blog regroupe des récits personnels », « de nombreux récits de voyage et des conseils pratiques de découvertes des États-Unis », « cette affaire de blog », « participer au blog »	
		« Si vous êtes un professionnel (...) j'ai un site pro rien que pour ça »	Le blog voyage de l'auteur n'est pas un lieu a priori dédié aux échanges professionnels.
		« Pour une visite de Boston et des demandes de conseils personnalisés de voyage »	Ce n'est pas un site de guide touristique ni de voyagiste.
		« que pouvez-vous lire sur ce blog ? »	Emploi du démonstratif. Emploi du verbe « lire » pour désigner l'activité de l'internaute sur le blog.
		« un blog, 4 thèmes »	Apposition de deux syntagmes = effet d'identification du blog avec les 4 thèmes mentionnés.
		« côté pro, qu'est-ce que je fais dans la vie ? »	

		« Sur le blog, j'ai raconté »	« Dans la vie » emploi qui renvoie à la « vraie vie », la vie en dehors de la partie digitale. « Côté pro » : tenir un blog n'est donc pas du « côté pro », a priori.
Désignation du lieu / de l'objet de discours du blog	Image du voyage	« Vivre aux États-Unis », « de ce gros changement », « de ce plongeon vers l'inconnu », « arrivée à Boston », « la région », « une découverte de la ville, Boston, ou de la région autour, la Nouvelle Angleterre, et puis le reste des États-Unis ». « le premier road trip dans l'ouest américain » « les voyages se sont multipliés » « Et puis les 2 ans de vie à Boston se sont prolongés » « expériences professionnelles, amicales, ou simplement de la vie de tous les jours se sont diversifiées » « un blog, 4 thèmes : - Une rubrique d'humeurs hebdomadaire ; - L'histoire de mon expatriation à Boston Les road trips & voyages aux États-Unis Vivre à Boston et voyager en Nouvelle Angleterre	Reprise des termes d'un journal ou d'un magazine « rubrique ». Le billet « humeur » fait penser aux rubriques présentes dans la presse féminine. « Hebdomadaire » = implique un engagement sérieux puisque chaque semaine un nouveau billet est publié. Un récit personnel d'expatriation + description des voyages et des découvertes. Verbes à l'infinitif. Emploi qui semble participer à effet de conseils / discours prescriptif : comment vivre à Boston ?

			comment voyager en Nouvelle Angleterre ?
Les évidences partagées ?	Attentes supposées de l'auditoire ?	« Mathilde, hé bien c'est moi » « le premier road trip dans l'ouest américain a été une véritable claque visuelle, une expérience unique, festive, extraordinaire, je ne m'attendais pas du tout à ça. »	L'auteure suppose que les lecteurs veulent savoir qui est Mathilde. « Premier road trip dans l'ouest américain » : utilisation d'un mot d'emprunt + stéréotype confirmé = construction d'une évidence partagée. Étonnant. On s'attend justement à ce type d'impression quand on est dans le stéréotype de l'ouest américain : des images époustouflantes de canyon aride.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?		« Je m'efforce de citer toujours les sources qui m'ont inspirée, les personnes qui m'ont conseillée, et j'apprécie quand la même chose est faite en retour, quand ce blog est utilisé pour préparer vos voyages. Revenez mettre un petit mot, parlez-en sur les réseaux sociaux, sur votre propre blog, ça motive ! » « Cela dit, je ne réponds plus aux emails privés et je réponds rarement aux DM sur Instagram et Facebook. Si vous souhaitez discuter, les commentaires sont là pour ça : choisissez l'article qui correspond à votre demande. » « Si vous êtes un professionnel...j'ai un site rien que pour ça » « AFFILIATION ET PARTENARIATS	Réciprocité sur la citation. Ordre + pratique de citations internes et externes encouragées vers le blog de B1. Explication de comment rester en contact avec l'auteure du blog. La zone des commentaires est une zone d'échange. Condition « Si + présent = indication dans le blog + impératif 2ème pers. plur. » Condition « Si + présent = indication » Section explicative. Ton / lexique professionnel. Transparence dans la façon de générer des revenus.

		Ce blog génère des revenus, principalement par l'affiliation ce qui veut dire que je touche une commission si vous achetez des produits via les liens affiliés, par exemple quand je recommande un livre, ou quand vous réservez une croisière pour aller voir les baleines ou un hôtel. Vous ne payez pas plus cher ces prestations/produits pour autant. Je vous remercie d'avance d'utiliser ces liens autant que possible, ça me permet de vivre et faire vivre ce blog. Le blog utilise aussi des publicités AdSense. Je fais très peu de partenariats et aucun échange de liens, je n'accepte des produits que très rarement et uniquement s'ils ont un vrai lien avec ce que je propose. Si vous avez une proposition intéressante, contactez-moi Twitter @mathildepit Les liens AirBnb sur ce blog sont des parrainages. Si vous vous inscrivez via le blog, vous recevez un bon d'achat, et moi aussi.	Les recommandations de livres / de croisières d'hôtels = commissions. Le blog utilise des liens publicitaires et des liens de parrainage comme Airbnb avec bon d'achat. Justification pour maintenir la qualité du site : la qualité est associée à la sincérité. Le choix de la publicité ou du parrainage est validé par le capital exigence et crédibilité de l'auteure ? ou bien avertissement adressé aux publicistes ? Vous : ici s'adresse aux agences de publicités.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la		Se présenter. Raconter. Expliquer. Décrire. Présenter le blog. Demander. Justifier. Éclaircir. Orienter.	Présentation de l'auteur Dire comment a été créé le blog et pourquoi. Démontrer l'expérience sur laquelle le blogueur se fonde pour justifier du partage de son expérience.

catégorie des actes de langage)			Demander à remercier ou à reconnaître son expérience sur d'autres blogs ou réseaux sociaux.

Grilles d'analyse B1 – Section [ABOUT] – « Qui suis-je ?» – SECTION COMMENTAIRES

Dates : 28 mars 2018 – 4 juillet 2019. 13 commentateurs.

Totalité du nombre de commentaires au 28 août 2019 : 137 commentaires.

Date du billet le plus ancien : novembre 2011.

Éléments d'analyse	**Objectif**	**Relevé d'indices langagiers**	**Notes**
Structure du commentaire	Caractériser le lien entre lecteur et auteur	C1 : « Bonjour Mathilde, Pour commencer j adore ton site web!! Je vais acheter le ebook , il a l air assez intéressant… » Descriptif du voyage en détail et des contraintes. Demande de validation du parcours. Lecture du blog en préparation du voyage « Concernant Boston ton site web est rempli de bons conseils, par contre je n arrive pas à déterminer le nombre de jours » Formulation de la requête : « Je voudrais donc d abord savoir le nombre de jour idéals pour visiter Boston , quels sont les quartiers pour loger ?? (...)Je pensais rester 5 jours ou 7 jours ; peut être 7 un peu trop ?? » Voilà désolée de ce message si long… Merci d avance Prénom	Salutation + remerciement et félicitation / Utilisation du tutoiement et de l'exclamatif. Flatterie. Promesse d'achat. + explication d'une situation particulière et formulation d'une requête. Compliment et formulation d'un manque. Présent conditionnel de politesse = plus soutenu que le ton familier de la requête et que la suite des questions ? Demande de validation. « Voilà » : conclusif. Excuse sur la longueur du message => les échanges doivent être plus courts. Remerciement + prénom signature – conclusion du commentaire.

		XXXXXXXXXXXXXXXXXXX C2 Prénom Nom de famille Salut Mathilde ! Félicitation pour ce blog ! J'ai une petite question : je serai à Montréal en aout et je vais avoir 7 jours (voyage compris) pour pour aller à San Francisco. Quelles villes conseilles tu de visiter, a peut près sur le chemin (hors San Francisco, Los Angeles et Las Vegas car j'y vais après). Et combien de temps y rester ? Merci et bonne continuation ! XXXXXXXXXXXXXXXXXXX X C3 Bonjour Mathilde et bravo pour le blog, une véritable mine d'or d'informations sur les US ! Je suis rédactrice pour le magazine de Sixt (entreprise de location de voitures) et je réalise un article sur les meilleurs blogs voyage aux US dont tu fais partie. J'ai essayé de t'envoyer un mail	XXXXXXXXXXXXXXXXXXX C2 Salutation et exclamation Félicitation pour « ce blog » + exclamation. Formulation de la requête en utilisant l'adjectif « petit » comme adoucisseur « j'ai une petite question » Demande de conseil de villes à visiter sur un temps donné. Remerciement (d'avance) et encouragement. Exclamatif. Utilisation du tutoiement. Registre familier. XXXXXXXXXXXXXXXXXXX C3 Salutation par le prénom Félicitation pour l'activité du blog Compliment sur la quantité et la qualité des informations sur le blog = flatterie. Exclamatif. Présentation de la personne et de son poste. Présentation de la situation. Tutoiement. Formulation de la requête (utiliser une photo du blog ou de la blogueuse).

		via le formulaire de contact plus haut mais ça n'a pas fonctionné donc j'essaie ici. Je souhaiterais illustrer l'article avec une photo de toi ou du blog, du coup serait-il possible de m'envoyer une photo ou m'indiquer laquelle je peux utiliser avec les crédits à ajouter? Merci, Elodie XXXXXXXXXXXXXXXXXX C4 Bonjour , J'avais lu dans un article il y a quelques années la référence à un site de vente apprécié de manu sur lequel on pouvait trouver différents objets très US … Je ne retrouve pas l'article possible de me le renvoyer ? Merci XXXXXXXXXXXXXXXXXX C5	Formulation au conditionnel simple. Indique « une action éventuelle soumise à condition, dont la réalisation n'est pas considérée comme certaine. Il a alors la valeur d'un futur incertain »[2] Remerciement. Prénom. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C4 Salutation, Rappel du statut du commentateur : un lecteur régulier. Il cite le prénom de l'époux de l'auteure. Exposition de sa situation. Formulation de la demande sous forme interrogative. Ton distant (pas de tutoiement / pas d'adresse de personne). Élision de la partie d'adresse de la question « est-ce que c'est possible de me le renvoyer ? » « Pourriez-vous / pourrais-tu me le renvoyer ? ». Remerciement qui donne un effet péremptoire à la requête. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C5 Salutation + prénom de l'auteure

[2] (Mitterand, 1969 : 68)

		Bonjour Mathilde Un grand bravo pour ton blog! J habite à la Nouvelle Orléans depuis plus de 2 ans et je m en inspire très souvent pour mes voyages aux States ! Merci! XXXXXXXXXXXXXXXXXX C6 Bonjour Mathilde Je viens de decouvrir ton blog ces derniers jours et je n'arrive pas à m'en passer depuis. Il y a tellement de choses a apprendre et a decouvrir dans tellement de domaines. Moi qui aime vivre par procuration ma passion pour les USA,je suis servi. Merci Merci Merci encore…..	Félicitation + phrase exclamative Localisation du lecteur aux USA et témoignage d'utilisation fréquente du site. Phrase exclamative. Remerciement. Point d'exclamation. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C6 Salutation+ prénom de l'auteure Situation + compliment. Addiction à la lecture du blog. Fournit des « choses » à apprendre et à découvrir dans « tellement de domaines ». Désigne via le pluriel et le choix des termes des informations non spécifiques mais nombreuses et variées qui vraisemblablement sont nouvelles. (Apprendre et découvrir) Lecteur se décrivant comme passionné et rêvant des États-Unis (par procuration). Processus d'identification du lectorat à ce que vit l'auteure du blog + processus d'évasion via la lecture des billets du blog. Processus similaire dans le cas de la lecture des récits de voyages ou bien de la consultation de guides touristiques. « Je suis servi » : contrat du blog est dépassé dans l'objectif implicite à atteindre de faire « vivre par procuration » un voyage aux États-Unis. Remerciements effusifs : trois fois merci + « encore » + points de suspension. Affirmation qui laisse supposer qu'éventuellement on pourrait s'attendre à

		Je ne m'en lasse pas XXXXXXXXXXXXXXXXXX C7 Bonjour Mathilde, Quel joli blog. Nous nous y prenons un peu tôt pour préparer l'été 2019. Nous pensons passer 3 semaines en famille entre Boston, New York, Cape cod. 3 semaines nous semble être le bon compromis à 5 dont 3 enfant de 6, 12 et 14 ans. C'est en commençant à prospecter que Google nous a amené sur votre blog….depuis on épluche les pages, on navigue, on vogue, on rêve, on s'y voit déjà.. Idéalement on aimerait loger dans une famille, histoire de profiter de ce moment touristique pour parfaire notre anglais. Nous ne connaissons pas du tout Boston et le découvrons grâce à vous… on ne sait pas encore dans quel quartier loger, on va investiguer. merci en tous les cas de vos partages.	ce qu'un lecteur de blog puisse « se lasser » à force de lire autant d'information sur un seul et même sujet. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C7 Salutation + prénom de l'auteure du blog Félicitation sur le blog. Présentation de la situation familiale et du projet de voyage. Découverte du blog via le moteur de recherche Google. Vouvoiement. Processus de lecture, de navigation Processus d'identification et de projection « on s'y voit déjà » + évasion et rêve. Compliment sur l'effet du blog sur ses lecteurs. Formulation indirecte d'une demande « on aimerait loger dans une famille ». La construction du commentaire ressemble à une demande de conseils mais n'aboutit pas clairement sur la formulation d'une question. La prise en charge de la réponse est anticipée par le commentateur puisqu'il affirme « on va investiguer ». Remerciement conditionné à « tous les cas ». Ici plusieurs options de réponses de l'auteure du blog sont attendues par le commentaire : - pas de réponse ; - une réponse qui ne soit pas un renseignement ;

			- une réponse qui aide le commentateur à préparer son voyage. Le remerciement portant sur des actes passés protège la face de son scripteur et de l'auteure du blog si elle choisit de ne pas répondre à la demande formulée.
		XXXXXXXXXXXXXXXXXXX C8 Pseudonyme Bravo!!! je suis admirative de votre blog qui donne envie de voyager. Et bravo pour votre entreprise. Comme quoi on peut être une femme, vivre à l'étranger et réussir. Vous êtes un modèle! XXXXXXXXXXXXXXXXXXX C9 Prénom Bonsoir,	XXXXXXXXXXXXXXXXXX C8 Félicitation et exclamation. Compliment sur la finalité du blog : donner envie de voyager. Félicitation pour la création de l'entreprise. « Comme quoi » annonce le démenti d'un stéréotype communément partagé : être une femme, vivre à l'étranger et ne pas réussir. La narration de l'auteure viserait à démentir cette idée reçue et en cela formerait pour le commentateur un modèle. Objectif du blog serait pour ce lecteur – scripteur de démentir certains stéréotypes sur les femmes. Phrase exclamative. Compliment. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C9 Salutation Félicitation et admiration. Phrase exclamative. Utilisation de l'adjectif

		Wahou super blog, merci pour toutes ces infos!	« tout » au pluriel en épithète de « ces infos ». Quantité et qualité des informations. Ici le syntagme souligne surtout la quantité des informations.
		Nous venons à new-york avec mon copain la semaine du 13 au 20 octobre et nous souhaitons se faire une journée à Boston (essentiellement pour aller à l'université de Harvard, un rêve pour ma part!!)	Exposition du projet de voyage.
		Pouvez-vous nous accompagner lors de cette journée? Moyennant finances bien entendu!	Formulation d'une requête pour une visite guidée rémunérée.
		Merci d'avance et bonne soirée	Vouvoiement. Phrase exclamative.
		XXXXXXXXXXXXXXXXXX	Remerciement et salutation.
		C10	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
		Prénom + nom de famille + hyperlien vers un blog santé	C10 Prénom + nom [Hyperlien vers un blog santé]
		Bonjour Mathilde,	Salutation + Prénom
		Merci pour ce blog vraiment top !	Remerciement + félicitation pour la qualité du blog. Phrase exclamative.
		Cela fait maintenant 2 ans que je te suis et j'aime beaucoup ce que tu fais [émoticône souriante]	Précision de la fidélité de lecture de la commentatrice. Appréciation de l'activité de blogging de l'auteure.
		Je te contacte aujourd'hui parce que je suis arrivée sur Boston depuis 3 mois et j'ai un blog depuis 9 mois environ et je cherche une communauté de blogueurs (genre mastermind) pour échanger des idées, des astuces et se réunir de temps en temps.	Formulation de la requête sur la communauté des blogueurs présente à Boston. La commentatrice s'adresse à l'auteure du blog en tant qu'experte de l'activité de blogging qui est souvent associée à une communauté de blogueurs qui se réunissent et échangent des conseils et des encouragements.

		As-tu des conseils à ce sujets ?	Tutoiement. Formulation de la demande sous forme interrogative.
Structure de la réponse de l'auteure du blog		C1 Bonjour Céline Voici un article sur les quartiers de la ville : https://www.maathiildee.com/ou-dormir-a-boston-les-differents-quartiers-de-la-ville/ Pour visiter Boston, au moins 3 jours sont nécessaires à mon avis, mais il n'y a pas de réponse standard, ça dépend de ce que vous voulez faire. Bons préparatifs ! XXXXXXXXXXXXXXXXXX C2 Pour les road trips, il y a un article avec des circuits (je ne fais pas de conseils personnalisés sur ces destinations, ce serait un travail de fou…) : https://www.maathiildee.com/road-trip-aux-usa/ XXXXXXXXXXXXXXXXXX C3	C1 Salutation personnelle avec reprise du prénom. Renvoi à un article du blog. Réponse courte. Retour évasif « ça dépend de ce que vous voulez faire ». L'auteure ne rentre pas dans les détails du programme. Elle ne propose que des « réponses standards » sur le blog. Encouragement et exclamatif. Vouvoiement. Réponse dans un registre moins familier que la formulation de la question. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C2 Pas de salutation. Renvoi vers un article du blog. Refus de répondre et justification face à la demande de conseils personnalisés. Implicitement, la blogueuse associe la nature de la requête à une demande de service rémunéré. « Ce serait un travail de fou ». Pas de formule de clôture ni d'encouragement. Ton directe / reproche. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C3

		Hello Elodie, Le formulaire fonctionne pourtant… j'ai reçu plusieurs messages. Vous pouvez prendre une photo de la page About en la créditant du blog + lien. Merci pour la sélection ! XXXXXXXXXXXXXXXXXX C4 Pas de réponse à la requête. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C5 Pas de réponse au remerciement. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C6 Merci David pour ton message et bienvenue par ici ! XXXXXXXXXXXXXXXXXX C7 Merci Emilie pour votre message et bons préparatifs de voyage ! XXXXXXXXXXXXXXXXX C8	Salutation en anglais + prénom Retour sur le dysfonctionnement signalé. Vouvoiement. Demande de citation via le nom du blog et le lien internet. Remerciement. Phrase exclamative. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C4 Ignorer une requête jugée non pertinente dans le cadre du blog ou du rôle du blogueur peut-être ? XXXXXXXXXXXXXXXXXX C5 Non nécessaire de remercier ? XXXXXXXXXXXXXXXXXX C6 Remerciement+ prénom Message de bienvenue et phrase exclamative. XXXXXXXXXXXXXXXXXX C7 Remerciement + prénom Vouvoiement. Pas de réponse à la question implicitement posée dans le commentaire. Encouragement dans le projet. XXXXXXXXXXXXXXXXX C8

		Merci, je suppose. Votre message est tourné de façon très étrange cela dit. Etre une femme vivant à l'étranger ne m'a jamais semblé être un frein potentiel à la réussite, non ? XXXXXXXXXXXXXXXXXX C9 Rendez vous sur le site http://www.bostonlenezenlair.com pour toutes les dates et infos sur les visites guidées organisées par mon équipe et moi même (émoticône souriante) XXXXXXXXXXXXXXXXX C10 Oui la communauté de Boston bloggers est très active, en anglais uniquement. A chercher sur facebook, etc.	Pas de salutation. Remerciement conditionné, partiel. Vouvoiement. Reproche formulé poliment puisque reposant non sur le commentateur mais sur la formulation de son message. Remise en cause du présupposé de l'affirmation contenu dans le commentaire C8. Formulation interrogative à effet affirmative. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX C9 Pas de salutation. Réponse avec renvoi sur le site professionnel de l'auteure du blog XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX C10 Pas de salutation. Réponse à la question directement et brièvement. « À chercher sur » : la blogueuse ne répond pas à une possible obligation de solidarité entre blogueurs puisqu'elle ne fournit pas l'information demandée mais renvoie à sa responsabilité la commentatrice via la formulation « à chercher ». Refus d'aide poli.
Désignation du blog par les internautes dans		C1 « j adore ton site web!! » / ton site web est rempli de bons conseils C2 « Félicitation pour ce blog ! »	Complément d'objet directe Sujet C2 Félicitation / Bravo pour « ce » / « le » blog

les commentaires		C3 « Bravo pour le blog, une véritable mine d'or d'informations sur les US ! » « (...) je réalise un article sur les meilleurs blogs voyage aux US dont tu fais partie » « Je souhaiterais illustrer l'article avec une photo de toi ou du blog » C5 « Un grand bravo pour ton blog! J habite à la Nouvelle Orléans depuis plus de 2 ans et je m en inspire très souvent pour mes voyages aux States ! » C6 « Je viens de decouvrir ton blog ces derniers jours et je n'arrive pas à m'en passer depuis. » « Il y a tellement de choses a apprendre et a decouvrir dans tellement de domaines. »	C3 Identification par apposition à une mine d'or d'informations sur les US. Présuppose que le contrat de finalité du blog de Mathilde est rempli. Il fournit en quantité et en qualité des informations sur les États-Unis. Contrat de l'auteure avec son auditoire repose sur un argument de qualité et de quantité d'informations sur un sujet donné. De ce point de vue il est qualifié d'un des « meilleurs blogs voyages aux US ». « Dont » pronom relatif complément du nom mis pour « les meilleurs blogs ». Pour la compréhension de la phrase il n'est pas nécessaire de préciser que le blog de Mathilde fait partie des meilleurs blogs. Le seul fait de mentionner la rédaction de l'article et de contacter l'auteure du blog + les compliments précédents sont suffisants. Il y a un effet de sur politesse (flatterie) dans cette formulation. Identification entre l'auteure et son blog. C5 Félicitation + pour ton blog / phrase exclamative. « Je m'en inspire » = pronom « en » mis pour « ton blog ». C6 Le blog doit être découvert parmi le flot de blog voyage existants. « Ton blog » : Adjectif possessif qui indique à qui appartient l'objet blog.

		« Moi qui aime vivre par procuration ma passion pour les USA, je suis servi. »	Association du contenu du blog à un lieu pronom « y » ici. Lieu où il y a des choses à apprendre et à découvrir sur différents domaines comme une encyclopédie, une bibliothèque. Le blog est associé à un lieu qui offre de vivre par procuration (identification à l'auteure) un intérêt. Le blog comme le roman offre-t-il une expérience d'identification et d'échappatoire au lecteur – scripteur ?
		C7 « Quel joli blog ! (...) C'est en commençant à prospecter que Google nous a amené sur votre blog….depuis on épluche les pages, on navigue, on vogue, on rêve, on s'y voit déjà.. (...)	C7 Compliment esthétique. Blog = page / navigation Association de l'effet du blog au double sens sémantique de la navigation (internet et nautique). La navigation entraîne le voyage (« on vogue ») et l'univers du rêve. Projection « on s'y voit déjà »)
		Nous ne connaissons pas du tout Boston et le découvrons grâce à vous… (...) merci en tous les cas de vos partages. »	Identification entre l'auteure et son blog « grâce à vous » (Blog = auteure du blog). Identification du blog et de son auteure via l'activité de partage.
		XXXXXXXXXXXXXXXXXXX C8 « je suis admirative de votre blog qui donne envie de voyager » C9 « Wahou super blog, merci pour toutes ces infos! »	XXXXXXXXXXXXXXXXXXX C8 L'affirmation que le blog « donne envie de voyager » présuppose que ce qui est attendu d'un blog voyage c'est qu'il suscite l'envie.

		C10 « Merci pour ce blog vraiment top ! Cela fait maintenant 2 ans que je te suis et j'aime beaucoup ce que tu fais [émoticône souriante] » C11 « Je suis ton blog depuis plusieurs annees deja et je me decide enfin a me lancer dans l'aventure! Tu es une super source d'inspiration pour mes voyages. »	
Désignation du blog par l'auteure dans la zone des commentaires		C6 « Bienvenue par ici ! »	C6 Emploi de la locution adverbiale de lieu « par ici »[3]
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?		Demande de citation de l'auteure du blog : (Réponse à C3) « Vous pouvez prendre une photo de la page About en la créditant du blog + lien » XXXXXXXXXXXXXXXXX Renvoie vers d'autres sites dans la zone des commentaires : C3 : Prénom est associé au site web d'une entreprise de location de voiture. Dans l'échange de C3, la rédactrice publie le lien renvoyant à l'article concernant le blog B1.	Demande de citation via le lien. XXXXXXXXXXXXXXXXX C3 Insertion de l'hyperlien dans le pseudonyme du commentateur et citation de l'article sur les blogs voyage dans la zone des commentaires via le site web de l'entreprise de l'intervenante.
Verbes / Noms expriman	Identifier des routines	**Par les lecteurs-scripteurs :** Saluer	

[3] (Mitterand, 1969 : 87)

t ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)		Remercier Féliciter Flatter Formuler une requête Signer Témoigner Valider **Par l'auteure du blog :** Saluer Remercier Répondre Orienter Renseigner Refuser Ignorer Demander Encourager Accueillir	

2.3. Grille d'analyses B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ?

Document : B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – « Qui suis-je ? ».

Date de consultation : 5 novembre 2019.

Date de publication : non précisée.

Les commentaires sont fermés.

Source : https://www.nuagenomade.fr/qui-suis-je/

Description de l'organisation de la page internet

L'organisation de la page est différente de celle décrite dans le document concernant la page d'accueil et de celle décrivant l'organisation modulaire des éléments du blog.

Si la barre d'en-tête, la zone de titre, la section de consultation thématique des billets et la zone de fin de page ne changent pas, en revanche le corps du billet lui se concentre uniquement sur la présentation de la blogueuse. Les sections de suggestion de billets, le bandeau vertical et les publicités n'apparaissent pas.

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

La photo de la page de présentation de l'auteure est identique à celle présentée sur le bandeau vertical fixe du site internet. Sa taille est beaucoup plus grande.

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyses du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	QUI SUIS-JE ?	Le « je » est mis pour la blogueuse.
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 QUI SUIS-JE ? Bienvenue et Herzlich Willkommen sur mon joli nuage !	Intitulé de la question qui vise à établir le portrait de la blogueuse. Tandis que le sous-titre vise à souhaiter la bienvenue en français et en allemand sur le blog. L'emploi des deux langues permet de situer géographiquement le blog dans un univers francophone et germanophone.

		Le blog est désigné sous le segment « mon joli nuage ». L'adjectif possessif suggère la propriété ou l'extension de la personne de blogueuse à son blog. L'adjectif « joli » dénote l'attachement émotionnel de la blogueuse. **La salutation et la construction de la phrase permettent de situer le lecteur dans le rôle d'un visiteur ou d'un voyageur qui « embarque » sur le « nuage – blog » de la blogueuse pour un voyage prometteur puisque l'adjectif affectif « joli » est employé et qu'un point d'exclamation ajoute à l'enthousiasme de la phrase d'accueil.** Le blog est qualifié de « joli nuage ». **Référence à l'expression « être sur son nuage » = référence à l'univers du rêve, de l'imaginaire.**
	2. **Qui suis-je ?** Je m'appelle Miryam, je vis à Francfort-sur-le-Main en Allemagne, j'ai 26 ans **passionnée de voyages** et de **photographie**, je ne me sépare jamais de mon appareil photo qui me suis dans tous mes déplacements.	2. Présentation par le prénom (Appellatif ?). Situation géographique et démographique (précision de l'âge). Le texte est rédigé à la première personne et décrit ce qui caractérise l'auteur du blog. La passion est composée de « voyages » au pluriel et de « photographie » au singulier. L'appareil photo est présenté comme un ami ou un conjoint en tous cas via un anthropomorphisme. « Qui me suit dans tous mes déplacements ».
	3 Je me définis comme étant une nomade voyageuse car j'ai vécu en **Allemagne à Mannheim** dans le cadre	3 Le nomadisme définit la blogueuse. « Je me définis comme étant une nomade voyageuse ». C'est

	d'**Erasmus** pendant 1 an entre 2015 et 2016 et avant tout ça à **Hambourg** pendant 3 mois en 2010. Après cette année passée en Allemagne, j'ai plié bagages pour **Linz en Autriche** où j'étais **assistante de Français** durant 1 an entre 2016 et 2017. Et je suis de retour en Allemagne depuis un peu plus d'un mois pour une nouvelle aventure.	**redondant**. **Un nomade est un individu non sédentaire qui vit dans le quotidien de la mobilité**. **Un nomade est donc un voyageur permanent**. **Ce qui justifie ce titre redondant**, **c'est la liste des étapes de vie hors de la France dans différents pays d'Europe** : un séjour d'un an en Allemagne pendant un échange Erasmus qui avait été précédé quelques années auparavant par un séjour de 3 mois également en Allemagne, un séjour d'un an en Autriche et un retour en Allemagne depuis 2017 il me semble. La liste est donc constituée de trois villes et de 4 ans vécu dans deux différents pays. Chaque étape semble vécue comme une « nouvelle aventure » pour reprendre les termes de la blogueuse. Cette qualification laisse en effet sous-entendre que chaque expérience de mobilité est une « nouvelle aventure » puisque la dernière étape du parcours de la blogueuse est ainsi désignée.
	4 Je suis donc ce qu'on appelle une **« Expat en série »** (mais promis, je ne suis pas dangereuse) et ce depuis ma plus tendre enfance, car j'ai vécu au **Maroc** pendant 8 ans, car l'expatriation est de famille chez nous.	4 Il me semble que la revendication de l'étiquette « Expat en série » est quelque peu abusive si je compare avec l'expérience de vie clamée par les autres blogueurs de blogs voyage. Néanmoins la blogueuse se désigne fièrement sous cette étiquette et n'hésite pas à utiliser l'humour dans une tentative de rapprochement avec ses lecteurs. **Utilisation de parenthèses – de signes graphiques pour signaler le changement dans la situation énonciative.**

		Au sein de la présentation officielle de la blogueuse des parenthèses glissent des messages sous le mode de la confidence. **Cette façon de procéder utiliser un langage plus familier, plus oralisée.** « (mais promis, je ne suis pas dangereuse) ». La revendication de l'étiquette se justifie aussi par l'ancrage de la mobilité dans l'histoire personnelle de la blogueuse qui évoque ses racines marocaines. L'étiquette se justifie peut-être plus facilement si on ajoute à la liste des pays européens le ressenti pluriculturel de la blogueuse (française, marocaine et aujourd'hui résidente allemande).
	5 Et autre petit détail ***très très très très*** important, je suis une **germanophile absolument convaincue**. Je suis littéralement et complètement **tombé amoureuse de l'Allemagne, et plus exactement de Berlin**, il y a déjà une dizaine d'années.	5. L'adjectif « petit » est profusément utilisé sans doute dans une tentative de rendre plus sympathique le texte aux lecteurs. La minimisation permettant de se glisser plus facilement auprès du monde imaginaire de l'auditorat. <u>OU</u> il s'agit d'un jeu sur les mots. En minimisant le détail supposé déjà être de l'ordre du superflu par l'emploi de l'adjectif « petit » et en l'associant à l'adjectif « important mis en exerce en amont par la quadruple répétition de l'adverbe d'intensité « très » marqué typographiquement par l'italique. Description de la personne basée sur des attributs : « Je suis » + adjectif « J'ai » + listes. **L'excès semble caractériser la description**. : « petit détail », « très très très très important », « une germanophile absolument convaincue », « je suis littéralement

	Depuis 2010, je parcours le pays sans relâche. Je suis allée à Berlin 14 fois très exactement, je connais donc la ville comme ma poche. Cela m'a d'ailleurs motivé à créer mon petit **Guide de Berlin** qui regroupe toutes mes bonnes adresses/bons plans sur la ville.	et complétement tombé amoureuse de », « je parcours le pays sans relâche ». **Utilisation des adverbes et locution adverbiale d'intensité** : « sans relâche », « très », « littéralement et complètement », « absolument ». Les dates (« depuis 2010 », « 2015 », « 2016 », les chiffres exprimant la fréquence (« 14 fois ») ou la durée (« 3 mois », « un an ») servent à démontrer l'expérience de la blogueuse. Création d'un guide de la ville de Berlin. Argument d'expérience et de connaissance. L'hyperlien redirige l'internaute vers les billets de la catégorie « city guide – Berlin ». Utilisation du pluriel et de l'adjectif « tout » : « toutes mes bonnes adresses / bons plans sur la ville ».
	6 **Si vous souhaitez me contacter, merci d'utiliser la page Contact** **Au plaisir de vous retrouver sur mon nuage …** **Miryam**	6. Utilisation de la préposition « si » introduisant l'hypothèse et le souhait « si vous souhaitez me contacter » pour introduire une règle de conduite à tenir pour communiquer avec la blogueuse. Utilisation du syntagme « mon nuage » comme synonyme de « mon blog ».
	7 **15 choses à savoir sur moi …** • Je vis en Allemagne, à Francfort-sur-le-Main où je suis assistante de français … • Je déteste le fromage (je sais pour une Française, c'est terrible!)	7 Éléments d'informations permettant de donner corps à la voix de la blogueuse. Informations personnelles et professionnelles.

	• J'adore les Cupcakes (surtout au chocolat) – Je suis une véritable gourmande • J'aime aller à la chasse aux nouvelles adresses : cafés, restos, hôtels • Je prépare un Master en FLE • Je voyage seule ou avec ma maman • Je ne peux pas rester sans musique (j'écris même mes articles avec de la musique dans les oreilles)	
	8 • Je rêve de découvrir le Vietnam • La ville que je déteste le plus c'est Hanovre • Je parle Allemand, Anglais, un peu Espagnol et un peu Danois • Pendant mon année en Autriche j'ai appris le Dialecte Autrichien – C'est très folklorique • Mon appareil photo est un Nikon D3100 • Mon livre préféré est *« Moi, Christiane F.; 13 ans, droguée et prostituée »* (Wir Kinder von Bahnhof Zoo) – un livre qui m'a profondément bouleversée • Je n'ai pas de film ni de série préférée • La chanson que j'écoute beaucoup en ce moment, c'est **Talk to me** de Thomas Azier	8 Les rêves de la blogueuse et ce qu'elle aime et n'aime pas. Langues parlées. Appareil photo => élément incontournable de la panoplie du voyageur.
	9. **Où me trouver sur le web et où me contacter ?** Si vous souhaitez me contacter, vous pouvez le faire depuis le blog via la page **Contact** Vous pouvez me suivre sur les réseaux sociaux : **Facebook**, **Twitter** et **Instagram**	9 Question posée à la façon d'une réponse aux potentielles questions des lecteurs. Adresse explicite et directe aux lecteurs.
Désignation de l'auditoire	1. QUI SUIS-JE ? Bienvenue et Herzlich Willkommen sur mon joli nuage !	1 Question posée à la façon d'une réponse aux potentielles questions des lecteurs. Accueil Salutations Enthousiasme

	2. **Qui suis-je ?** Je m'appelle Miryam, je vis à Francfort-sur-le-Main en Allemagne, j'ai 26 ans **passionnée de voyages** et de **photographie**, je ne me sépare jamais de mon appareil photo qui me suis dans tous mes déplacements.	2 L'auteur présuppose que les lecteurs attendent d'elle qu'elle se décrive, qu'elle précise qui elle est dans la vie civile / hors espace numérique.
	4 Je suis donc ce qu'on appelle une **« Expat en série »** (mais promis, je ne suis pas dangereuse) et ce depuis ma plus tendre enfance, car j'ai vécu au **Maroc** pendant 8 ans, car l'expatriation est de famille chez nous.	4 Humour / connivence / ethos ludique. Souhait d'établir une relation de proximité avec les lecteurs.
	6 **Si vous souhaitez me contacter, merci d'utiliser la page Contact** **Au plaisir de vous retrouver sur mon nuage …** **Miryam**	6 Utilisation de la 2ème personne du pluriel « vous » / énonciataire collectif.
	7 **15 choses à savoir sur moi …** • Je vis en Allemagne, à Francfort-sur-le-Main où je suis assistante de français … • Je déteste le fromage (je sais pour une Française, c'est terrible!) • J'adore les Cupcakes (surtout au chocolat) – Je suis une véritable gourmande • J'aime aller à la chasse aux nouvelles adresses : cafés, restos, hôtels • Je prépare un Master en FLE • Je voyage seule ou avec ma maman Je ne peux pas rester sans musique (j'écris même mes articles avec de la musique dans les oreilles)	7 La blogueuse présuppose que les lecteurs attendent ce type d'information à la fois personnelle, professionnelle pour donner de la crédibilité aux dires des blogueurs.
	8 • Je rêve de découvrir le Vietnam • La ville que je déteste le plus c'est Hanovre • Je parle Allemand, Anglais, un peu Espagnol et un peu Danois • Pendant mon année en Autriche j'ai appris le Dialecte Autrichien – C'est très folklorique • Mon appareil photo est un Nikon D3100	8 Idem.

	• Mon livre préféré est *« Moi, Christiane F.; 13 ans, droguée et prostituée »* (Wir Kinder von Bahnhof Zoo) – un livre qui m'a profondément bouleversée • Je n'ai pas de film ni de série préférée La chanson que j'écoute beaucoup en ce moment, c'est **Talk to me** de Thomas Azier	
	9. **Où me trouver sur le web et où me contacter ?** Si vous souhaitez me contacter, vous pouvez le faire depuis le blog via la page **Contact** Vous pouvez me suivre sur les réseaux sociaux : **Facebook**, **Twitter** et **Instagram**	9 Utilisation de la 2ème personne du pluriel « vous » / énonciataire collectif.
Désignation du voyage dans le blog	1 QUI SUIS-JE ? Bienvenue et Herzlich Willkommen sur mon joli nuage !	1 Utilisation de la langue d'accueil. Allemand.
	2. **Qui suis-je ?** Je m'appelle Miryam, je vis à Francfort-sur-le-Main en Allemagne, j'ai 26 ans **passionnée de voyages** et de **photographie**, je ne me sépare jamais de mon appareil photo qui me suis dans tous mes déplacements.	2 Énumération et pluriel.
	3 Je me définis comme étant une nomade voyageuse car j'ai vécu en **Allemagne à Mannheim** dans le cadre d'**Erasmus** pendant 1 an entre 2015 et 2016 et avant tout ça à **Hambourg** pendant 3 mois en 2010. Après cette année passée en Allemagne, j'ai plié bagages pour **Linz en Autriche** où j'étais **assistante de Français** durant 1 an entre 2016 et 2017. Et je suis de retour en Allemagne depuis un peu plus d'un mois pour une nouvelle aventure.	3 Le voyage : par la mobilité et le nombre de lieux visités et la durée des voyages.
	4 Je suis donc ce qu'on appelle une **« Expat en série »** (mais promis, je ne suis pas dangereuse) et ce depuis ma plus tendre enfance, car j'ai vécu au **Maroc** pendant 8 ans, car l'expatriation est de famille chez nous.	4 Idem

	5 Et autre petit détail ***très très très très*** important, je suis une **germanophile absolument convaincue**. Je suis littéralement et complètement **tombé amoureuse de l'Allemagne, et plus exactement de Berlin**, il y a déjà une dizaine d'années. Depuis 2010, je parcours le pays sans relâche. Je suis allée à Berlin 14 fois très exactement, je connais donc la ville comme ma poche. Cela m'a d'ailleurs motivé à créer mon petit **Guide de Berlin** qui regroupe toutes mes bonnes adresses/bons plans sur la ville.	5 Description du voyage par la passion, les sentiments, l'attachement particulier à un pays. Excès : « parcourir le pays sans relâche » Précision de la compétence par la mention de la fréquence, de l'exhaustivité, de la reconnaissance (réalisation d'un guide). Langage familier « comme ma poche »
	8 • Je rêve de découvrir le Vietnam • La ville que je déteste le plus c'est Hanovre • Je parle Allemand, Anglais, un peu Espagnol et un peu Danois • Pendant mon année en Autriche j'ai appris le Dialecte Autrichien – C'est très folklorique • Mon appareil photo est un Nikon D3100 • Mon livre préféré est *« Moi, Christiane F.; 13 ans, droguée et prostituée »* (Wir Kinder von Bahnhof Zoo) – un livre qui m'a profondément bouleversée • Je n'ai pas de film ni de série préférée La chanson que j'écoute beaucoup en ce moment, c'est **Talk to me** de Thomas Azier	8 Mention de noms de pays, de villes.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	N/A	N/A

Grilles d'analyse B1 – A1 - SECTION COMMENTAIRES

La zone des commentaires est fermée.

2.4. Grille d'analyses B2 – P2 – Bandeau [à propos]

Document : B2 – P2 – Bandeau [à propos].

Date de consultation : 5 novembre 2019.

Date de publication : non précisée.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du bandeau

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 Miryam, nomade, passionnée de voyages et de photographie et expat en série, aujourd'hui basée à Francfort sur le Main en Allemagne.	Prénom. De nouveau le substantif ou le qualificatif de « nomade ». revendication de la passion. Voyage et photographie. Localisation géographiques. Revendication d'une grande expérience des voyages.
	2 Pour me contacter : nuagenomadeblog(@)gmail.com	Le lien à établir avec l'auditoire semble passer par la dimension individuelle.
Désignation de l'auditoire	1 Miryam, nomade, passionnée de voyages et de photographie et expat en série, aujourd'hui basée à Francfort sur le Main en Allemagne.	Éléments de présentation classique
	2 Pour me contacter : nuagenomadeblog(@)gmail.com	Pas de désignation explicite mais une supposition. Les internautes pourraient avoir envie/besoin de contacter l'auteure du blog
Action	Se présenter Donner des informations	

.

2.5. Grille d'analyses B3 – P1 – Section [À propos] – Jordy Meow

Document : B3 – P1 –Section [À propos] – « Jordy Meow ».

Date de consultation : 28 novembre 2019.

Date de publication : non précisée.

Source : https://jordymeow.fr

Description de l'organisation de la page internet

L'organisation du de la page du site internet jordymeow.fr destinée à présenter les informations personnelles et professionnelles concernant l'auteur du blog « JAPON SECRET » diffère de la présentation standard de B3.

Plusieurs sections apparaissent une fois que la page correspondant à la section « Jordy Meow » s'ouvre :
- Une section dédiée à la présentation de la personne de Jordy Meow ;
- Une zone dédiée à la présentation de photos sous format portfolio ;
- Une zone dédiée à la présentation de logiciels et de projets développés par le blogueur.

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

Dans cette brève présentation, il n'y a pas de photos apparentes.

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	1 Jordy Meow	Il s'agit de présenter la personne du blogueur. « Jordy » pourrait correspondre à un nom propre commun masculin. « Meow » en revanche correspond à la version anglaise de « miaou ». Sachant que dans la précédente version du blog, l'auteur se représentait dans ses billets parfois en tant que « chat » il pourrait s'agir d'un pseudonyme. Le tout désignerait donc un nom de scène.

		La volonté de se présenter respecte la construction habituelle de l'identité civil des individus [nom propre] + [nom de famille]. La présentation de l'auteur est incontournable et donne de la crédibilité / légitimité aux dires de l'auteur.
Désignation du blogueur / de la blogueuse	2 Développeur de formation, je conçois les outils dont j'ai besoin. Ils sont ensuite partagés avec mes amis et deviennent naturellement des produits commerciaux.	2 La présentation du blogueur est en lien avec son parcours professionnel et vise un lectorat particulier, distinct de celui du blog. Ainsi, l'auteur insiste sur ses compétences informatiques et sur son réseau d'influence « ils sont ensuite partagés avec mes amis ». Leur qualité parle d'elle-même puisque ces « outils » deviennent naturellement des produits commerciaux ». Aspect financier. **La plateforme du blog est un pan annexe ou une vitrine de l'activité principale du blogueur.**
	3 La vie au Japon m'a aussi ouvert à de nouvelles passions, comme la photographie et les voyages insolites. J'ai aujourd'hui le projet de contribuer à sauver la campagne nippone avec des solutions originales.	3 Vie au Japon = opportunités La photographie Les voyages insolites. **Le « je » est au cœur de la description et reprend les codes du CV professionnel qui évoque les compétences et les projets des individus.** « Sauver la campagne nippone avec des solutions originales » : engager politiquement. « solution originale » : qui se veut différente des solutions

		habituellement proposées pour redynamiser la vie des territoires. **Présentation professionnelle qui adopte une tonalité sérieuse en dessinant un portrait d'un individu compétant techniquement :** - **Développeur et concepteur ;** - **Généreux et intuitif commercialement ;** - **Ouvert aux expériences ;** - **Ayant des passions et des engagements politiques locaux.** **Le portrait n'aborde que peu la vie privée du blogueur qui évoque « la vie au Japon » à travers les deux loisirs mis en avant dans son blog : la photo et les voyages insolites.** Quel but cette présentation a-t-elle ? S'agit-il d'une présentation qui vise à rassurer tant le lecteur commun du blog que le futur prospect – potentiel acheteur de produits ou de services commerciaux vendus par le blogueur ? Il semblerait que oui puisque le ton de la présentation et en rupture avec celui adopté dans le blog.
Désignation de l'auditoire	Pas de mention explicite faisant référence aux lecteurs de B3 dans cette présentation.	
	En revanche on peut supposer que le blogueur imagine que cette présentation répondra aux attentes des lecteurs du blog et aux futurs prospects ou clients qui pourraient être intéressés par les compétences ou les services du blogueur.	
	La mention de la « vie au Japon » indique que le blogueur fait reposer son savoir partagé dans les billets sur une expérience quotidienne du terrain. Cet élément peut peser quant à la crédibilité à accorder au contenu informatif du blog.	
	2 « les amis » auxquels fait référence le blogueur ne sont pas les lecteurs du blog B3. Ils ne sont pas inclus dans ce cercle restreint.	
Désignation du blog	Il n'y a aucune référence explicite au blog « JAPON SECRET » seulement de manière indirecte via les thématiques mentionnées de la compétence informatique, du thème du voyage insolite et de la modalité technique de la photographie. Le blog semble être une activité connexe à celle menée de front par l'auteur du blog.	

Désignation du voyage dans le blog	3 La vie au Japon m'a aussi ouvert à de nouvelles passions, comme la photographie et les voyages insolites. J'ai aujourd'hui le projet de contribuer à sauver la campagne nippone avec des solutions originales.	Le voyage est présenté comme secondaire puisqu'il n'apparaît qu'à la fin du troisième et dernier paragraphe de présentation de l'auteur. Il est mentionné via la pluralité « les voyages » accompagnés de ce qui semble être l'intérêt principal de ces expéditions : la recherche de « l'insolite ». La vie au Japon n'est pas évoquée sous la bannière du voyage mais plutôt sous celle de la référence géographique quotidienne. Le « là-bas » semble être devenu l' « ici ».
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ?	N/A	N/A
Action réalisée	Présentation Description Énumération.	

2.6. Grille d'analyses B3 – P2 – Section [À propos] – Biographie

Document : B3 – P2 – Section [À propos] – « Biographie ».

Date de consultation : 28 novembre 2019.

Date de publication : non précisée.

Source : https://jordymeow.fr/biographie/

Description de l'organisation de la page internet

La présentation est conforme à celle du site https://jordymeow.fr/biographie/ et non à celle du blog. Se référer à la description de la Grille d'analyse B3 – P1 – Section [À propos] – « Jordy Meow ».

Description de l'utilisation des photos et des vidéos ;

Dans ce billet de présentation de la vie du blogueur, les photos sont utilisées uniquement dans un but illustratif. Il n'y a pas de vidéo.
Deux photos présentent le blogueur : une de face devant un édifice abandonné et l'autre de dos en train de photographier un édifice en bordure de côte.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	1 Biographie	1 Le titre annonce des éléments informatifs qui vont concerner la vie du blogueur et donner de l'épaisseur à l'image que le lecteur va se faire de l'auteur du blog.
Désignation du blogueur / de la blogueuse	2 Je suis né au sud de Bordeaux, sur le Bassin d'Arcachon. Jamais je n'aurais pensé quitter mon petit village et partir vivre à l'étranger. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	2. Précision du lieu de naissance en France métropolitaine. Le « je » est au cœur du récit qui début simplement comme tout le monde. Dès la deuxième phrase le thème est planté : le tournant inattendu de l'opportunité de vivre à l'étranger.
	3	3

	Mais après le lycée à Bordeaux, l'école d'ingénieur à Paris et une année dans une université en Chine, j'ai eu envie de continuer l'aventure. J'ai recherché un contrat de travail en Asie et on m'a proposé le Japon. J'ai fait mes valises et je ne suis jamais rentré. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	Parcours scolaire. Description du départ, des conditions dans lesquels le blogueur s'est retrouvé en condition de Français de l'étranger (contrat local)
	4 Le monde du travail à Tokyo a été pour moi une expérience très positive. Une situation plutôt confortable m'a permis de découvrir Tokyo avec ses petites rues, ses restaurants, et le Japon tout entier en voyageant quasiment tous les week-ends. Mais j'ai eu besoin d'encore plus de liberté après 8 années passées à Tokyo, alors j'ai tout quitté pour vivre dans la petite ville de Nara. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	4 Le « je « est au cœur des actions. Il est agent. Description de l'expérience de vie à Tokyo via une valorisation positive. Valorisation de la connaissance de Tokyo en lien avec le blog par énumération et quantification : « découvrir Tokyo avec ses petites rues, ses restaurants, et le Japon tout entier en voyageant quasiment tous les week-end ». Mention de la durée « 8 années passées à Tokyo ».
	5 Pendant un an, au calme et entouré des fameux *shika* de Nara, j'ai cherché ce qui pourrait le mieux correspondre à mes envies de liberté. Devenir freelance s'est tout de suite imposé. Il m'a fallu alors lancer et optimiser mon propre business de logiciels. C'est un succès. Je me suis offert ma première voiture et je me suis perdu sur les petites routes de la région. Après une année sabbatique, je suis revenu à Tokyo. Plus indépendant et déterminé que jamais. [Photo mettant en scène le blogueur] [photo mettant en scène le blogueur]	5 Qu'est-ce que les fameux « shika » de Nara ? il semblerait, selon une recherche effectuée sur Google, que les « shika » soient une sorte de « cerfs ». Retrait de la vie urbaine et professionnelle pour une introspection et la création d'une entreprise. Aventure personnelle.
	6 Actuellement, je travaille sur de nombreux projets techniques et photographiques. Une	6 Présentation des activités professionnelles du blogueur et de son

	idée qui me tient à cœur c'est d'insuffler la vie à nouveau dans les petits villages du Japon. J'ai mille idées pour cela, et j'espère que certaines d'entre-elles verront le jour bientôt. [Rappel des droits d'utilisation du site]	engagement politique pour dynamiser les petits villages du Japon. Pas d'information sur la vie personnelle ou familiale du blogueur. Pas d'explication sur l'objectif du blog.
Désignation de l'auditoire	3 Mais après le lycée à Bordeaux, l'école d'ingénieur à Paris et une année dans une université en Chine, j'ai eu envie de continuer l'aventure. J'ai recherché un contrat de travail en Asie et on m'a proposé le Japon. J'ai fait mes valises et je ne suis jamais rentré. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	3 Pas de termes d'adresse directement visant les lecteurs. L'auteur suppose que les lecteurs attendent de sa part qu'il justifie sa connaissance du Japon et qu'il démontre en quoi cette raison fait de lui une personne qualifiée pour présenter cette destination.
	4 Le monde du travail à Tokyo a été pour moi une expérience très positive. Une situation plutôt confortable m'a permis de découvrir Tokyo avec ses petites rues, ses restaurants, et le Japon tout entier en voyageant quasiment tous les week-ends. Mais j'ai eu besoin d'encore plus de liberté après 8 années passées à Tokyo, alors j'ai tout quitté pour vivre dans la petite ville de Nara. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	3 et 4 En évoquant les conditions de son départ pour l´étranger, en décrivant les raisons professionnelles qui lui ont permises de connaître Tokyo puis plus largement le Japon, l'auteur argumente sur sa crédibilité à formuler des conseils, des recommandations ou des suggestions. Pas d'adresse directe au lecteur dans cette présentation.
Désignation du blog	Il n'y a pas de référence directe au blog. En revanche la description visant à qualifier l'expérience du blogueur en tant que voyageur ou connaisseur du Japon est importante et sert à fortifier la crédibilité du blog.	
Désignation du voyage dans le blog	2 Je suis né au sud de Bordeaux, sur le Bassin d'Arcachon. Jamais je n'aurais pensé quitter mon petit village et partir vivre à l'étranger. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	2 Le voyage commence avec un point de départ. Un lieu d'où on ne pense pas partir. **Opposition entre le caractère fixe du « petit village » que l'on a quitté et le processus de mise en action de la personne qu'est de « vivre à l'étranger ».**
	3	3

	Mais après le lycée à Bordeaux, l'école d'ingénieur à Paris et une année dans une université en Chine, j'ai eu envie de continuer l'aventure. J'ai recherché un contrat de travail en Asie et on m'a proposé le Japon. J'ai fait mes valises et je ne suis jamais rentré. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	C'est **l'envie** qui motive le départ et incite à poursuivre l'aventure. Univers du voyage : Le départ, ne jamais rentrer, les valises, l'opportunité…
	4 Le monde du travail à Tokyo a été pour moi une expérience très positive. Une situation plutôt confortable m'a permis de découvrir Tokyo avec ses petites rues, ses restaurants, et le Japon tout entier en voyageant quasiment tous les week-ends. Mais j'ai eu besoin d'encore plus de liberté après 8 années passées à Tokyo, alors j'ai tout quitté pour vivre dans la petite ville de Nara. [photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]	4 « découvrir Tokyo » + ses propriétés « Ses petites rues, ses restaurants » (pluriel et adjectif possessif). Fréquence des voyages : « tous les week-ends » Durée de la vie à Tokyo : 8 ans « le Japon tout entier » / « pour vivre dans la petite ville de Nara »
	5 Pendant un an, au calme et entouré des fameux *shika* de Nara, j'ai cherché ce qui pourrait le mieux correspondre à mes envies de liberté. Devenir freelance s'est tout de suite imposé. Il m'a fallu alors lancer et optimiser mon propre business de logiciels. C'est un succès. Je me suis offert ma première voiture et je me suis perdu sur les petites routes de la région. Après une année sabbatique, je suis revenu à Tokyo. Plus indépendant et déterminé que jamais. [Photo mettant en scène le blogueur] [photo mettant en scène le blogueur]	5. Le voyage à l'étranger se construit autour de longues et de courtes périodes, de petites rues, de petites villes et du Japon tout entier, d'un voyage qui permet de découvrir un pays et qui amène aussi peut-être à se découvrir soi-même « j'ai cherché ce qui pourrait le mieux correspondre à mes envies de liberté ». La recherche de liberté ne s'arrête pas avec le départ vers l'étranger ou le voyage mais se poursuit au cours de celui-ci.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ?	N/A	N/A
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait	Présentation Description Narration	

dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	

2.7. Grille d'analyses B3 – P3 – Section [À propos] – Contact

Document : Grilles d'analyse – B3 – P3 - Section [À propos] – « Contact ».

Date de consultation : 29 novembre 2019.

Date de publication : Non précisée.

Source : https://contact.meow.fr

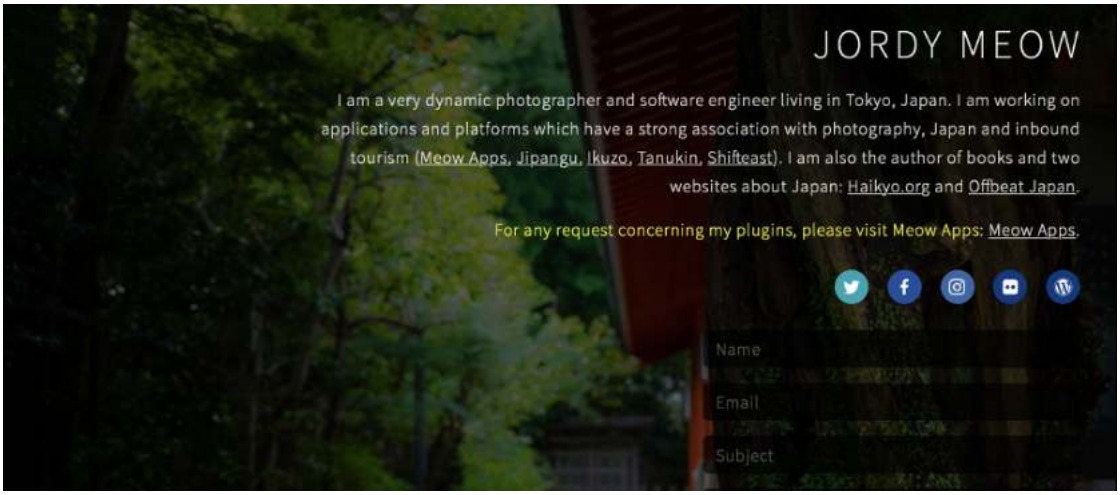
Description de l'organisation de la page internet

La section contact est hébergée sur le site https://jordymeow.fr et dispose d'un *template* différent encore de celui proposé pour les autres contenus de la section [À propos]. Sur fond de photographie et empreint de tons sombres une brève présentation introduit un formulaire de contact en anglais.

Le texte de présentation de l'auteur du blog reprend les codes génériques de la présentation professionnelle et sert de support de navigation vers les différentes facettes d'activités du blogueur : développeur d'application, activités dans le tourisme japonais, gestion de blogs, publication de livres.

Une zone de boutons de suivi invite le lecteur à découvrir par lui-même les activités numériques du blogueur.

Le formulaire de contact suit un format classique puisqu'il est demandé à l'interlocuteur de renseigner son nom et son adresse e-mail, de préciser le thème du message, d'écrire le message puis de cliquer sur le bouton « send » pour finaliser la demande de contact avec l'auteur Jordy Meow.



(Source : https://contact.meow.fr, consulté le 29 novembre 2019)

Description de l'utilisation des photos et des vidéos ;

Seule la photographie du fond du formulaire de contacte est présente ici. Il s'agit d'une photo d'un toit d'une bâtisse qui pourrait avoir les caractéristiques d'un édifice traditionnel japonais entouré d'arbres très verts. Les contrastes entre lumière et obscurité et entre les tonalités rouges et vertes sont marquantes.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 JORDY MEOW	1 La mise en avant de l'auteur. Le formulaire de contact est précédé d'une brève présentation de l'auteur en anglais. La présentation se veut professionnelle, le ton y est sérieux. L'emploi de l'anglais renforce l'aspect professionnel de la démarche.
	2 I am a very dynamic photographer and software engineer living in Tokyo, Japan.	2. Les phrases de la présentation reprennent les codes de celles utilisées dans les curriculums vitae présentant les compétences et insistant sur les qualités de la personne. Identification de la personne « I am » avec les activités de « photographer » et de « software engineer » et développement des qualités et des atouts du « profil » de

		l'auteur « very dynamic » / « living in Tokyo, Japan ». Le blogueur n'est plus un auteur s'adressant à un public de lecteurs avec lesquels il partage une passion mais un professionnel exposant clairement ses atouts en vue d'obtenir de nouveaux prospects.
	3 I am working on applications and platforms which have a strong association with photography, Japan and inbound tourism (Meow Apps, Jipangu, Ikuzo, Tanukin, Shifteast).	3 Les hyperliens permettent au lecteur de comprendre la spécificité de l'activité professionnelle de l'auteur et argumentent en faveur de son niveau de connaissances techniques et d'expériences. Ainsi les hyperliens renvoient vers des sites dédiés à la présentation de logiciels développés par l'auteur, à une carte interactive répertoriant des articles de la toile en fonction de la destination choisie au Japon, à l'entreprise de conseil et de promotion pour un tourisme durable au Japon …
	4 I am also the author of books and two websites about Japan: Haikyo.org and Offbeat Japan. For any request concerning my plugins, please visit Meow Apps: Meow Apps. [Zone de boutons de suivi] [Zone de contact]	4 Présentation de l'activité de création en tant qu'auteur. Être auteur de livres et de blogs semble être mis sur le même niveau. Les zones de boutons de suivi servent de « preuves » (tout comme les hyperliens) de la compétence et des dires du blogueur.
Désignation de l'auditoire	1 JORDY MEOW	L'auteur s'adresse à un public d'anonymes qui a priori ne le connaissent pas puisque cherchant à prendre contact par un canal ouvert à tout public.
	2 I am a very dynamic photographer and software engineer living in Tokyo, Japan.	En empruntant aux codes du CV la présentation de sa personne et en employant l'anglais, l'auteur du blog ne s'adresse pas à un public de lecteurs du blog mais à un public de potentiels prospects pour ses

		activités. La volonté de convaincre transparaît à travers l'emploi de l'énumération des qualités et des compétences de l'auteur (utilisation d'adverbes d'intensité et d'adjectifs pour qualifier les activités professionnelles mentionnées). Le lecteur est supposé donc : - Parler l'anglais ; - Être intéressé par les activités photographiques et informatiques de l'auteur / être en recherche d'un individu qui sache publier du contenu média sur le web ? - Être curieux du lieu de vie de l'auteur.
	3 I am working on applications and platforms which have a strong association with photography, Japan and inbound tourism (Meow Apps, Jipangu, Ikuzo, Tanukin, Shifteast).	Le domaine de spécialité est divisé en trois axes complémentaires pour le web : - La photographie ; - Le tourisme au Japon ; - Le développement d'applications et de logiciels servant les deux premiers objectifs. **Les assertions sont accompagnées des hyperliens qui confirment la véracité des propos tenus. Les hyperliens jouent un rôle de complément pragmatique (ou rhétorique) de l'assertion posée.**
	4 I am also the author of books and two websites about Japan: Haikyo.org and Offbeat Japan. For any request concerning my plugins, please visit Meow Apps: Meow Apps. [Zone de boutons de suivi] [Zone de contact]	4 La liste des compétences se poursuit en ajoutant au contenu plurisémiotique la dimension littéraire du profil de l'auteur. Même principe d'utilisation des hyperliens et des boutons de suivi.
Désignation du blog	4	Le blog est mentionné et cité uniquement dans sa version anglaise et en appui / sert de preuve à

	I am also the author of books and two websites about Japan: Haikyo.org and Offbeat Japan. For any request concerning my plugins, please visit Meow Apps: Meow Apps. [Zone de boutons de suivi] [Zone de contact]	l'affirmation du blogueur => orientation professionnelle. Pas de présentation du blog.
Désignation du voyage dans le blog	3 I am working on applications and platforms which have a strong association with photography, Japan and inbound tourism (Meow Apps, Jipangu, Ikuzo, Tanukin, Shifteast).	Le voyage n'est pas mentionné directement. Il est intégré sous l'hyperonyme de l' « inbound tourism ». L'auteur associe la dimension du voyage directement à la promotion d'une connaissance du Japon par des gens habitant à l'étranger **(les touristes : trouver une définition)**
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	Pas de blog roll / N/A	Pas de blog roll N/A
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Présentation Information Énumération Description Convaincre Inviter à prendre contact professionnellement	

2.8. Grille d'analyses B3 – P4 – Bandeau de présentation

Document : B3 – P4 – Bandeau de présentation.

Date de consultation : 4 décembre 2019.

Date de publication : Non précisée.

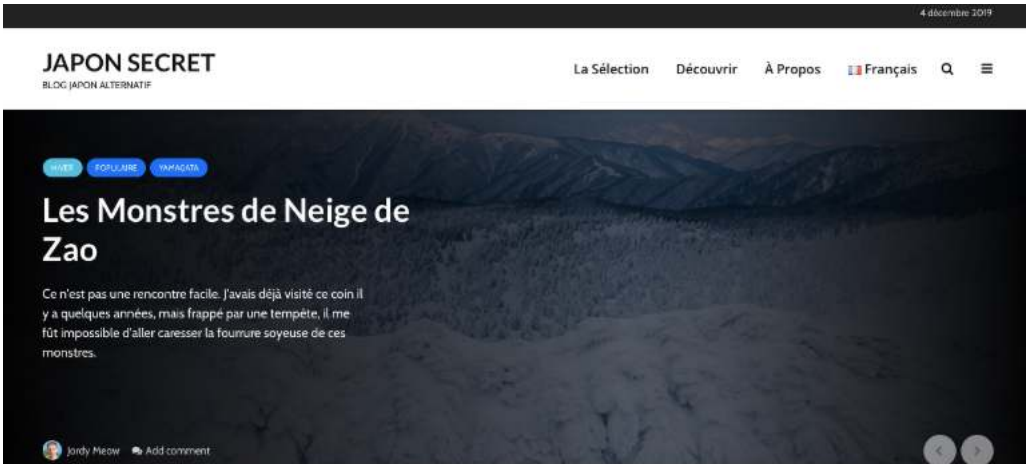
Source : https://japonsecret.fr

Description de l'organisation de la page internet

Le bandeau de présentation horizontal se situe après les sections d'en-tête, de titre du blog, de navigation et de présentation du dernier billet publié. C'est un texte sans photo composé d'une seule phrase. La typologie gris-clair sur fond blanc n'attire pas le regard.

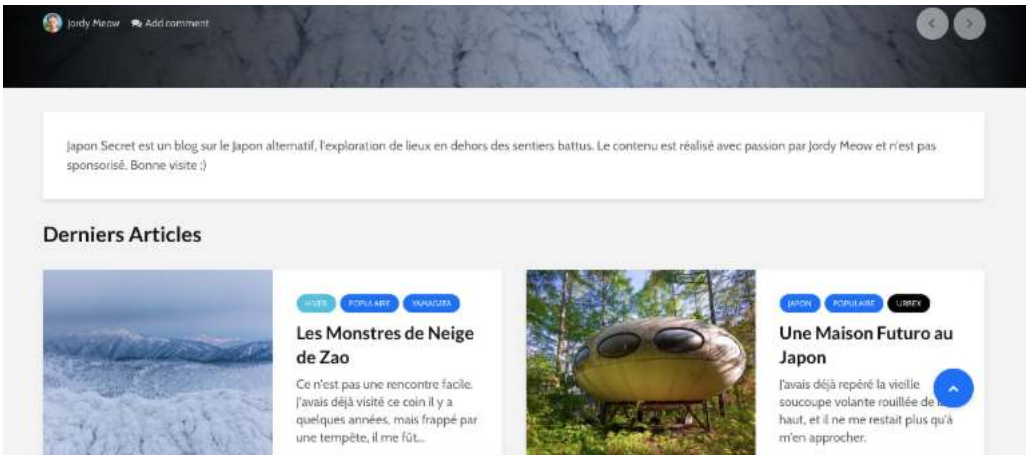
Extraits 1 et 2 de la page de présentation du blog et de l'emplacement du bandeau horizontal :

Extrait 1



(https://japonsecret.fr, consulté le 04/12/2019)

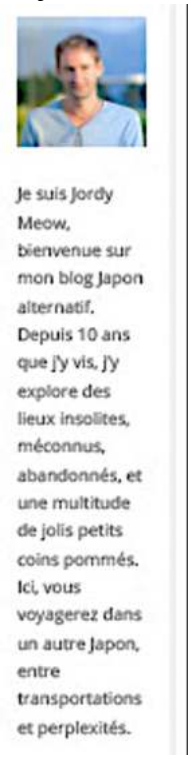
Extrait 2



(https://japonsecret.fr, consulté le 04/12/2019)

Ce bandeau diffère fortement de celui de la précédente présentation du blog enregistrée le 09 janvier 2019. L'organisation du bandeau était alors verticale. Cette section mettait en valeur une photo du blogueur et une présentation de sa personne justifiant de son expérience de vie au Japon. Une invitation à voyager, dans un « autre Japon » et à travers le blog, incitait le lecteur–navigateur à poursuivre sa découverte des billets tout en étant tenté par la promesse de découvrir des « lieux insolites, méconnus, abandonnés et une multitude de jolis petits coins pommés ».

Extrait du bandeau de présentation vertical de la précédente présentation du blog, enregistré le 09 janvier 2019 :



(https://japonsecret.fr, consulté le 09/01/2019)

Extrait du bandeau de présentation horizontal consulté et enregistré le 4 décembre 2019 :

(https://japonsecret.fr, consulté le 04/12/2019)

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

Il n'y a pas de photo dans le bandeau.

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus.	1 Reprise du nom du blog. Le texte se concentre autour du blog. Il ne s'agit pas d'une présentation habituelle sur les blogs voyages où le bandeau vertical ou horizontal est un emplacement qui vise à insérer un court texte de présentation du blogueur. Souvent, ce texte de présentation vise à situer / à donner corps à la voix du blog, à l'énonciateur principal. Il permet à l'énonciataire, au public, au destinataire de répondre à la question « qui parle ? ». Ici le texte se présente de façon discrète : pas de photo, pas de couleurs vives, un texte court constitué de trois phrases utilisant une typographie discrète (un texte gris dans un encadré blanc sur le fond de page gris clair). Phrase 1 : thématique du blog ; Phrase 2 : présentation de la source énonciative du blog ; Phrase 3 : terme d'adresse directe au lecteur. Le blogueur crée une troisième voix dans la formulation du texte. Les deux voix habituelles sont celle de la source énonciative (un ou plusieurs blogueur s) et celle du destinataire, du lecteur-auditoire-internaute qui lit la production. **L'auteur ici propose un texte énoncé par une troisième voix, une deuxième source énonciative qui présenterait le blog.** Cette **stratégie de présentation** donne une **tonalité plus formelle à la présentation.** **L'effacement énonciatif du blogueur au profit de cette troisième voix introduit de la distance** dans le lien qui unit le blogueur et son blog. Cette tournure de présentation à la troisième personne **reprend les codes de présentation journalistique ou biographique**.

	Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé.	**Mise en avant de la différence du blog voyage par rapport aux autres blogs voyage sur le Japon.** - Adjectif qualificatif : « alternatif » ; - Reprise anaphorique ? Processus définitoire. « L'exploration de lieux en dehors des sentiers battus » = **préposition de lieux « en dehors » suggère qu'il existe un « en dedans » des sentiers battus de l'exploration de lieux**. **On peut supposer que ces sentiers battus seraient ceux que parcourent les touristes ou que proposent les autres blogs voyage ou les acteurs de l'industrie du voyage. Ce présupposé évoque des promesses faites aux lecteurs : lire des billets qui leur feront découvrir des pans méconnus par le tourisme de masse.** **Rappel des promesses de lieux vierges à explorer.** Le blogueur est évoqué par son nom/ pseudonyme professionnel constitué de son prénom et du pseudonyme. Il est mis en valeur et évoqué par son activité de création et de réalisation du contenu multimodal du blog. **L'absence de mécénat semble être une information suffisamment importante pour être indiquée dans ces trois phrases de présentation. Le blogueur semble percevoir le parrainage de contenu comme peut-être une pratique devenue courante dans le domaine des blogs voyage et en tous cas comme une préoccupation majeure des lecteurs.** **Revendiquer un contenu indépendant financièrement semble apporter un gage de crédibilité ou de valeur au contenu du site et également une promesse d'authenticité (intégrité) pour le lecteur.**
	2 Bonne visite :)	2 L'adresse directe de la source énonciative à l'auditoire tranche avec la posture énonciative des deux premières phrases.

		Tandis que la tournure privilégiée par l'auteur des deux premières phrases implique indirectement le lecteur via l'emploi d'actes de langage comme « présenter » (On se présente à quelqu'un ou on présente quelque chose à quelqu'un d'autre) **« informer »** (On renseigne, on informe quelqu'un sur un sujet, un thème ou une personne) **« promettre »** (on promet toujours quelque chose à quelqu'un – cet individu pouvant être le locuteur lui-même et le bénéficiaire de cette promesse), **la dernière phrase est un souhait évoquant explicitement la présence de l'énonciataire.** **Le terme d'adresse directe implique un souhait portant sur l'appréciation du contenu et du parcours du blog voyage.** Cette forme d'adresse **interpelle directement l'énonciataire en tant que lecteur du bandeau** et donc du billet ; en tant **qu'internaute puisque le parcours du blog est évoqué dans le champs notionnel (**Culioli, 1999) **du mot « visite »,** en tant que **« consommateurs » de services puisque l'auteur espère qu'à la fin de sa « visite »,** le lecteur aura apprécié le contenu créé par le blogueur et **qu'il en résultera un état de satisfaction.** La relation entre le blogueur et ses lecteurs est également évoquée directement non seulement par ce terme d'adresse explicite mais également par **le signe graphique qui l'accompagne et qui représente un smiley [émoticône souriante]. Ce signe évoque une forme de prosodie de l'écrit et agit par boucle réflexive sur le souhait en lui donnant une tonalité sympathique.** En jouant sur la compréhension mutuelle de ce signe et de son intentionnalité, le blogueur créé de la connivence entre lui et son public. C'est également un autre indice que le blogueur s'adresse à un public de lecteurs – internautes habitués à ce type de format web. La présence de l'émoticône rompt avec la volonté de désengagement de l'auteur et rétablit un lien privilégié et personnel entre l'auteur et son lecteur.

Désignation de l'auditoire	1 Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus. Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé.	1 L'auteur suppose que le lecteur sait ce qu'est un blog. La phrase vise à définir ce qu'implique le qualificatif « secret » du nom du blog. L'auteur suppose que le lecteur attend une définition thématique et d'angle de traitement du voyage Japon pour savoir si cela correspond à ses attentes. En se positionnant sur l'aspect « alternatif » on suppose que les informations et descriptions que le lecteur trouvera dans le blog ne seront pas de nature à lui indiquer des informations servant à préparer un voyage touristique standard au Japon. A priori, l'auteur laisse sous-entendre qu'il se positionne en marge du genre blog voyage au Japon. La passion et l'absence de mécénat semblent garantir un investissement de qualité dans la création de contenus des billets du blog et des commentaires impartiaux.
	2 Bonne visite :)	2 Terme d'adresse qui pourrait s'adresser au lecteur pris dans sa singularité ou bien à tout l'auditoire en tant que voix énonciative collective. Les lecteurs ne sont pas considérés dans leur pluralité mais plutôt dans ce qui les unit. Le ton marqué par l'émoticône est affectif
Désignation du blog	1 Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus. Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé.	Le terme « blog » est utilisé pour situer le site web parmi un ensemble de genres de discours présents sur le web. Le thème et la ligne éditoriale du blog sont ensuite définis. La partie créative du blog est évoquée dans le terme « contenu » qui englobe indistinctement l'ensemble des éléments textuels et multimodaux du site (photo, organisation modulaire, parcours de navigation, hyperliens, etc.).
	2 Bonne visite :)	2. Le terme de « visite » renvoie, parmi les occurrences constituant son champ notionnel, à la

		visite d'un lieu, à la visite d'un site touristique mais également à la visite d'un site web. L'utilisation de la combinaison de signes typographiques indique également que le lecteur est en train de lire une matière discursive multimodale rattachée à l'emploi d'un clavier (ordinateur ou téléphone).
Désignation du voyage dans le blog	1 Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus.	Le blog voyage indique ici une spécialisation par zone géographique : « Japon » ; « Japon Secret » semblerait être synonyme de « Japon alternatif ». Champ lexical de la découverte : « exploration » / « en dehors des sentiers battus ».
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	1 Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus. Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé.	Pratique de présentation du contenu du blog et du blogueur parmi les différents thèmes des blogs voyage. Idée : équivalence de 4ème de couverture du livre ? Proximité avec la démarche de présentation d'un auteur ? La passion et le mécénat semble être deux critères qui peuvent rentrer en compte dans la présentation d'un blog dans les pratiques. L'objectif affiché pour le blogueur étant donc de partager un centre d'intérêt personnel avec d'autres personnes partageant cette passion ou souhaitant la découvrir. Est-ce que la pratique du sponsoring est tellement répandue qu'elle est mise sous silence ? La pratique est-elle cachée mais généralisée au point qu'il peut paraître nécessaire au blogueur de se démarquer de cette tendance ?
	2 Bonne visite :)	La pratique d'invitation à visiter et à apprécier le blog et son contenu multimédia est assez répandue.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Présenter Situer Indiquer Décrire Souhaiter Inviter. Expliquer.	

2.9. Grille d'analyses B3 – P5 – Bandeau de présentation interne aux billets

Document : B3 – P5 – Bandeau de présentation interne aux billets.

Date de consultation : 5 décembre 2019.

Date de publication : Non précisée.

Source : https://japonsecret.fr/cimetiere-makomanai-takino/

Description de l'organisation du bandeau vertical

Le bandeau vertical reprend la forme et le texte de la précédente présentation du blog présente en page d'accueil (visualisée le 09 janvier 2019). Le bandeau vertical est présent sur l'en-tête de la section verticale jouxtant le billet consulté. C'est un encadré rectangulaire blanc sur fond gris clair. La typographique est grise et utilise des caractères gras signalant les termes clés.

Extrait 1 : emplacement du bandeau de présentation vertical.

(Source : https://japonsecret.fr/cimetiere-makomanai-takino/, consulté le 05 décembre 2019).

Extrait 2 : Capture d'écran du bandeau vertical.

(source : https://japonsecret.fr/cimetiere-makomanai-takino/, consulté le 5 décembre 2019).

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

La photo présente le blogueur de face sur fond bleu. Elle vise à construire l'image « physique » de la source énonciative du blog. Sa visée est illustrative et informative.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	1 **Qui suis-je**	Tournure interrogative qui est introduite par le pronom interrogatif portant sur la personne « Qui » et utilisation de l'inversion du sujet « suis-je ». La question est évoquée mais sans point interrogatif. Pas de marque interrogative du type « Qui suis-je ? ».
Désignation du blogueur / de la blogueuse	2 Je suis Jordy Meow. Photographe le jour, développeur la nuit. Parfois le contraire.	2 Informations sur la situation professionnelle de l'auteur. Humour => ethos ludique
	3 Je vis au **Japon** et j'explore les lieux **insolites**, **abandonnés**, mais aussi les **beaux paysages** et **petits villages**.	3 Utilisation de la première personne du singulier. Suite d'adjectifs épithètes : insolites, abandonnés, beaux, petits => pittoresque. Énumération et pluriel : lieux, paysages et villages
	4 *Mes articles ne sont pas sponsorisés et sont donc écrit par passion pure.*	4 Rôle du blogueur. Précision et revendication d'indépendance. Présupposé « passion pure » il y aurait des passions « impures » ?
Désignation de l'auditoire	1 **Qui suis-je**	1 La question présuppose l'intérêt sur ce sujet de l'auditoire.
	2	2

	Je suis Jordy Meow. Photographe le jour, développeur la nuit. Parfois le contraire.	Présentation de l'auteur avec des informations de la vie civile de l'auteur. Humour. Suppose que le lecteur attend de recevoir des informations sur l'auteur du blog et d'établir une relation informelle avec le blogueur voir de proximité.
	3 Je vis au **Japon** et j'explore les lieux **insolites**, **abandonnés**, mais aussi les **beaux paysages** et **petits villages**.	3 Promesses sur le volume d'informations présentes sur le site.
	4 *Mes articles ne sont pas sponsorisés et sont donc écrit par passion pure.*	4 Le blogueur pense que son lectorat valorise le critère d'indépendance des commentaires, des recommandations, bref du contenu du blog.
Désignation du voyage dans le blog	3 Je vis au **Japon** et j'explore les lieux **insolites**, **abandonnés**, mais aussi les **beaux paysages** et **petits villages**.	3 Nom du pays Pluriel Énumération Adj. épithète => pour caractériser.

2.10. Grille d'analyses B4 – P1 – Section [À propos] – Gaijin au Japon

Document : B4 – P1 – Section [À propos] – « Gaijin au Japon ».

Date de consultation : 6 janvier 2020.

Date de publication : non communiqué.

Commentaires : billet non ouvert aux commentaires.

Description de l'organisation de la page internet

La page de présentation du blog est conforme à celle de la page d'accueil. On y retrouve les cinq zones modulaires : la barre d'entête, la zone de titre, la zone d'organisation thématique des billets, la zone du billet principal et de la section de recherche et enfin la barre de fin de fin de page.

Une image est présente en amont du texte et en-dessous du titre du billet. Elle représente un homme de type occidental en kimono sur fond de drapeau japonais associé au nom du domaine du site internet www.gaijinjapan autour d'un jeu de mot entre « A GAIJIN JAPAN » et « A GAIJ – IN – JAPAN ». Cette représentation est aussi présente sur le livre proposé à la vente *Devenir professeur de français au Japon – Le Guide Complet*. Le blogueur accompagne cette composition graphique d'un texte court « Logo a Gaijin in Japan by » qui vise à fournir le jeu de mots aux lecteurs qui ne l'auraient pas compris ; à définir cette composition comme le « logo » du site internet et enfin à préciser qui en est l'auteur. Le prénom et le nom du blogueur sont cités.

Capture d'écran 1/3 du billet [À PROPOS] – « GAIJIN AU JAPON ».

(Source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/un-gaijin-au-japon/)

Capture d'écran 2/3 du billet :

Logo A Gaijin in Japan by Aala Kanzali

Le Japon est un pays particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu. Malgré que l'on en entende souvent parler, qui peut réellement dire qu'il connait le Japon sans même y avoir mis les pays et l'avoir découvert de l'intérieur ?

Le 11 mars 2011, est une date importante dans l'histoire du Japon. Il s'agit du jour où ce pays a été frappé par la plus grande catastrophe naturelle de son histoire : **un tremblement de terre de magnitude 9 et un tsunami de 23 mètres de haut.** Les 2 ont ravagé le Nord-Est du pays et généré plusieurs dizaines de milliers de morts et disparus.

Mais comme-ci cela ne suffisait pas, ces catastrophes naturelles ont crées une catastrophe nucléaire. En effet **la centrale nucléaire de Fukushima** a été durement frappée par ces événements, et une crise quasi-similaire à celle de Tchernobyl a été connue au Japon.

Il s'agit donc d'événements importants dans l'Histoire de ce pays. Certainement les plus graves depuis les 6 et 9 août 1945, lorsqueHiroshima et Nagasaki ont été bombardés par des bombes atomiques, générant ainsi plus de 170 000 morts en quelques minutes.

Mon projet est donc de passer **une année au Japon (voir plus si affinité)**, près de 2 mois après les dernières catastrophes naturelles, et de découvrir cette culture. J'espère découvrir les charmes, les forces, les faiblesses, les atouts, les qualités et les défauts de ce pays si intriguant. Et je vous ferais partager tout cela au travers de ce blog.

Je ne suis ni Otaku, ni Geek, ni Japan fetish, ni passionné du Japon, je suis un voyageur lambda qui à soif de découverte et de connaissances. Un voyageur qui va bon où lui semble en fonction de son feeling.

(Source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/un-gaijin-au-japon/)

Capture d'écran 3/3 de la page du billet :

les faiblesses, les atouts, les qualités et les défauts de ce pays si intriguant. Et je vous ferais partager tout cela au travers de ce blog.

Je ne suis ni Otaku, ni Geek, ni Japan fetish, ni passionné du Japon, je suis un voyageur **lambda** qui à soif de découverte et de connaissances. Un voyageur qui va bon où lui semble en fonction de son feeling.

En consultant le net à la recherche de blogs sur le Japon, j'ai constaté que la quasi-majorité était tenu par de véritables passionnés, qui pour certains vivent en mangent Japon tout au long de la journée. Il était donc difficile de trouver quelque chose qui s'adresse à un voyageur plus ordinaire. **D'où l'idée de créer ce blog.**

Vous aurez donc l'opportunité de découvrir **le Japon à travers les yeux d'un GAIJIN (comprenez ici un NON-JAPONAIS) ni connaissant rien au Japon le jour de son arrivée à l'aéroport de Tokyo-Narita le 6 mai 2011** (si ce n'est ce qu'il a appris lors de ses cours d'Histoire au collège et au lycée). Je vous souhaite une bonne lecture et de bonnes découvertes.

Aala

Aka Un Gaijin au Japon

Copyright © 2011 - 2015 - Aala Kanzali. All rights reserved. Sites amis CGU Mentions Légales Politique de confidentialité Utilisation de Cookies Blog Japon Back to Top

(Source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/un-gaijin-au-japon/)

Description de l'utilisation des photos et des vidéos ;

Il n'y a ni photo ni vidéo dans ce billet.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	1 Gaijin au Japon	1

		Reprise du titre mais cette fois-ci « Gaijin » est présenté comme un prénom dans la construction syntaxique de la phrase.
Désignation du blogueur / de la blogueuse	2 [Facebook share 9] [tweet] [share] [image – logo B4] **Le Japon est un pays particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu.** **Malgré que l'on en entende souvent parler, qui peut réellement dire qu'il connait le Japon sans même y avoir mis les pays et l'avoir découvert de l'intérieur ?**	2. Liens de partage. Invitations à cliquer. Énoncé descriptif, subjectif sur le Japon qualifié comme « fascinant », « déroutant », « peu connu ». Champ sémantique de l'étranger, de l'étrangeté, de l'inconnu. Utilisation du pronom indéfini incluant dans sa désignation tant le blogueur que les lecteurs appartenant à un groupe d'individus. Le « on » forme un groupe qui n'est pas encore défini mais dans lequel sont liés le lecteur et le blogueur via le partage d'un socle de connaissances communes. « […] qui peut réellement dire qu'il connait le Japon sans même y avoir mis les pays et l'avoir découvert de l'intérieur ? » : **Énoncé qui s'adresse à tous les individus inclus collectivement dans ce pronom relatif ayant des connaissances sur le Japon qui ne sont pas basées sur l'expérience mais sur la doxa.** **La connaissance du pays, selon le blogueur, doit passer par l'expérience individuelle** de « l'intérieur » du pays en y mettant les pieds. **Question rhétorique visant à interpeller l'auditoire**. La typographie en gras et l'extraction de cet énoncé en amont du billet (en tant que phrase d'introduction ? est-ce un chapeau ?) viennent souligner l'intention de la question qui est d'interpeller l'attention de l'auditoire.
	3 Le 11 mars 2011, est une date importante dans l'histoire du Japon. Il s'agit du jour où ce pays a été frappé par la plus grande catastrophe naturelle de son histoire : **un tremblement de terre de**	3 / 4 / 5 Pas de transition logique entre les paragraphes 2 et 3/4/5. Rappel d'évènements dramatiques ayant marqué l'histoire contemporaine et passé du Japon (tremblement terre, catastrophe nucléaire et bombes atomiques).

	magnitude 9 et un tsunami de 23 mètres de haut. Les 2 ont ravagé le Nord-Est du pays et généré plusieurs dizaines de milliers de morts et disparus.	Les évènements évoqués sont censés faire partie de la mémoire commune entre les lecteurs et le blogueur. Ils sont les indices du partage d'une même mémoire médiatique.
	4 Mais comme-ci cela ne suffisait pas, ces catastrophes naturelles ont crées une catastrophe nucléaire. En effet **la centrale nucléaire de Fukushima** a été durement frappée par ces événements, et une crise quasi-similaire à celle de Tchernobyl a été connue au Japon.	
	5 Il s'agit donc d'événements importants dans l'Histoire de ce pays. Certainement les plus graves depuis les 6 et 9 août 1945, lorsque Hiroshima et Nagasaki ont été bombardés par des bombes atomiques, générant ainsi plus de 170 000 morts en quelques minutes.	
	6 Mon projet est donc de passer **une année au Japon (voir plus si affinité)**, près de 2 mois après les dernières catastrophes naturelles, et de découvrir cette culture. J'espère découvrir les charmes, les forces, les faiblesses, les atouts, les	6 Explication des raisons ayant motivé le départ du blogueur pour le Japon et la création du blog. Il semblerait y avoir un lien entre l'occurrence des évènements dramatiques et le départ pour le Japon du blogueur. Indices de la présence de l'auteur : - Utilisation de l'adjectif possessif « mon » dans « mon projet » ; - Utilisation de la marque de la première personne du singulier « je » et du temps présent de

	qualités et les défauts de ce pays si intriguant. Et je vous ferais partager tout cela au travers de ce blog.	l'indicatif : « j'espère découvrir (…) » / « je vous ferais partager ». Un « je » au centre de l'action qui découvre et partage. Un « je » actif qui reprend les codes énonciatifs de la figure du « guide touristique » ; Utilisation des parenthèses en tant que signalement d'une rupture dans la situation énonciative initiale. Le locuteur change de registre de langue pour utiliser une formulation empruntée aux petites annonces « et plus si affinité ». Acte de connivence avec le lecteur. Humour. Appel au lecteur, à sa compréhension de cet effet humoristique. C'est également un indice qui peut être prometteur quant à la durée du séjour du blogueur. Effet d'annonce ?
	7 **Je ne suis ni Otaku, ni Geek, ni Japan fetish, ni passionné du Japon, je suis un voyageur lambda** qui à soif de découverte et de connaissances. Un voyageur qui va bon où lui semble en fonction de son feeling.	7 L'hyperlien interne renvoie étonnamment non pas à un billet destiné à approfondir la connaissance de l'identité du blogueur mais à la page d'accueil. **Indices de la personne dans les constructions d'autodésignation** **« Je ne suis pas » et « je suis ».** Otaku : terme polysémique japonais évoquant une personne inadaptée socialement au Japon ou bien un passionné de culture nippone portant notamment sur les mangas, les films d'animation sans le critère d'isolation sociale[4]. Un « Geek » est un fan d'informatique qui reste devant son écran dans une forme d'isolation sociale, il me semble. Un « *Japan fetish* » pourrait être un passionné d'objets de culture populaire nippone. Le blogueur tient à se démarquer de ses profils de passionnés du Japon qui explorent essentiellement le Japon à travers la collection d'objets nippons ou d'écrans d'ordinateurs ou de télévisions.

[4] https://fr.wikipedia.org/wiki/Otaku, consulté le 7 janvier 2020.

		Le blogueur se revendique comme « un » individu parmi d'autres qui voyagent de façon indépendante. « un voyageur lambda qui a soif de découvertes et de connaissances » : en se situant dans ce portrait général le blogueur donne les moyens aux lecteurs de s'identifier avec lui. **Le blogueur dessine ainsi discursivement par la présentation de lui-même la représentation qu'il se fait du public qu'il souhaite atteindre dans sa communication.**
	8 En consultant le net à **la recherche de blogs sur le Japon**, j'ai constaté que la quasi-majorité était tenu par de véritables passionnés, qui pour certains vivent en mangent Japon tout au long de la journée. Il était donc difficile de trouver quelque chose qui s'adresse à un voyageur plus ordinaire. **D'où l'idée de créer ce blog.**	8 Classification du blog comme un « blog sur le Japon ». « un voyageur plus ordinaire » par opposition aux amateurs du Japon férus de culture nippone, par opposition aux « véritables passionnés, qui pour certains vivent et mangent Japon tout au long de la journée ». **Idée de création du blog similaire à celle de lancement d'un produit**. Il existe un besoin qui pourrait être formulé comme ceci : « écrire et partager une expérience de vie au Japon du point de vue d'un individu quelconque ». Il n'y pas de produits/blogs qui répondent à cette description sur le marché des blog voyage. Il y a donc une opportunité de création « d'où l'idée de créer ce blog ». **L'idée est décrite survenant d'un manque dans les blogs sur le Japon et non à partir d'une envie.**
	9 Vous aurez donc l'opportunité de découvrir **le Japon à travers les yeux d'un GAIJIN (comprenez ici un NON-JAPONAIS) ni connaissant rien au Japon le jour de son arrivée à l'aéroport de Tokyo-Narita le 6 mai 2011** (si ce n'est ce	9 **Terme d'adresse aux auditeurs** désignés collectivement par la marque de la personne « vous ». Utilisation du futur de l'indicatif pour signaler un futur certain, **une promesse « vous aurez donc l'opportunité de ».** Il s'agit donc d'une chance à saisir pour les lecteurs béotiens de la culture nippone. Discours incitatif. « découvrir le Japon à travers les yeux d'un GAIJIN (comprenez ici un NON-JAPONAIS) ni connaissant rien au Japon le jour de son arrivée à

	qu'il à appris lors de ses cours d'Histoire au collège et au lycée). Je vous souhaite une bonne lecture et de bonnes découvertes.	l'aéroport de Tokyo-Narita le 6 mais 2011 ((si ce n'est ce qu'il à appris lors de ses cours d'Histoire au collège et au lycée) » : Promesse de découvrir le Japon. « à travers les yeux d'un Gaijin » : le texte, les photos seront la matière qui permettront de se glisser discursivement dans la peau du blogueur. Utilisation des parenthèses pour signaler une rupture dans la situation énonciative initiale. L'adresse au lecteur s'établit d'une façon plus familière. Sur le ton de la confidence, la distance diminue entre le blogueur et le groupe de lecteurs toujours désigné collectivement par le « vous ». La première parenthèse apporte un éclaircissement à travers la traduction du mot emprunté au japonais Gaijin et la seconde permet d'établir une base de connaissance supposée commune entre les lecteurs et le blogueur. Le blogueur suppose que les lecteurs *a minima* ont assisté à des cours d'histoire générale au lycée qui ont abordé les thèmes de la seconde guerre mondiale. Dans les deux cas, l'intention du blogueur est d'établir une base de connaissances communes sur laquelle il pourra fonder ses billets. L'invitation permet à tout un chacun de se sentir proche de la description du portrait de ce blogueur. Marques de modestie : - « un voyageur lambda », « un voyageur plus ordinaire » qui se désigne par le déterminant singulier indéfini « un » ; - Un voyageur qui n'est pas un passionné du Japon et arrive dans ce pays avec peu de connaissances historiques et voir aucune connaissance sur les habitudes culturelles du pays. Un voyageur qui ne fait qu'apporter au réseau blog voyage sur le Japon sa contribution individuelle et personnelle… Le souhait est construit à partir d'une seule source énonciative « je » qui agit « souhaite » et

		s'adresse à plusieurs entités individuelles / plusieurs énonciateurs pris collectivement dans la marque de la personne « vous ». La « lecture » semble être le moyen par lequel le lecteur-navigateur fera de « bonnes découvertes ». L'utilisation de l'adjectif « bon » en amont du terme pluriel « découvertes » est une marque de subjectivité du blogueur. L'attente du lecteur selon le blogueur est de trouver dans les lignes des billets des informations méconnues peut-être même surprenantes et qui pourraient être intéressantes du point de vue d'une personne ayant peu de connaissances sur le Japon.
	10 Aala Aka Un Gaijin au Japon [zone de partage]	10 Salutation par le prénom du blogueur.
Désignation de l'auditoire	2 [Facebook share 9] [tweet] [share] [image – logo B4] **Le Japon est un pays particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu.** **Malgré que l'on en entende souvent parler, qui peut réellement dire qu'il connait le Japon sans même y avoir mis les pays et l'avoir découvert de l'intérieur ?**	2 **Le blogueur utilise le présent de l'indicatif et le verbe être pour élever au rang de généralité son appréciation personnel du Japon.** Ainsi, il définit le pays comme « particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu ». **Il projette sur le public ses propres critères d'évaluation, son échelle de valeur. Le public est donc considéré comme une entité collective constituée d'individus ayant les mêmes caractéristiques et les mêmes points de vue que le blogueur.** « Malgré que l'on en entende souvent parler […] qui peut réellement dire qu'il connaît le Japon sans même y avoir mis les pieds et l'avoir découvert de l'intérieur ? » : **Le public est inclus dans le pronom indéfini « on ». « On » a une valeur inclusive, il désigne à la fois les lecteurs et le blogueur dans un même groupe.** **Ce « on » est mis en opposition aux autres voix qui s'intéressent aux Japon et qui sont désignées dans le pronom relatif « qui ». Ce « il », cet individu parlant d'un pays qu'il ne connaît pas, est ici l'objet des critiques du**

		blogueur. Il se détache de cette figure et en détache par la même occasion les lecteurs.
	6 Mon projet est donc de passer **une année au Japon (voir plus si affinité)**, près de 2 mois après les dernières catastrophes naturelles, et de découvrir cette culture. J'espère découvrir les charmes, les forces, les faiblesses, les atouts, les qualités et les défauts de ce pays si intriguant. Et je vous ferais partager tout cela au travers de ce blog.	6 Promesse directement adressée aux lecteurs de partager le « tout cela ». Reprise anaphorique du syntagme « découvrir les charmes, les forces, les faiblesses, les atouts, les qualités et les défauts de ce pays ». La promesse contient une énumération d'éléments présentés au pluriel. Promesse de présenter aux lecteurs une vision complète de la culture nippone. Perception monadique / culturaliste de la culture => culture englobante qui efface les individualités. La promesse est donc d'accéder à ces informations par le suivi de la publication des billets du blog.
	9 Vous aurez donc l'opportunité de découvrir **le Japon à travers les yeux d'un GAIJIN (comprenez ici un NON-JAPONAIS) ni connaissant rien au Japon le jour de son arrivée à l'aéroport de Tokyo-Narita le 6 mai 2011** (si ce n'est ce qu'il à appris lors de ses cours d'Histoire au collège et au lycée). Je vous souhaite une bonne lecture et de bonnes découvertes.	9 Le « vous » est une marque personnelle / 2ème pers. du plur / terme d'adresse directe. Futur de l'indicatif. Promesse. Le blogueur se définit par « les yeux d'un GAIJIN ». En réalité, il ne s'agit pas de n'importe quel GAIJIN mais d'un individu masculin, visiblement de culture francophone ayant été scolarisé. Le souhait est adressé directement au public.
	10 Aala	10 La salutation par le prénom permet de resserrer le lien unifiant l'auteur à son public. Le prénom est l'indice d'une proximité entre deux personnes qui

	Aka Un Gaijin au Japon [zone de partage]	se connaissent déjà ce qui n'est pas le cas dans le cadre du contrat de communication du blog.
Désignation du blog	6 Mon projet est donc de passer **une année au Japon (voir plus si affinité)**, près de 2 mois après les dernières catastrophes naturelles, et de découvrir cette culture. J'espère découvrir les charmes, les forces, les faiblesses, les atouts, les qualités et les défauts de ce pays si intriguant. Et je vous ferais partager tout cela au travers de ce blog.	6 **Le blog est décrit comme le vecteur de communication entre le blogueur et ses lecteurs**. Ce vecteur porte la promesse de fournir les informations supposées attendues par les lecteurs.
	8 En consultant le net à **la recherche de blogs sur le Japon**, j'ai constaté que la quasi-majorité était tenu par de véritables passionnés, qui pour certains vivent en mangent Japon tout au long de la journée. Il était donc difficile de trouver quelque chose qui s'adresse à un voyageur plus ordinaire. **D'où l'idée de créer ce blog.**	8 Le blog B4 se définit parmi un ensemble de blogs portant sur le Japon. Blog thématique donc. Cet ensemble se consulte sur le net.
	9 Vous aurez donc l'opportunité de découvrir **le Japon à travers les yeux d'un GAIJIN (comprenez ici un NON-JAPONAIS) ni**	9 Le blog est le lieu d'activités de : - Lecture ; - De découvertes. Un lieu qui repose sur un contrat de qualité entre le blogueur et son lectorat puisqu'un individu

	connaissant rien au Japon le jour de son arrivée à l'aéroport de Tokyo-Narita le 6 mai 2011 (si ce n'est ce qu'il à appris lors de ses cours d'Histoire au collège et au lycée). Je vous souhaite une bonne lecture et de bonnes découvertes.	s'engage à fournir des informations de qualité à un groupes de lecteurs anonymes.
Désignation du voyage dans le blog	2 [Facebook share 9] [tweet] [share] [image – logo B4] **Le Japon est un pays particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu.** **Malgré que l'on en entende souvent parler, qui peut réellement dire qu'il connait le Japon sans même y avoir mis les pays et l'avoir découvert de l'intérieur ?**	2. « le Japon » est la destination. Elle est définie comme « un pays » doté de caractéristiques mystérieuses et envoutantes « particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu. », Une destination qui est l'objet de fantasmes puisque beaucoup en parle sans l'avoir visité ». À la façon d'une terre inconnue qu'il faut explorer en « y mettant les pieds » et en la découvrant de l'intérieur.
	3 Le 11 mars 2011, est une date importante dans l'histoire du Japon. Il s'agit du jour où ce pays a été frappé par la plus grande catastrophe naturelle de son histoire : **un tremblement de terre de magnitude 9 et un tsunami de 23 mètres de haut.** Les 2 ont ravagé le Nord-Est du pays et généré plusieurs	3 Le Japon est évoqué par sa dimension historique, géographique et médiatique : le tsunami, l'explosion nucléaire, les bombes nucléaires de la seconde guerre mondiale. Sensationnel : « la plus grande catastrophe naturelle de son histoire », « plusieurs dizaines de milliers de morts et disparus »

	dizaines de milliers de morts et disparus.	
	4 Mais comme-ci cela ne suffisait pas, ces catastrophes naturelles ont crées une catastrophe nucléaire. En effet **la centrale nucléaire de Fukushima** a été durement frappée par ces événements, et une crise quasi-similaire à celle de Tchernobyl a été connue au Japon.	4 « Mais comme-ci cela ne suffisait pas », les éléments naturels semblent s'acharner sur ce pays. Des éléments incontrôlables de dimension extraordinaire qui prennent pour cible le Japon. Le blogueur dessine l'image d'un pays lointain, méconnu, à l'histoire unique marquée par la gravité.
	5 Il s'agit donc d'événements importants dans l'Histoire de ce pays. Certainement les plus graves depuis les 6 et 9 août 1945, lorsque Hiroshima et Nagasaki ont été bombardés par des bombes atomiques, générant ainsi plus de 170 000 morts en quelques minutes.	5 Les évènements uniques du passé sont cités en associant le nombre de morts.
	6 Mon projet est donc de passer **une année au Japon (voir plus si affinité)**, près de 2 mois après les dernières catastrophes naturelles, et de découvrir cette culture. J'espère découvrir les charmes, les forces, les faiblesses, les atouts, les qualités et les défauts de ce pays si intriguant. Et je vous ferais partager tout cela au travers de ce blog.	6 Le pays est décrit en tant qu'englobant : - Des charmes ; - Des forces ; - Des faiblesses ; - Des atouts ; - Des qualités ; - Des défauts. Vision de la culture sous forme de traits descriptifs : vision culturaliste de la culture / monadique. La destination semble apporter tout et son contraire « force et faiblesse » / « qualités et défauts ». « tout cela »

	8 En consultant le net à **la recherche de blogs sur le Japon**, j'ai constaté que la quasi-majorité était tenu par de véritables passionnés, qui pour certains vivent en mangent Japon tout au long de la journée. Il était donc difficile de trouver quelque chose qui s'adresse à un voyageur plus ordinaire. **D'où l'idée de créer ce blog.**	8 Le Japon est aussi un objet de culte pour certaines personnes.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	2 [Facebook share 9] [tweet] [share] [image – logo B4] **Le Japon est un pays particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu.** **Malgré que l'on en entende souvent parler, qui peut réellement dire qu'il connait le Japon sans même y avoir mis les pays et l'avoir découvert de l'intérieur ?**	2 Le blogueur cherche à se différencier de ses pairs en soulignant son expérience de terrain.
	7 **Je ne suis ni Otaku, ni Geek, ni Japan fetish, ni passionné du Japon, je suis un voyageur lambda** qui à soif de découverte et de connaissances. Un voyageur	7 Le blogueur en s'écartant des fans de culture nippone cherche à se différencier des autres sites internet dédiés au Japon.

	qui va bon où lui semble en fonction de son feeling.	
	8 En consultant le net à **la recherche de blogs sur le Japon**, j'ai constaté que la quasi-majorité était tenu par de véritables passionnés, qui pour certains vivent en mangent Japon tout au long de la journée. Il était donc difficile de trouver quelque chose qui s'adresse à un voyageur plus ordinaire. **D'où l'idée de créer ce blog.**	8 Il est visiblement admis de rechercher sur le net ce que les autres blogueurs font.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Se présenter Expliquer Décrire Argumenter Promettre Encourager Séduire Convaincre Justifier Se différencier	

2.11. Grille d'analyses B4 – P2 – Section [À propos] – À propos d'Aala

Document : B4 – P2 – Section [À propos] – « À propos d'Aala ».

Date de consultation : 6 janvier 2020.

Date de publication : non communiqué.

Commentaires : billet non ouvert aux commentaires.

Source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/

Description de l'organisation de la page internet

La page de présentation du blog est conforme à celle de la page d'accueil et du billet P1.
On y retrouve les cinq zones modulaires présentées : la barre d'entête, la zone de titre, la zone d'organisation thématique des billets, la zone du billet principal et de la section de recherche et enfin la barre de fin de fin de page.

(source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/)

(source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/)

Aala, mon prénom, celui qui fait mon identité et qui me représente au quotidien. Mais qui suis-je ? Qui se cache donc derrière ce prénom ? Je vous propose d'en savoir plus.

C'est le 11 mai 1984, à Lyon (France) que j'ai vu le jour, dans ce pays qui me verra grandir et poursuivre mes études pendant deux décennies. Une vie riche en voyages, en expériences diverses et variées m'a bercée dès mon plus jeune âge.

FRANCO-TUNISIEN, DOUBLE CULTURE ENRICHISSANTE

Même si je suis né en France mes parents sont tous deux Tunisiens et c'est dans ce pays que j'ai passé les premières années de ma vie, essentiellement dans la ville de Sousse. Je garde bon nombre de souvenirs de cette période enchantée de mon enfance dans ce pays qui m'a bercé, entouré de ma famille. Plus tard, au moment d'entrée à la maternelle / primaire, je suis rentré en France pour y suivre l'ensemble de ma scolarité, entouré de ma famille, non loin de Lyon, ma ville natale.

Le fait d'avoir des parents d'origine tunisienne, d'être né en France et d'avoir vécu entre ces deux pays est clairement **une belle chance que la vie m'a offert et m'a permis de me forger une identité multiculturelle.** Outre le fait que je dispose de deux nationalités, deux passeports, j'ai la chance d'avoir deux cultures en moi qui font ma personnalité.

La Tunisie occupera toujours un part importante dans mon cœur puisque c'est le pays de ma famille, le pays qui m'a vu vivre les premières années de ma vie et que j'aime plus que tout. Mais la France aussi tient une belle part dans ma vie puisqu'elle est le pays qui m'a vu grandir, devenir un enfant, un adolescent, un adulescent et par la suite un adulte. Ces deux pays tiennent une place importante dans ma vie et comme le disait si bien Jamel Debbouze *« me demander de choisir entre la France et la Tunisie serait me demander de choisir entre mon père et ma mère, et c'est impossible ».*

BYE-BYE LA FRANCE, BONJOUR LES VOYAGES

(source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/)

Enfin, pour ceux qui demandent encore pourquoi je ne montre jamais de photo de ma femme, la réponse est toute simple : **parce que je ne veux pas qu'elle soit importunée !** Je ne connais pas toutes les personnes qui lisent mon blog, et vous êtes nombreux. De temps à autre **il y a des individus qui n'hésitent pas à m'insulter, à être virulent à mon encontre ou même à proférer des menaces de mort, gratuitement, et je ne veux en aucun cas que ceci arrive à ma femme.** De ce fait vous ne verrez jamais de photos d'elle et vous ne connaîtrez jamais son identité, et je vous demanderais de respecter cela.

Je pense que c'est suffisant pour un début de présentation, qui vous permet d'en savoir un peu plus sur mon parcours, ce qui m'a mené au Japon, à savoir le hasard et le fait que je n'ai jamais planifié la vie que je vis aujourd'hui. Comme quoi la vie est parfois remplie de belles surprises. Je vous souhaite une bonne lecture de mon blog et de belles lectures.

(source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/)

(source : https://www.gaijinjapan.org/a-propos/aala-kanzali/)

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	1 A propos d'Aala [zone de partage] [Facebook share – 9] [tweet] [share – more option]	1 Utilisation du prénom du blogueur. On se doute que l'annonce vise à présenter l'auteur du blog.
	2 [photo] **Aala, mon prénom, celui qui fait mon identité et qui me représente au quotidien. Mais qui suis-je ? Qui se cache donc derrière ce prénom ? Je vous propose d'en savoir plus.**	2 L'en-tête ou le chapeau du billet vise à donner envie aux lecteurs de connaître l'identité ou ce qui caractérise le blogueur.
	3 C'est le 11 mai 1984, à Lyon (France) que j'ai vu le jour, dans ce pays qui me verra grandir et poursuivre mes études pendant deux décennies. Une vie riche en voyages, en expériences diverses et variées m'a bercée dès mon plus jeune âge.	3 Date de naissance. Niveau d'études. Récit personnel à la première personne. Les thèmes de l'enfance merveilleuse et du voyage viennent compléter la présentation de l'auteur. « Une vie riche en voyages, en expériences diverses et variées » : l'assertion vise à présenter des arguments pour légitimer la prise de parole de l'auteur sur la scène publique. L'utilisation du pluriel et l'adjectif affectivo-axiologique « riche » argumente en faveur de l'expérience extensive du blogueur quant aux voyages réalisés et aux expériences vécues. L'assertion prend valeur de preuves. Une image d'enfance parfaite et merveilleuse est dressée : utilisation du terme « bercée », du terme « riche »,

		emploi du pluriel, emploi d'adjectifs tels que « divers » et « varié ». Ces éléments contribuent à brosser un portrait d'homme qui a vécu de nombreuses d'expériences différentes.
	4 **Franco-Tunisien, double culture enrichissante** Même si je suis né en France mes parents sont tous deux Tunisiens et c'est dans ce pays que j'ai passé les premières années de ma vie, essentiellement dans la ville de Sousse.	4 Présentation par la multiculturalité qui sert d'argument pour justifier la connaissance de deux pays, de deux cultures. Le portrait de l'enfance et de l'adolescence parfaite (« période enchantée ») se poursuit avec comme éléments principaux : La famille qui est proche et qui entoure l'enfant puis l'adolescent ; Les souvenirs nombreux ; Les villes de Sousse en Tunisie et de Lyon en France.
	5 Je garde bon nombre de souvenirs de cette période enchantée de mon enfance dans ce pays qui m'a bercé, entouré de ma famille. Plus tard, au moment d'entrée à la maternelle / primaire, je suis rentré en France pour y suivre l'ensemble de ma scolarité, entouré de ma famille, non loin de Lyon, ma ville natale.	5 Le merveilleux semble s'insérer dans tous les détails de l'enfance du blogueur. Il vit les changements de cultures et de pays sans écueils toujours de façon positive voire merveilleuse : il décrit une « période enchantée » dans un pays qui l'a bercé, entouré de sa famille. C'est comme si le merveilleux du voyage, du thème avait contaminé en quelque sorte l'acte de présentation de soi en lui-même. À l'instar des commentaires négatifs qui apparaissent peu dans les billets des blogueurs, ici la présentation personnelle voire intime de l'auteur est elle aussi embellie. Les écueils et les épreuves sont effacés au bénéfice d'une version doucereuse.
	6 Le fait d'avoir des parents d'origine tunisienne, d'être né en France et d'avoir vécu entre ces deux pays est clairement **une belle chance que la vie m'a offert et m'a permis de me forger une identité multiculturelle.**	6 Seuls les avantages de la binationalité (deux passeports) et de la biculturalité (tunisienne et française) sont évoqués. Les éléments et les épreuves qui ont certainement existés sont absents dans le récit. Or on ne se « forge pas une identité multiculturelle » dans un pays

	Outre le fait que je dispose de deux nationalités, deux passeports, j'ai la chance d'avoir deux cultures en moi qui font ma personnalité.	essentiellement monoculturel et monolingue sans se confronter à l'Autre. Seul l'aspect positif de la pluriculturalité est présenté sous la forme d'une chance et peut-être d'un atout pour l'expérience de vie à l'étranger.
	7 La Tunisie occupera toujours un part importante dans mon cœur puisque c'est le pays de ma famille, le pays qui m'a vu vivre les premières années de ma vie et que j'aime plus que tout.	7 Retour explicatif sur les deux pays composant la toile de fond culturel du blogueur.
	8 Mais la France aussi tient une belle part dans ma vie puisqu'elle est le pays qui m'a vu grandir, devenir un enfant, un adolescent, un adulescent et par la suite un adulte. Ces deux pays tiennent une place importante dans ma vie et comme le disait si ben Jamel Debbouze *« me demander de choisir entre la France et la Tunisie serait me demander de choisir entre mon père et ma mère, et c'est impossible ».*	8 Référence à l'humoriste Jamel Debbouze comme d'une référence commune entre le blogueur et ses lecteurs. Le blogueur se définit vivant à travers les différentes étapes de sa vie.
	9 **Bye-bye la France, bonjour les voyages** J'ai grandit sans encombre, vécu une jeunesse enrichissante et ait eu la chance de poursuivre de bonnes études en France qui m'ont menées jusqu'à une École Supérieure de Commerce. Et c'est à la fin de mes études supérieures qu'une envie de voyages m'a envahit. Je voulais partir, aller voir le monde, découvrir, …	9 Le départ est présenté comme un début de rencontres « bonjour les voyages ». « Voyages » : terme évoqué au pluriel. « les » article défini pluriel. Ici « les voyages » désigne le concept général de voyage pris sous l'angle de toutes les possibilités qu'il peut contenir « voyage de courte ou de longue durée », « voyage dans les pays voisins ou de lointains ». Le blogueur évoque son parcours universitaire Bac + 5. C'est l' « envie » de qui semble être le motivateur du blogueur pour entamer son périple.

		Les « voyages » sont évoqués d'abord par rapport au « départ ». Partir de quelque part semble le point initial de l'aventure avant même de choisir une destination. « Aller voir le monde » : la vue est encore au centre de l'expérience des voyages. « Découvrir » : apprendre, être curieux de ce qui est différent de ce qu'on vit chez soi.
	10 C'était en 2009. J'étais en dernière année de Master et plus les mois passaient au sein de cette année et plus je prévoyais un voyage au long court. Au début je voulais partir une année en Australie.	10 Date. Récit centré autour du « Je ». Imparfait de l'indicatif
	11 Puis, un ami m'a parlé des billets d'avion « Tour du monde » et là **j'ai décidé d'ajouter quelques destinations à mon périple d'un an : Hong-Kong, Macao, Australie, Nouvelle-Zélande, Canada, USA.** J'ai fait les demandes de PVT Australie et PVT Canada et je suis **parti à l'aventure le matin du 5 novembre 2009,**lorsque je suis monté dans l'Eurostar direction Londres, où m'attendait mon avion vers l'Asie.	11 Récit au passé composé narrant le départ. Date. Discours non embrayé sur la situation d'énonciation.
	12 Et pourtant, j'aurais pu ne pas partir. J'avais été en alternance dans la grande distribution, dans un cursus « directeur de supermarché » et je disposais de nombreuses offres d'embauches avec des salaires allant jusqu'à 45.000€ annuel et des possibilités d'évolution de carrière à l'international.	12 Le choix du départ : difficulté évoquée avant de partir. Mise en balance des choix et des ambitions professionnelles versus « l'envie de » + actions (voir / découvrir /aller / partir) ;
	13 **Si je le souhaitais je pouvais choisir de rester en France et de**	13 Hypothèse. Imparfait récit autour du « je ».

	faire une carrière professionnelle intéressante, belle comme beaucoup me la prédisait, mais je n'en n'avais pas envie. Je voulais partir loin, très loin, aller voir autre chose et surtout me tester. **J'adore les défis plus que tout et je voulais voir ma capacité à vivre une expérience de vie plus ou moins longue à l'étranger.**	« je voulais partir loin, très loin, aller voir autre chose » : la première motivation pour voyager est donc l'éloignement et l'appel à expérimenter ce qui n'est pas chez soi. « et surtout me tester » / « ma capacité à vivre une expérience de vie plus ou moins longue à l'étranger » : le voyage est donc essentiellement un voyage intérieur, en soi. Il est un prétexte. Voyage initiatique.
	14 Quelques jours à Hong-Kong et Macao, presque six mois en Australie, deux semaines en Nouvelle-Zélande et me voila arrivé au Canada où je devais passer cinq mois avant un road-trip aux USA.	14. Énumération des destinations comme autant d'arguments pour justifier de l'expérience du blogueur en tant que « voyageur ». Argument qui contredit l'argument initial fondé sur la figure du « voyageur lambda » qui n'aurait donc aucune compétence en matière de voyage.
	15 Mais là, à peine arrivé dans la ville de Vancouver, c'est le coup de foudre et je ne me vois pas partir de si tôt. Du coup, **ce n'est pas cinq mois que je passe au Canada mais un an !** Oh qu'est-ce que j'ai aimé cette expérience de vie dans le deuxième plus grand pays au monde !!!	15 Utilisation de l'exclamation pour exprimer la surprise et l'appréciation positive, l'enthousiasme. Surprise manifestée et annoncée par la locution adverbiale « du coup ». Interjection « Oh » ; Utilisation de suite de points d'exclamation « !!! » ; Utilisation du verbe subjectif « aimer » (cf. KO). = reprise des mêmes traits discursifs utilisés dans les billets de contenu.
	16 Le Canada me manque régulièrement et je n'ai qu'une envie : y retourner !	16 Phrase exclamative.

	17 Alors que mon année de vie au Canada touchait à sa fin j'ai commencé à me demander ce que j'allais faire. Et je me suis dit que je ne pouvais pas rentrer comme ça en France, je sentais que je n'en avais pas fini avec mon expérience internationale.	17 Imparfait. Passé composé. Récit à la première personne du singulier.
	18 J'ai alors regardé la liste des pays en PVT (Permis Vacances Travail) et là j'ai vu que le Japon était accessible avec un **PVT Japon** pour les Français. Ni une, ni deux, je me suis dit « hop, je vais au Japon pour un an ». En janvier 2011 j'ai fait un aller-retour express de deux semaines en France (depuis le Canada) pour obtenir ce PVT.	18 Utilisation du discours rapporté directe marqué par la présence de verbe de parole « je me suis dit » et par la présence des guillemets en ouverture et fermeture du dialogue. C'est un dialogue interne auquel le blogueur nous fait participer.
	19 **Direction le Japon** Le 11 mars 2011, je suis au restaurant avec des amis, à Vancouver – Canada. Je lève la tête car les images de la télévision attirent mon attention : le Japon vient d'être frappé par un terrible **tremblement de terre** et un Tsunami ravageur. Dans trois jours je suis censé partir en road-trip à travers le Canada et les USA avant de prendre l'avion pour le Japon, depuis Los-Angeles, le 5 mai 2011.	19 Coïncidence entre le moment de départ du blogueur pour le Japon et les catastrophes naturelles contemporaines. Récit à la première pers du singulier. Utilisation du présent de narration ?
	20 Je reste informé, je regarde ce qui se passe, mais dès les premiers instants ma décision est prise : j'irais au Japon, peu importe ce qui se passe parce que **je n'ai pas pour habitude de fuir face à l'adversité, peu importe sa forme.**	20 Le courage face à la peur est mis en avant. Présentation de traits de personnalité. Assertion qui vise à établir un portrait. Le déclaratif a valeur de preuve.

	21 Le 14 mars 2011 je pars donc à travers le Canada, sur plus de 8.000 km de routes, avant de passer la frontière avec les USA, de faire un road trip sur les côtes Est et Ouest du pays, me menant au travers des principales villes du pays et dans des paysages époustouflants ! **Que de bons souvenirs durant ce périple.**	21 Utilisation des phrases exclamatives, des commentaires évaluatifs [des paysages] [adjectif affectivo-axiologique « époustouflant »] / émerveillement / champs du merveilleux ? de l'exceptionnel ? Expression de l'admiration. Valorisation des précédents voyages passés. Cette mise en avant des points positifs concernant les expériences passées fonctionne-t-elle comme une promesse que les voyages à venir vont forcément être de « bons souvenirs » ?
	22 Le 4 mai 2011, alors que je suis dans une auberge de jeunesse à Los-Angeles, et après avoir un peu réfléchit au sujet, **j'achète le nom de domaine GaijinJapan.org et j'installe ce qui va devenir mon blog de voyage au Japon**.	22 Naissance du blog. Récit à la première personne du singulier et au présent de l'indicatif. La succession de lieux visités et de kilomètres parcourus permet de construire la figure du voyageur perpétuel ou expérimenté. Cette image du blogueur lui confère une légitimité dans ces propos appréciatifs.
	23 Je n'ai pas encore décidé ce que je vais en faire, mais j'ai dans l'intention d'y retranscrire mon année de PVT au pays du Soleil-Levant afin que ceux que je rencontre sur la route puissent me suivre.	23 Initialement le blog est un témoignage du blogueur et un lien qui le maintien en connexion avec les rencontres faites sur le chemin.
	24 Le 5 mai, mes amis avec qui j'ai fait le road-trip aux USA me déposent à	24 Récit narratif. 1ère pers. du singulier. Présent de narration.

	l'aéroport de Los-Angeles. Je prends mon avion Air China, fait une escale de quelques heures à l'aéroport de Pékin – Chine avant d'arriver le 6 mai 2011 à Tokyo.	
	25 **Pour la première fois de ma vie je suis au Japon et je ne sais pas ce qui m'attend sur place.** Je dois avouer que je ne connaissais rien de ce pays, que celui-ci n'avait aucun attrait particulier pour moi et que j'étais là juste par curiosité, sans plus.	25 Utilisation de l'imparfait de l'indicatif. Retour sur les conditions d'expatriation. Répétition de l'argument de la figure du voyageur lambda qui n'a pas de connaissances sur le Japon. Il semblerait que chaque billet de présentation puisse être lu indépendamment d'où l'effet répétitif de certains arguments.
	26 Je voulais passer une année dans un pays dont je ne connaissais rien, ni la langue, ni la culture afin de voir si je pouvais arriver à réussir une telle expérience. J'avais besoin d'un nouveau défi dans ma vie et le Japon était parfait pour cela.	26 Retour sur la volonté de se connaître dans l'épreuve d'immersion en milieu exolingue / voyage initiatique : « j'avais besoin d'un nouveau défi dans ma vie » / « afin de voir si je pouvais arriver à réussir une telle expérience » « je voulais passer une année dans un pays dont je ne connaissais rien, ni la langue, ni la culture ».
	27 **Une première année japonaise intéressante mais frustrante** Je suis arrivé au Japon avec environ 2.000 ou 3.000 euros dans mon compte bancaire, sans parler le japonais, sans connaitre la culture locale, sans connaitre personne (ou presque) et sans rien connaitre sur le pays**. Je devais me démerder rapidement, par moi-même**, afin de pouvoir réussir cette expérience.	27 Commentaire évaluatif : Commentaire positif et négatif. Le commentaire est plus marqué sur l'aspect négatif que dans les billets des autres blogs. L'antéposition du commentaire positif permet de ne pas contrebalancer complètement la force du commentaire négatif. On retrouve des adjectifs affectivo-axiologiques comme « intéressante » et « frustrante » mis en opposition par la conjonction adversative « mais ».
	28	28

	Après une première semaine passée dans un **Capsule Hotel** à Asakusa, j'ai déménagé dans une **Guest-House**, toujours à Asakusa. Là, j'ai rempli les différentes démarches administratives (**Resident Card**, à l'époque il s'agissait encore de l'Alien Card, téléphone japonais, compte bancaire, …). Puis, j'ai commencé à chercher du travail.	Récit sur l'arrivée au Japon / administration / logistique. Utilisation du passé composé et de l'imparfait, description des étapes vécues. Ordre d'apparition des thèmes traités : Logement ; Administration ; Communication ; Moyens de paiement ; Financement.
	29 Je suis devenu **professeur de français au Japon**, mais j'ai aussi travaillé chez **Leafcup** ou encore **Mickey House**. Rapidement, les revenus arrivaient et je me suis construit une vie normale.	29 L'auteur ne décrit pas les premiers pas dans ce nouveau pays, ces nouvelles impressions, les surprises ou bien les déceptions. Il décrit ses réussites sous forme d'énumération : J'ai + successions d'actions (passé / déménagé / rempli / commencé / travaillé) ; Je suis devenu « professeur de français » / « je me suis construit une vie normale ». Les épreuves surmontées semblent contribuer à « devenir », à « être » : ne serait-ce pas là la définition du voyage initiatique ? Qu'est-ce qu'une vie normale ? une vie ressemblant à celle que le blogueur aurait eu en France ou en Tunisie. Quelles sont ses critères de référence pour définir une vie normale ? En posant le concept de « vie normale » comme évident, le blogueur attribue à ses lecteurs la même échelle de valeurs que la sienne.
	30 Mais, plus les mois passaient et plus je me rendais compte d'une certaine frustration ! Le Japon semblait être un pays intéressant à visiter, à découvrir et intriguant mais je ne parlais pas le japonais. Et là, avec ce handicap, je me rendais compte que je passais à côté de nombreuses choses !	30 « une certaine frustration ! » : le point d'exclamation vient souligner la présence d'un sentiment mais lequel ? la force de la frustration ou bien un sentiment d'étonnement ? L'intensité du sentiment de « frustration » est modérée par la présence de l'adjectif « certain » placé en antéposition du terme.

		Ne pas parler la langue est « un handicap » qui fait passer le blogueur « à côté de nombreuses choses ! » Utilisation du point exclamatif pour signaler l'intensité du sentiment de frustration. Le commentaire négatif porte sur la frustration de ne pas être en capacité de saisir des opportunités. Ces opportunités définies par le blogueur par « de nombreuses choses » ne sont pas précisées. L'adjectif « nombreux » , le terme de « chose » et le pluriel ajoutent à l'impression de description vague du blogueur.
	31 En octobre 2011, alors que je suis connecté à mon compte Facebook, je vois l'histoire de **Jean Béliveau**, qui vient tout juste de terminer un tour du monde à pied de 11 ans et je suis admiratif.	31 Récit biographique de nouveau alternant moment au passé composé et présent.
	32 A ce moment là je commençais à réfléchir à ce que j'allais faire à la fin de mon PVT en mai 2012. Et là, je venais d'avoir une excellente idée : revenir au Japon avec un **visa étudiant** pour **apprendre le japonais** et surtout, par la suite, partir faire un tour du Japon à pied. **CAP 10.000 Japon** en était à ses prémisses.	32 Présentation de la 2ème phase du projet du blogueur : apprendre la langue / faire un tour du Japon à pied.
	33 Le 6 mai 2012 je quittais le Japon pour quelques semaines, le temps de rentrer en France et faire mes démarches pour obtenir un visa étudiant. Le 3 juillet 2012 je revenais au Japon, avec un **visa touriste** pour trois mois, puis en octobre 2012 je faisais un **changement de statut de résidence** et j'obtenais le statut étudiant.	33 Imparfait / « je » + actions « quitter » « rentrer » « faire » « obtenir » « revenir » « changer ». Dans les billets de présentation, y-a-t-il une récurrence de ces constructions syntaxiques et de cet emploi des temps : Alternance de passé composé et imparfait avec le présent narratif / mise en avant du sujet par l'emploi de la première personne du singulier / utilisation et énumération

	C'était le début d'une aventure de deux années pour apprendre la langue locale.	d'actions concrétisées par des formes verbales.
	34 **Une nouvelle expérience de vie au Japon** Ce qui devait être une année de voyage à travers le monde s'est transformé en une expatriation au Japon après avoir voyagé dans quelques pays dans le monde.	34 « je commençais à étudier le Japonais » « je travaillais sur mon blog » «[désignation de l'auteur] + [verbes d'actions – temps du récit].
	35 Je commençais à étudier le japonais en école, tous les jours, avec un rythme intensif et en parallèle je travaillais sur mon blog pour essayer de le développer au maximum, puisque le lectorat augmentait sans cesse.	35 Référence au lectorat, au public de lecteurs.
	36 Rapidement j'ai rencontré celle qui allait devenir ma femme. En septembre 2014 j'ai donc fait un **mariage japonais** au pays du Soleil-Levant avec cette personne, amour de ma vie, et que je n'aurais jamais pensé rencontrer au Japon.	36 [Désignation de l'auteur] + [verbe d'action au temps du récit] « j'ai rencontré ». « j'ai donc fait un mariage japonais » La narration de cette partie intime de la vie du blogueur sert le propos qui vise à légitimer la connaissance du pays japonais, de sa culture, de sa langue et de ses mœurs. Le voyage initiatique est un voyage individuel qui a mené le blogueur à l'amour à la façon d'une fable un peu hollywoodienne non ?
	37 Depuis mon retour en juillet 2012, les choses ont pas mal évoluées pour moi : Je me suis marié J'ai appris le japonais Le projet CAP 10.000 a pris forme	37 Je + action aux temps du récit. « Je me suis marié » « j'ai appris le japonais » « je me suis rompu (..) » « j'ai fait de nombreuses rencontres »

	Je me suis **rompu le ligament croisé** J'ai fait de nombreuses rencontres, notamment via le blog …	Listes d'actions et d'évènements qui construisent la représentation de la vie du blogueur. Le blog médiateur, connecteur, élément permettant de faire des rencontres.
	38 Depuis que le blog s'est développé et que vous êtes de plus en plus nombreux à le suivre, vous êtes nombreux à m'en demander un peu plus sur mois d'où cette page synthétisant mon parcours. Et vous êtes certains à vouloir savoir quel est mon **travail au Japon**.	38 Termes d'adresse explicites au lectorat. « vous êtes de plus en plus nombreux à le suivre » : utilisation du présent de l'indicatif. Affirmation non quantifiée ni datée. Le commentaire reste imprécis et s'effectue sur le mode de l'assertion. « Vous êtes nombreux à m'en demander un plus sur moi » : visiblement et selon l'énoncé déclaratif du blogueur, les lecteurs souhaitent savoir qui anime ce blog. S'agit-il de curiosité ou d'une démarche de validation de la source de l'information ? Utilisation de quantificateurs non précis pour désigner le groupe de lecteurs en petits groupes de besoins différents : « vous êtes de plus en plus nombreux à le suivre [le blog] » ; « vous êtes nombreux à m'en demander un peu plus sur moi » « vous êtes certains à vouloir savoir quel est mon travail au Japon ». Il y a donc un groupe de lecteurs du blog pris dans son ensemble qui évolue de façon croissante. Parmi ce groupe, un nombre indéfini mais important manifeste de la curiosité sur l'identité et le parcours personnel du blogueur, et un numéro moindre mais significatif s'intéresse à l'activité professionnelle du blogueur.
	39 Pour répondre à cette question, sachez que **j'ai quelques revenus avec le blog, mais qu'ils ne sont pas non plus pharaoniques** (ils sont réinvestis dans le	39 Utilisation de l'impératif et de la deuxième marque de la personne « vous » pour désigner le lectorat. « sachez que ». Sources de revenus :

	développement du blog) et qu'en plus de cela je travaille en tant que consultant auprès d'entreprises du secteur privé ou d'administrations publiques.	Le blog en est une mais le blogueur n'explique pas clairement comment son blog peut lui rapporter de l'argent ; Une activité professionnelle parallèle en tant qu'indépendant dans le domaine du conseil.
	40 En effet, depuis quelques années **j'ai ma propre entreprise de consulting et j'ai développé une activité en freelance qui me permet de vivre.** Mon activité étant nomade je peux vivre où bon me semble et continuer à travailler librement.	40 La narration du « je » se poursuit au passé composé et au présent de l'indicatif. Professionnellement, le blogueur semble accommoder parfaitement bien son activité de blogging avec celle de conseil en entreprise.
	41 Vous êtes aussi nombreux à me demander comment je fais pour voyager autant, au Japon et ailleurs dans le monde, et la réponse est toute simple : **je travaille beaucoup**.	41 Le financement des voyages semble être une des questions récurrentes des lecteurs du blog. Le « qui », le « pourquoi » et le « comment » semblent être au cœur de ce que le blogueur perçoit des préoccupations de son lectorat. Terme d'adresse « vous êtes aussi nombreux à me demander comment je fais pour voyager autant ». Terme d'adresse explicite. Le nombre de lecteurs concerné est imprécis. Quantité indéfinie.
	42 En faisant cela j'ai suffisamment de revenus pour payer mes voyages. Il est bon de noter que je ne bois pas et que je ne fume pas et que cela peut me permettre de voyager plus puisque je n'ai pas à faire face à ces dépenses.	Le « je » est toujours au centre de la narration. « j'ai suffisamment de revenus » « je ne bois pas » « Je ne fume pas » « cela peut me permettre de voyager plus » « je n'ai pas à faire face à » Je + forme affirmative ou négative + verbe d'action / définition
	43	43

	Enfin, pour ceux qui demandent encore pourquoi je ne montre jamais de photo de ma femme, la réponse est toute simple : **parce que je ne veux pas qu'elle soit importunée !** Je ne connais pas toutes les personnes qui lisent mon blog, et vous êtes nombreux.	« pour ceux qui demandent encore pourquoi je ne montre jamais de photo de ma femme » : le pluriel désigne indifféremment les membres du lectorat qui auraient ce type de questions.
	44 De temps à autre **il y a des individus qui n'hésitent pas à m'insulter, à être virulent à mon encontre ou même à proférer des menaces de mort, gratuitement, et je ne veux en aucun cas que ceci arrive à ma femme.**	44 Cyberviolence cf. Marie Anne Paveau.
	45 De ce fait vous ne verrez jamais de photos d'elle et vous ne connaitrez jamais son identité, et je vous demanderais de respecter cela.	45 Règles de gestion de la relation entre blogueur et lecteurs.
	46 **Je pense que c'est suffisant pour un début de présentation, qui vous permet d'en savoir un peu plus sur mon parcours, ce qui m'a mené au Japon, à savoir le hasard et le fait que je n'ai jamais planifié la vie que je vis aujourd'hui.**	46 Gestion de la relation / établissement des règles. Le blogueur décide en toute puissance ce qui « est suffisant ou non » pour sa présentation. Volonté de montrer qu'aucune des actions n'a été planifiée.
	47 **Comme quoi la vie est parfois remplie de belles surprises.** **Je vous souhaite une bonne lecture de mon blog et de belles lectures.** [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [Photo] [photo] [photo] [zone de partage]	47 Adjectif affectivo – axiologique « belles ». Syntagme au pluriel « de belles surprises » sans détail ni précision. Le « je » agissant : « je vous souhaite ». Verbe transitif directe « souhaiter quelque chose à quelqu'un ». On souhaite toujours quelque chose pour soi ou pour quelqu'un d'autre. Le pronom personnel est ici la deuxième personne du pluriel « vous » désigne le public.
	1	1

Désignation de l'auditoire	A propos d'Aala [zone de partage] [Facebook share – 9] [tweet] [share – more option]	"À propos d'Aala". Le blogueur se désigne à la troisième personne. Il pose la question que pourrait se poser un lecteur du blog « Qui est Aala ? ». Simulation d'un dialogue.
	2 [photo] **Aala, mon prénom, celui qui fait mon identité et qui me représente au quotidien. Mais qui suis-je ? Qui se cache donc derrière ce prénom ? Je vous propose d'en savoir plus.**	2 Les questions sont posées pour anticiper celles que se posent les lecteurs du blogueur. Il semble que cela soit donc un code admis entre blogueur et lecteurs de se présenter. Les questions sont posées aussi pour attirer l'attention du lecteur. En montrant au lecteur que le blogueur anticipe ses questions et y répond, le blogueur se met dans la position de répondre à toutes les futures attentes du lecteur (?).
	23 Je n'ai pas encore décidé ce que je vais en faire, mais j'ai dans l'intention d'y retranscrire mon année de PVT au pays du Soleil-Levant afin que ceux que je rencontre sur la route puissent me suivre.	23 « ceux que je rencontre sur la route puissent me suivre » : de quelle route s'agit-il ? de celle du voyage initialement mais par la suite probablement celle du blog ?
	35 Je commençais à étudier le japonais en école, tous les jours, avec un rythme intensif et en parallèle je travaillais sur mon blog pour essayer de le développer au maximum, puisque le lectorat augmentait sans cesse.	35 « Le lectorat augmentait sans cesse » : comment intégrer les lecteurs dans cette formulation ? c'est comme si le blogueur désignait un autre type de lecteurs. Un groupe de lecteurs passés. Le lectorat
	37 Depuis mon retour en juillet 2012, les choses ont pas mal évoluées pour moi : Je me suis marié J'ai appris le japonais Le projet CAP 10.000 a pris forme Je me suis **rompu le ligament croisé**	37 De nouveau « les rencontres, notamment via le blog » : possibilité pour les futurs lecteurs de créer un lien avec le blogueur dans la durée ?

	J'ai fait de nombreuses rencontres, notamment via le blog …	
	38 Depuis que le blog s'est développé et que vous êtes de plus en plus nombreux à le suivre, vous êtes nombreux à m'en demander un peu plus sur mois d'où cette page synthétisant mon parcours. Et vous êtes certains à vouloir savoir quel est mon **travail au Japon**.	38 2ème personne du pluriel « vous ». « vous êtes de plus en plus nombreux ». Le « vous » désigne le lectorat dans son ensemble. Une masse de lecteurs indéfinie mais croissante. Un « vous » agissant aussi puisqu'il « demande » et qu'il « veut savoir ».
	39 Pour répondre à cette question, sachez que **j'ai quelques revenus avec le blog, mais qu'ils ne sont pas non plus pharaoniques** (ils sont réinvestis dans le développement du blog) et qu'en plus de cela je travaille en tant que consultant auprès d'entreprises du secteur privé ou d'administrations publiques.	39 Utilisation de l'impératif de la deuxième personne du pluriel pour informer et répondre aux lecteurs dans leur globalité.
	41 Vous êtes aussi nombreux à me demander comment je fais pour voyager autant, au Japon et ailleurs dans le monde, et la réponse est toute simple : **je travaille beaucoup**.	41 Ce « vous » massif a des envies différentes. Trois en sont distinguées selon la fréquence des demandes adressées.
	43 Enfin, pour ceux qui demandent encore pourquoi je ne montre jamais de photo de ma femme, la réponse est toute simple : **parce que je ne veux pas qu'elle soit importunée !** Je ne connais pas toutes les personnes qui lisent mon blog, et vous êtes nombreux.	43 « Je ne connais pas toutes les personnes qui lisent mon blog » => ceci implique que le blogueur connaît (selon ses propres critères) quelques-uns de ses lecteurs.
	44 De temps à autre **il y a des individus qui n'hésitent pas à**	44 Parmi la masse « nombreuse » et indéfinie des lecteurs il y a des gens

	m'insulter, à être virulent à mon encontre ou même à proférer des menaces de mort, gratuitement, et je ne veux en aucun cas que ceci arrive à ma femme.	connus et d'autres « des individus » menaçant la vie du blogueur.
	45 De ce fait vous ne verrez jamais de photos d'elle et vous ne connaitrez jamais son identité, et je vous demanderais de respecter cela.	45. Terme d'adresse aux lecteurs du blog pour établir une règle de pratique sur le blog concernant la vie privée du blogueur.
	46 **Je pense que c'est suffisant pour un début de présentation, qui vous permet d'en savoir un peu plus sur mon parcours, ce qui m'a mené au Japon, à savoir le hasard et le fait que je n'ai jamais planifié la vie que je vis aujourd'hui.**	46 Terme d'adresse explicite. Le blogueur semble prendre en compte les demandes les plus fréquentes de son auditoire mais établit la limite de ces demandes « c'est suffisant »
	47 **Comme quoi la vie est parfois remplie de belles surprises.** **Je vous souhaite une bonne lecture de mon blog et de belles lectures.** [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [zone de partage]	47 Utilisation du présent. Invitation et souhait.
Désignation du blog	22 Le 4 mai 2011, alors que je suis dans une auberge de jeunesse à Los-Angeles, et après avoir un peu réfléchit au sujet, **j'achète le nom de domaine GaijinJapan.org et j'installe ce qui va devenir mon blog de voyage au Japon**.	22 Aspect technique du blog . « nom de domaine » Définition du blog en tant que « blog de voyage au Japon ».
	23 Je n'ai pas encore décidé ce que je vais en faire, mais j'ai dans	23 C'est un « je » qui décide et qui est à la tête de la conception du blog.

	l'intention d'y retranscrire mon année de PVT au pays du Soleil-Levant afin que ceux que je rencontre sur la route puissent me suivre.	Le blog est perçu comme un media, un moyen de communiquer et de garder contact initialement.
	37 Depuis mon retour en juillet 2012, les choses ont pas mal évoluées pour moi : Je me suis marié J'ai appris le japonais Le projet CAP 10.000 a pris forme Je me suis **rompu le ligament croisé** J'ai fait de nombreuses rencontres, notamment via le blog …	24 Le blog est décrit comme un moyen de faire de nouvelles rencontres, de rencontrer des gens qui ont le même centre d'intérêt.
	38 Depuis que le blog s'est développé et que vous êtes de plus en plus nombreux à le suivre, vous êtes nombreux à m'en demander un peu plus sur mois d'où cette page synthétisant mon parcours. Et vous êtes certains à vouloir savoir quel est mon **travail au Japon**.	38 Le blog a sa propre vie. Il se développe et multiplie les lecteurs. Il est le support sur lequel les lecteurs peuvent se documenter.
	39 Pour répondre à cette question, sachez que **j'ai quelques revenus avec le blog, mais qu'ils ne sont pas non plus pharaoniques** (ils sont réinvestis dans le développement du blog) et qu'en plus de cela je travaille en tant que consultant auprès d'entreprises du secteur privé ou d'administrations publiques.	39 Le blog est aussi une source de revenus. (sans préciser comment)
	43 Enfin, pour ceux qui demandent encore pourquoi je ne montre jamais de photo de ma femme, la réponse est toute simple : **parce que je ne veux pas qu'elle soit importunée !** Je ne connais pas	43 Le blog est aussi évoqué en tant que plateforme plurisémiotique (la photo). Activité de lectures.

	toutes les personnes qui lisent mon blog, et vous êtes nombreux.	
	47 **Comme quoi la vie est parfois remplie de belles surprises.** **Je vous souhaite une bonne lecture de mon blog et de belles lectures.** [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [zone de partage]	47 L'activité sur le blog est de lecture et est supposée être une source de plaisirs et de multitudes (utilisation du pluriel). Promesse de « belles lectures »
Désignation du voyage dans le blog	3 Une vie riche en voyages, en expériences diverses et variées m'a bercée dès mon plus jeune âge.	3 Les voyages ici sont nommés dans une série d'énumération au pluriel.
	9 **Bye-bye la France, bonjour les voyages** J'ai grandit sans encombre, vécu une jeunesse enrichissante et ait eu la chance de poursuivre de bonnes études en France qui m'ont menées jusqu'à une École Supérieure de Commerce.. Et c'est à la fin de mes études supérieures qu'une envie de voyages m'a envahit. Je voulais partir, aller voir le monde, découvrir, …	9 Le voyage se conçoit à partir d'un point de départ : un au revoir. « le voyage » se conçoit ici au pluriel. Il est la réponse à une envie, à une envie d'autre chose, de partir de découvrir.
	11 Puis, un ami m'a parlé des billets d'avion « Tour du monde » et là **j'ai décidé d'ajouter quelques destinations à mon périple d'un an : Hong-Kong, Macao, Australie, Nouvelle-Zélande, Canada, USA.** J'ai fait les demandes de PVT Australie et PVT Canada et je suis **parti à l'aventure le matin du 5 novembre 2009,**lorsque je suis monté dans	11 Les voyages sont une succession de destinations ici présentées sous la forme d'une liste de pays et de villes.

	l'Eurostar direction Londres, où m'attendait mon avion vers l'Asie.	
	13 **Si je le souhaitais je pouvais choisir de rester en France et de faire une carrière professionnelle intéressante**, belle comme beaucoup me la prédisait, mais je n'en n'avais pas envie. Je voulais partir loin, très loin, aller voir autre chose et surtout me tester. **J'adore les défis plus que tout et je voulais voir ma capacité à vivre une expérience de vie plus ou moins longue à l'étranger.**	13 « je voulais partir loin, très loin, aller voir autre chose et surtout me tester » : thème du voyage initiatique.
	14 Quelques jours à Hong-Kong et Macao, presque six mois en Australie, deux semaines en Nouvelle-Zélande et me voila arrivé au Canada où je devais passer cinq mois avant un road-trip aux USA.	14 Suite de destination, de voyages courts.
	17 Alors que mon année de vie au Canada touchait à sa fin j'ai commencé à me demander ce que j'allais faire. Et je me suis dit que je ne pouvais pas rentrer comme ça en France, je sentais que je n'en avais pas fini avec mon expérience internationale.	17 « mon expérience internationale » reprend anaphoriquement le thème du voyage. International => plusieurs pays.
	21 Le 14 mars 2011 je pars donc à travers le Canada, sur plus de 8.000 km de routes, avant de passer la frontière avec les USA, de faire un road trip sur les côtes Est et Ouest du pays, me menant au travers des principales villes du pays et dans des paysages époustouflants ! **Que de bons souvenirs durant ce périple.**	21 Les chiffres « 8 000 km » et l'énumération de pays semblent définir la représentation de « voyages » chez le blogueur. « Côte Est », « Côte Ouest ». Parcourir en long et large. Effet de complétude.
	23	23

	Je n'ai pas encore décidé ce que je vais en faire, mais j'ai dans l'intention d'y retranscrire mon année de PVT au pays du Soleil-Levant afin que ceux que je rencontre sur la route puissent me suivre.	« au pays du Soleil-Levant » Utilisation des termes de désignation usuels pour évoquer le Japon.
	25 **Pour la première fois de ma vie je suis au Japon et je ne sais pas ce qui m'attend sur place.** Je dois avouer que je ne connaissais rien de ce pays, que celui-ci n'avait aucun attrait particulier pour moi et que j'étais là juste par curiosité, sans plus.	25 La découverte commence par l'inconnu, l'inattendu.
	26 Je voulais passer une année dans un pays dont je ne connaissais rien, ni la langue, ni la culture afin de voir si je pouvais arriver à réussir une telle expérience. J'avais besoin d'un nouveau défi dans ma vie et le Japon était parfait pour cela.	26 « passer une année dans un pays » inconnu. « une telle expérience » « un nouveau défi dans ma vie » Ces expressions désignant le voyage semblent dessiner un voyage intérieur.
	27 **Une première année japonaise intéressante mais frustrante** Je suis arrivé au Japon avec environ 2.000 ou 3.000 euros dans mon compte bancaire, sans parler le japonais, sans connaitre la culture locale, sans connaitre personne (ou presque) et sans rien connaitre sur le pays**. Je devais me démerder rapidement, par moi-même**, afin de pouvoir réussir cette expérience.	27 Le voyage en pays inconnu apporte la solitude « par moi-même »
	29 Je suis devenu **professeur de français au Japon**, mais j'ai aussi travaillé chez **Leafcup** ou	29 Le blogueur part en « voyages » et se construit en pays exolingue une « vie

	encore **Mickey House**. Rapidement, les revenus arrivaient et je me suis construit une vie normale.	normale ». S'agit-il de reconstruire le connu au sein de l'inconnu ?
	30 Mais, plus les mois passaient et plus je me rendais compte d'une certaine frustration ! Le Japon semblait être un pays intéressant à visiter, à découvrir et intriguant mais je ne parlais pas le japonais. Et là, avec ce handicap, je me rendais compte que je passais à côté de nombreuses choses !	30 « être un pays intéressant à visiter, à découvrir et intriguant » « je ne parlais pas le japonais » « je passais à côté de nombreuses choses ! » : Les japonais ne sont pas évoqués directement dans la description mais par le biais de la langue indirectement. La rencontre avec les japonais n'est pas évoquée.
	33 Le 6 mai 2012 je quittais le Japon pour quelques semaines, le temps de rentrer en France et faire mes démarches pour obtenir un visa étudiant. Le 3 juillet 2012 je revenais au Japon, avec un **visa touriste** pour trois mois, puis en octobre 2012 je faisais un **changement de statut de résidence** et j'obtenais le statut étudiant. C'était le début d'une aventure de deux années pour apprendre la langue locale.	33 « Une aventure de deux années » : un itinéraire qui a un début et une fin. Deux points entre lesquels il y a une succession d'étapes, de rebondissements.
	34 **Une nouvelle expérience de vie au Japon** Ce qui devait être une année de voyage à travers le monde s'est transformé en une expatriation au Japon après avoir voyagé dans quelques pays dans le monde.	34 « une année de voyage à travers le monde « « Après avoir voyagé dans quelques pays dans le monde » Traverser des pays « une expatriation au Japon » Rester vivre dans un pays
	36	36

	Rapidement j'ai rencontré celle qui allait devenir ma femme. En septembre 2014 j'ai donc fait un **mariage japonais** au pays du Soleil-Levant avec cette personne, amour de ma vie, et que je n'aurais jamais pensé rencontrer au Japon.	« Au pays du soleil levant » une rencontre inattendue au Japon »
	42 En faisant cela j'ai suffisamment de revenus pour payer mes voyages. Il est bon de noter que je ne bois pas et que je ne fume pas et que cela peut me permettre de voyager plus puisque je n'ai pas à faire face à ces dépenses.	Le financement : dure réalité des voyages.
	43 Enfin, pour ceux qui demandent encore pourquoi je ne montre jamais de photo de ma femme, la réponse est toute simple : **parce que je ne veux pas qu'elle soit importunée !** Je ne connais pas toutes les personnes qui lisent mon blog, et vous êtes nombreux.	43 Règle de gestion de l'interaction et de protection des données pour le blogueur. Protection de son entourage.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	44 De temps à autre **il y a des individus qui n'hésitent pas à m'insulter, à être virulent à mon encontre ou même à proférer des menaces de mort, gratuitement, et je ne veux en aucun cas que ceci arrive à ma femme.**	44 Réaction à la cyberviolence.
	45 De ce fait vous ne verrez jamais de photos d'elle et vous ne connaitrez jamais son identité, et je vous demanderais de respecter cela.	45 « je vous demanderais de respecter cela » : règle de respect établie entre les lecteurs et le blogueur.
	46 **Je pense que c'est suffisant pour un début de présentation, qui vous permet d'en savoir un peu plus sur mon parcours, ce qui m'a**	46 « je pense que c'est suffisant » : c'est le blogueur qui rappelle et établit les règles de respect pour gérer les interactions blogueur-lecteurs.

	mené au Japon, à savoir le hasard et le fait que je n'ai jamais planifié la vie que je vis aujourd'hui.	
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Se présenter Se décrire Se raconter Expliquer Motiver Justifier Prouver Répondre Désigner	

2.12. Grille d'analyses B4 – P3 – Bandeau horizontal

Document : B4 – P3 – Bandeau horizontal.

Date de consultation : 12 décembre 2019.

Date de consultation pour l'analyse : 9 janvier 2020.

Date de publication : non communiquée.

Source : https://www.gaijinjapan.org/japonais-gens-normaux/

Description de l'organisation de la page internet

Localisation du bandeau dans la page

Le bandeau de présentation de l'auteur se situe dans la structure modulaire des billets de contenu. Il se situe entre la section photographique qui présente les photos sous forme de vignettes et la zone de suggestion d'articles aux thèmes similaires.

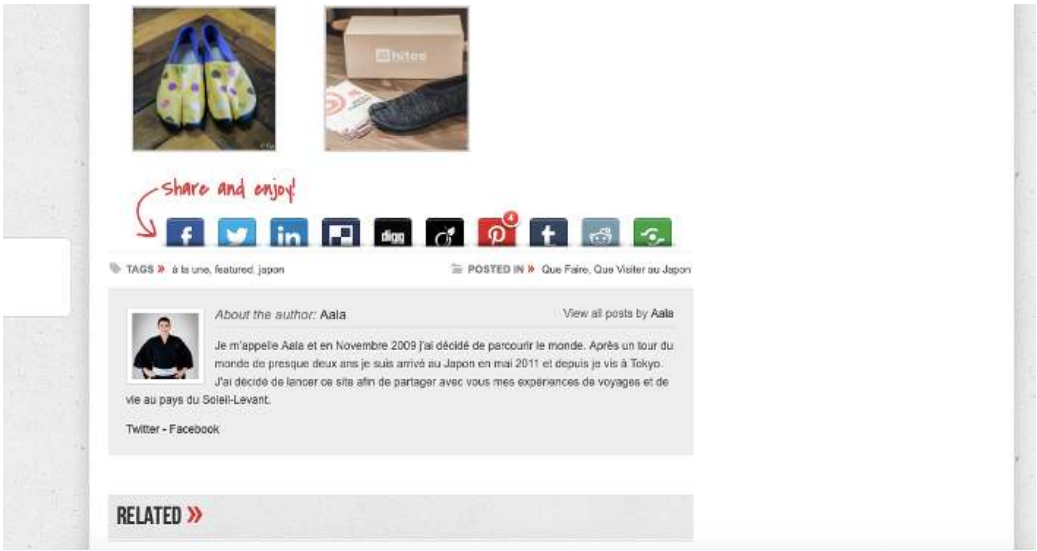
Forme et caractéristiques visuelles

C'est un encart rectangulaire gris clair sur fond blanc. La typographie est de couleur gris foncé et noir. Le noir est utilisé uniquement pour le prénom du blogueur. Deux tailles de police sont utilisées pour marquer la différence entre le titre et le texte.

Matériel plurisémiotique

Cet encart essentiellement textuel présente également une photo de l'auteur en habit traditionnel japonais et deux hyperliens associés aux comptes Facebook et Twitter du blogueur.

Capture d'écran du bandeau horizontal de présentation :



(Source : https://www.gaijinjapan.org/japonais-gens-normaux/, consulté le 9 janvier 2020).

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

Une photo de face du blogueur est située dans le coin supérieur gauche de l'encart. L'auteur y est présenté vêtu d'un habit traditionnel japonais. Sur la droite de la photo et en dessous, le texte est un texte de présentation de l'auteur.

Il n'y a pas de vidéo dans ce bandeau.

Des hyperliens reliant les termes « Facebook » et « Twitter » relient le bandeau de présentation aux comptes personnels du blogueur.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 [photo]	1 la photo de face du blogueur apparaît comme le premier élément qui attire le regard du lecteur.
	2 *About the author* : Alaa view all posts by Aala Je m'appelle Aala et en Novembre 2009 j'ai décidé de parcourir le monde. Après un tour du monde de presque deux ans je suis arrivé au Japon en mai 2011 et depuis je vis à Tokyo. J'ai décidé de lancer ce site afin de partager avec vous mes expériences de voyages et de vie au pays du Soleil-Levant. Twitter – Facebook.	2 **La police en italiques de la phrase en anglais « About the author » simule une polyphonie qui n'existe pas sur le blog.** En effet, l'utilisation des italiques **semble indiquer quelque chose qui vient en plus du sens de l'énoncé de présentation. L'utilisation de l'anglais est peut-être un élément proposé par défaut par la plateforme de Content Management System** ou bien une **volonté de l'auteur de laisser apparaître la trace d'un discours autre** (celui de la plateforme ? celui de la pratique habituelle de présentation du blogueur dans les interactions blogueurs–lecteurs ?). Dans tous les cas, **les italiques viennent signaler un changement énonciatif** comme si une **« troisième voix » venait présenter l'auteur du blog.** Cette mise en scène est **peut-être une façon de poser l'existence d'un tiers qui parlerait du blog**, un tiers qui viendrait donc s'ajouter à la présence du blogueur et du lecteur pour contribuer à **assoir la légitimité du blogueur** dans l'animation d'un blog thématique.

		Utilisation de présentatifs (?) : « je m'appelle + [prénom] ». C'est une façon de faire connaissance. C'est un « je » défini qui se présente à un « vous » indéfini. Ce « je » est au centre du récit. Il se présente « je m'appelle Aala » et agit « j'ai décidé », « je suis arrivé », « je vis », « j'ai décidé de lancer ». « depuis je vis à Tokyo ». Le présent laisse supposer que cet énoncé est toujours valide quel que soit la date de consultation de ce bandeau. Bandeau de présentation = construit autour du « je » autour de la présentation du blogueur et du blog.
Désignation de l'auditoire	2 About the author : Alaa view all posts by Aala Je m'appelle Aala et en Novembre 2009 j'ai décidé de parcourir le monde. Après un tour du monde de presque deux ans je suis arrivé au Japon en mai 2011 et depuis je vis à Tokyo. J'ai décidé de lancer ce site afin de partager avec vous mes expériences de voyages et de vie au pays du Soleil-Levant. Twitter – Facebook.	2. **Les éléments présentés visent à anticiper ce qui pourraient donner confiance aux lecteurs :** - Un prénom ; - Un historique de la vie du blogueur sur ses voyages. Ce récit se base sur la présentation de cumul de dates et de durées (« en novembre 2009 », « de presque deux ans », « en mai 2011 », « depuis je vis à ») et d'une suite de destinations (« parcourir le monde », « arrivé au Japon », « je vis à Tokyo », « mes expériences de voyages », et « de vie au Soleil-Levant » ; - Utilisation du pluriel qui accentue l'impression d'expériences importantes que cherche à créer le blogueur. **Le blogueur présuppose donc que les lecteurs valorisent :** - Le cumul d'expériences au pluriel, la quantité ; - Le nombre de destinations et de pays parcourus ; - La durée de vie dans un pays ;

		- Une identité hors digital qui permette d'ancrer les assertions en dehors de l'univers numérique. **Le blogueur s'adresse à une source énonciative indéfinie désignée par le pronom personnel (2ème pers du plur) « vous » dans le complément du verbe « partager » introduite par l'adverbe « avec » :** « afin de partager avec vous ». **Dans la navigation « vous » est acteur mais dans la lecture « vous » reçoit le partage de l'expérience d'un individu.**
Désignation du blog	2 About the author : Aala view all posts by Aala Je m'appelle Aala et en Novembre 2009 j'ai décidé de parcourir le monde. Après un tour du monde de presque deux ans je suis arrivé au Japon en mai 2011 et depuis je vis à Tokyo. J'ai décidé de lancer ce site afin de partager avec vous mes expériences de voyages et de vie au pays du Soleil-Levant. Twitter – Facebook.	2. « About the author » : L'utilisation d'emprunt pour désigner la présentation de l'auteur du blog évoque la source énonciative qu'est le blogueur : un individu utilisant un CMS pour héberger un blog et s'adresser à un public de lecteurs-navigateurs indéfini. « j'ai décidé de lancer ce site » : référence à la partie techniquement numérique du blog. « Twitter » « Facebook » et leurs hyperliens renvoient aux possibilités de navigation offertes aux lecteurs.
Désignation du voyage dans le blog	2 About the author : Alaa view all posts by Aala Je m'appelle Aala et en Novembre 2009 j'ai décidé de parcourir le monde. Après un tour du monde de presque deux ans je suis arrivé au Japon en mai 2011 et depuis je vis à Tokyo. J'ai décidé de lancer ce site afin de partager avec vous mes expériences de voyages et de vie au pays du Soleil-Levant. Twitter – Facebook.	2. Le voyage est désigné ici par les syntagmes suivants : - « parcourir le monde » ; - « tour du monde » ; - « arrivé au Japon en (…) et depuis je vis à Tokyo » ; - « mes expériences de voyages (…) au pays du Soleil-levant ». **La thématique du voyage est déployée autour** : - de **l'action d'un individu** sur la géographie de la planète « parcourir », « faire le tour » ; - « le monde » accentue l'impression de « **parcours extensif** de tous les pays de

		la planète » que les verbes précédents introduisent. Utilisation de **l'article défini singulier** à valeur de généralité ; - **Utilisation du pluriel** « mes expériences », « de voyages » ; - Le pays « **Japon** » est évoqué directement par **son nom toponymiqu**e puis par sa **capitale** avant de **convoquer dans le texte son surnom supposé connu de tous** « Soleil-levant ». En utilisant cette image, **l'auteur conclut sa présentation en lui donnant un tour plus poétique**. Le blogueur évoque par cette image les représentations associées au Japon dans l'imaginaire de lecteurs supposément francophones et partageant les mêmes croyances et savoirs que lui.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	Néant.	Néant.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Se présenter S'identifier Se légitimer Énumérer Se Situer	

2.13. Grille d'analyses B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ?

Document : B5 – P1 – [qui suis-je] – « Qui suis-je ? ».

Date de consultation : 6 février 2020.

Date de publication : non précisée.

Commentaires : 16 commentaires postés entre 2014 et 2019.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/about/

Description de l'organisation de la page internet

La disposition des éléments respecte la présentation standard du blog. On retrouve la barre d'en-tête et la zone de titre du site. La barre d'en-tête reste apparente lorsqu'on déroule la page affichée vers le bas.

Le billet se compose d'une zone de titre, d'une photo de la blogueuse en médaillon insérée dans la zone du texte qui est elle-même scindée en quatre paragraphes intitulés :

- « Un peu de moi » ;
- « Pourquoi ce blog » ;
- « Pourquoi ce nom » ;
- « Mes petits voyages ».

Une zone de suivi et de partage vers les réseaux sociaux Pinterest, Twitter, Facebook et Instagram propose au lecteur – navigateur de s'affilier aux autres comptes de la blogueuse.

La zone de commentaires précède la section de suggestions de consultation des billets et la barre de fin de page reprend les boutons d'actions de partage-affiliation sur les réseaux sociaux et le rappel des droits d'utilisation du contenu du blog.

La police alterne un jeu de couleurs entre le gris, le gris foncé et le rose clair sur un fond blanc.

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

Dans ce billet, il y a une seule photo, celle de la blogueuse qui est située en amont du texte sous forme de médaillon. C'est une photo présentant le visage de la jeune femme de ¾. Elle sourit et lève les yeux vers le ciel.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes

Titre du billet	1 Qui suis-je ? [photo de face]	Interpellation du lecteur sur la question de savoir qui est la personne du blogueur. Énoncé invitant à découvrir qui est le blogueur. Invitation ou interpellation ?
Désignation du blogueur / de la blogueuse	2 Un peu de moi… Moi, c'est Aurélie (ou Lili pour les intimes). Poitevine de naissance, j'ai vécu à Paris, à Athènes, à Sydney et à Montréal. Je vis aujourd'hui en France où, après plusieurs années passées à l'étranger, j'essaie de me façonner de nouveaux repères et d'y construire ma vie, une vie simple et pleine de voyages et d'escapades.	2. Utilisation des parenthèses pour signaler un énoncé complétant la première partie de l'affirmation. Utilisation des parenthèses pour créer une rupture dans la situation énonciative initiale = vise à réduire la distance entre le lecteur – navigateur anonyme et la blogueuse désignée par son prénom « Aurélie » voire son surnom « Lili ». Séparation du groupe de lecteurs dans la précision « pour les intimes ». Parmi les lecteurs, certains qui seraient « intimes ». Est-ce une invitation à faire partie de ce groupe privilégié ? « Moi, c'est Aurélie » : définition / utilisation du présentatif. 1ère thématique de la présentation : la partie civique de l'identité. Prénom / localisation / lieux de vie. Énumération des lieux et des régions parcourus : « poitevine », « Paris », « Athènes », « Sydney », « Montréal » … Utilisation du pluriel « pleine de voyages et d'escapades » Contradiction entre l'idée de « vie simple » et celle de la succession de « voyages » qui implique des moyens logistiques et financiers et du temps. Pas de précision sur l'âge de la blogueuse ou bien la date de départ du blog.
	3 Du plus loin que je me souvienne, j'ai toujours rêvé d'évasion, de découvrir d'autres cultures, d'autres façons de vivre et d'autres manières de penser. J'ai toujours eu envie	3 Attirance pour le rêve, l'altérité, le désir. Utilisation de la 1ère personne du singulier pour se désigner/ pronom personnel « je » dans des constructions actives « je me souviens », « j'ai toujours rêvé », « j'ai toujours eu envie », « j'ai eu la chance ».

	de partir à l'aventure, de repousser mes limites et d'affronter l'inconnu. J'ai eu la chance – *mais surtout, je me suis donnée les moyens* – de réaliser mes 3 plus grands rêves : vivre à l'étranger, voyager en Australie et faire un long voyage seule !	Utilisation de l'exclamative « vivre à l'étranger, voyager en Australie et faire un long voyage seul ! » = pour marquer l'enthousiasme ou l'étonnement ? Utilisation des signes typographiques et de la police : les tirets « - » pour insérer des îlots textuels (?), l'italique, le gras, les points d'interrogation et d'exclamation. Marque de présence du blogueur au texte. Champs lexicaux : Souvenir / constance / permanence dans le temps « je me souvienne », utilisation du passé composé associé à l'adverbe « toujours » (permanence, constance d'un fait qui a débuté dans le passé et qui est toujours valable dans le moment présent / celui correspondant à l'énonciation) ; Le voyage : le « rêver », « évasion », « découvrir », « autres cultures », « autres façons de vivre », « autres façons de penser », « envie », « partir à l'aventure », « affronter l'inconnu », « repousser mes limites », « rêves », « vivre à l'étranger », « voyager », « faire un long voyage seule ». Le champ lexical du voyage est composé d'autres champs : celui du rêve, de l'envie, du départ, de la découverte, de l'altérité. Le pluriel et l'indéfini semblent être les moyens linguistiques les plus appropriés pour désigner les propriétés définitoires du voyage pour la blogueuse. C'est un « je » singulier, personnel qui se construit dans le pluriel et dans l'indéfini de l'Autre.
	4 Pourquoi ce blog ? Vous retrouverez sur ce blog **le récit de mes voyages** et quelques **astuces pratiques** ! Au fur et à mesure que le blog grandit, vous trouverez également **quelques conseils pour voyager**	4 La mise en scène de questions posées par les lecteurs du blog dans l'imaginaire de la blogueuse. Terme d'adresse explicite au public : 2ème personne du pluriel « vous » (« vous retrouverez », « vous trouverez ») Utilisation du futur de l'indicatif. La conditionnelle qui accompagne ce futur de l'indicatif n'apparaît pas ici : « Si vous décidez de naviguer sur ce site, vous retrouverez (…) ». Invitation au voyage et invitation à la navigation se confondent.

	seul(e) et quelques réflexions personnelles.	Promesse : le futur sans la partie de la phrase conditionnelle apparente + exclamative + pluriel + adjectif indéfini « quelque » [Vous retrouverez + liste + pont d'exclamation]. « quelques conseils pour voyager « seul(e) » / « quelques réflexions personnelles » : liste + pluriel + adjectif indéfini pluriel.
	5 *The Daydreameuse* est un blog voyage & lifestyle qui présente également mon ancienne vie à Montréal : mon regard d'expatriée, ma ville, mes escapades, les activités culturelles ou encore les bons restaurants.	5 Définition [nom du blog] + verbe [être] + article indéfini "un" pour catégoriser le type de blog « blog voyage & lifestyle ». Liste d'éléments et pluriel « les activités culturelles », « les bons restaurants ». Promesse de contenu. Annonce d'une ligne éditoriale ?
	6 Pourquoi ce nom ? Avant, le blog s'appelait Lili au pays des merveilles. Mais ça, vous le savez si vous me lisez depuis longtemps. Ce petit nom faisait bien sûr référence à *Alice au pays des merveilles*, son insatiable curiosité et son envie de découvrir le monde et de lui donner un sens. Mais ce nom est aussi un rappel à la beauté du monde et de l'émerveillement que j'ai… chaque fois que je vais dans un lieu inconnu.	6 Présuppose que le nom nécessite une explication ou un éclaircissement. Explication d'un changement de nom du blog. « Mais ça, vous le savez si vous me lisez depuis longtemps » : adresse directe à une partie du public, les fidèles, les lecteurs de longue date. De nouveau la séparation entre ceux qui sont « intimes » considérés dans leur rôle de lecteurs fidèles de la blogueuse. Réf. à Alice au pays des merveilles : curiosité, envie, donner un sens, découvrir le monde. Voyage / altérité / voyage initiatique. Émerveillement = contradiction. L'émerveillement devrait être exceptionnel or ici l'emploi est systématique « chaque fois que je vais dans un lieu inconnu ». Reprise des thèmes lexicaux du voyage.
	7 Depuis longtemps, je ne me sentais plus chez moi avec ce nom. Le blog devient donc… The Daydreameuse. Un nom	7 Assimilation du nom et de la personnalité de la blogueuse. « un nom qui me correspond » = formulation définitoire. Le pronom relatif « qui » vise à définir une propriété / une caractéristique du blog.

	qui me correspond. Âme rêveuse. Voyageuse. Tête en l'air. Et puis, il correspond aussi au blog et à ce que j'essaie de retranscrire ici : l'envie d'évasion, le besoin de rêver et l'envie de voyager.	Présentation de soi : « âme rêveuse, voyageuse, tête en l'air ». que des termes au féminin. Liste. « envie » , « évasion », « rêve », « envie de voyager » : les thèmes lexicaux du voyage, le désir et le rêve.
	8 Mes petits voyages : **2005 – 2006 :** Erasmus à Athènes, Grèce : ma première expatriation ! Le début de tout… **2007 – 2008 :** 6 mois à Sydney et 5 mois à travers l'Australie, ma seconde expatriation & mon premier grand voyage en solo. **2009 – 2013 :** Immigration à Montréal, Canada, réalisation d'un autre de mes plus grands rêves : vivre à l'étranger pendant plusieurs années. **2010 :** Boston, New York & San Francisco. **2011 :** Barcelone en famille.	8 / 9 / 10 Utilisation de l'adjectif possessif de la première personne pour désigner les voyages. Liste des voyages parallèlement avec les étapes de la vie de la jeune femme. Précision des étapes avec les durées. À la façon d'un curriculum visant à démontrer l'expérience et les compétences en matière de voyages. >Les voyages en tant qu'étudiante ; >Les voyages en famille ; >Les voyages en couple ; >Les voyage en solo. Comment la blogueuse se définit dans ce paragraphe : « mes petits voyages » = le pluriel associé à une seule personne désignée par l'adjectif possessif « mes » 1ère pers ; « ma première expatriation ! » / « ma seconde expatriation » « et mon premier grand voyage en solo » = adjectif possessif + liste ; « en solo » : nom de registre familier qui désigne le fait d'être seul et sans accompagnement. « un autre de mes plus grands rêves » : adjectif possessif / Le rêve / le superlatif « mes plus grands rêves » / le pluriel. « Barcelone en famille » : par implication on suppose que la blogueuse désigne sa propre famille et s'inclut dans le groupe ; « road trip en amoureux » : le couple est évoqué sans référence au partenaire. C'est l'aspect romantique qui est saillant dans cette expression.
	9 2012 : Mexique, road trip en amoureux dans la péninsule du Yucatan. 2013 : Road Trip en famille dans l'Est Canadien : Les Maritimes. 2014 : 6 mois en Asie du Sud-Est : Thaïlande, Myanmar, Laos, Cambodge, Vietnam & Indonésie. Ou comment l'Asie est	

	devenu l'amour de ma vie de voyageuse ! 2014 : Rome, sur un coup de tête ! 2015 : Budapest, trois semaine en solo pour tester la vie de digitale nomade (en attendant de trouver un emploi). 2015 : Bruxelles avec mon guide personnel (aka une amie). 2015 : Londres, mon cadeau d'anniversaire à moi-même.	« road trip en famille » : le road trip est visiblement quelque chose qui se fait à deux ou à plusieurs. Il est ici articulé à des segments tels que humaines « en amoureux », « en famille ». « en » => manière de réaliser un road trip. « l'amour de ma vie de voyageuse » : la possession de nouveau. Il semblerait que la façon de se décrire de la blogueuse passe à travers des propriétés reliées à elle par les adjectifs possessifs ou via des références à ses groupes d'appartenance durant les voyages (Solo, amoureux, famille). « tester la vie de digitale nomade » : se désigner par le terme de « nomade » et de « digitale » c'est souligné l'aspect du voyage itinéraire, la solitude et le lien qui se maintient par l'internet.
	10 2016 : Prague sous la neige. 2016 : Un week-end en Lombardie en amoureux. 2016 : Road trip en amoureux en Afrique du Sud.	
Désignation de l'auditoire	1 Qui suis-je ? [photo de face]	1 L'organisation du blog prétend répondre aux questions que l'auditoire se pose selon les suppositions de la blogueuse.
	2 Un peu de moi… Moi, c'est Aurélie (ou Lili pour les intimes). Poitevine de naissance, j'ai vécu à Paris, à Athènes, à Sydney et à Montréal. Je vis aujourd'hui en France où, après plusieurs années passées à l'étranger, j'essaie de me façonner de nouveaux repères et d'y construire ma vie, une vie simple et pleine de voyages et d'escapades.	2 Utilisation du présent. Présentation qui implique un interlocuteur. On se présente à quelqu'un. D'abord par le prénom et quelques caractéristiques appropriées selon la situation de communication dans laquelle on se situe. Par exemple, ici il s'agit de présenter le prénom, le surnom et les lieux de vie de la blogueuse. La situation d'énonciation se fait sur la base du lien amical. Utilisation du prénom voir du surnom. Prétention à un lien de proximité mais pas de dévoilement de détails sur la vie privée de la blogueuse.
	4	4

	Pourquoi ce blog ? Vous retrouverez sur ce blog **le récit de mes voyages** et quelques **astuces pratiques** ! Au fur et à mesure que le blog grandit, vous trouverez également **quelques conseils pour voyager seul(e) et quelques réflexions personnelles**.	Utilisation de la question rhétorique. Terme d'adresse explicite à l'auditoire pris comme une entité collective « vous ». Il s'agit de la formulation d'une invitation à naviguer sur le site comme autant de vagues de récits qui peuvent apporter leur lot de conseils et d'astuces voulues « pratiques ». Utilisation de l'exclamation pour marquer l'enthousiasme de la promesse. La promesse se fait sur le « récit » des voyages de la blogueuse = son expérience + sur les « astuces pratiques », sur les « quelques conseils » et « quelques réflexions personnelles ». Donc a priori on s'attend à une série de conseils basés sur le vécu de la blogueuse. Témoignage. Quelles sont les marques du genre « témoignage » ?
	5 *The Daydreameuse* est un blog voyage & lifestyle qui présente également mon ancienne vie à Montréal : mon regard d'expatriée, ma ville, mes escapades, les activités culturelles ou encore les bons restaurants.	5 La présentation du blog permet de situer le blog parmi tous les blogs voyage peuplant la blogosphère.
	6 Pourquoi ce nom ? Avant, le blog s'appelait Lili au pays des merveilles. Mais ça, vous le savez si vous me lisez depuis longtemps. Ce petit nom faisait bien sûr référence à *Alice au pays des merveilles*, son insatiable curiosité et son envie de découvrir le monde et de lui donner un sens. Mais ce nom est aussi un rappel à la beauté du monde et de l'émerveillement que	6 Question => Interpellation de l'attention de l'auditoire. Mise en scène d'un dialogue imaginaire. Adresse explicite au lecteur. 2ème personne du plur. Utilisation de la conditionnelle « si » pour séparer les nouveaux lecteurs des plus anciens. « Alice au pays des merveilles » pas de présentation de l'œuvre. Livre et histoire qui sont présupposés connus par la blogueuse par l'ensemble des lecteurs. Titre proposé en français, la blogueuse imagine un public francophone.

	j'ai… chaque fois que je vais dans un lieu inconnu.	
	9 2012 : Mexique, road trip en amoureux dans la péninsule du Yucatan. 2013 : Road Trip en famille dans l'Est Canadien : Les Maritimes. 2014 : 6 mois en Asie du Sud-Est : Thaïlande, Myanmar, Laos, Cambodge, Vietnam & Indonésie. Ou comment l'Asie est devenu l'amour de ma vie de voyageuse ! 2014 : Rome, sur un coup de tête ! 2015 : Budapest, trois semaine en solo pour tester la vie de digitale nomade (en attendant de trouver un emploi). 2015 : Bruxelles avec mon guide personnel (aka une amie). 2015 : Londres, mon cadeau d'anniversaire à moi-même.	9 L'utilisation de la parenthèse pour apporter une précision sur l'énoncé la précédant. Les parenthèses signalent une rupture dans la situation d'énonciation. Ainsi « (…) pour tester la vie de digitale nomade (en attendant de trouver un emploi) ». Le syntagme de la parenthèse apporte une précision de l'ordre de la confidence. Comme si la blogueuse dans cette parenthèse signalait une rupture dans le rôle qu'elle occupe auprès du lecteur, comme si elle n'incarnait plus pour un court instant la blogueuse mais une personne plus proche de son lecteur qui s'autorise à lui confier des détails concernant sa vie personnelle. Ici l'affirmation du contenu de la parenthèse apparaît comme un geste d'honnêteté en révélant ce qui serait certainement le véritable motif du voyage : combler la vacuité du temps de recherche d'un emploi. Les conditions d'énonciation qui entourent l'affirmation de la recherche d'emploi semblent impliquer qu'il est difficilement avouable à des inconnus de se reconnaître dans une situation socialement connotée généralement négativement. La blogueuse se représente la situation de recherche d'emploi comme négative. Elle choisit de s'exposer aux lecteurs dans cette situation pour donner un gage d'authenticité à ses propos, pour justifier de son ethos « vrai ». La parenthèse joue donc le signe d'une volonté de rapprochement du blogueur vers le lecteur pris pour confident. => connivence. Dans l'utilisation de la seconde parenthèse de ce paragraphe « Bruxelles avec mon guide personnel (aka une amie) » on retrouve la même démarche de rupture dans la posture énonciative de la blogueuse. Ici le rapprochement se joue sur le registre de langue qui est plus familier dans la parenthèse que dans le syntagme principal. Ainsi, l'emprunt du sigle anglais « aka » mis pour « as known as » ou encore pour l'adverbe « alias » qui veut dire « autrement appelé de tel nom ou de telle façon » permet au lecteur

		comprenant ce sigle de se sentir appartenir à un même groupe. Connivence. La blogueuse s'adresse à un lecteur « ami » indéfini sexuellement auquel elle s'adresse continuellement. Les phrases exclamatives : « Rome, sur un coup de tête ! » / « Ou comment l'Asie est devenu l'amour de ma vie de voyageuse ! » sont autant d'appel à éveiller la curiosité du lecteur. À chaque destination est associée un ou deux mots clés qui sont liés à un hyperlien interne redirigeant la navigation du lecteur vers les billets traitant du thème concerné. Les hyperliens sont liés à des noms de destinations, des noms de pays, de ville ou de région : « Mexique », « Grand Est Canadien », « Rome » par exemple.
Désignation du blog	4 Pourquoi ce blog ? Vous retrouverez sur ce blog **le récit de mes voyages** et quelques **astuces pratiques** ! Au fur et à mesure que le blog grandit, vous trouverez également **quelques conseils pour voyager seul(e) et quelques réflexions personnelles**.	4 Le blog est désigné : « ce blog » = « Vous retrouverez sur ce blog » adjectif démonstratif / complément circonstanciel de lieu ; « Au fur et à mesure que le blog grandit » : métaphore anthropologique. Utilisation de l'article défini singulier.
	5 *The Daydreameuse* est un **blog voyage & lifestyle** qui présente également **mon ancienne vie à Montréal** : mon regard d'expatriée, ma ville, mes escapades, les activités culturelles ou encore les bons restaurants.	5 Désignation par le nom du blog à l'image du nom d'une lieu ou d'une marque. Structure [nom] + verbe de définition « être » + catégorisation « un blog voyage & lifestyle » + pronom relatif pour poursuivre la caractérisation du contenu du blog. « qui présente également mon ancienne vie à Montréal : mon regard d'expatriée, ma ville, mes escapades, les activités culturelles ou encore les bons restaurants. » Présentation du blog sous forme descriptive autour des propriétés de l'expérience de la blogueuse + des

		promesses de recommandations « les activités culturelles ou encore les bons restaurants ».
	6 **Pourquoi ce nom ?** Avant, le blog s'appelait **Lili au pays des merveilles**. Mais ça, vous le savez si vous me lisez depuis longtemps. Ce petit nom faisait bien sûr référence à *Alice au pays des merveilles*, son **insatiable curiosité** et son **envie de découvrir le monde** et de **lui donner un sens**. Mais ce nom est aussi un rappel à la **beauté du monde** et de **l'émerveillement** que j'ai… chaque fois que je vais dans un lieu inconnu.	6 « Le blog » = désignation du support via l'article défini singulier. « ce nom » / « ce petit nom faisait bien sûr référence à *Alice au pays des merveilles* » = le nom du blog est un élément que le blogueur pense en amont. La blogueuse associe des caractéristiques au nom du blog qui semblent également lui correspondre. Liste des propriétés du livre qui ont attiré l'attention de la blogueuse - « son insatiable curiosité » ; - Son envie de découvrir le monde et de lui donner un sens » - « un rappel à la beauté du monde » ; - « […] et de l'émerveillement que j'ai chaque fois que je vais dans un lieu inconnu ». La dernière phrase montre bien **l'assimilation entre les caractéristiques données à l'ouvrage que la blogueuse souhaite attribuer à son blog et sa propre expérience du voyage.** L'écriture remplit donc la fonction de « donner du sens » au monde dans lequel cette jeune personne évolue. Son « regard » se veut tinter de rêve, de **merveilleux** quitte à choisir d'être considéré comme **« naïve » à l'image d'Alice qui découvre avec candeur un monde imaginaire**. Assimilation entre le monde imaginaire d'Alice et le monde visité de la blogueuse. C'est **l'illusion du voyage qui ressort, son pouvoir imaginaire.** La **recherche de sens dans *Alice au pays des merveilles* où justement les choses et les personnages semblent en être dépourvus fait vraiment penser à un voyage initiatique qui emprunterait les voies d'un voyage découverte.**
	7 Depuis longtemps, je ne me sentais plus chez moi avec ce nom. Le blog	7 Le blog est considéré comme un lieu de vie, une maison où parfois l'auteure ne se sent plus chez elle.

	devient donc… The Daydreameuse. Un nom qui me correspond. **Âme rêveuse. Voyageuse. Tête en l'air.** Et puis, il correspond aussi au blog et à ce que j'essaie de retranscrire ici : **l'envie d'évasion, le besoin de rêver et l'envie de voyager**.	**Les voyages ont rempli leur mission, le blog aussi puisqu'il a évolué à l'image de son auteur.** **« je ne me sentais plus chez moi avec ce nom ». Un nouveau nom plus court mais évoquant toujours la part de rêve et d'imaginaire est donc choisi. L'anglais et le français s'y mêle. C'est un nom composite « the daydreamer » auquel on ajoute la marque de la flexion française au féminin « -euse » et qui est élevé au rang de nom propre avec la majuscule « The Daydreameuse ».** L'assimilation du blog à la blogueuse est réitérée « un nom qui me correspond » et « il correspond aussi au blog ». **Le blog est désigné comme un « lieu » un espace de vie « ici » / déictique de localisation.** L'envie et le besoin de s'évader / de rêver se joint à celui du voyage qui semble apporter son lot de solution au premier élément. **C'est donc l'envie qui prime et qui semble être ce qui doit être transmis au lecteur en visite dans ce monde personnel.**
Désignation du voyage / référent dans le blog	2 Un peu de moi… Moi, c'est Aurélie (ou Lili pour les intimes). Poitevine de naissance, j'ai vécu à Paris, à Athènes, à Sydney et à Montréal. Je vis aujourd'hui en France où, après plusieurs années passées à l'étranger, j'essaie de me façonner de nouveaux repères et d'y construire ma vie, une vie simple et pleine de voyages et d'escapades.	2. Le voyage est avant tout présenté comme une succession de lieux de vie habités par la blogueuse : « Poitevine de naissance, j'ai vécu à Paris, Athènes, Sydney et à Montréal ». **Cette liste se conjugue au passé puisqu'elle est le compte rendu d'une expérience.** « après plusieurs années passées à l'étranger » par opposition à « aujourd'hui en France ». **Opposition temporelle et opposition dans les références géographiques. Le point de référence est donc « la France ».** **Le voyage semble aussi être forcément présenté au pluriel** « plein de voyages et d'escapades ». Par opposition à « escapades » qui semble désigné un temps passé à l'étranger plus court, le voyage semblerait impliquer de la longueur.
	3	3

	Du plus loin que je me souvienne, j'ai toujours rêvé d'**évasion**, de **découvrir d'autres cultures**, d'autres façons de vivre et d'autres manières de penser. J'ai toujours eu envie de **partir à l'aventure**, de repousser mes limites et d'affronter l'inconnu. J'ai eu la chance – *mais surtout, je me suis donnée les moyens* – de **réaliser mes 3 plus grands rêves** : vivre à l'étranger, voyager en Australie et faire un long voyage seule !	Le voyage se décrit avant tout par un long désir enfoui dans les mémoires de l'enfance « du plus loin que je me souvienne, j'ai toujours rêvé d'évasion ». L'envie de partir vers une altérité différente, vers un ailleurs inconnu, vers un pluriel indéfini mais distinct du monde connu de la blogueuse. Le rêve et le voyage sont liés. « voyager en […] » « vivre à […] » « faire un long voyage » sont des structures syntaxiques superposant des significations similaires. Le mode de l'action semble être le mode privilégié du voyage. « voyager » et « vivre » semblent être synonymes au même titre que « faire ». **Il s'agirait donc d'une envie de faire et qui dans le blog se traduit par un faire (publication / partage d'expérience) qui induit à son tour une envie d'action chez le lecteur.**
	4 Pourquoi ce blog ? Vous retrouverez sur ce blog **le récit de mes voyages** et quelques **astuces pratiques** ! Au fur et à mesure que le blog grandit, vous trouverez également **quelques conseils pour voyager seul(e) et quelques réflexions personnelles.**	4 Le voyage est incarné dans le blog sous le genre « récit de mes voyages » et conseils « pratiques » aux futurs voyageurs. Vous trouverez également « quelques conseils pour voyager seul(e) et quelques réflexions personnelles » / « quelques astuces pratiques ! » **fonctionne sous le mode de la promesse d'un retour d'expérience utile. L'exclamation, l'indéfini marqué par l'adjectif indéfini « quelque » et le pluriel sont associés à l'adjectif affectivo-axiologique « pratique » et fonctionnent ensemble comme une promesse adressée aux lecteurs du blog.** Il semblerait que les bénéfices de la consultation du blog se regroupent en deux thèmes : - **Donner du plaisir dans les lectures des récits de voyages / donner envie de partir à son tour (mimétisme) ;** - **Fournir des informations utiles basées sur le retour d'expérience ;** Les conseils pour voyager = **le voyage se prépare en amont / présuppose qu'il faut des conseils en amont pour voyager.** Le voyage n'est pas un acte spontané, il demande apparemment un minimum de préparation.

	5 *The Daydreameuse* est un **blog voyage & lifestyle** qui présente également **mon ancienne vie à Montréal** : mon regard d'expatriée, ma ville, mes escapades, les activités culturelles ou encore les bons restaurants.	5 « un blog voyage & lifestyle » le voyage est donc un thème de blog. Présuppose qu'il s'agit d'un domaine à part entière.
	6 **Pourquoi ce nom ?** Avant, le blog s'appelait **Lili au pays des merveilles**. Mais ça, vous le savez si vous me lisez depuis longtemps. Ce petit nom faisait bien sûr référence à *Alice au pays des merveilles*, son **insatiable curiosité** et son **envie de découvrir le monde** et de **lui donner un sens**. Mais ce nom est aussi un rappel à la **beauté du monde** et de **l'émerveillement** que j'ai… chaque fois que je vais dans un lieu inconnu.	6 « au pays des merveilles » « Alice au pays des merveilles » « Curiosité » / « envie de découvrir le monde » / « de lui donner un sens » / « un rappel à la beauté du monde » / « émerveillement » / « à chaque fois que je vais dans un lieu inconnu » **Le voyage convoque les lexiques du rêve, du merveilleux, de l'esthétique, de l'exotique « inconnu ».** **Il s'associe au mouvement « découvrir » / « Aller » et à la localisation « pays » / « lieu » / « monde » = indéfini et généralisé.**
	7 Depuis longtemps, je ne me sentais plus chez moi avec ce nom. Le blog devient donc… The Daydreameuse. Un nom qui me correspond. **Âme rêveuse. Voyageuse. Tête en l'air.** Et puis, il correspond aussi au blog et à ce que j'essaie de retranscrire ici : **l'envie d'évasion, le besoin de**	7 **« Âme rêveuse » / « voyageuse » / « tête en l'air » : la succession de caractérisations semble fonctionner comme une suite synonymique. Être une voyageuse impliquerait d'avoir une âme (une sensibilité et une spiritualité a minima), d'avoir un goût pour le merveilleux / l'illusion du rêve et le pouvoir de l'imaginaire « rêveuse » / « tête en l'air » par opposition à « avoir la tête sur les épaules et les pieds sur terre ». La découverte d'un monde réel et vrai n'est pas vraiment l'objectif mais le blog sert l'objectif de prolonger**

	rêver et l'envie de voyager.	**un rêve entamé par ailleurs dans une autre temporalité.** « Envie d'évasion, le besoin de rêver et l'envie de voyager » : **« évasion »/ « rêver » / « voyager » fonctionnent comme superposition syntaxique / comme équivalence syntaxique. Finalement le rêve / l'illusion / la fuite / l'évasion sont les véritables objectifs du voyage pour la blogueuse.**
	8 Mes petits voyages : **2005 – 2006 :** Erasmus à Athènes, Grèce : ma première expatriation ! Le début de tout… **2007 – 2008 :** 6 mois à Sydney et 5 mois à travers l'Australie, ma seconde expatriation & mon premier grand voyage en solo. **2009 – 2013 :** Immigration à Montréal, Canada, réalisation d'un autre de mes plus grands rêves : vivre à l'étranger pendant plusieurs années. **2010 :** Boston, New York & San Francisco. **2011 :** Barcelone en famille.	8 / 9 / 10 **Liste des voyages confirmant que le voyage se déclinent comme une succession de lieux visités, de pays parcourus, d'expériences vécues. Type « been there, done that ».** Le voyage : « Erasmus » / « expatriation » / « grand voyage en solo » / « 6 mois à Sydney et 5 mois à travers l'Australie » / « Immigration à Montréal » / « vivre à l'étranger pendant plusieurs années » / « Boston, New York & San Francisco » / « Barcelone en famille » / « Mexique, road trip en amoureux » / « Road trip en famille dans l'Est Canadien » / « 6 mois en Asie du Sud-Est » / « Thaïlande, Myanmar, Laos, Cambodge, Vietnam, Indonésie » / « Ma vie de voyageuse » / « Rome » / « Budapest, trois semaine en solo pout tester la vie de digitale nomade » / « Bruxelles » / « Londres » / « Prague sous la neige » / « un week-end en amoureux en Lombardie » / « Road trip en amoureux en Afrique du Sud » Le voyage est exprimé sous la forme de programme académique, de durées, de succession de lieux, de modalités de voyage (« road trip » / « en solo » / « en famille » / « en amoureux », « sous la neige »), de rapprochement avec la vie de nomade. « la vie de voyageuse » : présenté non comme une personne en train de voyager, un voyageur mais comme un mode de vie durable. / Vie de voyageuse, nomadisme.
	9 **2012 :** Mexique, road trip en amoureux dans la péninsule du Yucatan. **2013 :** Road Trip en famille dans l'Est Canadien : Les Maritimes. **2014 :** 6 mois en Asie du Sud-Est : Thaïlande, Myanmar, Laos, Cambodge, Vietnam & Indonésie. Ou comment l'Asie est devenu l'amour de ma vie de voyageuse !	

	2014 : Rome, sur un coup de tête ! **2015 :** Budapest, trois semaine en solo pour tester la vie de digitale nomade (en attendant de trouver un emploi). **2015 :** Bruxelles avec mon guide personnel (aka une amie). **2015 :** Londres, mon cadeau d'anniversaire à moi-même.	
	10 **2016 :** Prague sous la neige. **2016 :** Un week-end en Lombardie en amoureux. **2016 :** Road trip en amoureux en Afrique du Sud.	
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	Néant.	Néant.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Présentation Description Justification Annoncer Qualifier Promettre Se positionner	

Grilles d'analyse B1 – A1 - SECTION COMMENTAIRES

Dates : 6 février 2020

Totalité du nombre de commentaires au 17 février 2020 : 16 commentaires.

Date du billet le plus ancien : 2014

Entrées d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Structure du commentaire	C1. [image] [courrier électronique] [date] [heure] [reply] Un très bon blog, j'aime bien. En tout cas, bonne continuation pour la suite, et j'attends avec impatience ce voyage en Asie.	C1. Pas de salutation. Validation de la qualité / axiologiques « bon » / « bien » associés à l'adverbe d'intensité « très » / Verbe subjectif / Affectivo-axiologique « aimer ». Encouragements. Pas de spécification sur les attentes du lecteur hormis celles de « lire » les récits concernant le voyage en Asie.
	C2. [image] [pseudonyme] [date] [heure] [reply] Bonjour, je trouve votre Blog très intéressant, bien fait, complet…on a presque envie de vous rencontrer… Vous dites que vous êtes allée au Mexique…Puis-je me permettre de vous demander quand ?? Bonne continuation et bonne route !!	C2. Salutation / vouvoiement. Compliments « très intéressant » « bien fait » « complet » : adverbe d'intensité + adjectif affectivo axiologique « intéressant » / qualité de la navigation / « complet » = > exhaustivité de l'information pour voyager ? Encouragements. Information sur la date de voyage au Mexique sans plus de précision.
	C3. [image] [pseudonyme] [hyperlien vers un blog supprimé] [date] [heure] [reply] J'aime toujours autant me promener entre tes rubriques, comme on flânerait dans une rue ou nos pas nous mèneraient pour la première fois. Continue d'être celle que tu es. On like ^^	C3. Tutoiement. La navigation est associée à une sorte de « promenade » de déambulation dans les « rubriques » du site. **Assimilation de la navigation dans les méandres du site à celle de visite d'une ville.**

		Axiologique et affectivo axiologique « j'aime » / « on like » + signes « ^^ » signalant un signe informatique équivalent aux émoticônes. Encouragement.
	C4. [image] [prénom nom de famille] [date] [heure] [reply] [prénom C4] Merci de m'avoir permis de voyager avec vous ; ma santé ne me permet plus de parcourir le monde, mais j'ai énormément de souvenirs, du temps déjà éloigné où je parcourais le monde pour mon travail. Mais prendre le temps, voilà le vrai sens du voyage. Aujourd'hui je me livre au voyage intérieur et philosophe en compagnie de mon chat et d'anciens livres ; c'est bien, aussi, mais vous lire et regarder vos images m'a fait un immense plaisir. Continuez de voyager ainsi autant que vous le pouvez, la vie est très brève, mieux vaut s'épargner d'inutiles regrets. Bonne chance.	C4. Remerciement Pas de salutation Vouvoiement. **« merci de m'avoir permis de voyager avec vous » : la lecture de récits de voyage permet par interposition par intermédiaire de vivre le monde. Assimilation du processus de lecture à celui de la découverte. Pouvoir de l'imaginaire et de transposition / identification du récit.** « vous lire et regarder vos images m'a fait un immense plaisir » = objectif atteint des billets => provoquer le plaisir et l'envie. Encouragements.
	C5. [image] [pseudonyme] [date] [heure] [reply] Merci j'ai aimé me promener sur votre blog. Je suis une jeune mamie qui se met à internet, j'ai retrouvé des renseignements lors de vacances en 2012. Car je suis accroc au scrapbooking européen. Je n'ai pas encore de blog, j'avoue ne pas trop savoir comment m'y prendre. Mais je vais me	C5. Remerciement. « J'ai aimé me promené sur votre blog » : verbe affectivo axiologique « aimer ». Encouragements / vouvoiement

	renseigner, bonne journée à vous. Continuez à profiter de vos voyages et de nous faire rêver.	« continuez à profiter de vos voyages et de nous faire rêver ». **Il s'agit bien d'une déambulation dans l'imaginaire des lecteurs et du blogueur.**
	C6. [image] [nom de site internet – voyagiste en Island] [hyperlien vers le site commercial] [date] [heure] [reply] Bonjour Lili, Je découvre ton blog qui me plait beaucoup au premier coup d'œil [émoticône clin d'œil]. Tu es partie en Asie? Coool, c'est une destination que je connais très bien ayant vécu 1 an en Inde, mais au final, je ne suis pas très fan de la vie asiatique, tu me diras ce que tu en penses, je n'ai fait que l'Inde la bas, par contre, j'ai voyagé tous les WE et les vacances! J'ai vu que tu es ouverte à des échanges d'articles ou autres, je viens de partir en Islande car j'ai monté un site sur l'islande http://www.icelanded.com et j'ai aussi lancé depuis mon expatriation récente (Aout 2015) un blog islande ou je mets plein d'actu et de news pour mes amis et ma famille. Tu peux aller y faire un tour stp c'est ; http://www.islande-zou.fr et dis moi si ça t'intéresse de faire des échanges d'articles [émoticône clin d'œil] Car moi aussi je parle de voyage et de vie à l'étranger (avec 3 enfants :D) Voili voilou, bon courage et bonne chance pour tes voyages, que tes pas te mènent loin! J'ai hate de faire plus ta connaissance [émoticône clin d'œil].	Salutation via le surnom de la blogueuse. Tutoiement. « je découvre ton blog qui me plait beaucoup » / utilisation du verbe affectivo axiologique « plaire ». compliment. Registre familier « coool » via le lexique et via la marque graphique de l'allongement vocalique de la voyelle [o]. Utilisation des émoticônes. Proposition d'échanges d'articles (est-ce que ça se fait beaucoup ?) Blog voyage. Demande de gestes d'animation réciproques. Citation de son propre site. **Nombreux gestes d'amitiés : émoticônes souriantes / signes informatiques de sourire « :D » / volonté d'adoucir la formulation d'une requête.**

	C7. [image] [pseudonyme] [date] [heure] [reply] Également Poitevine de naissance, j'ai adopté Tours depuis mes études. Tout tes voyages me font rêver ! Ton blog est dans mes favoris depuis des années mais je ne suis pas très assidue à la lecture, donc j'en lis une dizaine quand ça me prend. Je pars dans 15 jours vivre un de mes reves : travailler en Irlande (Cork).	C7 Tutoiement. Proximité marquée par l'appartenance à des origines communes (« également Poitevine de naissance »). Connivence. « Tous tes voyages me font rêver » / Validation affective et axiologique. **Les lectures provoquent le rêve et poussent au passage à l'action dans ce cas.**
	C8. [image] [prénom] [date] [heure] [reply] Bonjour ! C'est incroyable j'ai quasiment fait les mêmes voyages que toi en y ajoutant l'ouest Canadien qui est somptueux! Ton blog est vraiment super sympa, j'aurais dû en tenir un identique !	C8 Salutation. Similitude des situations. Tutoiement. **Validation positive « est vraiment super sympa » construction être + adverbe d'intensité / de manière et adjectif affectivo axiologique.**
	C9. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [heure] [reply] Comme ça donne envie de mieux te connaître et d'en apprendre plus sur ta vie ! Je suis un peu le même chemin que toi : après un an d'Erasmus en Pologne, je rêve de faire un long voyage seule et de m'expatrier quelques années… Je vais donc parcourir ton blog avec beaucoup d'intérêt [émoticône clin d'œil].	C9 « Je suis un peu le même chemin que toi » : lectrice qui s'identifie dans la situation décrite par la blogueuse. « parcourir » un blog comme on parcourt une ville. **Signe de connivence « émoticône clin d'œil »**
	C10. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog life] [date] [heure] [reply] Bonjour Aurélie, Merci pour ce blog qui donne un aperçu de ce qu'est une vie de voyage. Très inspirant pour mon activité. Je développe le fil d'Ariane	C10 Remerciement + prénom de la blogueuse. Vouvoiement. Compliment **Inscription du nom du site**

	(www.lefildariane.co), l'expérience digitale pour les petits-enfants expatriés qui leur fait découvrir les souvenirs de leurs grands-parents. L'occasion de se rendre compte de ce qu'ils ont en commun. Je serais très intéressé d'avoir votre ressenti sur le sujet ! À bientôt Stanislas	**internet dans la zone de commentaire. Pratique de réciprocité**.
Structure de la réponse de l'auteure du blog	R.C1. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply] Merci pour ton message ! Le début du voyage en Asie est en ligne… Avec le retard cumulé, j'ai encore une dizaine d'articles à écrire.[émoticône souriante].	R. C1. Remerciement. Tutoiement. Réponse à la demande de lecture sur les voyages en Asie. Signe de sympathie via l'émoticône souriante.
	R.C2. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply] Étrangement, ton email me dit me quelques chose… Je suis allée au Mexique en 2012.	R. C2 Formulation bizarre sur le courrier électronique. De la méfiance semble exprimée ici. Une réponse plutôt courte par rapport à la tonalité des autres retours aux commentaires. **S'agirait-il d'un signalement implicite de transgression d'une règle des interactions entre lecteurs et blogueur ?**
	R.C3. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply] Merci !!! C'est trop gentil [émoticône souriante] Cela me fait vraiment plaisir de lire des petits mots comme ça…	R.C3 Remerciement chaleureux (signification des trois points d'exclamations » + émoticône souriante). **Contact. Échange phatique. Validation positive mutuelle.** Adverbes d'intensité « trop » / et de manière « vraiment ».
	R.C4. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply]	R. C4 Remerciement. Combinant le mot « merci » l'exclamative et l'émoticône souriante ».

	Merci ! C'est très gentil. [émoticône souriante] Lire c'est aussi un beau voyage…	**La lecture et le voyage sont un processus associé. « lire c'est aussi un beau voyage »**
	R.C7. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply] Merci pour ton commentaire Laura [émoticône souriante] Tu n'es pas la seule à lire quelques articles de temps en temps. Je fais pareil avec les blogs que j'aime bien… C'est chouette que tu puisses réaliser ton rêve. Et l'Irlande, ça a l'air tellement beau !!!! Profite à fond !	R. C7 Remerciement. Encouragements. Tutoiement. Enthousiasme / émoticône souriante.
	R.C9. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply] Merci Julie! Erasmus en Pologne, ça devait être top comme expérience et très dépaysant (en plus d'être original). Je ne peux que te conseiller de partir voyager seule et de vivre dans un autre pays ! C'est une belle expérience. N'hésite pas à m'écrire si tu as des questions.	R. C) Remerciement / enthousiasme. Tutoiement. Encouragements.
Désignation du blog par les internautes dans les commentaires	Désignation par le terme de « blog » essentiellement.	
Désignation du blog par l'auteure dans la zone des commentaires	Désignation du terme d'article pour désigner les billets	
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	C6. [image] [nom de site internet – voyagiste en Island] [hyperlien vers le site commercial] [date] [heure] [reply] Bonjour Lili, Je découvre ton blog qui me plait beaucoup au premier coup d'œil [émoticône clin d'œil].	Proposition d'échanges d'articles (est-ce que ça se fait beaucoup ?) Blog voyage. Demande de gestes d'animation réciproques. Citation de son propre site. **Nombreux gestes d'amitiés : émoticônes souriantes /**

	Tu es partie en Asie? Coool, c'est une destination que je connais très bien ayant vécu 1 an en Inde, mais au final, je ne suis pas très fan de la vie asiatique, tu me diras ce que tu en penses, je n'ai fait que l'Inde la bas, par contre, j'ai voyagé tous les WE et les vacances! J'ai vu que tu es ouverte à des échanges d'articles ou autres, je viens de partir en Islande car j'ai monté un site sur l'islande http://www.icelanded.com et j'ai aussi lancé depuis mon expatriation récente (Aout 2015) un blog islande ou je mets plein d'actu et de news pour mes amis et ma famille. Tu peux aller y faire un tour stp c'est ; http://www.islande-zou.fr et dis moi si ça t'intéresse de faire des échanges d'articles [émoticône clin d'œil] Car moi aussi je parle de voyage et de vie à l'étranger (avec 3 enfants :D) Voili voilou, bon courage et bonne chance pour tes voyages, que tes pas te mènent loin! J'ai hate de faire plus ta connaissance [émoticône clin d'œil].	**signes informatiques de sourire « :D » / volonté d'adoucir la formulation d'une requête.**
	C10. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog life] [date] [heure] [reply] Bonjour Aurélie, Merci pour ce blog qui donne un aperçu de ce qu'est une vie de voyage. Très inspirant pour mon activité. Je développe le fil d'Ariane (www.lefildariane.co), l'expérience digitale pour les petits-enfants expatriés qui leur fait découvrir les souvenirs de leurs grands-parents. L'occasion de se rendre compte de ce qu'ils ont en commun. Je serais très intéressé d'avoir votre ressenti sur le sujet ! À bientôt Stanislas	C10 **Inscription du nom du site internet dans la zone de commentaire. Pratique de réciprocité**.
Verbes / Noms exprimant ce	**Par les lecteurs-scripteurs :**	

que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Remerciements Présentation de situations. Féliciter Adhérer. Valider Demander Formuler une requête. Confirmer une appréciation. Encourager **Par l'auteure du blog :** Remercier. Informer. Encourager. Témoigner de la gratitude Témoigner de la sympathie.	

2.14. Grille d'analyses B6 – P1 – [À propos] – À propos

Document : Grille d'analyses B6 – P1 – [À propos] – « À propos ».

Date de consultation : 23 mars 2020.

Date de publication : non communiquée.

Commentaires : 0 commentaire.

Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/

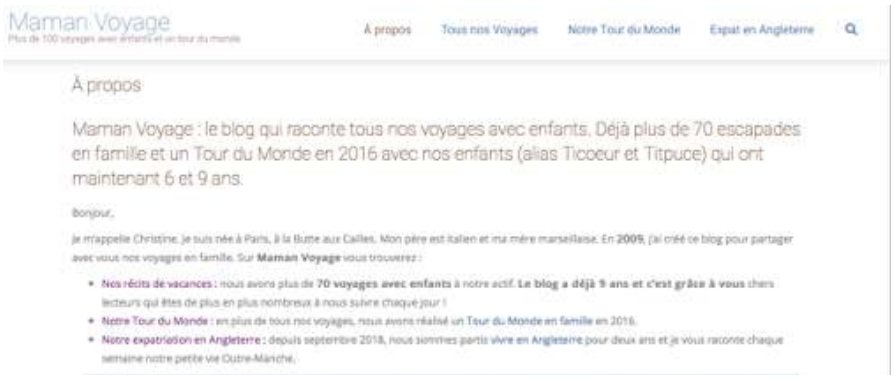
Description de l'organisation de la page internet

La page du billet respecte la structure de la page d'accueil. On y retrouve les mêmes sections.

Capture d'écran 1 / 9 :

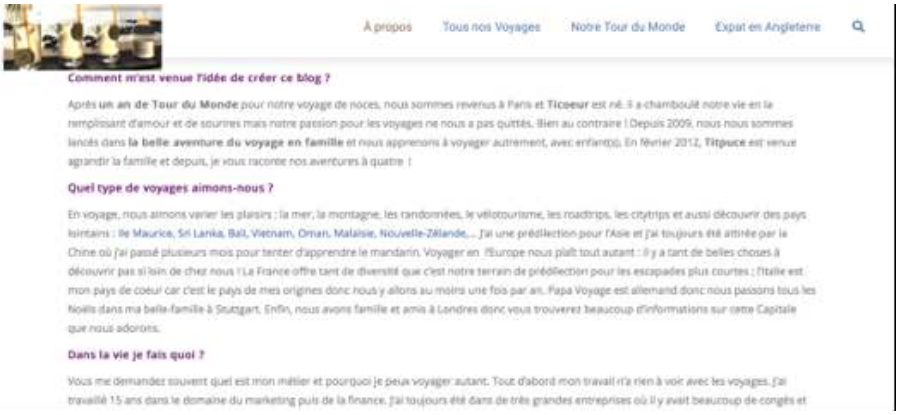
(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Capture d'écran 2 / 9 :



(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Capture d'écran 3 / 9 :



(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Capture d'écran 4 / 9 :

[photo des enfants et de la blogueuse]

(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Capture d'écran 5 / 9 :

(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

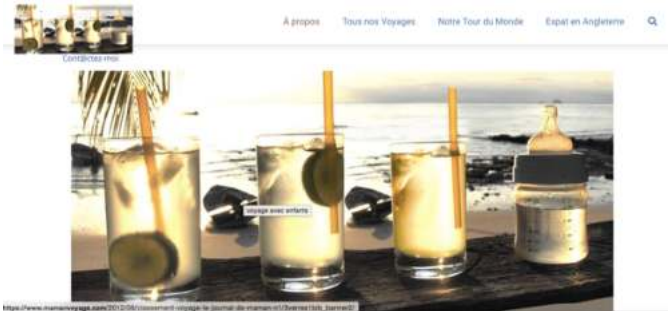
Capture d'écran 6 / 9 :

(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Capture d'écran 7 / 9 :

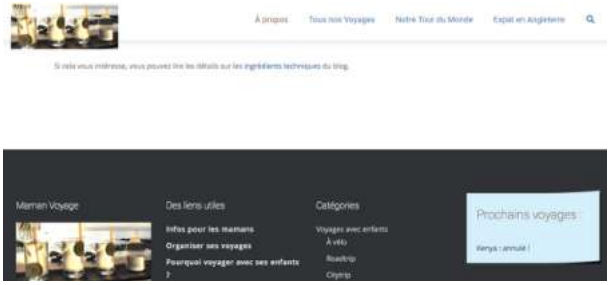
(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Capture d'écran 8 / 9 :



(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Capture d'écran 9 / 9 :



(Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/ , consultée le 24 mars 2020).

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Entrées d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 [photo] À propos Maman Voyage : le blog qui raconte tous nos voyages avec enfants. Déjà plus de 70 escapades en famille et un Tour du Monde en 2016 avec nos enfants (alias Ticoeur et Titpuce) qui ont maintenant 6 et 9 ans.	1. Le titre et le chapeau du billet sont présentés dans une police de couleur marron et de taille supérieure au reste du texte. La blogueuse définit le blog en une seule phrase et y résume son thème principal. Elle met en avant l'argument de la quantité de voyages pour justifier de sa prise de parole dans l'espace public du web. L'utilisation des deux points vise à préciser la volonté de la blogueuse de définir le blog intitulé « Maman Voyage ». Remplace la structure de présentation « C'est ». La catégorie du blog est associée directement à un verbe de parole « raconter ».

		La blogueuse ne se désigne pas directement dans la présentation de l'activité narrative. C'est le blog qui endosse la responsabilité de l'énonciation du contenu. Le blog est donc présenté comme l'acteur, le narrateur principal des voyages réalisés par la blogueuse. Anthropomorphisme. « tous nos voyages avec enfants » : la 1ère pers. du plur. désigne ici le couple d'adultes, les parents, et non le groupe de la famille complète. Implicitement le message semble donc s'adresser à des parents qui souhaiteraient voyager avec leurs enfants. On peut présupposer également que le « voyage avec enfants » est un des types de voyages qui peuvent se pratiquer dans le monde. Utilisation de l'adverbe « déjà » associé au chiffre de « 70 « escapades en famille » / Utilisation de la conjonction de coordination « et » pour ajouter au poids de la quantité de voyages réalisés celui d'une autre catégorie de voyages : « le Tour du Monde ». = stratégie de légitimation. Présentation explicite ici de deux catégories de voyages : « Le voyage avec enfants » et « Le Tour du monde avec enfants ». = > l'existence de ces catégories présuppose l'existence des catégories suivantes « le voyage sans enfants » et le « tour du monde sans enfants ». Indirectement ces quatre catégories s'intègrent dans un ensemble plus large : le voyage. Le voyage avec enfants est aussi designer par les termes d'escapades en famille. La blogueuse continue de se designer via l'utilisation de la première personne du pluriel. Cf. l'adjectif possessif « nos ». L'appartenance à un groupe parental apparaît comme premier élément dans la façon par laquelle la blogueuse se définit discursivement. L'auteure se présente à son audience comme membre d'un « nous » et via la maternité « nos enfants ». Les sobriquets des enfants et leur âge permettent à la blogueuse de faire entrer suffisamment le lecteur-navigateur dans sa sphère familiale pour

		que celui-ci puisse s'identifier sans pour autant dévoiler les prénoms des enfants. Mouvement d'ouverture et de fermeture simultané face aux informations privées que la blogueuse accepte de partager avec son auditoire.
	2 Bonjour, Je m'appelle Christine. Je suis née à Paris, à la Butte aux Cailles. Mon père est italien et ma mère marseillaise. En 2009, j'ai créé ce blog pour partager avec vous nos voyages en famille. Sur Maman Voyage vous trouverez :	2 Début du billet par une salutation générale. Il ne s'agit pas de viser une catégorie particulière de lecteurs navigateurs de façon explicite, du type « Chers lectrices » ou « Chers lecteurs ». La blogueuse se désigne à la première personne du singulier « je ». Ce « je » est actif puisqu'il se présente et se nomme « je m'appelle + prénom ». Précision du lieu de naissance et des racines pluriculturelles de la blogueuse. Rappelle de la date de création du blog et de sa finalité. La finalité est donc communicative « partager avec vous » et cible une thématique particulière : « les voyages en famille » réalisés par la blogueuse.
	3 Nos récits de vacances : nous avons plus de **70 voyages avec enfants** à notre actif. **Le blog a déjà 9 ans et c'est grâce à vous** chers lecteurs qui êtes de plus en plus nombreux à nous suivre chaque jour ! Notre Tour du Monde : en plus de tous nos voyages, nous avons réalisé un Tour du Monde en famille en 2016. Notre expatriation en Angleterre : depuis septembre 2018, nous sommes partis vivre en Angleterre pour deux ans et je vous raconte chaque semaine notre petite vie Outre-Manche.	3. La marque de la 1ère personne du pluriel reprend le dessus sur l'emploi de la première personne du singulier : « nous avons plus de » / « nos récits de vacances » / « à nous suivre » / « Notre Tour du Monde » / « nos voyages » / « nous avons réalisé » / « Notre expatriation » / « nous sommes partis » / « notre petite vie ». = présence de la 1ère pers du plur très forte qui met en avant le groupe de la cellule familiale, l'appartenance à un tout. Argument du nombre de voyages réalisés sert à garantir un droit à la parole basée sur l'expérience « plus de **70 voyages avec enfants** à notre actif ». « à notre actif » terme reprenant un lexique de score personnel atteint ou de professionnel du sport (ex. : « 50 combats de boxe à son actif »). Adverbe « plus » qui surenchérit sur l'argument de l'expérience extensive justifiant la prise de parole de la blogueuse : « plus de 70 voyages » / « en plus de tous nos voyages ». Utilisation du format de présentation de la liste qui présente une succession, un cumul d'éléments

		renforçant l'argument de l'expérience extensive en matière de voyages avec enfants.
	4 [photo] Comment m'est venue l'idée de créer ce blog ? Après un an de Tour du Monde pour notre voyage de noces, nous sommes revenus à Paris et Ticoeur est né. Il a chamboulé notre vie en la remplissant d'amour et de sourires mais notre passion pour les voyages ne nous a pas quittés. Bien au contraire ! Depuis 2009, nous nous sommes lancés dans la belle aventure du voyage en famille et nous apprenons à voyager autrement, avec enfant(s). En février 2012, Titpuce est venue agrandir la famille et depuis, je vous raconte nos aventures à quatre !	4. La 1ère personne du singulier pour se désigner dans le rôle de la blogueuse : « comment m'est venue l'idée de créer ce blog ? » / « je vous raconte nos aventures à quatre ». La 1ère personne du pluriel « notre voyage de noces », « nous sommes revenus », « notre vie », « ne nous a pas quittés », « nous nous sommes lancés », « nous apprenons à voyager autrement ». Un « nous » actif qui réalise des actions : il voyage, il revient à Paris, il se lance dans « la belle aventure du voyage en famille », il apprend. Les deux enfants semblent apparaître et s'imposer au couple indépendamment de leur volonté. Présentation de la passion voyage comme ancrée dans l'histoire du couple bien avant la naissance des deux enfants. C'est donc le goût pour le voyage qui a unit le couple qui semble être à l'origine de la création du blog. La blogueuse présuppose qu'il est nécessaire d'expliquer les origines de la création du blog. Elle présuppose donc que le lectorat probablement se posera cette question.
	5 Quel type de voyages aimons-nous ? En voyage, nous aimons varier les plaisirs : la mer, la montagne, les randonnées, le vélotourisme, les roadtrips, les citytrips et aussi découvrir des pays lointains : Ile Maurice, Sri Lanka, Bali, Vietnam, Oman, Malaisie, Nouvelle-Zélande,…	5. La blogueuse se désigne via la première personne du pluriel. La blogueuse utilise la forme des questions pour mettre en scène les interrogations supposément posées par les lecteurs-navigateurs. Liste de modalités de voyages et des destinations lointaines pour confirmer l'expérience extensive des voyages vécus.
	6	6

	J'ai une prédilection pour l'Asie et j'ai toujours été attirée par la Chine où j'ai passé plusieurs mois pour tenter d'apprendre le mandarin. Voyager en l'Europe nous plaît tout autant : il y a tant de belles choses à découvrir pas si loin de chez nous !	Combinaison des distances proches, moyennes et lointaines. Alliance des contraires (local, Europe et Asie). Utilisation des formes exclamatives. Enthousiasme. Promesse de découvertes qui s'adresse à tous > ceux qui souhaitent réaliser des voyages lointains, ceux qui souhaitent voyager a une dimension plus européenne et ceux qui veulent organiser un voyage près de leur lieu de vie. La blogueuse prend la France comme référence de la distance proche, moyenne et lointaine décrite. *Cf.* numéro 7 « La France offre tant de diversité que c'est notre terrain de prédilection pour les escapades plus courtes ».
	7 La France offre tant de diversité que c'est notre terrain de prédilection pour les escapades plus courtes ; l'Italie est mon pays de cœur car c'est le pays de mes origines donc nous y allons au moins une fois par an. Papa Voyage est allemand donc nous passons tous les Noëls dans ma belle-famille à Stuttgart. Enfin, nous avons famille et amis à Londres donc vous trouverez beaucoup d'informations sur cette Capitale que nous adorons.	7. L'Italie, l'Allemagne et l'Angleterre semblent être les lieux de prédilection pour découvrir la partie Europe. La désignation de la blogueuse via son appartenance au « nous »/ abondance des références à la désignation du couple et de la famille. La blogueuse serait donc « Maman Voyage » et elle désigne ici son époux par son rôle de père « Papa Voyage ». À partir de la description du patrimoine culturelle d'origine de la famille de la blogueuse, cette dernière présente au lecteur les informations qu'il trouvera sur son site en relation avec les villes mentionnées.
	8 Dans la vie je fais quoi ? Vous me demandez souvent quel est mon métier et pourquoi je peux voyager autant. Tout d'abord mon travail n'a rien à voir avec les voyages. J'ai travaillé 15 ans dans le domaine du marketing puis de la	8 Question portant sur la vie de la blogueuse en dehors de la sphère numérique. Cette question serait le résultat de nombreuses interrogations récurrentes posées par les lecteurs du blog. Présentation de la situation professionnelle justifiant du temps et de l'argent mobilisés pour pouvoir réaliser les voyages.

	finance. J'ai toujours été dans de très grandes entreprises où il y avait beaucoup de congés et de RTT (et mon mari aussi). Nous avons voyagé pendant mes deux congés parentaux et nous avons également pris des congés sans solde (congé sabbatique) car nos économies nous le permettaient.	= présuppose que les voyages nécessitent du temps, une vie professionnelle active, des économies, un système de financement.
	9 Avant les enfants, j'ai également vécu et travaillé aux États-Unis (à Chicago, New York, Washington DC et Richmond). Enfin, entre deux jobs, je suis partie à Cuzco au Pérou en mission humanitaire. Bref, j'ai vraiment l'impression d'avoir eu plusieurs vies ! Et parce qu'il n'y a pas que le boulot dans la vie, j'aime le cinéma, la danse, le théâtre, les livres, le piano et le sport !	9 La présentation de la vie professionnelle de la blogueuse se construit autour des villes et des pays visités. C'est une autre forme de liste, plus diffuse, une énumération. Utilisation de la première personne du singulier pour décrire les voyages réalisés seule et les loisirs de la blogueuse.
	10 Est-ce que je participe à des blogtrips ? Oui cela m'arrive mais je reçois beaucoup plus de propositions que je n'en accepte, notamment parce que notre calendrier de voyages est déjà bien rempli ! Cela dit quand un voyage raconté sur le blog a été réalisé dans le cadre d'un blogtrip ou d'un voyage de presse, il est signalé comme tel.	10 Question posée sur le financement des billets du blog. Question posée indirectement sur l'objectivité des recommandations de la blogueuse. Visiblement c'est un sujet important pour la blogueuse qui souhaite répondre à un critère de transparence avec ses lecteurs. Ce critère est implicite et implique qu'il pourrait être mal vu de participer à des *blog trips*. À défaut de refuser les propositions de partenariats qui semblent abonder, la blogueuse propose de signaler les billets qui sont le résultat d'un financement extérieur.
	11	11

	Quel appareil photo j'utilise ? Pendant longtemps l'Olympus OMD EM5 et actuellement l'Olympus OMD EM10. Bref, je suis une grande fan d'Olympus (et je ne suis pas sponsorisée !).	Information concernant l'appareil photo utilisé. Il semblerait que cette question soit également une préoccupation des lecteurs. Les lecteurs de blog voyage accorderaient de l'importance à la qualité de la photo. Utilisation de la parenthèse pour changer un des éléments de la situation énonciative. Les parenthèses « (et je ne suis pas sponsorisée !) » sont utilisées pour proposer une phrase d'autodérision. Contribue à un ethos ludique.
	12 Quel est l'objectif du blog ? Partager, garder une trace de nos voyages, me faire plaisir et vous donner envie de partir ! Avec ce blog, j'espère partager avec vous nos expériences du voyage avec enfant(s), en France ou à l'autre bout du Monde, nos escapades week-ends en Europe et nos sorties à Paris. J'espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c'est possible et vous donner des idées de destinations !	12 Souvenir, le partage, le plaisir et partager ce plaisir en « donnant envie de partir ». Utilisation des exclamatives pour souligner l'enthousiasme de la blogueuse. Utilisation de la première personne du singulier : « me faire plaisir » / « j'espère partager » / « J'espère vous apporter ». « nos expériences du voyage avec enfant(s), en France ou à l'autre bout du Monde, nos escapades week-ends en Europe et nos sorties à Paris. ». Idée que le voyage avec enfants allie des obstacles généralement difficilement surmontables « qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c'est possible ».
	13 Je vous souhaite une bonne lecture à travers mes 1020 articles (ça commence à faire !) et je vous remercie pour vos commentaires qui m'encouragent énormément et me font aimer cet espace où je partage avec vous toutes nos aventures. Je vous laisse découvrir le récap' de nos voyages avec enfants en 2017, 2016, 2015, 2014,	13 Utilisation du « je » 1ère personne du singulier / « je vous remercie pour vos commentaires » / « qui m'encouragent énormément et me font aimer cet espace où je partage avec vous toutes nos aventures ». « 1020 articles » : chiffre servant à justifier de la quantité d'informations. Promesse aux lecteurs du blog de trouver toutes les informations dont il aura besoin pour organiser ses voyages. Utilisation de la parenthèse dans le cadre de la mise

	2013, 2012, 2011, 2010 et 2009 !	en scène d'un ethos ludique. « ça commence à faire ». Liste active ordonnant l'ensemble des billets publiés par année de publication. Chaque année est reliée à un hyperlien interne redirigeant vers une série de billets.
	14 *** NB : Maman Voyage s'appelait Le Journal de Maman (changement de nom en octobre 2014). Voici une petite présentation vidéo (qui date de 2014 – il faudrait que j'en prépare une nouvelle !) : [vidéo hébergée par la plateforme YouTube] A très bientôt sur le blog ! Christine Cont@ctez-moi [photo] Si cela vous intéresse, vous pouvez lire les détails sur les ingrédients techniques du blog.	14. La nota bene concerne le changement de nom du blog et la présentation d'une vidéo. Salutation « A très bientôt sur le blog » Le prénom et le contact email. Une invitation aussi à consulter les détails techniques du blog.
Désignation de l'auditoire	1 [photo] À propos Maman Voyage : le blog qui raconte tous nos voyages avec enfants. Déjà plus de 70 escapades en famille et un Tour du Monde en 2016 avec nos enfants (alias Ticoeur et Titpuce) qui ont maintenant 6 et 9 ans.	1 Pas de présence explicite de l'auditoire. Pas de termes d'adresse directe. En revanche l'utilisation du verbe de parole « raconter » implique l'existence d'un interlocuteur qui n'est pas mentionné explicitement. On « raconte » quelque chose à quelqu'un ou tout du moins lorsqu'on « raconte quelque chose » on vise un public même si ce public est imaginaire.

	2 Bonjour, Je m'appelle Christine. Je suis née à Paris, à la Butte aux Cailles. Mon père est italien et ma mère marseillaise. En 2009, j'ai créé ce blog pour partager avec vous nos voyages en famille. Sur Maman Voyage vous trouverez :	2. Salutation polie et générale. Le lecteur est pris dans son rôle collectif composé d'individus anonymes. « pour partager avec vous nos voyages en famille » : « vous » est le complément circonstanciel d'accompagnement. Le « vous » est embarqué dans les voyages réalisés. « vous trouverez » : le « vous » est actif. Il est le sujet du verbe « trouver ». La blogueuse présuppose
	3 Nos récits de vacances : nous avons plus de **70 voyages avec enfants** à notre actif. **Le blog a déjà 9 ans et c'est grâce à vous** chers lecteurs qui êtes de plus en plus nombreux à nous suivre chaque jour ! Notre Tour du Monde : en plus de tous nos voyages, nous avons réalisé un Tour du Monde en famille en 2016. Notre expatriation en Angleterre : depuis septembre 2018, nous sommes partis vivre en Angleterre pour deux ans et je vous raconte chaque semaine notre petite vie Outre-Manche.	3 **« c'est grâce à vous** chers lecteurs qui êtes de plus en plus nombreux à nous suivre chaque jour ! » : désignation du lectorat par le pluriel et l'adjectif « chers ». Des lecteurs qui sont chers, nombreux. Des lecteurs à qui on s'adresse directement par le pronom personnel « vous ». Formulation de remerciements. « je vous raconte » : le verbe est conjugué au présent de l'indicatif. L'action se déroule dans le temps énonciatif de la blogueuse mais perdure également dans le temps énonciatif de la lecture. = comme si les deux participants de l'échange partageaient le même temps.
	4 [photo] Comment m'est venue l'idée de créer ce blog ? Après un an de Tour du Monde pour notre voyage de noces, nous sommes revenus à Paris et Ticoeur est né. Il a	4 Présentation des questions comme si la blogueuse se les posaient à elle-même. « je vous raconte nos aventures à quatre ! je vous raconte nos aventures à quatre ! » : utilisation du pronom pers. 2ème pers du plur. La blogueuse s'adresse toujours pour l'instant à un public présenté comme une seule entité collective.

	chamboulé notre vie en la remplissant d'amour et de sourires mais notre passion pour les voyages ne nous a pas quittés. Bien au contraire ! Depuis 2009, nous nous sommes lancés dans la belle aventure du voyage en famille et nous apprenons à voyager autrement, avec enfant(s). En février 2012, Titpuce est venue agrandir la famille et depuis, je vous raconte nos aventures à quatre !	
	6 J'ai une prédilection pour l'Asie et j'ai toujours été attirée par la Chine où j'ai passé plusieurs mois pour tenter d'apprendre le mandarin. Voyager en l'Europe nous plaît tout autant : il y a tant de belles choses à découvrir pas si loin de chez nous !	6 « pas si loin de chez nous ! » : 1ère marque de la personne du pluriel qui désigne soit la blogueuse et sa famille soit l'ensemble des habitants de la France.
	7 La France offre tant de diversité que c'est notre terrain de prédilection pour les escapades plus courtes ; l'Italie est mon pays de cœur car c'est le pays de mes origines donc nous y allons au moins une fois par an. Papa Voyage est allemand donc nous passons tous les Noëls dans ma belle-famille à Stuttgart. Enfin, nous avons famille et amis à Londres donc vous trouverez beaucoup d'informations sur cette Capitale que nous adorons.	7 « vous trouverez beaucoup d'informations sur cette Capitale que nous adorons. ». Utilisation du futur simple + 2ème pers du pluriel. Futur hypothétique. La façon dont la blogueuse s'adresse à son lectorat laisse supposer que le lecteur est un futur utilisateur du blog. Paradoxalement, la phrase suivante *Cf.* 8) « Vous me demandez souvent quel est mon métier et pourquoi je peux voyager autant » désigne plutôt la partie du lectorat qui a déjà contacté la blogueuse.
	8	8

	Dans la vie je fais quoi ? Vous me demandez souvent quel est mon métier et pourquoi je peux voyager autant. Tout d'abord mon travail n'a rien à voir avec les voyages. J'ai travaillé 15 ans dans le domaine du marketing puis de la finance. J'ai toujours été dans de très grandes entreprises où il y avait beaucoup de congés et de RTT (et mon mari aussi). Nous avons voyagé pendant mes deux congés parentaux et nous avons également pris des congés sans solde (congé sabbatique) car nos économies nous le permettaient.	Le « vous » collectif semble intégrer tout à la fois les lecteurs actuels, ceux du passé et ceux qui s'apprêtent à utiliser le blog pour leurs recherches.
	10 Est-ce que je participe à des blogtrips ? Oui cela m'arrive mais je reçois beaucoup plus de propositions que je n'en accepte, notamment parce que notre calendrier de voyages est déjà bien rempli ! Cela dit quand un voyage raconté sur le blog a été réalisé dans le cadre d'un blogtrip ou d'un voyage de presse, il est signalé comme tel.	10 La réponse « oui » affirmative vise à reproduire un dialogue imaginaire entre la blogueuse et le ou les lecteur(s) / le ou les commentateur(s) qui ont posé la question ou qui auraient pu la poser. La blogueuse présuppose que les lecteurs indépendamment de leur individualité ont les mêmes interrogations.
	11 Quel appareil photo j'utilise ? Pendant longtemps l'Olympus OMD EM5 et actuellement l'Olympus	11 Le lectorat ferait état de curiosité envers le matériel technique utilisé par la blogueuse. La qualité des clichés.

	OMD EM10. Bref, je suis une grande fan d'Olympus (et je ne suis pas sponsorisée !).	
	12 Quel est l'objectif du blog ? Partager, garder une trace de nos voyages, me faire plaisir et vous donner envie de partir ! Avec ce blog, j'espère partager avec vous nos expériences du voyage avec enfant(s), en France ou à l'autre bout du Monde, nos escapades week-ends en Europe et nos sorties à Paris. J'espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c'est possible et vous donner des idées de destinations !	12 « vous donner envie de partir ! » un faire « raconter » / « partager » qui amènerait à un autre faire « avoir envie de partir ». « j'espère partager avec vous nos expériences du voyage avec enfant(s) » : « vous » complément circonstanciel d'accompagnement. « J'espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille » / COI « vous montrer que c'est possible et vous donner des idées de destinations ! » Actions « apporter », « donner », « partager » réalisées par un « je » et dont le bénéficiaire, le patient de l'action est le lecteur, visiteur du blog.
	13 Je vous souhaite une bonne lecture à travers mes 1020 articles (ça commence à faire !) et je vous remercie pour vos commentaires qui m'encouragent énormément et me font aimer cet espace où je partage avec vous toutes nos aventures. Je vous laisse découvrir le récap' de nos voyages avec enfants en 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010 et 2009 !	13 « Je vous souhaite une bonne lecture » / souhaiter – verbe de parole – action menée par le « je » et adressé à un « vous ». « je vous remercie pour vos commentaires » / verbe de parole « remercier ». Verbes d'interactions. Bénéficiaire de l'acte « vous » « je partage avec vous toutes nos aventures » / « partager » ici c'est un verbe de parole.
	14 ***	14

	NB : Maman Voyage s'appelait Le Journal de Maman (changement de nom en octobre 2014). Voici une petite présentation vidéo (qui date de 2014 – il faudrait que j'en prépare une nouvelle !) : [vidéo hébergée par la plateforme YouTube] A très bientôt sur le blog ! Christine Cont@ctez-moi [photo] Si cela vous intéresse, vous pouvez lire les détails sur les ingrédients techniques du blog.	« Voici une petite présentation vidéo » tournure d'adresse directe au lecteur avec un hyperlien comme invitation à consulter. Salutation « A très bientôt sur le blog ! » Signature avec le prénom de la blogueuse. Formulation d'hypothèse « si cela vous intéresse, vous pouvez lire les détails sur les ingrédients techniques du blog. » = la blogueuse s'adresse de façon plus ciblée à la partie du lectorat qui s'intéresse à la conception du blog.
Désignation du blog	1 [photo] À propos Maman Voyage : le blog qui raconte tous nos voyages avec enfants. Déjà plus de 70 escapades en famille et un Tour du Monde en 2016 avec nos enfants (alias Ticoeur et Titpuce) qui ont maintenant 6 et 9 ans.	1 Mis en avant du blog comme occupant le rôle d'énonciateur principal.
	2 Bonjour, Je m'appelle Christine. Je suis née à Paris, à la Butte aux Cailles. Mon père est italien et ma mère marseillaise. En 2009, j'ai créé ce blog pour partager	1 « j'ai créé ce blog pour partager avec vous nos voyages en famille » : Le « je » désigne la blogueuse qui se place en tant que « créatrice » du blog. Finalité exprimée via un verbe de parole « partager nos voyages en familles ». « Avec vous ». On est dans le lien. Le blog est un espace de partage.

	avec vous nos voyages en famille. Sur Maman Voyage vous trouverez :	
	4 [photo] Comment m'est venue l'idée de créer ce blog ? Après un an de Tour du Monde pour notre voyage de noces, nous sommes revenus à Paris et Ticoeur est né. Il a chamboulé notre vie en la remplissant d'amour et de sourires mais notre passion pour les voyages ne nous a pas quittés. Bien au contraire ! Depuis 2009, nous nous sommes lancés dans la belle aventure du voyage en famille et nous apprenons à voyager autrement, avec enfant(s). En février 2012, Titpuce est venue agrandir la famille et depuis, je vous raconte nos aventures à quatre !	4. « Idée du blog » > « je vous raconte nos aventures à quatre ! ». Un « je » qui « raconte » à un tiers = verbe de parole.
	7 La France offre tant de diversité que c'est notre terrain de prédilection pour les escapades plus courtes ; l'Italie est mon pays de cœur car c'est le pays de mes origines donc nous y allons au moins une fois par an. Papa Voyage est allemand donc nous passons tous les Noëls dans ma belle-famille à Stuttgart. Enfin, nous avons famille et amis à Londres donc vous trouverez beaucoup	7 « vous trouverez beaucoup d'informations sur cette Capitale que nous adorons. » > le blog n'est pas seulement un espace où un énonciateur raconte quelque chose à quelqu'un, il est aussi une ressource. Une source d'informations.

	d'informations sur cette Capitale que nous adorons.	
	12 Quel est l'objectif du blog ? Partager, garder une trace de nos voyages, me faire plaisir et vous donner envie de partir ! Avec ce blog, j'espère partager avec vous nos expériences du voyage avec enfant(s), en France ou à l'autre bout du Monde, nos escapades week-ends en Europe et nos sorties à Paris. J'espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c'est possible et vous donner des idées de destinations !	12 Il est présupposé que la présentation du blog doit inclure : la présentation du blogueur ; l'origine de la création du blog : son objectif.
	13 Je vous souhaite une bonne lecture à travers mes 1020 articles (ça commence à faire !) et je vous remercie pour vos commentaires qui m'encouragent énormément et me font aimer cet espace où je partage avec vous toutes nos aventures. Je vous laisse découvrir le récap' de nos voyages avec enfants en 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010 et 2009 !	13 Le blog est aussi lu = > les internautes sont des lecteurs pour lesquels on cherche à provoquer du plaisir. Le lecteur agit également par les commentaires postés.
	14 *** NB : Maman Voyage s'appelait Le	14 Le blog évolue, change de nom selon la propre évolution de la blogueuse.

	Journal de Maman (changement de nom en octobre 2014). Voici une petite présentation vidéo (qui date de 2014 – il faudrait que j'en prépare une nouvelle !) : [vidéo hébergée par la plateforme YouTube] A très bientôt sur le blog ! Christine Cont@ctez-moi [photo] Si cela vous intéresse, vous pouvez lire les détails sur les ingrédients techniques du blog.	Partie technique du blog : photo – appareil photo et les « ingrédients techniques »
Désignation du voyage dans le blog	1 [photo] À propos Maman Voyage : le blog qui raconte tous nos voyages avec enfants. Déjà plus de 70 escapades en famille et un Tour du Monde en 2016 avec nos enfants (alias Ticoeur et Titpuce) qui ont maintenant 6 et 9 ans.	1 Le voyage est inclus dans le titre. Le logo combine le rôle que s'attribue la blogueuse et le thème principal du blog. Le voyage. « nos voyages avec enfants » / « 70 escapades en famille » / « Un Tour du Monde » : liste des types de voyages que l'on peut réaliser. Le pluriel est employé pour souligner la diversité des types de voyages et des lieux de destinations existants. « escapades » / « voyages »
	3 Nos récits de vacances : nous avons plus de **70 voyages avec enfants** à notre actif. **Le blog a déjà 9 ans et c'est grâce à vous** chers lecteurs qui êtes de plus en plus nombreux à nous suivre chaque jour ! Notre Tour du Monde : en plus de tous nos voyages, nous avons réalisé un Tour	3 « Nos récits de vacances » Vacances = escapades = voyages / durée de quelques jours à trois semaines max. Durée donc limitée. Le type de voyage « Tour du Monde » semble bénéficier d'un statut spécial par rapports aux vacances et autres voyages et escapades.

	du Monde en famille en 2016. Notre expatriation en Angleterre : depuis septembre 2018, nous sommes partis vivre en Angleterre pour deux ans et je vous raconte chaque semaine notre petite vie Outre-Manche.	Dans les énoncés numérotés 2 : « plus de 70 escapades en famille et un Tour du Monde ». Utilisation de la conjonction de coordination « et » pour ajouter en complément des 70 escapades le Tour du Monde. Association de deux catégories comparables mais distinctes. Probablement par le critère de la durée. De la même façon « Notre Tour du Monde : en plus de tous nos voyages ». Formulation d'ajout.
	4 [photo] Comment m'est venue l'idée de créer ce blog ? Après un an de Tour du Monde pour notre voyage de noces, nous sommes revenus à Paris et Ticoeur est né. Il a chamboulé notre vie en la remplissant d'amour et de sourires mais notre passion pour les voyages ne nous a pas quittés. Bien au contraire ! Depuis 2009, nous nous sommes lancés dans la belle aventure du voyage en famille et nous apprenons à voyager autrement, avec enfant(s). En février 2012, Titpuce est venue agrandir la famille et depuis, je vous raconte nos aventures à quatre !	4 « Tour du monde » : un an / présentation au singulier vers « les voyages » au pluriel. Généralisation « voyage en famille » / « la belle aventure du voyage en famille » / complément du nom. Qualification du nom aventure par l'adjectif épithète « belle ». « nous apprenons à voyager autrement ». Emploi du verbe « voyager » à l'infinitif. Voyager autrement ? Voyager sans enfants semble être selon la blogueuse la norme des voyages. Ici le voyage avec enfants implique « une aventure » donc des obstacles que l'on surmonte, un apprentissage constant (utilisation du présent indicatif « nous apprenons »)
	6 J'ai une prédilection pour l'Asie et j'ai toujours été attirée par la Chine où j'ai passé plusieurs mois pour tenter d'apprendre le mandarin. Voyager en l'Europe nous plaît tout autant : il y a tant de belles	6 Région « l'Asie » / l' « Europe » Pays « La Chine » « pas si loin de chez nous » : un « nous » proche géographiquement / référence à la distance. S'il y a un « nous » il y a certainement un « vous » ou un « ils/elles » qui n'est pas proche géographiquement.

	choses à découvrir pas si loin de chez nous !	« il y a tant de belles choses à découvrir pas si loin de chez nous ! » présuppose que la blogueuse considère qu'il est généralement admis le contraire > que les belles à découvrir sont loin de chez nous. Qu'elles se méritent peut-être ? « J'ai une prédilection pour [nom de région] » « J'ai toujours été attirée par [nom de pays] » passive.
	7 La France offre tant de diversité que c'est notre terrain de prédilection pour les escapades plus courtes ; l'Italie est mon pays de cœur car c'est le pays de mes origines donc nous y allons au moins une fois par an. Papa Voyage est allemand donc nous passons tous les Noëls dans ma belle-famille à Stuttgart. Enfin, nous avons famille et amis à Londres donc vous trouverez beaucoup d'informations sur cette Capitale que nous adorons.	7 Les escapades les plus courtes > proximité géographique. Pays > France / Italie Ville > Londres / Stuttgart
	10 Est-ce que je participe à des blogtrips ? Oui cela m'arrive mais je reçois beaucoup plus de propositions que je n'en accepte, notamment parce que notre calendrier de voyages est déjà bien rempli ! Cela dit quand un voyage raconté sur le blog a été réalisé dans le cadre d'un blogtrip ou d'un voyage de presse, il est signalé comme tel.	10 « voyages »
	12 Quel est l'objectif du blog ?	12 « une trace de nos voyages » / « me faire plaisir et vous donner envie de partir ! »

	Partager, garder une trace de nos voyages, me faire plaisir et vous donner envie de partir ! Avec ce blog, j'espère partager avec vous nos expériences du voyage avec enfant(s), en France ou à l'autre bout du Monde, nos escapades week-ends en Europe et nos sorties à Paris. J'espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c'est possible et vous donner des idées de destinations !	« nos expériences du voyages avec enfant(s) en France ou à l'autre bout du Monde, nos escapades week-ends en Europe et nos sorties à Paris » Utilisation du pluriel.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	10 Est-ce que je participe à des blogtrips ? Oui cela m'arrive mais je reçois beaucoup plus de propositions que je n'en accepte, notamment parce que notre calendrier de voyages est déjà bien rempli ! Cela dit quand un voyage raconté sur le blog a été réalisé dans le cadre d'un blogtrip ou d'un voyage de presse, il est signalé comme tel.	10 Le blog trip / et le « voyage de presse » ne sont ni décrits ni expliqués. Il me semble qu'il rémunère la blogueuse contre la rédaction d'un billet d'évaluation plutôt positif. Remet en cause le critère d'impartialité et de neutralité que le blogueur se devrait de conserver pour formuler des avis sur une destination ou un service ou pour garantir l'authenticité de ses propos quant aux recommandations faites. La blogueuse précise que pour « compenser » le non-respect de cette règle implicite, elle signale systématiquement si un partenariat a été réalisé.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Présenter Expliquer Décrire Inciter Situer	

2.15. Grille d'analyses B7 – P1 – À propos

Document : Grille d'analyses B7 – P1 – « À propos ».

Date de consultation : 30 avril 2020 – 10 novembre 2020.

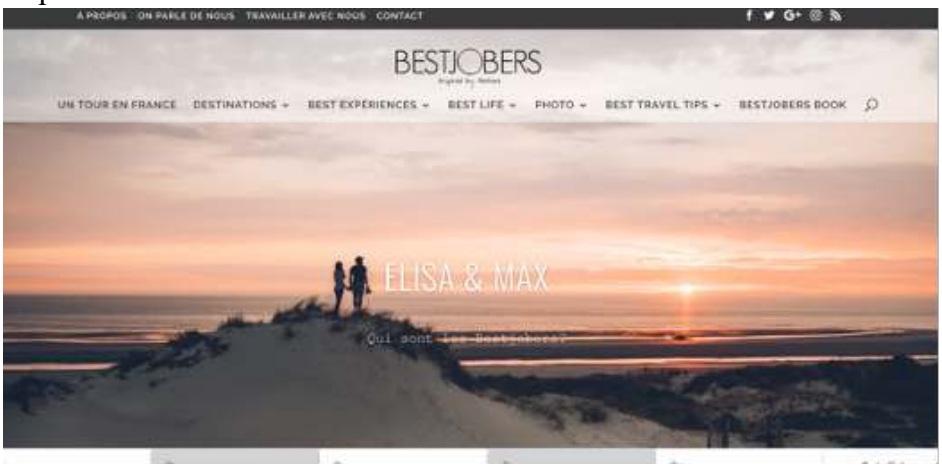
Date de publication : Non précisée.

Commentaires : 0 commentaire.

Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/

Description de l'organisation de la page internet

Capture d'écran 1/ 6 :



(Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020).

Capture d'écran 2/ 6:

(Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020).

Capture d'écran 3/6 :

(Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020).

Capture d'écran 4/6 :

(Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020).

Capture d'écran 5/6 :

(Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020).

Capture d'écran 6/6 :

(Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/, consulté le 30 avril 2020).

La page de présentation des blogueurs et du blog comporte plusieurs sections. On retrouve la barre de navigation noire et les étiquettes « A propos », « On parle de nous », « Travailler avec nous », « Contact », icône de panier d'achat, puis sur la droite les boutons de partage sur les réseaux sociaux Facebook, Twitter, Google+, Instagram et le signe de l'abonnement au réseau RSS.

La barre de navigation indique des informations concernant la démarche des blogueurs et leurs collaborations professionnelles et économiques.

La photo de présentation met en scène un couple se tenant par la main, de dos, face à un coucher de soleil très orangé et sur la pointe d'une dune. Un titre et un sous-titre se superposent à l'image « Elisa & Max Qui sont les Bestjobers ? ».

La section suivante présente une vidéo hébergée par YouTube « Le Divan des Bestjobers – On répond à vos questions » qui est suivie de paragraphes retraçant les différents moments de la construction du blog.

Le billet se conclut par la proposition d'abonnement à la newsletter et la zone de fin de page qui reprend les boutons de partage des réseaux sociaux où les Bestjobers sont actifs, une mention des droits d'auteurs ainsi qu'une zone de recherche.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 [photo] Elisa & Max Qui sont les Bestjobers ?	1. Prénoms des deux blogueurs. Emploi du prénom => entre personnes exerçant sur le même lieu de travail ou des connaissances ou des amis. Liens de proximité. L'anonymat est

		protégé puisque le nom patronymique n'est pas divulgué. Titre et sous-titre du billet de présentation.
	2 [Vidéo YouTube « Le divan des Bestjobers / On répond à vos questions »]	2 Éléments plurisémiotiques de la présentation de soi : le visuel via les photos et le blog, la vidéo par la publication de session YouTube.
	3 2010 L'histoire ne débute pas autour du monde mais sous les flashs d'un grand studio de photographie de mode à Paris dans lequel Max travaille aux côtés des photographes les plus connus du milieu (Lindbergh, Demarchelier, Lancrenon…), alors qu'Élisa gère la production des shootings. Du glamour mais aussi de l'impitoyable.	3 Les dates permettent d'ancrer l'idée d'une expertise forgée sur la longueur de l'expérience. Formes impersonnelles « l'histoire ne débute pas autour du monde mais … ». Utilisation du terme « histoire » qui met en scène l'aventure et l'expérience des blogueurs comme dès le départ un récit fictif. Si les blogueurs racontent leur histoire, c'est à un public qui est curieux de savoir comment s'est construit l'aventure du blog voyage. Le terme « histoire » suppose que les blogueurs envisagent leurs lecteurs dans des rôles passifs, en réception. Le contexte est qualifié par un contraste « glamour » et « impitoyable » mis en opposition par la conjonction adversative « mais ».
	4 2013 La vie parisienne les étouffe et leur vie bascule lorsqu'Elisa remporte le célèbre concours du Best Job in the World, parmi 300 000 candidats du monde entier, notamment grâce à cette vidéo envoyée un jour gris de mars…	4 Le récit est conté par les blogueurs mais à **la troisième personne** « la vie parisienne les étouffe » / « leur vie bascule ». Création **d'une troisième voix**, une troisième personne qui présenterait sous la forme d'un reportage (mise en contexte, brève description et caractérisation de la

		situation par des contrastes, utilisation du présent de l'indicatif). Procédé servant l'objectif de légitimation des blogueurs si on prend ce procédé comme volontairement utilisé pour se légitimer. Ou bien procédé qui entretient un ethos ludique. Les lecteurs savent que ce sont les blogueurs qui racontent leur récit et le mettent en scène à la façon d'un reportage.
	5 [image « The best jobs in the world – There's nothing like Australia »] [vidéo – YouTube « The best Jobs in the World Australia 2013] … mais aussi après 3 mois de compétition et de sélection intense, qu'ils racontent notamment dans leur livre *Australie, nos 100 coups de cœur, l'aventure du Best Job in the World, sorti en librairie en Mars 2018 aux Editions Nomades*.	5 Utilisation de la troisième personne, du présent de l'indicatif. Utilisation d'hyperliens internes pour dynamiser le contenu du blog et pour indiquer des voies de lecture à leur public.
	6 2013/2014 Elisa, la Jurassienne devient Park Ranger en Australie, elle embarque dans son sac Max, son photographe. Ils vivent des aventures uniques à l'autre bout du monde qu'ils partagent sur leur blog Australie [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse https://www.elisathebestjobintheworld.com/] et réseaux sociaux.	6 Les deux blogueurs se désignent à la troisième personne par leurs prénoms. Utilisation du présent de l'indicatif. Métaphore entretenant l'ethos ludique des blogueurs « elle embarque dans son sac Max ». Utilisation du possessif « son » et de la catégorisation « photographe ». Le récit met la jeune femme au centre du récit. C'est autour d'elle que se construit la narration. Adjectif « unique » => établit les fondements du mythe du métier de rêve « blogueur de blog voyage ». Le récit du voyage de la jeune femme est hébergé sur un autre site qui sert à étoffer

		l'histoire du blog mais qui s'en distingue par son objectif thématique.
	7 2015/2019 Retour en France, ils rêvent leur vie et vivent leurs rêves en créant leur marque BESTJOBERS. D'une aventure débutée en Australie, ils explorent désormais le monde entier en continuant de partager leurs coups de cœur avec les personnes toujours plus nombreuses qui les suivent. Photographe et vidéaste, Max saisit la beauté du globe à travers son objectif, tandis qu'Elisa trouve les mots pour vous offrir un moment d'évasion au quotidien. Ils travaillent avec des acteurs et marques du tourisme en France et à l'étranger pour créer du contenu inspirant et leur apporter leur expertise. Ils en profitent pour vous faire découvrir ou redécouvrir des merveilles du monde et de leur jolie France.	7 Utilisation de formules toutes faites « ils rêvent leur vie et vivent leurs rêves ». Le blog est évoqué sous le nom de « marque ». Présentation des deux blogueurs. Répartition des activités : « Photographe et vidéaste, Max saisit la beauté du globe à travers son objectif, tandis qu'Élisa trouve les mots pour vous offrir un moment d'évasion au quotidien ». Utilisation des prénoms. Utilisation du pronom personnel « ils » au pluriel. Le ton n'est plus joueur mais descriptif. « Ils travaillent avec des acteurs et marques du tourisme en France et à l'étranger pour créer du contenu inspirant et leur apporter leur expertise. » => le ton se professionnalise. Plus sérieux. La troisième personne légitime la posture. Acteurs du tourisme. Le « ils » est agissant : « ils rêvent » « ils vivent » « ils explorent » « ils travaillent » « ils en profitent pour ». => acteurs actifs dans l'énoncé. Ceci crée une image de personnes agissantes au cœur de l'action. « Merveilles du monde » « de leur jolie France ». Positionnement et appartenance à la métropole française. Utilisation des adjectifs indéfinis « nombreux » et des articles indéfinis pluriel « des acteurs », emploi du pluriel « leurs rêves », « leurs coups de cœur », « les

		personnes », énumération des activités. => ensemble des procédés communs utilisés pour valoriser une destination. Cette fois, en revanche, l'objet de la valorisation porte sur la présentation de la personne énonciative du couple de blogueurs Elisa et Max, de leur marque.
	8 [zone d'inscription à la newsletter] Rejoignez la Bestjobers Family! Une fois par mois (pas plus!) dans votre boite mail, les news des Bestjobers, les derniers articles et surtout un fond d'écran pour votre smartphone ou ordi avec l'une de nos belles photos! Bises Elisa & Max	8 Ils se désignent par des mots d'emprunts en anglais « Bestjobers Family ». Utilisation du ton enjoué : impératif et phrase exclamative. Prénoms utilisés en signatures et salutations amicales par le terme « Bises ». Les blogueurs se positionnent dans une relation de proximité avec leur public. Base de la transparence. Ton enjoué. Signature personnalisée.
	9 [Instagram] [YouTube] [Facebook] [Twitter]	9 Rappel des liens et des boutons de partage.
Désignation de l'auditoire	1 [photo] Elisa & Max Qui sont les Bestjobers ?	1 La question vise à anticiper les questions que se posent le public des lecteurs du blog et les futurs partenaires commerciaux. Deux types de public, deux enjeux différents au travers d'un même procédé de séduction. «Qui sont les Bestjobers ? » : à quelle source énonciative appartient cette question. L'énonciateur est vraisemblablement la blogueuse qui s'exprime au nom de sa marque « Bestjobers » et au nom de son associé. Néanmoins, la question est posée de telle sorte qu'il semblerait que ce soient les lecteurs qui posent la question.

		Les blogueurs présupposent que les internautes chercheront à attribuer du crédit aux billets de contenus rédigés dans le blog en s'assurant du sérieux des blogueurs. Ce sérieux semble être évalué en fonction de la maîtrise technique des outils multimédias : fonctionnalité et ergonomie du blog ; présence sur plusieurs réseaux sociaux, maîtrise des codes de pratiques des usages (barre de navigation, billet de présentation, transparence de la démarche, présentation des liens commerciaux) etc. La vidéo donne davantage de crédits au contenu du blog puisque les blogueurs s'exposent dans une vidéo.
	2 [Vidéo YouTube « Le divan des Bestjobers / On répond à vos questions »]	2 En utilisant une vidéo, les blogueurs dynamisent leur contenu et leur présentation. Dans la vidéo postée durant le confinement en avril 2020, les blogueurs expliquent leur rencontre, leurs parcours et se définissent comme des « créateurs de contenu ». Ils évoquent des contrats mais sans spécifier nommément les acteurs du tourisme. Implicitement comme le premier voyage a été fait en Australie et a été sponsorisé par les organismes du tourismes australiens et que les blogueurs affirment avoir voulu poursuivre cette expérience dans d'autres pays, on comprend que le terme contrat désigne les partenaires commerciaux, les

		acteurs institutionnels et commerciaux du monde du tourisme. « le montage, la réalisation de vidéos est beaucoup demandé dans le secteur touristique » ; « des placements sur Instagram », « on va nous demander de parler d'un produit qu'on aime » (9 :08 min). Évoque les *slows tourisme*.
	3 2010 L'histoire ne débute pas autour du monde mais sous les flashs d'un grand studio de photographie de mode à Paris dans lequel Max travaille aux côtés des photographes les plus connus du milieu (Lindbergh, Demarchelier, Lancrenon…), alors qu'Elisa gère la production des shootings. Du glamour mais aussi de l'impitoyable.	3 En utilisant le terme de l'histoire => instaure un jeu de rôle où les blogueurs font naître un narrateur tiers et où le lectorat est positionné en tant que public passif qui écoute. => le lecteur est un spectateur.
	7 2015/2019 Retour en France, ils rêvent leur vie et vivent leurs rêves en créant leur marque BESTJOBERS. D'une aventure débutée en Australie, ils explorent désormais le monde entier en continuant de partager leurs coups de cœur avec les personnes toujours plus nombreuses qui les suivent. Photographe et vidéaste, Max saisit la beauté du globe à travers son objectif, tandis qu'Elisa trouve les mots pour vous offrir un moment d'évasion au quotidien. Ils travaillent avec des acteurs et marques du tourisme en France et à l'étranger pour créer du contenu inspirant et leur apporter leur expertise. Ils en profitent pour vous faire découvrir ou redécouvrir des merveilles du monde et de leur jolie France.	7 « qu'Elisa trouve les mots pour vous offrir un moment d'évasion au quotidien. » => l'objectif annoncé est donc d'offrir **un peu de rêve** à travers les reportages photos et les récits**. Idée « évasion du quotidien ».** **Utilisation de la deuxième personne du pluriel pour désigner les lecteurs du blog. Une personne collective.** Les blogueurs proposent à leurs lecteurs un « peu de rêve » => cela suppose que les **blogueurs présupposent que leurs lecteurs n'ont pas beaucoup de rêve ?** « les mots pour vous offrir un moment d'évasion du quotidien » : reprise du lexique des écrits touristiques.

		⇨ Présuppose que les lecteurs du blog ont besoin de s'évader par le pouvoir du visuel (mots et photos) de leur quotidien. **Les blogueurs souhaitent faire cadeau / offrir à leurs lecteurs = un cadeau est gratuit.** Message ambigüe puisque le contenu qui est proposé aux internautes n'est pas gratuit. L'internaute offre en échange de son attention aux blogueurs qui après peut la quantifier et la valoriser auprès de ses sponsors / partenaires commerciaux. ⇨ Message ambigu sur la finalité du partage du contenu. Image du lecteur qui a besoin d'un peu de rêve = son quotidien ne fait pas rêver. C'est un lecteur noyé dans un collectif incarné par la marque de la 2ème pers du plur. « vous ». Une figure passive qui attend d'être sauvée par d'autres individus plus actifs. Une figure d'auditoire qui aurait besoin de s'offrir par la lecture des moments d'évasion pour supporter un quotidien nécessairement lourd. => c'est un travailleur, de moyenne classe, français soumis aux duretés du quotidien.
	8 [zone d'inscription à la newsletter] Rejoignez la Bestjobers Family! Une fois par mois (pas plus!) dans votre boite mail, les news des Bestjobers, les derniers articles et surtout un fond d'écran pour votre smartphone ou ordi avec l'une de nos belles photos! Bises Elisa & Max	8 Utilisation de la deuxième pers du plur. « rejoignez » / « votre boite mail » => le lecteur est considéré individuellement et simultanément collectivement. **L'auditoire semble donc représenter une figure de collectif relativement homogène composé d'individus se ressemblant.**

		Injonction : temps de l'impératif et utilisation de la phrase exclamative. Tournures injonctives **propres à la publicité.** => **énumération des bénéfices, ton enjoué / exalté marqué par le cumul (énumération), par le pluriel « nos belles photos », « les derniers articles ».** Les adjectifs « derniers », « belles ». **Salutation de « bises » et les emplois des prénoms ne s'adressent pas à des inconnus, ni à des membres de la famille mais à des amis proches.** ⇨ **L'auditoire est perçu comme proche et bienveillant. Volonté d'établir une relation de proximité et de sympathie avec les lecteurs.** ⇨ **La relation de sympathie permet à la différence de la relation professionnelle des écarts par rapport à l'authenticité, à la véracité des propos et par rapport au niveau de langage employé.** ⇨ **L'emploi des prénoms et du terme « bises » présuppose l'existence d'une relation d'amitié, de sympathie ou de proximité. Or c'est un billet de premier contact. En établissant cette forme relationnelle comme existant déjà, les blogueurs renforcent leurs liens avec leur auditoire. Les blogueurs contraignent les lecteurs à ce type de relations et aux règles de convenance qui lui sont**

		propres. Il sera beaucoup plus difficile d'être exigeant ou critique avec les propos des blogueurs dans leurs billets si les lecteurs entretiennent une relation affective avec les blogueurs. Ce serait en effet une mise en danger de leur relation. Dans une relation d'amitié récente il n'est pas permis d'être trop exigeant ou franc sous peine de voir le lien se distendre.
	9 [Instagram] [YouTube] [Facebook] [twitter]	9 Les lecteurs sont désignés ici par leur rôle d'internaute navigant sur plusieurs réseaux sociaux.
Désignation du voyage dans le blog	3 2010 L'histoire ne débute pas autour du monde mais sous les flashs d'un grand studio de photographie de mode à Paris dans lequel Max travaille aux côtés des photographes les plus connus du milieu (Lindbergh, Demarchelier, Lancrenon…), alors qu'Elisa gère la production des shootings. Du glamour mais aussi de l'impitoyable.	3 Référence au voyage : « l'histoire ne débute pas autour du monde » => construction qui laisse entendre que les blogueurs vivent une **histoire** autour du monde. Le verbe **débuter à la forme négative instaure ce point de référence dans le temps présent de rédaction du billet.** Les blogueurs s'ancrent dans le présent narratif, dans la situation narrative actuelle qui est décrite par cette négation « elle est donc arrivée aujourd'hui à être une histoire **autour du monde** ». Le voyage auquel les blogueurs font référence ici est donc caractérisé par sa longueur (une histoire qui ne débute pas mais qui continue) et qui s'inscrit dans le temps. En évoquant un point de départ => une continuité. Localisation du début de l'histoire dans une ville supposée connue de tous « Paris ».

	4 2013 La vie parisienne les étouffe et leur vie bascule lorsqu'Elisa remporte le célèbre concours du Best Job in the World, parmi 300 000 candidats du monde entier, notamment grâce à cette vidéo envoyée un jour gris de mars…	4. La ville de départ est caractérisée par ses stéréotypes de « glamour », d'« impitoyable », de grands noms, par l'image de la vie « parisienne » qui peut éblouir mais aussi « étouffer ».
	6 2013/2014 Elisa, la Jurassienne devient Park Ranger en Australie, elle embarque dans son sac Max, son photographe. Ils vivent des aventures uniques à l'autre bout du monde qu'ils partagent sur leur blog Australie [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse https://www.elisathebestjobintheworld.com/] et réseaux sociaux.	6 Localisation par l'appartenance à une région de France. « la Jurassienne ». « en Australie » localisation de la première destination par nomination du nom du pays. **« embarque dans son sac Max » => « son sac » peut faire référence au lexique employé pour évoquer les aventuriers ou les explorateurs qui voyagent avec peu d'affaires et souvent juste un sac à dos.** ⇨ **Le verbe « embarquer » porte aussi dans son signifié l'idée de bateau, de navire, d'aventures, de voyages imprévus propres au discours du voyage et se distinguant du discours touristique.** ⇨ **Construction d'un ethos d'explorateur ?** Le voyage est aussi décrit par « des aventures uniques » => **article défini pluriel, terme d' « aventures » propre à l'imaginaire du voyage comme le terme « unique » d'ailleurs. Le terme « unique » vise à créer une singularité de l'expérience qui donc distinguerait le voyageur du touriste de masse ?**

		« à l'autre bout du monde » => on entretient l'image de l'explorateur. Or l'Australie est un pays développé et industrialisé. Lointain par rapport à la France certes. L'hyperlien redirigeant sur un autre blog permet de redynamiser celui-ci. Deux sites web qui traitent de deux moments de la vie des blogueurs différents mais qui se font échos.
	7 2015/2019 Retour en France, ils rêvent leur vie et vivent leurs rêves en créant leur marque BESTJOBERS. D'une aventure débutée en Australie, ils explorent désormais le monde entier en continuant de partager leurs coups de cœur avec les personnes toujours plus nombreuses qui les suivent. Photographe et vidéaste, Max saisit la beauté du globe à travers son objectif, tandis qu'Elisa trouve les mots pour vous offrir un moment d'évasion au quotidien. Ils travaillent avec des acteurs et marques du tourisme en France et à l'étranger pour créer du contenu inspirant et leur apporter leur expertise. Ils en profitent pour vous faire découvrir ou redécouvrir des merveilles du monde et de leur jolie France.	7 Termes de « rêve » est décliné en tant que verbe et de substantif. « d'une aventure débutée en Australie » « ils explorent désormais le monde entier » : verbe « explorer » => **ethos d'explorateur.** **Amplitude de l'action « explorateur du monde » qui a vocation à l'exhaustivité adjectif « entier ».** Utilisation de **l'article** « le » qui englobe en une seule unité la diversité et la pluralité du monde. On retrouve cet emploi de **l'article défini singulier avec « la beauté du globe »**. Le monde est **une unité, un tout, un espace fermé.** « Saisir la beauté du globe » : le verbe « saisir » est associé à l'idée physique d'attraper, de pouvoir détenir quelque chose => les blogueurs ont un pouvoir d'action sur le monde. « la beauté du globe » / « merveilles du monde » / « jolie France » : présuppose que les

		auteurs et les lecteurs partagent l'idée selon laquelle le globe dispose d'attributs qui lui permettent de bénéficier de cette qualité esthétique**. Le syntagme indique aussi que la mission des blogueurs n'est pas d'explorer le monde pour l'observer et en rendre compte tel qu'il est mais pour prendre possession de ses aspects considérés comme « beaux ». Quel est le consensus autour de ce qui constitue le beau / la beauté du globe ? Vérité n'est pas l'objectif seulement ce qui est considéré comme beau. Mais selon quel groupe ?** **« Un moment d'évasion au quotidien » = évasion = discours touristique / idée du « moment » qui revient aussi dans la parenthèse du voyage dans le discours touristique.** « En France et à l'étranger » : **référence au pays d'origine des blogueurs sur la France. La France comme centre de référence géographique / inclusion et exclusion « à l'étranger ». Dedans et dehors.**
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	5 [image « The best jobs in the world – There's nothing like Australia »] [vidéo – YouTube « The best Jobs in the World Australia 2013] … mais aussi après 3 mois de compétition et de sélection intense, qu'ils racontent notamment dans leur livre *Australie, nos 100 coups de cœur, l'aventure du Best Job in the World, sorti en librairie en Mars 2018 aux Editions Nomades*.	5. Les hyperliens internes dynamisent le contenu.
	6	6

	2013/2014 Elisa, la Jurassienne devient Park Ranger en Australie, elle embarque dans son sac Max, son photographe. Ils vivent des aventures uniques à l'autre bout du monde qu'ils partagent sur leur blog Australie [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse https://www.elisathebestjobintheworld.com/] et réseaux sociaux.	Les hyperliens externes dynamisent le contenu des blogueurs sur d'autres sites web dont ils sont à l'origine.
	7 2015/2019 Retour en France, ils rêvent leur vie et vivent leurs rêves en créant leur marque BESTJOBERS. D'une aventure débutée en Australie, ils explorent désormais le monde entier en continuant de partager leurs coups de cœur avec les personnes toujours plus nombreuses qui les suivent. Photographe et vidéaste, Max saisit la beauté du globe à travers son objectif, tandis qu'Elisa trouve les mots pour vous offrir un moment d'évasion au quotidien. Ils travaillent avec des acteurs et marques du tourisme en France et à l'étranger pour créer du contenu inspirant et leur apporter leur expertise. Ils en profitent pour vous faire découvrir ou redécouvrir des merveilles du monde et de leur jolie France.	7 Présentation des actions d'interventions dans les conditions de production du contenu (discursif et sémiotique) = partenariats commerciaux « Ils travaillent avec des acteurs et marques du tourisme en France et à l'étranger pour créer du contenu inspirant et leur apporter leur expertise. ».
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Présenter Justifier Expliquer.	

Grilles d'analyse B7 – P1 - SECTION COMMENTAIRES

Il n'y pas de commentaires possibles dans l'encart.

2.16. Grille d'analyses B8 – P1 – Section [À propos de nous] – À propos de nous

Document : B8 – P1 – Section [À propos de nous] – « À propos de nous ».

Date de consultation : 24 septembre 2019.

Source : https://www.uncoupleenvadrouille.fr/a-propos-de-nous/

Description de l'organisation de la page internet

L'organisation est standard et est conforme à la description de la page d'accueil du site. On retrouve donc :

- Une barre de navigation et de partage en bandeau gris clair qui reste apparente quel que soit la localisation du lecteur sur la page ;
- L'en-tête de présentation du blog d'« un couple en vadrouille » avec son nom de blog, son image, ses sous-titres et son logo ;
- Le billet « À propos de nous » se concentre sur la section centrale et gauche de la page ;
- Le module vertical sert à reprendre les sections de présentation des blogueurs, à présenter des propositions d'actions de suivi sur les réseaux sociaux et de consultation de panneaux publicitaires, à informer le lecteur des prochaines destinations prévues dans l'agenda du couple ainsi qu'à partager la liste des billets les plus consultés ;
- La zone de fin de page reprend des propositions de partage du contenu du blog sur les réseaux sociaux et le rappel des droits d'auteurs.

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

L'unique photo du billet est une photo de face d'un jeune couple qui sourit.

On observe en arrière-plan, un pont dont les caractéristiques pourraient rappeler les ponts américains. La localisation est confirmée par différents indices : la présence d'un taxi jaune, de grattes ciels et d'une rivière symboles pouvant évoquer les New York.

Le couple est présenté avec un sac-à-dos et des lunettes de soleil évoquant a minima la balade. Les lunettes visent à évoquer l'un des symboles du voyage plutôt qu'une volonté de rester anonyme puisque des photos montrant le visage des deux blogueurs sont présentes sur le blog.

Les éléments iconiques ne forgent pas la représentation d'un globetrotteur seul à la découverte de la planète mais d'un couple de citadins découvrant un des lieux touristiques les plus prisés de l'hémisphère nord occidentale : New York.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyses du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes

Désignation du blogueur / de la blogueuse	« À propos de nous»	La locution prépositionnelle « À propos de » est utilisée régulièrement dans les blogs sous sa forme tronquée « à propos ». Le pronom tonique de la 1ère pers. du pluriel « nous ». Locution prépositive « à propos de nous ». Le couple désigné par le terme « nous » est mis en avant. La première personne du pluriel domine les paragraphes du billet.
	« Rester c'est exister, mais voyager c'est vivre. Telle est <u>notre</u> ligne de conduite »	On note 5 apparitions de la marque de la première personne du pluriel avec différentes significations : **Désignation du couple** via : > des adjectifs possessifs (« notre ligne », « nos ambitions »), > Le pronom complément direct « nous » dans « des plaisirs qui nous unissent » ; > Le pronom indéfini « on » à valeur de « nous » => « dès que l'on peut » ; > « nous » de généralité englobant dans la désignation un énonciateur collectif composé des auteurs, des lecteurs et plus largement visant le genre humain. Différentes formes du morphème « voyage » sont reprises dans les quatre paragraphes de présentation. **Une définition du voyage est proposée à travers ces éléments** : - Dans la phrase « rester c'est exister mais voyager c'est vivre » : Ainsi « voyager » est mis en opposition par la conjonction adversative « mais » avec le verbe rester. Voyager est donc synonyme de l'antonyme de rester : partir. « Exister » est mis en opposition par la construction de la phrase au verbe « vivre ». Or, « vivre » compte parmi ses synonymes

	« Découvrir de nouveaux horizons, aller au contact d'autres civilisations, s'émerveiller devant la beauté des paysages de la planète… des plaisirs qui <u>nous unissent</u> depuis plus de 5 ans ».	« exister ». La mise en opposition de « vivre » et d' « exister » pourrait suggérer que « exister » est synonyme de « mourir » qui est l'antonyme de « vivre ». Le parallélisme de la construction des deux parties de la phrase [Verbe à l'infinitif c'est + verbe à l'infinitif] et leur mise en miroir par l'emploi de « mais » est impactant et sert d'accroche à la présentation. La construction de la phrase laisse entrevoir que l'unique solution pour vivre et ne pas mourir serait de partir, de ne pas rester et donc de voyager. L'écriture de « Telle » est fautive ici. C'est un attribut qui mis ainsi en début de phrase a une valeur démonstrative et renvoie à ce qui a été dit précédemment : telle est ma devise par exemple. 2ème paragraphe, voyager serait une suite d'actions (« Découvrir », « aller au contact », « s'émerveiller ») qui permettrait de ne pas « stagner » dans un même lieu non seulement géographique mais aussi intellectuel. En effet, dans les syntagmes « de nouveaux horizons », « d'autres civilisations », « s'émerveiller devant des paysages » qui utilisent l'emploi du pluriel et les adjectifs « nouveaux » et « autres » ce sont les dimensions géographiques et culturelles du voyage qui sont soulignées. L'émerveillement n'est pas provoqué par la routine du quotidien mais bien par la pluralité de qui est différent dans le monde. En creux, c'est l'association d'idées de l'accroche initiale qu'on retrouve ici : voyager c'est partir d'un état de connaissance (géographique ou de soi) vers un autre état. C'est donc une sorte d'image de voyage initiatique qui se dessine dans ces associations d'idées.

		« [...] ... des plaisirs qui nous unissent depuis plus de 5 ans ». Le thème du voyage qui est décliné dans ce paragraphe devient l'agent unificateur du couple sous l'égide du « plaisir » procuré. Par construction le « voyage qui est le thème principal du 1er paragraphe est associé à la découverte, à la rencontre et à l'émerveillement dans le 2ème paragraphe. Ces propriétés du voyage sont à leur tour définies comme « plaisirs ». Le pouvoir unificateur du voyage est évoqué dans ces différentes associations. « Nous sommes heureux parce que nous voyageons ». Utilisation du présent (« des plaisirs qui nous unissent depuis 5 ans ») pour souligner que le pouvoir du voyage a débuté dans le passé et se poursuit dans le présent. Construction du paragraphe bizarre : à la troisième personne du singulier sans effet d'humour. L'individualité des deux blogueurs est évoquée ici par la mention de leurs prénoms respectifs, de leurs fonctions professionnelles, de leur tranche d'âge. Ces caractéristiques sociodémographiques sont assez étonnantes dans les habitudes de présentation qui normalement pointent les villes d'origine et la naissance du goût pour le voyage. Leur individualité n'est évoquée que pour souligner leur participation à l'unité du couple « Mickaël [...] et Mylène [...] forment un couple [...] » et leur plaisir commun. L'activité du partage du blog voyage est évoquée ici via également la notion de plaisir. Notion qui peut donc être ici employée : - pour être définitoire du thème « voyage » ; - en tant qu'agent opérant le processus d'unification du couple ; - en tant que synonyme dans les constructions équivalentes « et qui ont pour loisir » / « et qui
	« Mickaël, employé dans la parfumerie et Mylène, chargée de communication, forment un couple dans la vingtaine et ont pour plaisir de partager leurs	

	bons-plans et coups de cœur voyages. » « Nos ambitions premières sont de voyager et de profiter de la vie dès que l'on peut car nous ne savons pas de quoi sera fait demain. »	apprécient de partager » / « et qui aiment partager ». « Leurs bons plans et coup de cœur voyages » : l'expérience personnelle et la recommandation via le blog des blogueurs est évoquée ici. Le blog est donc un moyen de partage de l'expérience acquise sur le terrain via des conseils et des recommandations et qui répond à un plaisir / désir commun au couple. Dans la construction de la phrase « voyager » est mis au même niveau que le segment « profiter de la vie » par la conjonction de coordination (conjonction adjonctive) « et ». On retrouve l'association de l'idée de départ entre le fait de voyager et le fait de vivre. Remarque : construction sémantique extrêmement travaillée avec peu de mises en avant du récit, du blog ou de l'individualité.
Désignation de l'auditoire	« Mickaël, employé dans la parfumerie et Mylène, chargée de communication, forment un couple dans la vingtaine et ont pour plaisir de partager leurs bons-plans et coups de cœur voyages » « Nos ambitions premières sont de voyager et de profiter de la vie dès que l'on peut car	« [...] ont pour plaisir de partager leurs bons-plans et coups de cœur voyages » : La présence de l'auditoire est ici présupposée (déduite de la construction de la phrase). En effet la construction du verbe « partager » dans le sens de « partager quelque chose à quelqu'un » laisse supposer la présence d'un tiers qui n'est pas présent dans l'énoncé ici. Ce n'est qu'implicitement que l'activité du blog et la présence des lecteurs – scripteurs est évoquée. Dans le « nous » de généralisation la présence des lecteurs-scripteurs est incluse mais n'est pas clairement désignée.

	nous ne savons pas de quoi sera fait demain. »	
Désignation du blog	« Mickaël, employé dans la parfumerie et Mylène, chargée de communication, forment un couple dans la vingtaine et ont pour plaisir de partager leurs bons-plans et coups de cœur voyages. »	L'activité du blog est évoquée implicitement dans la construction de la phrase puisque le plaisir de partager se réalise via un medium, ici le blog. Les auteurs utilisent un sous-entendu : en effet c'est le contexte de la page de présentation des auteurs sur le blog nous permet de reconstruire l'intégralité du message. Le contenu du blog est évoqué dans le complément d'objet directe du verbe partager et met en valeurs le retour d'expériences individuelles. « Bons plans » « coups de cœur voyages » : termes très utilisés dans l'univers des blogs voyages mais aussi dans les guides touristiques du type guide du routard.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	N/A	N/A
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Présenter Expliquer Convaincre	

Grille d'analyses B8 – P1 - SECTION COMMENTAIRES

Pas de zone de commentaires ouverte.

2.17. Grille d'analyses B8 – P2 – Encart module vertical [À propos de nous]

Document : B8 – P2 – Encart module vertical [À propos de nous].

Date de consultation : 25 septembre 2019.

Description de l'organisation l'encart de présentation ;

L'encart de présentation « à propos de nous » fait partie du module vertical apparaissant sur l'ensemble des pages et billets du blog. Cette section est constituée d'un titre et d'une photo identiques à ceux du billet de présentation décrit dans le document *Grille d'analyse - B8 – P1 – Section [À propos de nous] – « Â propos de nous »* et d'un paragraphe court de présentation du blog et de ses auteurs.

Description de l'utilisation des photos et des vidéos ;

La photo, dans cet encadré, sert à illustrer le sens du texte comme précisé dans le document *Grille d'analyse – B8 – P1 – Section [À propos de nous] – « Â propos de nous »*.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 « À propos de nous » « Jeune couple vadrouilleur dans la vingtaine originaire d'Ile de France qui partage une passion commune depuis leur rencontre le 31 mars 2012 : voyager »	1 La locution prépositionnelle « À propos de » est utilisée régulièrement dans les blogs sous sa forme tronquée « à propos » et sert à identifier dans le blog la section de présentation des auteurs et/ou du blog. Ici, c'est le couple désigné par le terme « nous » qui est mis en avant dans toutes les sections de présentation (barre d'en-tête, encart de présentation, titre du billet de présentation). La présentation est centrée autour du couple. C'est le couple qui est l'auteur du blog puisque c'est le couple qui est placé en tant que sujet de la phrase. Les adjectifs concernant l'âge tels que « jeune » et « dans la vingtaine » et la qualification de « vadrouilleurs »

		dessinent l'image d'un couple jeune et sympathique. La localisation dans la région parisienne sans précision de la ville ou du département ne pousse pas à la précision du profil. On peut se poser la question si ce manque de précision correspond à une volonté d'anonymisation de leur identité civique ou bien à une stratégie pour cibler le plus de lecteurs possibles. Le « nous » « d'une manière générale exprime une personne amplifiée et diffuse » (Benveniste, 1966 : 234-235) cité par (Maingueneau, 2013 : 131). La précision porte sur la date de leur rencontre qui, à l'inverse de la présentation du profil, est très précise : le 31 mars 2012. L'image du couple est continuellement présente dans ce premier paragraphe : elle est évoquée par les termes de « jeune », de « vadrouilleurs », « dans la vingtaine », « originaire de l'Île de France », « leur rencontre ». Le champ lexical autour du couple est aussi développé dans les termes du « partage », de la « passion commune ». La construction de la phrase sur le mode de la définition qui se conclue par les deux points et un seul mot « voyager » donne l'impression que toute l'existence du couple ne se justifie que par le voyage.
	2	2 La précision des prénoms s'oppose à la généralité du profil du couple. La répartition des tâches est connotée : l'auteure est officiellement celle qui rédige les billets et les mises en scènes photographiques sont gérées par son conjoint masculin qui « se cache »

	« Quand Mylène vous raconte leurs aventures aux 4 coins du globe, Mickaël, lui, se cache derrière la caméra pour capturer chaque instant »	derrière la caméra. Répartition que j'ai retrouvée aussi chez les Bestjobers (hypothèse répartition classique) dans l'organisation des tâches du blog : la conjointe rédige les billets et gère le blog tandis que le conjoint s'occupe du contenu photographique. La blogueuse « raconte » à l'auditoire « leurs aventures » et le blogueur lui « montre » son activité à l'auditoire. Les deux blogueurs sont présentés comme étant actifs dans l'activité du blog mais la blogueuse sert les intérêts du couple à plusieurs niveaux : en vivant en couple le voyage et en faisant vivre la passion du couple pour le partage de leurs aventures dans le blog. Le blogueur vit aussi son couple à travers le voyage mais réalise une activité individuelle qui sert par sa finalité les intérêts du couple : fournir du contenu pour les lecteurs du blog voyage.
	« Dans ce blog qui est notre carnet de voyage, découvrez bons-plans, conseils et coups de cœur d'un couple en vadrouille »	L'individualité du couple n'est présentée ici que pour servir l'intérêt de la passion commune. Même l'effet de simultanéité, provoquée par la construction de la phrase « Quand Mylène vous raconte [...], Mickael, lui, se cache [...] », évoque un partenariat parfait bien chorégraphié entre les deux auteurs. Le blog est le lieu de dépôt de leurs aventures, leur carnet de voyage.
	« Mylène & Mickaël »	Même le prénom des deux auteurs semble créer l'harmonie vocalique [**mi**lɛn] et [**mi**kaɛl].
Désignation de l'auditoire	« Quand Mylène <u>vous</u> raconte leurs aventures aux 4 coins du globe, Mickaël, lui, se cache derrière la caméra pour capturer chaque instant »	L'auditoire est envisagé comme un sujet collectif. Le « vous » dans la construction de la phrase assigne une place fixe et passive à l'auditoire. Le présent (valeur ?) est utilisé dans les verbes « raconte », « se cache ».

	« Dans ce blog qui est notre carnet de voyage, découvrez bons-plans, conseils et coups de cœur d'un couple en vadrouille »	Impératifs, discours promotionnels mis en avant. « bons-plans, conseils et coups de cœur » : la pluralité est mise en avant ainsi que les bénéfices à tirer de la lecture des billets du blog pour les futurs voyageurs. Un gain économique « bon-plans ». Un gain de temps en suivant les conseils formulés pour éviter les écueils de tout voyage et en suivant les suggestions de destinations « les coups de cœur ».
Désignation du blog	« Quand Mylène vous raconte leurs aventures aux 4 coins du globe, Mickaël, lui, se cache derrière la caméra pour capturer chaque instant » « Dans ce blog qui est notre carnet de voyage »	Le blog est présenté comme un carnet multimédia dans lequel le couple « vous raconte leurs aventures » et vous permet de voir « chaque instant » du voyage. Le blog est défini ici par le « carnet de voyage » du couple.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	N/A	N/A
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Présenter, Expliquer, Cibler.	

Grilles d'analyse B8 – P2 - SECTION COMMENTAIRES

Pas de commentaires.

3. Exemple B1 de documents d'analyses des billets de contenu

3.1. Grille d'analyse B1 – A1 – Awkward questions / Les questions qui fâchent quand on s'expatrie

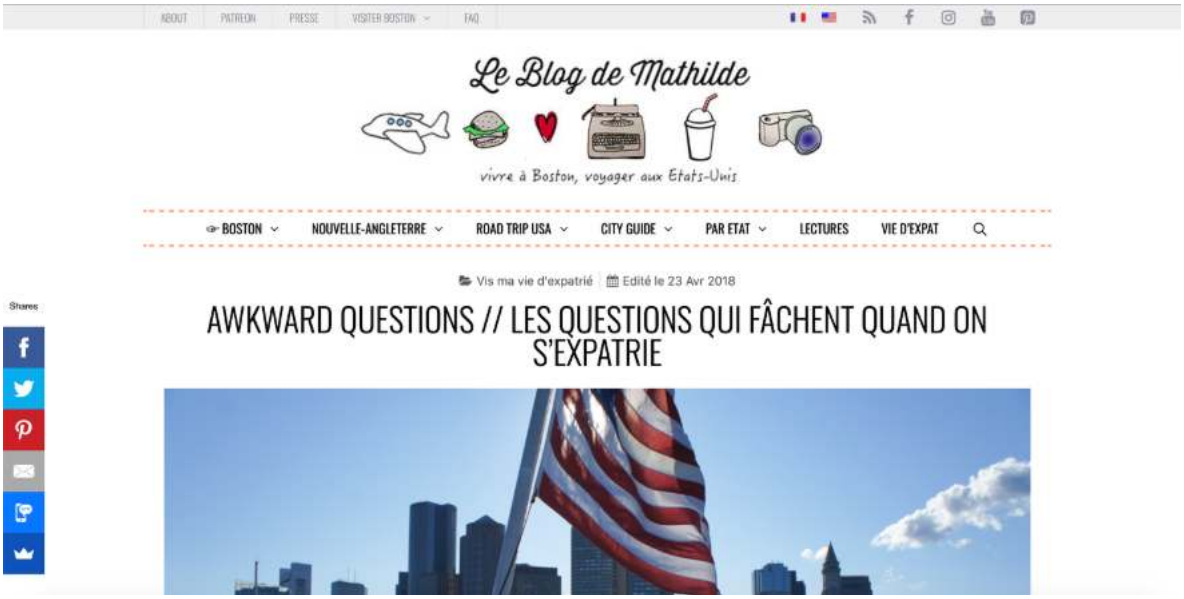
Date de publication : 23 avril 2018 (réédition. Date du premier commentaire : 14 novembre 2011).

Date de consultation : 9 août 2019 -17 novembre 2020.

Source : https://www.maathiildee.com/awkward-questions1/

Description de l'organisation de la page internet

Capture d'écran 1/ 9 :

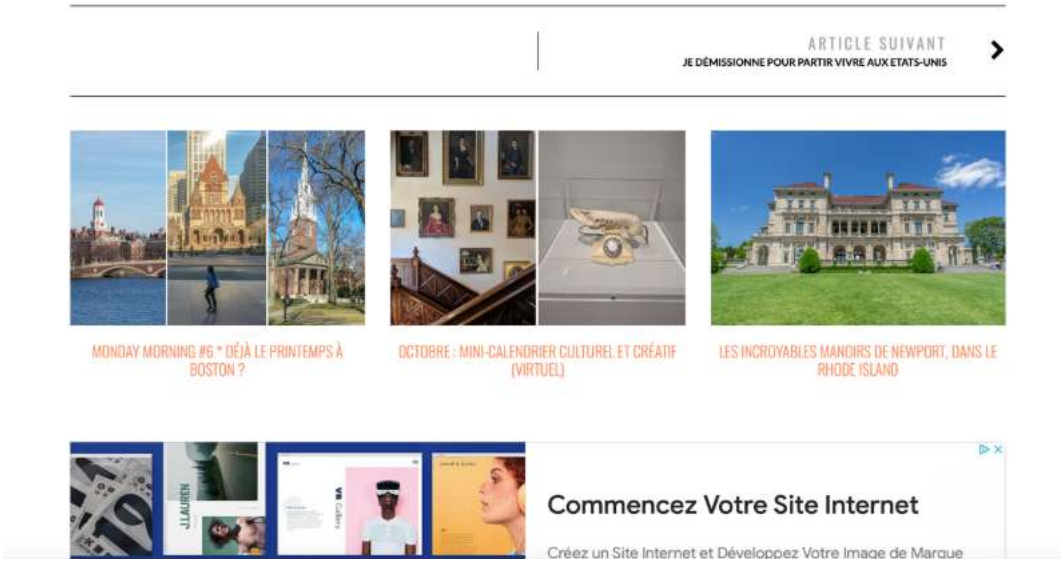


Capture d'écran 2/ 9 :

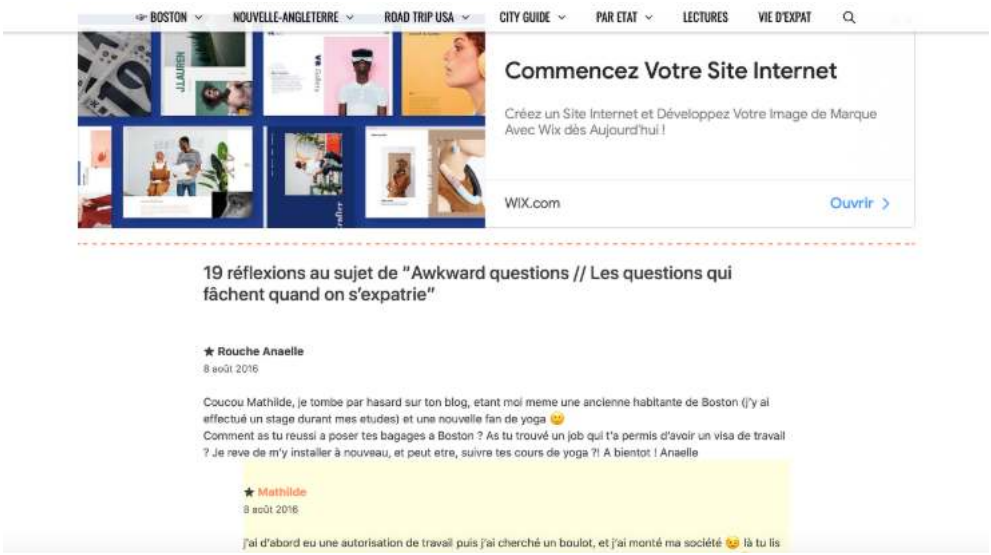
Capture d'écran 3/ 9 :

Capture d'écran 4/ 9 :

Capture d'écran 5/ 9 :

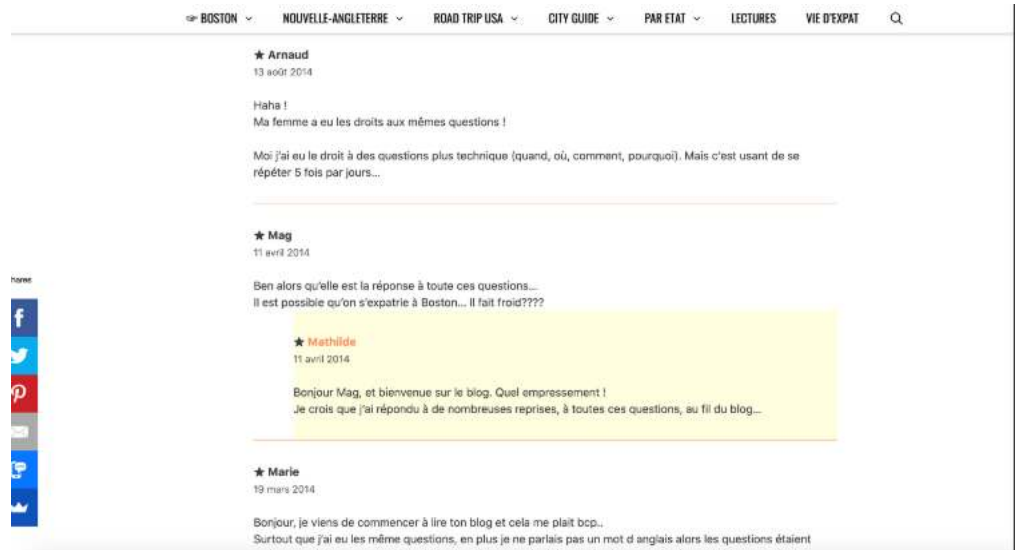


Capture d'écran 6/ 9 :

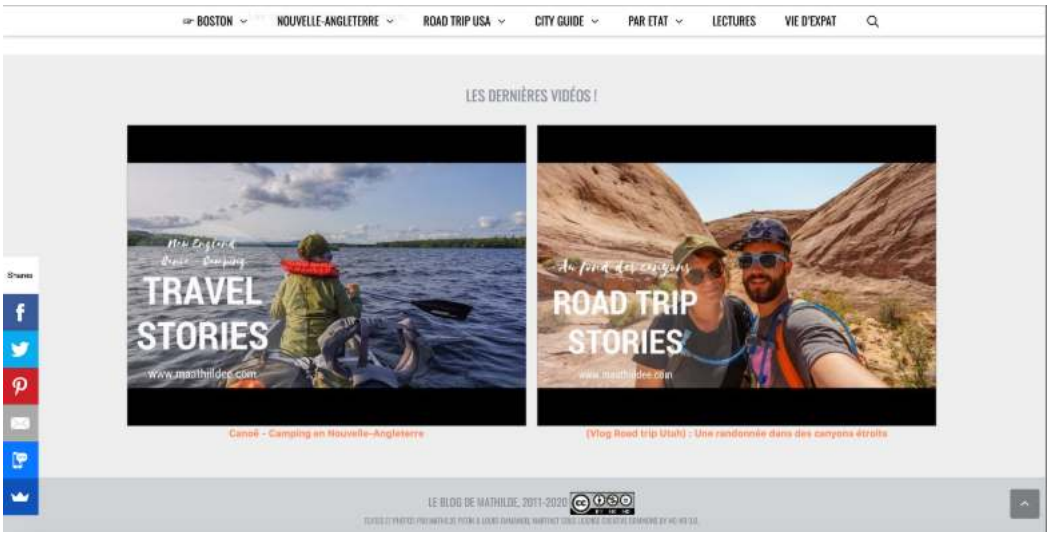


Capture d'écran 7/ 9 :

Capture d'écran 8/ 9 :



Capture d'écran 9/ 9 :



Organisation standard :

- Barre de navigation et de partage en bandeau gris clair ;
- En-tête de présentation du blog de Mathilde avec image et sous-titre ;
- Barre de navigation dans les sections thématiques du blog ;
- Dossier ouvert « Vis ma vie d'expatrié » / Édité le 13 novembre 2011 » ;
- Titre ;
- Photo d'une ville depuis un bateau avec en premier plan un drapeau américain ;

- Publicité ;

- Une image humoristique ;

- Billet du blog ;
- Barre de boutons de partage ;
- Encadré / Bandeau de présentation de l'auteure du blog ;
- Proposition de lire l'article suivant ;
- Suggestions photos et légendes de trois articles avec leurs liens respectifs ;
- Zone des commentaires. Les commentaires sont fermés (il n'est plus possible d'ajouter de nouveaux commentaires).

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

Les photos sont utilisées de façon illustrative et humoristique dans ce billet.

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	« Akward questions // Les questions qui fâchent quand on s'expatrie»	Utilisation d'un mot d'emprunt anglais langue du pays d'expatriation. Les questions qui fâchent l'auteure et probablement les lecteurs qui se trouvent avoir vécu ou vivant une situation similaire au moment d'une expatriation. Les questions : au pluriel, il y aurait donc une foule de questions qui pourraient énerver le ou la futur(e) expatrié (e) avant le voyage. (Identifier les inquiétudes de l'auditoire sur la base de sa propre expérience = > guide) Qui posent les questions qui fâchent ? L'actant du verbe, la personne qui pose les questions n'apparaît pas dans cette formulation. Or il s'agit probablement et indirectement de l'entourage de l'auteure. Accusation / reproche indirecte. Utilisation du pronom indéfini « on » englobe tous les futurs et anciens expatriés.

Désignation du blogueur / de la blogueuse	1 « Les questions qui fâchent » « Quand on s'expatrie » 2 « Photo prise à Boston en septembre 2011 : on y va ou pas ? » Ca y est ! C'est décidé, on part aux États-Unis. Mais alors qu'on s'attendait à un peu de soutien et d'encouragements de la part de la famille et des amis, on doit faire face à de bien étranges questions… Tu démissionnes, et la retraite tu y penses ? Tu vas faire quoi là-bas ? Femme au foyer ? Boston ? C'est une ville très européenne, tu ne seras pas dépaysée… à quoi	L'auteure du blog ne se désigne pas directement. Sa présence est suggérée dans la formulation. «Qui est « on » ? Ici l'auteure s'inclut dans ce groupe de personnes ayant vécu ou vivant une expatriation. Il est supposé que l'auditoire soit à même de comprendre ce type de partage soit en faisant partie du groupe des expatriés (ou en faisant bientôt partie du groupe des expatriés) soit en faisant partie de l'entourage de la personne qui émigre ou qui va émigrer. Qui est derrière le « on » : La formulation interrogative laisse penser soit qu'il s'agit de deux personnes qui se posent la question de savoir s'ils vont s'expatrier ou non à Boston (ici l'auteure et son mari) soit que la question pourrait être posée par les lecteurs du blog. Point d'exclamation. Style directe et registre familier. Utilisation du pronom indéfini « on » pour désigner le couple formé par l'auteure et son conjoint. Formulation indirecte : la décision est prise « c'est décidé ». En réalité ce sont l'auteure et son conjoint qui ont pris la décision. « On s'attendait à » / « on doit faire face » : le couple est au centre de la narration dans les désillusions et dans les actions. Les questions sont formulées uniquement à l'attention de l'auteure qui est une femme et qui va démissionner de son poste pour suivre son mari aux USA. Si ce fait n'est pas précisé c'est la déduction que le lecteur est amené à faire en lisant la liste de questions.

	bon partir ?! Boston ? Tu sais qu'il fait très très froid là-bas ? Tu sais que ça coûte très cher de se faire soigner ? Tu ne comptes pas avoir d'enfant là-bas tout de même ? Mais tu vas manger que des hamburgers ? 3 D'abord, prendre une grande inspiration, faire un grand sourire. Et raconter dans ce blog si toutes ces préoccupations étaient légitimes… ¡	
Désignation de l'auditoire	« Photo prise à Boston en septembre 2011 : on y va ou pas ? » [image] « You are leaving in America ? Do you enven speak english ?! »	Question sous-entendue dans la formulation « on y va ou pas ? » : il s'agit de situer le moment du début de l'expatriation pour l'auditoire. Soit que l'auditoire s'identifie dans cette indécision, soit qu'il l'ait déjà vécue. L'image a une vocation humoristique. Il s'agit de tourner en dérision ce qui semble être une question typiquement posée à tout futur expatrié emménageant aux USA : le fait de maîtriser la pratique de la langue anglaise. Le poster reprend l'image d'un américain du 18ème siècle désignant le spectateur du doigt et associant l'image à la phrase en anglais « parlez-vous au moins l'anglais ?! » avec une interrogative et une exclamative. J'ignore quelle utilisation a été faite de cette image mais elle semble être un reproche communément formulé à cette époque aux vagues d'immigration arrivant aux États-Unis. Cette image est une façon indirecte de se moquer des gens qui partagent l'idée qu'il est nécessaire de pratiquer une langue pour aller vivre dans un pays. Le reproche est donc formulé de façon moins agressive via l'utilisation de l'image.

	Mais alors qu'on s'attendait à un peu de soutien et d'encouragements de la part de la famille et des amis, on doit faire face à de bien étranges questions…	« Mais » conjonction adversative + « on » + verbe à l'imparfait : description d'un état qui n'a pas eu lieu. « On doit faire face » : répondre à / on fait face à des obstacles ; « Bien étranges questions ... » : des questions qui ne semblent pas être justifiées selon les croyances de l'auteure. Des questions qui sont dérangeantes pour l'auteure dans ce qu'elles sous-entendent. Des questions qui révèlent un univers de croyance auquel l'auteure ne semble pas adhérer. Une rupture entre le milieu de la famille et des amis est déjà présente ici avant même qu'il n'y est la présence de la distance géographique. La connivence via identification suggérée par ce billet ne fonctionne que si l'univers de croyance de la blogueuse est commun à celui de son auditoire. Son lectorat devrait se reconnaître dans la liste des questions qui ont été faites à la blogueuse.
	Tu démissionnes, et la retraite tu y penses ? Tu vas faire quoi là-bas ? Femme au foyer ? Boston ? C'est une ville très européenne, tu ne seras pas dépaysée… à quoi bon partir ?! Boston ? Tu sais qu'il fait très très froid là-bas ? Tu sais que ça coûte très cher de se faire soigner ? Tu ne comptes pas avoir d'enfant là-bas tout de même ? Mais tu vas manger que des hamburgers ?	L'emploi du tutoiement laisse entendre que ce sont des proches qui sont à l'origine de ces questions. Les préoccupations de l'entourage concernent en priorité le statut social de l'auteure : sa sécurité professionnelle, son indépendance économique et quasi politique (la crainte de devenir une « femme au foyer »). Les craintes se portent ensuite sur l'aspect exotique et climatique du lieu d'expatriation, donc sur les propriétés considérées comme éloignées du lieu de référence, la France : le climat, les conditions de protection sociale, l'alimentation. Le statut de mère est évoqué également en fin de liste.

Les évidences partagées	« Ca y est ! » « On s'attendait à ... » « de bien étranges questions » Tu démissionnes, et la retraite tu y penses ? Tu vas faire quoi là-bas ? Femme au foyer ? Boston ? C'est une ville très européenne, tu ne seras pas dépaysée… à quoi bon partir ?! Boston ? Tu sais qu'il fait très très froid là-bas ? Tu sais que ça coûte très cher de se faire soigner ? Tu ne comptes pas avoir d'enfant là-bas tout de même ? Mais tu vas manger que des hamburgers ?	Prendre la décision de partir de son pays n'est pas simple. C'est une décision qui demande du temps. Les lecteurs sont des individus intéressés par l'expatriation de Mathilde. Ils ont donc dû vivre ou vivent des déceptions similaires au moment de leur expatriation. Le départ à l'étranger en tant que femme suivant son conjoint soulève des stéréotypes d'ordre culturel et social. La série de questions posées suggère l'existence de stéréotypes autour de l'expatriation féminine : - Être une femme et porter atteinte à son statut professionnel, économique et politique en s'expatriant à l'étranger. - Une femme à l'étranger ne peut rien faire si ce n'est être réduit à son ancien rôle de « femme au foyer » privée de son indépendance politique, économique et sociale. - Partir à l'étranger impliquerait de renoncer à un certain confort et à de nombreuses habitudes qui devraient être compensés par l'exotisme procuré par un tel voyage.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	Néant.	Néant.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Décrire. Reprocher. S'offusquer. Dénoncer. Partager.	

Grilles d'analyse B1 – A1 - SECTION COMMENTAIRES

Dates : 2011 - 2016

Totalité du nombre de commentaires au 28 août 2019 : 19. Les commentaires ont été clôturés en 2016.

Date du billet le plus ancien : 14 nov. 2011.

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Structure du commentaire	C1	C1
	Nom + Prénom	Nom et Prénom
	« Coucou Mathilde, je tombe par hasard sur ton blog, etant moi meme une ancienne habitante de Boston (j'y ai effectué un stage durant mes etudes) et une nouvelle fan de yoga [émoticône content]	Salutation + Prénom B1 Points communs entre l'auteure et la commentatrice : habitante de Boston + passion commune pour le yoga. Utilisation d'un émoticône pour souligner la complicité entre les deux interlocutrices.
	Comment as tu reussi a poser tes bagages a Boston ? As tu trouvé un job qui t'a permis d'avoir un visa de travail ?	Formulation d'une requête. Ton familier + tutoiement.
	Je reve de m'y installer à nouveau, et peut etre, suivre tes cours de yoga ?!	Formulation d'un souhait visant à s'établir de nouveau à Boston. Évocation de la possibilité de suivre les cours de yoga de la blogueuse.
	A bientot !	Salutation avec point d'exclamation. « À bientôt » suggère que le lien restera maintenu entre la blogueuse et la lectrice. Or cette affirmation à une vocation de souhait et non de promesse.

	Anaelle » XXXXXXXXXXXXXXX C2 « J'avais envie de voir comment ça c'était passé pour ton départ (et en même temps je tombe sur le 1er article du blog?! lol), et le moins que l'on puisse dire c'est que c'était sport! lol On a le droit à des questions bizarres lorsque l'on évoque notre envie de tour du monde (qui est sans cesse repoussé), du coup on n'en parle plus! Loool » XXXXXXXXXXXXXXX	Signature par le prénom de la commentatrice. XXXXXXXXXXXXXXX C2 Curiosité Familiarité « lol » / volonté de créer une connivence entre la blogueuse et la commentatrice qui est elle-même blogueuse. Correspondance entre le thème de curiosité de la commentatrice « le départ » et la séquence chronologique des billets postés. Utilisation du tutoiement. Utilisation des exclamations. Reconnaissance de la dureté de l'épreuve de la phase de départ de l'expatriation. Validation du sujet de l'article en associant l'expérience vécue de la blogueuse à celle de la commentatrice qui mobilisent les mêmes référents des « questions bizarres » qui sont adressées à des « on » qui aurait envie de « tour du monde ». La commentatrice reprend à son compte le même angle de formulation de la blogueuse. La volonté de création d'un lien de connivence est forte. XXXXXXXXXXXXXXX

	C3 Prénom. « Je découvre ton blog et j'adore !! Je vis en Caroline du Nord depuis un peu plus d'un an. Mon copain a été expatrié ici pour son boulot, je l'ai suivi. Ce qui m'a le plus marquée dans les réactions à notre départ : celle de mon ex patron, pour qui la Caroline du Nord c'est l'équivalent de la Creuse …. O_o Il devait sûrement être jaloux de se voir rester à St Denis (93) !! Bref, on se plait beaucoup ici, la vie est chouette et quand je lis ton blog je retrouve des questions que je le suis posées [émoticône souriante]. Et notre fils est né ici, un petit américain [émoticône souriante].	C3 Prénom. Pas de salutation Félicitation formulée sous forme exclamative. Exposition de la situation de la commentatrice : elle vit également aux États-Unis dans la même région. Similitude également de la situation sociale : une femme suit son conjoint qui déménage à l'étranger pour des raisons professionnelles. => identification avec la situation personnelle et professionnelle de l'auteure du blog. Partage d'une situation d'incompréhension de l'entourage autre que celle mentionnée dans la liste de questions. « On se plait beaucoup ici » : désigne le couple qui s'est installée. « Quand je lis ton blog je retrouve des questions que je le suis posées » : phénomène de ciblage de l'auteure fonctionne puisque l'identification est validée. La commentatrice retrouve ses propres interrogations dans celles partagées. Évocation de la maternité comme pied de nez au commentaire « vous n'allez pas faire des enfants là-bas quand même » avec la

	Bravo pour ton blog ! » XXXXXXXXXXXXXXX C4 Arnaud « Haha ! Ma femme a eu les droits aux mêmes questions ! Moi j'ai eu le droit à des questions plus technique (quand, où, comment, pourquoi). Mais c'est usant de se répéter 5 fois par jours… » XXXXXXXXXXXXXXX C5 Mag « Ben alors qu'elle est la réponse à toute ces	formulation « petit américain +émoticône ». Félicitation et exclamation. XXXXXXXXXXXXXXX C4 Prénom Interjection soulignant le fonctionnement des effets d'humour de la blogueuse et confirmant l'atteinte de l'objectif de créer une connivence basée sur l'expérience vécue avec son lectorat. « Ma femme a eu droit aux mêmes questions » : il existe bien des stéréotypes autour des femmes et des hommes partant vivre à l'étranger. Présupposés des stéréotypes : des questions qui sont posées aux femmes sur leur statut social, politique et économique et des questions posées aux hommes portant sur l'aspect factuel de l'expatriation. L'expatriation interroge socialement comme le souligne le commentateur en précisant l'aspect répétitif des questions qui lui sont adressées. XXXXXXXXXXXXXXX C5 Prénom « Ben alors » : interpellation sur la justesse des questions

	questions…	posées par la blogueuse mais le manque de réponses apportées. Reproche. Formulation de la requête de façon directe.
	Il est possible qu'on s'expatrie à Boston… Il fait froid???? »	Exposition de la situation. Situation de probable expatriation qui a été partagée par l'auteure. Question posée sur le climat avec trois points d'interrogation soulignant le manque de réponses dans le billet. Pas de salutation d'ouverture ou de fermeture. Pas d'adresse directe à la blogueuse seulement des formulations indirectes.
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C6	C6
	Marie	Prénom
	Bonjour,	Salutation
	je viens de commencer à lire ton blog et cela me plait bcp..	Découverte et compliment. Tutoiement.
	Surtout que j'ai eu les même questions, en plus je ne parlais pas un mot d anglais alors les questions étaient mais tu vas faire comment ???	Adverbe « surtout » + identification du vécu de la commentatrice avec la situation décrite par la blogueuse. Identification aussi avec la question posée aux futurs migrants dans l'image sur la maîtrise de la langue anglaise. Les trois points d'interrogation soulignent la prise de distance de la

		commentatrice avec la légitimité à formuler ce type de questions.
	Hé bien je vais apprendre lol	Langage familier + utilisation des petits mots de l'oral comme « lol » contraction du segment anglais « Laughing out loud » = tourner en dérision / se moquer de ces questions.
	et après deux ans de vie aux USA pas envie de rentrer en France….	La commentatrice se plaît aux USA / Similitude du vécu avec la blogueuse.
	Je continue de te lire sympa comme tout	Félicitation sur la tonalité « sympa » des billets du blog.
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXX
	C7	C7
	pseudonyme	
	Coucou Mathilde ,	Salutation + Prénom
	Je viens de découvrir ton blog alors que je parcours les forum de ExpatBlog à 2 moi du grand départ !!	Présentation de la situation du commentateur anticipant son départ à l'étranger. La lecture du blog de Mathilde fait partie d'une recherche de plus grande ampleur autour du thème des témoignages sur l'expatriation.
	Je suis sensé travailler … mais je n'y arrive pas trop en ce moment, I'm already out !	Utilisation de mots d'emprunts en anglais. Phrases exclamatives.

	Pour rejoindre ce post , moi j'ai annoncé cette semaine à mes amis, collègues que je partais à Dallas et …	« Pour rejoindre ce post » : partager l'expérience individuelle du commentateur de la situation décrite par la blogueuse. Le processus d'identification fonctionne. Situation de future expatriation aux USA.
	1- Tu vas au Texas ? 2- Il fait très chaud la bas !! 3- Tu va habiter dans un ranch ? 4- Tu va trouver un travail en Informatique dans le secteur pétrolier ? 5- Tu va devenir Obèse ? 6- …..	Questions également très stéréotypées et portant sur : - des contrariétés liées à la vie dans un pays ou une région particulière (climat, alimentation) ; - des stéréotypes d'activités économiques.
	Je n'en peux plus ;;;; et ça va durer 2 long mois !!! au secours !	Fatigue du futur expatrié et aspect duratif de la situation. Pas d´échappatoire au cycle des questions si ce n'est écrire dans la zone des commentaires d'un blog d'une blogueuse qui semble avoir vécu la même situation. Empathie. Recherche de sollicitude. Demande d'aide.
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C8	C8
	Pseudonyme OUAH !!! Je viens d'annoncer à ma famille / amis / collègues que nous allons nous expatrier aux USA pour le travail de Môssieur et j'ai eu le droit à exactement les mêmes questions !!	Interjection de félicitation sur la pertinence des questions posées. Ce critère de pertinence repose sur l'identification exacte de la situation décrite par la blogueuse et des sentiments associés au vécu du commentateur. « J'ai eu le droit à exactement les mêmes

		questions ». L'étonnement porte sur la similitude des situations : proche expatriation vers les États-Unis / annonce aux proches de la décision de partir / de nombreuses questions reposant sur des croyances partagées sont posées.
	Comme quoi … on est tous un peu pareil dans le fond !	Il semblerait que la singularité de la vie des hommes ne soit qu'une illusion.
	Merci en tout cas pour ce blog très instructif pour moi qui suis un peu submergée par tout ça en ce moment [émoticône souriante]	Le blog prend le caractère « instructif » pour le commentateur puisque la lecture de l'expérience d'un Autre étant similaire à la sienne lui quitte le sentiment de « solitude ». « Instructif » et « pertinence » dépendent ici de la capacité du blogueur à provoquer chez son lectorat un processus d'identification.
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C9	C9
	Sébastien	
	Coucou je viens de découvrir ton blog, super boulot !	Salutation familière, tutoiement. Compliment sur le fond et la forme du blog. Phrase exclamative.
	Je te soutiens à 200%, avant de partir au Canada, j'ai eu des réflexions de mes amis et de ma famille aussi.	Adhésion du commentateur à l'incompréhension ressentie par la blogueuse en se basant sur son propre vécu.
	Je n'envisageais de ne partir que seulement un an, mes j'ai eu droit à des remarques qui font froid dans le dos :S Pourquoi tant de haine ???	Humour. Exagération avec la plainte « pourquoi tant de haine ??? » associée à trois points d'interrogation. L'excès tourne en dérision le

	Mon Best-of : -tu vas rater ta vie, tu ne vas rien construire là-bas -tu vas rester célibataire -tu vas jamais trouver de boulot etc… Merci les gens ! déjà qu'on n'était pas stressé par le départ…	caractère incommodant des questions posées. Partage des questions personnelles adressées au commentateur : - risque d'échec ; - inutilité de l'expérience ; - risque familial et professionnel. Ironie. Crainte du départ est renforcée par des séries de questions.
Structure de la réponse de l'auteure du blog	C1 « j'ai d'abord eu une autorisation de travail puis j'ai cherché un boulot, et j'ai monté ma société [émoticône clin d'œil] là tu lis le tout premier article, il y en a 500 après celui là qui racontent ce que j'ai fait au fil des années [émoticône sourire bouche ouverte]. » XXXXXXXXXXXXXXX C2 Pas de réponse. XXXXXXXXXXXXXXX C3 Pas de réponse XXXXXXXXXXXXXXX C4 Pas de réponse XXXXXXXXXXXXXXX C5 « Bonjour Mag, et bienvenue sur le blog.	C1 Pas de salutation. Réponse à la question + renvoie à la lecture des autres articles décrivant le récit d'obtention du visa de travail sans inclure d'hyperliens. Tutoiement et utilisation d'émoticônes. XXXXXXXXXXXXXXX C2. Pas de réponse. XXXXXXXXXXXXXXX C3 Pas de réponse XXXXXXXXXXXXXXX C4 Pas de réponse XXXXXXXXXXXXXXX C5 Salutation + prénom Mot de bienvenue

	Quel empressement !	Phrase exclamative commentant les nombreux points d'interrogation du commentaire de C5 et les interpellations comme de l'empressement.
	Je crois que j'ai répondu à de nombreuses reprises, à toutes ces questions, au fil du blog… »	Renvoie la lectrice à la lecture du blog et à son rôle d'internaute qui doit naviguer pour trouver ses réponses. => recadrage Réponse polie « je crois » à un reproche et à un signalement de manquement dans le contenu des informations du blog. « À de nombreuses reprises, à toutes ces questions, au fil du blog ... » : argument de quantité = pluriel des termes + adjectif « nombreux » + adjectif « tout » + « au fil de » locution adverbiale de temps/longueur.
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C6 Pas de réponse	C6 Pas de réponse.
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C7	C7
	« Bon courage !! Même pendant notre retour en France à Noël on a encore eu droit à des questions bizarres : ils ont pas tous des 4×4 ? vous pouvez marcher sur les trottoirs ? ah mais quand même, c'est mignon Boston, étrange !	Encouragements. Développement de la thématique du billet.

	Bref ! Bons préparatifs de départ » XXXXXXXXXXXXXXX C8 « Finalement, les gens sont juste inquiets… ensuite certains deviennent les meilleurs soutiens ! Bon courage pour les débuts ! » XXXXXXXXXXXXXXX C9 Merci ! Bon je crois surtout que les gens étaient inquiets pour nous et il me fallait un bon prétexte pour commencer le blog [émoticône souriante]	Encouragements. XXXXXXXXXXXXXXX C8 Adverbe de conclusion. Relativisation des réactions. Changement des attitudes de l'entourage. Encouragements. XXXXXXXXXXXXXXX C9 Remerciement et phrase exclamative. Connecteur de synthèse et modération du contenu du billet. Justification en reconnaissant avoir exagéré la description de la réaction de l'entourage de l'auteure. L'émoticône souriante vient « excuser » ce manquement à l'étiquette de transparence attachée à ce type de blog. L'auteure tente de passer ce manquement sous le mode de la complicité ou de la malice.
Désignation du blog par les internautes dans les commentaires	C1 « je tombe par hasard sur ton blog » XXXXXXXXXXXXXXX C2 « J'avais envie de voir comment ça c'était passé pour ton départ (et en même temps je tombe sur le 1er article du blog?! lol) »	C1 Association du blog en tant que propriété de la blogueuse. XXXXXXXXXXXXXXX C2 « Article » du blog = association du vocabulaire de la presse à celui du blog.

	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C3	C3
	« Je découvre ton blog et j'adore !! »	Un blog est un objet qu'on découvre. Le terme est relié à la blogueuse par un adjectif possessif. « Ton blog » est l'objet du verbe « adorer ». Sous-entendu : « j'adore tout de ton blog »
	« Bref, on se plait beaucoup ici, la vie est chouette et quand je lis ton blog je retrouve des questions que je le suis posées [émoticône souriante]. »	« Je lis ton blog » : métonymie, on lit les billets d'un blog.
	« Bravo pour ton blog ! »	Félicitation + préposition + adjectif possessif + « blog »
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C4 Néant.	C4 Néant.
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C5 Néant.	C5 Néant.
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C6	C6
	« je viens de commencer à lire ton blog et cela me plait bcp. »	Lire + « ton blog » Cela : pronom démonstratif qui reprend l'activité de lecture + verbe de jugement personnel. Commentaire positif. Adhésion : l'activité de lecture du blog de Mathilde plaît beaucoup au commentateur.

	« Je continue de te lire sympa comme tout » XXXXXXXXXXXXXXXX . C7 « Je viens de découvrir ton blog alors que je parcours les forum de ExpatBlog à 2 moi du grand départ !! » « Pour rejoindre ce post , » XXXXXXXXXXXXXXXX C8 « Merci en tout cas pour ce blog très instructif pour moi qui suis un peu submergée par tout ça en ce moment [émoticône souriante] » XXXXXXXXXXXXXXXX C9 « Coucou je viens de découvrir ton blog, super boulot ! » « Je te soutiens à 200%, »	Commentaire axiologique / compliment. XXXXXXXXXXXXXXXX C7 Découvrir + adjec. Poss. + blog Le blog appartient à un ensemble de sites reliés par le thème de l'expatriation. Idée : un commentaire de blog peut partager l'opinion ou la situation décrite dans un billet ou bien la décrier. Ici le commentaire souligne l'adhésion de son vécu et de son ressenti à celui décrit par la blogueuse. XXXXXXXXXXXXXXXX C8 Remerciement + pour ce blog Blog = instructif pour le commentateur. Qui apporte au niveau personnel un soutien affectif ? XXXXXXXXXXXXXXXX C9 Découvrir + adj. Poss. + blog Compliment générique sur la qualité et le fond des billets et de la structure du blog. « super boulot » : les compliments sont généraux.

Désignation du blog par l'auteure dans la zone des commentaires	C1 « là tu lis le tout premier article, il y en a 500 après celui là qui racontent ce que j'ai fait au fil des années » XXXXXXXXXXXXXXX C2 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C3 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C4 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C5 « Je crois que j'ai répondu à de nombreuses reprises, à toutes ces questions, au fil du blog… » XXXXXXXXXXXXXXX C6 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C7	C1 La blogueuse évoque les billets du blog sous le terme d' « article » + quantité+ verbe raconter + inscription de l'activité dans le temps. XXXXXXXXXXXXXXX C2 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C3 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C4 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C5 Réponse polie « je crois » à un reproche et à un manquement dans le contenu des informations du blog. « à de nombreuses reprises, à toutes ces questions, au fil du blog ... » : Renvoie la commentatrice à sa responsabilité en tant qu'internaute. Suppose qu'elle devrait rechercher elle-même les informations. XXXXXXXXXXXXXXX C6 Néant. XXXXXXXXXXXXXXX C7

	Néant. XXXXXXXXXXXXXXXX C8 Néant. XXXXXXXXXXXXXXXX C9 « Merci ! Bon je crois surtout que les gens étaient inquiets pour nous et il me fallait un bon prétexte pour commencer le blog [émoticône souriante] »	Néant. XXXXXXXXXXXXXXXX C8 Néant. XXXXXXXXXXXXXXXX C9 Remerciement face au compliment générique « super boulot » portant sur le blog. Nécessité de trouver « un prétexte » pour « commencer le blog ». On commence à rédiger un billet. Blog fonctionne comme hyperonyme des activités d'écritures. Raconter uniquement ce qui se passe dans la vie de la blogueuse à la façon d'un témoignage fidèle n'est pas suffisant pour « commencer » l'activité de partage sur le web. Il faut à l'auteure un « prétexte ». Prétexte : (à rechercher sur le dictionnaire Robert de la langue française) raison qui cache un motif réel ou bien occasion ou excuse qui permet de faire quelque chose. La finalité de l'action justifie l'emploi d'un « prétexte ». Rupture avec le contrat d'authenticité supposé exister entre l'auteure et son auditoire. => recadrage du contrat de communication

Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	C2 Utilisation du prénom avec un hyperlien vers un blog voyage.	C2 Le commentaire est laissé sans réponse.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	**Par les lecteurs-scripteurs :** Saluer Féliciter Adhérer Partager Témoigner Solliciter Décrire Remercier **Par l'auteure du blog :** Remercier Saluer Encourager Corriger Orienter Guider Reprocher Nuancer Se justifier S'excuser.	

3.2. Grille d'analyse B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon

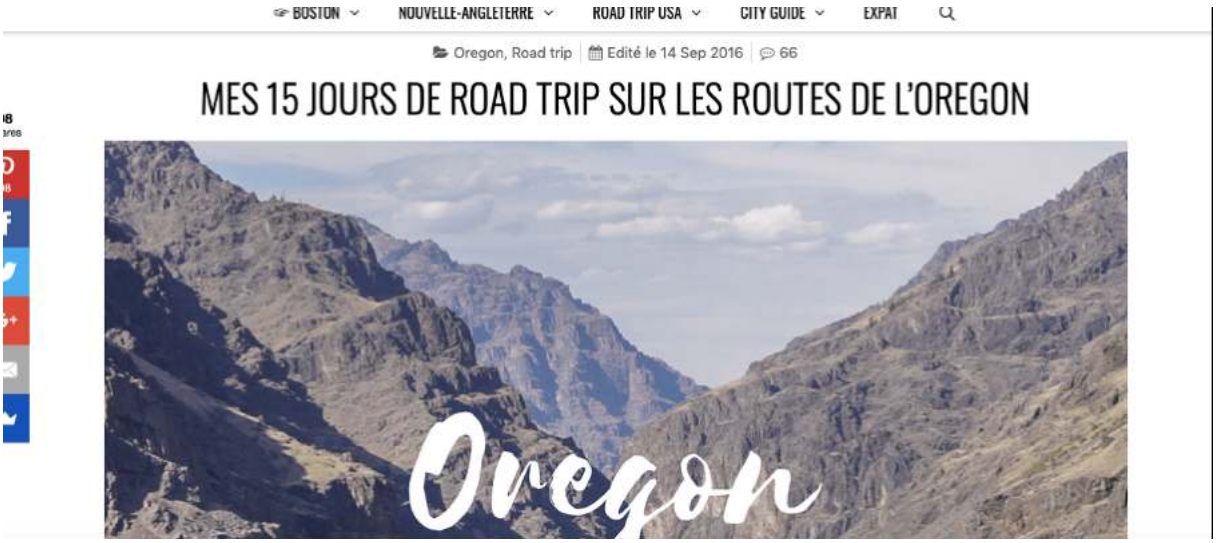
Date de consultation : 4-11 sept. 2019.

Date de publication : 14 septembre 2016.

Source : https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/

Description de l'organisation de la page internet

Présentation de l'en-tête du billet



Source : https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/

Organisation standard selon l'ordre du menu déroulant de la page internet :

Organisation standard conforme à la page d'accueil et au descriptif du document intitulé : « Description de l'organisation des modules du blog voyage B1 - Le Blog de Mathilde ».

Ainsi on retrouve :

- La barre de navigation et de partage en bandeau gris clair ;
- L'en-tête de présentation du blog de Mathilde avec image et sous-titre ;
- La barre de navigation dans les sections thématiques du blog ;
- Le dossier ouvert « Oregon – Road trip » / Édité le 14 sept. 2016 » ;
- Le titre : « MES 15 JOURS DE ROAD TRIP SUR LES ROUTES DE L'OREGON» ;
- La photo de montagnes désertiques avec une inscription « Oregon » ;
- La publicité ;
- Le billet du blog ;
- La barre de boutons de partage ;
- L'encadré / le bandeau de présentation de l'auteure du blog ;
- La proposition de lire l'article suivant ;

- La zone de suggestion pointant les photos et les légendes de trois articles avec leurs liens respectifs ;
- La zone des commentaires. Les commentaires sont ouverts dans le billet, le plus récent à date est celui du 5 août 2019.

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

Les photos sont utilisées de façon illustrative et humoristique dans ce billet.

Extrait :

« [photo] Premier aperçu.

[Photo] Coucou l'ours.

[Photo] Camping sauvage (mais autorisé), où des daims et un million d'autres animaux nous entouraient.

[Photo] Grange de bord de route, façon western.

[photo] THE route en haut du canyon de l'enfer.

[Photo] En sortant du canyon, une autre jolie grange octogonale ».

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	1 « Mes 15 jours de road trip sur les routes de l'Oregon »	Utilisation de l'adjectif possessif. Mise en valeur de l'expérience personnelle de la blogueuse ; Utilisation du pluriel et d'un adjectif d'ordre numéral ; Utilisation du mot d'emprunt « road trip » ; Mention de la région découverte : l'Oregon.
Désignation du blogueur / de la blogueuse	2a « Mes 15 jours »	2a L'expérience personnelle est soulignée dans la formule. La mise en avant du vécu de la blogueuse. « Mes » existe par opposition à l'ensemble des expériences de road trip dans l'Oregon. On s'attend à

		une description subjective et à des commentaires appréciatifs. « Mes 15 jours de road trip sur les routes de l'Oregon » : titre qui laisse deviner le thème du billet : la description et la narration du voyage. L'univers sémantique du « road trip » implique une idée de longueur de kilomètres parcourus sur des routes et une succession de lieux. L'emploi du pluriel et d'adjectif quantifiant est attendu. Terme qu'on retrouve également dans les guides touristiques dédiés aux Etats-Unis. L'utilisation de « mes 15 jours » comme synonyme du contenu du billet du blog renforce l'image d'identification entre le blog de Mathilde et la vie de Mathilde.
	2b « *J'ai été absente pendant longtemps du blog* »	2b Première personne « Je » + verbe « être » + adjectif qualificatif. Signaler son absence du blog : excuse au manque de posts publiés pendant une période. Règle implicite de pratique du blog : écrire régulièrement pour faire acte de présence. Pourquoi ne pas écrire « je n'ai pas écrit pendant longtemps sur le blog » ? identification de l'activité de production écrite avec la présence de l'auteure. À qui s'adresse cette phrase ? Aux lecteurs fidèles du blog.
	3 « J'aurais voulu aller en **Alaska**– mais ça se prépare – ou dans le **Midwest** – mais pour voir quoi ? ou juste passer 10 jours au **Cap Cod** pour être super tranquille – mais où est le	3 Phrase qui implique que le Grand Ouest américain = sans préparation / des choses à voir / ne pas être

	dépaysement ? » **« L'appel de l'Ouest américain a eu raison de nos tergiversations.** Finalement, quand on s'est décidé pour une destination, ça a été **l'Oregon »** « L'Oregon est connu pour ses **forêts**, ses **cascades,** ses **volcans** et sa belle côte au bord du **Pacifique**, mais il n'y a pas que ça à voir, (...) » 4 « (...) j'avais envie de **chaleur** : parfait, à l'est de l'Etat, se trouve un désert et un grand canyon, littéralement un grand et profond	tranquille et rechercher le dépaysement. Mise en scène d'un dialogue entre deux personnes. Utilisation du discours directe pour faire vivre au lecteur le raisonnement de l'auteure. Présent de la description. Discours de présentation des points d'intérêts les plus connus. Utilisation du pluriel = beaucoup de points intéressants à découvrir dans cette région. Adjectif qualificatif : « sa belle côte au bord du Pacifique ». Axiologique. Positif. « Mais, il n'y a pas que ça à voir, [...] » : « mais » conjonction adversative s'employant pour une restriction, une objection, une opposition entre deux idées. Ici, le « mais » introduit une phrase adressée au lecteur « attendez, ce n'est pas tout ». Le pluriel des termes « forêts », « cascades », « volcans » associés au qualificatif évaluatif « belle » donne un effet de cumul et vise à donner envie au lecteur de découvrir les autres trésors cachés de la région. « un grand canyon, littéralement un grand et profond canyon » la répétition et l'association à l'adverbe « littéralement » implique un jugement subjectif. Reprise d'un pont d'intérêt qui pourrait être connu des lecteurs amateurs de randonnées ou de livres ou de films « le PCT » et la référence au livre *Wild*. 4 « J'avais envie de chaleur » « [...] me faisait envie » : discours du désir.

	canyon. » « L'Oregon est aussi traversé par un célèbre chemin de randonnée, le **PCT** *(Pacific Crest Trail)*, dont parle le **livre *Wild* de Sheryl Strayed**. Et me frotter ne serait-ce que quelques heures au PCT (à dire *piciti*) me faisait envie, juste pour faire semblant d'être une vraie *hikeuse* (randonneuse). » 5 « Mais tout ça, je ne le savais pas vraiment avant de partir : **j'ai très peu préparé ce voyage** et à vrai dire, je déconseille de préparer aussi peu. » « Avant de partir, 3 nuits étaient, heureusement, déjà réservées : 2 à notre arrivée à Portland, puis celle la veille du départ. **Le reste était à décider**. » 6 « Certes, la **planification** se faisait au jour le jour, mais pas sans outil, et quoi de mieux que des guides et des cartes routières pour savoir où aller et que faire… On a eu très, très peu de connexion internet au fil du voyage, et le papier a encore de beaux jours devant lui en road trip dans les grands espaces. » 7 « **Pour un point de vue général sur l'Oregon uniquement :** Suffisamment complet pour avoir des infos sur différents lieux, avec seulement quelques randonnées suggérées. C'est un bon guide pour se donner une première idée de l'Oregon »	« faire semblant d'être une vraie *hikeuse* (randonneuse) » « faire semblant d'être » : vivre une vie qui ne lui appartient pas comme les lecteurs-scripteurs qui la lisent. Utilisation de mot d'emprunt en proposant sa traduction = destiner à étayer le rôle de guide touristique de la blogueuse qui connaît du lexique local et qui l'explique à ses lecteurs qui pourraient ne pas connaître la langue anglaise. 5 « Je déconseille de préparer aussi peu » : recommandation de l'auteure destinée indirectement à ses lecteurs. Narratif. Imparfait. Descriptif. 6 Impression de durée : verbes à l'imparfait + « au jour le jour » : indique une action qui s'est répétée régulièrement dans le voyage. Descriptif + commentaire évaluatif « très peu de » (superlatif « très peu » + adjectif = degrés très peu élevé) 7 Avis de l'auteure sur les guides touristiques. Descriptif + évaluatif (points forts – faibles / avantage – inconvénients) Utilisation de liens sponsorisés et non sponsorisés.

	8A « **Sur <u>Portland</u> et la côte :** le guide vert Michelin sur le nord-ouest américain [hyperlien vers le site commercial Amazon], en français cette fois, qui m'a surtout servi pour ses bonnes adresses à Portland et sur la côte de l'Oregon (hôtel génial à Newport, j'aurais l'occasion d'en reparler) et sa présentation de Portland. » « **Des cartes routières,** car le GPS n'est pas toujours fiable et qu'une carte permet de mieux choisir les routes scéniques et de voir où sont les campings : (1) un atlas de l'Oregon uniquement, et (2) une carte routière Michelin plus globale de la Californie et de l'Oregon, pratique pour planifier en ayant une vue d'ensemble. » 8B « **Pour aller plus loin dans les randonnées,** le site Outdoor Project [hyperlien vers un site communautaire de partage d'information sur des voyages] est parfait. Description super des randos. Certaines n'étaient pas à jour… mais on laissera un commentaire sur ce site communautaire ! En prévoyant à l'avance, il est possible de télécharger des plans des marches. (c'est un site qui ne couvre pas que l'Oregon) ». 9 « Contrairement aux autres années, je n'ai pas fait le décompte précis de combien ce voyage nous a coûté : j'ai eu la flemme de collecter chaque ticket de caisse. Je suppose que ça nous a coûté environ 4000$ pour 2, pour un peu plus de 15 jours. Voici une idée de comment se répartissent les dépenses » « **Pour les repas,** j'aime bien la liberté d'avoir de quoi faire salades et sandwichs nous-mêmes sur des tables de pique-nique, en faisant une fois les **courses** au début du voyage ; pour ranger tout ça dans la voiture, on a 2 petits bacs,	Listes ressemblant aux ingrédients nécessaires d'une recette de cuisine. Discours prescriptif. - guides de voyages ; -dépenses logement, nourriture, transport, organisation. Utilisation d'adjectifs évaluatifs : « fiable » « pratique » Évaluatifs / Phrase exclamative. 9/10 Coût. « j'ai eu la flemme de collecter chaque ticket de caisse » : utilisation de vocabulaire argotique et d'un ton familier. L'auteure dresse une image humaine, pas un expert mais quelqu'un d'accessible avec qui le lecteur pourrait aisément s'identifier. Description des habitudes de l'auteure.

	et une glacière souple pour tout ce qui est périssable. Mais on aime bien se faire plaisir quand on a l'occasion avec des restos et sorties, surtout quand on était à Portland, réputé pour ses bons restos. Hélas, contrairement aux autres années, on n'a pas trouvé l'endroit où manger un rib-eye patate au four, malgré la quantité de vaches vues dans les pâtures et de petits villages « dans leur jus » traversés. » 10 « **La location de voiture** est aussi un gros budget du voyage, on tient à notre 4×4 avec *high clearance* pour pouvoir aller sur toutes les routes possibles, les plus cabossées et les plus inaccessibles : pas de Ford Mustang pour pour les photos Instagram, on préfère une Jeep de Mac Gyver (version contemporaine). Avec l'assurance, ça a coûté environ 500$/semaine. Par rapport aux autres années, nous n'avons pas eu les 300$ de frais d'abandon, en ayant pris et rapporté la voiture dans la même agence de location à Portland. Comme toujours, l'essence n'est pas chère aux Etats-Unis, sauf au fin fond de la campagne, où il n'y a parfois qu'une seule pompe aux 50 miles à la ronde. » 11 « Nous notre truc, c'est la randonnée, et ça, c'est souvent **gratuit**. » « Un road trip c'est long » « On a roulé **80 heures**, pour **2700 miles** parcourus, soit **4350km**. » « On a aussi écouté Underground Railroad [hyperlien vers le site commercial Amazon], qui était également le livre de l'été de Barack O. Livre absolument horrible et déprimant, mais lecture nécessaire. » « Alors… on **regarde** le paysage, on **parle**, on **s'emmerde** un peu et puis on **écoute** de la musique mais surtout des **podcasts** et des **livres audio**, ça change des playlists, répétitives à la longue (mais la chanson motivante du matin est	Conseil sur le choix de la voiture pour ce genre de circuit. 11/12 « notre truc » : argot + couple dans le nous désignant l'auteure et son compagnon + ton familier. Commentaire évaluatif « c'est long » accentué par les chiffres qui suivent. Conseils pour faire face à la longueur du trajet avec des références sur des livres à acheter, des musiques ou des podcasts à écouter.

	toujours la bienvenue), cette année, j'ai enfin pris le temps de télécharger la saison 1 de Serial [hyperlien vers un site de séries télévisées], et le sort de Adnan Syed est désormais associé aux paysages de l'Oregon. 12 **Au programme également :** Bien sûr, on a écouté plein de This American Life [hyperlien vers un site de podcast] le podcast qui raconte des histoires, et aussi des conseils du Savvy Psychologist [hyperlien vers un site internet] quelques épisodes de Radiolab [hyperlien vers un site de radio] (notamment un sur Surya Bonaly). 13 Quand j'avais le temps, j'ai lu aussi un livre sur Hillary Clinton, *My turn* [hyperlien vers le site commercial Amazon], et j'ai quasiment fini les 800 pages de *City on Fire* [hyperlien vers le site commercial Amazon], que j'ai adoré. A Portland, j'ai pris le temps d'arpenter les allées de la **librairie Powell's**, une halte incontournable pour les amateurs de bouquins (j'aurais une autre bonne adresse à vous donner pour les *book worms*). Mais bon, je m'égare à raconter tout ça. J'envisage de raconter les étapes du voyage au fil des mois à venir.	Le présent descriptif est utilisé ici pour accentuer cette impression de longueur. Des liens sponsorisés et non sponsorisés font partis des recommandations de l'auteure. Au temps du présent est substitué celui du passé : passé composé et imparfait. Temps de la description et de la narration. 13 « J'ai lu un livre [...] que j'ai adoré + lien internet » « À [lieu] + passé composé » « arpenter les allées » : pluriel + parcourir « Mais bon » : tournure familière. « Je m'égare à raconter tout ça » : phrase qui met en avant ce que la blogueuse imagine être les attentes du lecteur de blog voyage. En l'occurrence, ici elle s'excuse d'évoquer un domaine de son intérêt personnel : les livres. Cette formulation d'excuse évoque une norme implicite de pratique d'écriture des blogs qui ne devraient a priori cibler qu'un seul sujet.

	14 Manu a comme d'habitude fait plein de belles **photos** et de **vidéos**, qu'il sauvegardait méticuleusement tous les 2-3 jours pendant le voyage (depuis notre expérience malheureuse de photos perdues à Capitol Reef et Monument Valley, on fait gaffe). 15 « En attendant un récit plus complet, voici un aperçu **des 10 étapes de ce voyage dans l'Oregon** (avec de mini-incursions dans les Etats voisins). Vous en avez déjà vu un petit bout sur Instagram @mathildepit [hyperlien vers instagram] et sur Snapchat quand j'avais du réseau (et que j'y pensais) sur @mathildeyes » « J'avais hâte de me faire mon propre avis sur cette ville que les gens adorent ou détestent, et qui a cet aura de « cool » pour quiconque à regarder la série Portlandia » 16 « Ce qui m'a fait super plaisir en arrivant là-bas, c'est que Laetitia, une copine blogueuse [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse] est venue me chercher à l'aéroport et avait concocté un petit programme pour la matinée :	« j'envisage de raconter les étapes du voyage au fil des mois à venir. » : le contenu du blog doit se gérer et être diffusé méticuleusement. => norme et pratique du blog 14 « Manu » / « notre expérience malheureuse » / « on fait gaffe » : souvenirs individuels et personnels. Exposition d'une situation « expérience malheureuse » et apprentissage « on fait gaffe ». Décrire cet apprentissage est une des informations qu'a priori le lecteur cherche à acquérir en lisant le blog. 15 « quand j'avais du réseau (et que j'y pensais) » : l'auteure se peint comme un internaute normal qui n'est pas parfait. Elle rencontre des problèmes de connexion et oublie : elle commet des erreurs. Construction d'une image à visage humain. Il existe l'idée selon laquelle la ville génère adhésion ou rejet. « les gens » ce sont les touristes, les voyageurs, les individus n'habitant pas Portland. La blogueuse se positionne comme devant se donner comme objectif de porter un jugement sur cette idée « se faire son propre avis ». Sa référence personnelle concernant la ville est construite sur les informations tirées d'une série télévisée « Portlandia ». « pour quiconque à regarder la série Portlandia » : préposition + pronom relatif désignent les lecteurs-scripteurs qui connaissent et ont visionné la série télé.

	vraiment sympa de sa part, et la rencontrer a confirmé ce que son blog dégageait d'elle : une personne chaleureuse et authentique. Merci Läetitia ! » « On s'est promené dans une rue commerçante, on a brunché, papoté » « Est-ce que Portland a tenu ses promesses de coolitude ? Je vous dirai ça dans un prochain numéro. » 17 **« Où dormir :** j'avais réservé un Airbnb avant de partir, qui s'est avéré être un hybride entre la formule AirBnb et un hôtel, et c'était pas mal du tout, dans le quartier chinois, à deux pas du downtown. Beaucoup de SDF le matin et le soir, ce qui donne un air *sketchy* au quartier, mais tout à fait ok pour 2 nuits. J'en reparlerai bientôt dans l'article dédié à Portland ! »	16 Hyperlien vers le blog d'une autre blogueuse spécialiste de cette région. « ce qui m'a fait super plaisir » : lexique du plaisir. Descriptif des actions Je (blog/blogueuse) + lectorat (vous) + dire + objet du discours (confirmer si Portland a tenu ou non ses promesses de « coolitude ») Terme d'adresse directe au lectorat. 2ème personne du pluriel. L'auteure joue avec le lecteur : utilisation de l'interdiscours « la suite au prochain numéro » pour reprendre le format épisodique propre au récit de voyage ou d'histoires rapportées sur plusieurs numéros de magazines. Cette phrase repose aussi sur le préconstruit que le lectorat attend de la part de la blogueuse de statuer sur la véracité de l'image supposée partagée de la ville de Portland. 17 En reprenant les tournures propres aux guides pratiques de voyages (Où se loger ? du Guide du Routard par exemple), l'auteure pose une question que doit probablement se poser son lectorat. Le préconstruit étant : « voici les informations nécessaires pour savoir où se loger dans un tel voyage » .

		À la différence des guides pratiques qui fournissent des références et des adresses de différents lieux, la blogueuse ne rapporte que le récit de son expérience personnelle. « C'était pas mal du tout » : utilisation de l'adjectif évaluatif axiologique (K-O, 1980 : 90-91) qui se rapporte à la prise de position positive de la blogueuse en faveur de cette adresse. L'évaluation positive « c'était pas mal du tout » de la blogueuse révèle que l'auteure valorise implicitement les critères suivants : - L'hybridité entre la location d'appartements et les services hôteliers est un point positif ; - La proximité du centre-ville est importante « à deux pas du down town » ; - La fréquentation sociale du quartier ; Il est supposé également que dans cette présentation les critères de sélection et d'appréciation soient partagés avec ceux de l'auditoire. « louche » / sketchy : adjectif affectivo-axiologique selon le classement de (KO, 1980 : 93) évoquant le caractère « douteux » du quartier du point de vue de la sécurité et engageant émotionnellement le locuteur vis-à-vis de l'objet dénoté (KO, 1980, 71). Le commentaire négatif est contrebalancé axiologiquement via le connecteur « mais » et l'affirmation « tout à fait ok pour 2 nuits ». La précision de la courte durée rend acceptable ce constat sur la perception sécuritaire du quartier. « ok » prend alors la place grammaticale et la valeur sémantique de l'adjectif évaluation
	18 « Je n'ai pas visité la ville comme je le	

	fais quand je suis en mode auteure de guide de voyage, on a opté pour la solution flânerie à vélo. Relax. » »	axiologique « correcte » (à la manière d'un synonyme).
		18
	« Un ancien entrepôt du quartier The Pearl // Des donuts délicieux et encore chauds chez Pip's »	L'auteure reconnaît qu'a priori son récit ne sera pas si précis que dans sa vie professionnelle puisqu'elle parle de ses vacances. « flânerie à vélo » / « relax » : on s'attend à ce genre de lexique dans la présentation du récit des vacances d'un individu.
	19	Des lieux à voir et des aliments à découvrir. « délicieux et encore chauds » on y serait ! le niveau de détails donnés construit une impression d'identification avec l'auteur.
	« A peine 36 heures à Portland, qu'on *hit the road*. »	19
	« La première étape est une route scénique au cœur d'une **gorge**, avec de multiples arrêts où on peut admirer des **cascades**, directement au bord de la route. »	Interdiscours avec la chanson « hit the road Jack ». Référence populaire américaine.
		« Une route scénique au cœur d'une gorge avec de multiples arrêts où on peut admirer des cascades, directement au bord de la route. » descriptif, suite d'adjectif axiologique. Discours évaluatif.
	20	Impression de profondeur, de grandeur, d'immensité et de variété des paysages.
	« C'est beau sur les photos… mais beaucoup trop fréquenté à mon goût. Il y a des milliers de personnes (au moins) à chaque arrêt, les parkings sont complets, les gens sont partout sur les chemins, c'est tellement touristique que ça me gâche le plaisir. NEXT ! »	20
		Commentaire positif balancé par un commentaire négatif « c'est beau sur les photos...mais beaucoup trop fréquenté à mon goût ».
		Donner son avis personnel.
		Restriction de la description au jugement personnel « à mon goût ». « Beau » : adjectif évaluatif axiologique (« c'est beau » d'après

		la conception que la blogueuse se fait du « beau » et qu'elle suppose commune à celle de ces lecteurs). « beau » comme l'adjectif « bon » est « intrinsèquement axiologique » (KO, 1980 : 91) « valeur sémantique d'évaluatif positif ». La précision de « à mon goût » sur le niveau de fréquentation touristique du lieu laisse supposer que les lecteurs peuvent avoir une acceptation différente de ce qu'est une fréquentation importante. Désignation des autres personnes « des milliers de personnes (au moins) », « les parkings complets », « les gens sont partout », « c'est tellement touristique » : l'auteure construit dans son discours un groupe de personnes « les touristes » dont elle s'exclue et dont elle exclue les lecteurs de son blog. « Ça me gache le plaisir » : le plaisir est lié à la découverte sans la contrainte de côtoyer des masses de touristes.
	« L'arrêt du soir : on aurait eu l'option de partir à ce moment-là pendant 3 jours sur le PCT (le fameux chemin de randonnée) mais j'ai trouvé que c'était peut-être un peu tôt dans le voyage… vers 18h30, la motivation en berne pour chercher un camping dans cette zone trop touristique, je cherche un Airbnb à River Hood, et une nana me répond dans les 5 minutes. Le AirBnb a une belle vue sur le volcan qu'on voudrait explorer le lendemain : parfait ! » 21A « [photo] Super contente de voir ce pont, the Bridge of the Gods, pour ceux qui ont lu ou vu *Wild* de Sheryl Strayed, ça leur rappellera des	Commentaire négatif introduit par le connecteur « Mais » Critique sur la fréquentation pas sur le lieu. Le lieu « c'est beau ». Beauté sur la photo versus beauté du lieu dans la vie réelle. « la motivation en berne » : image de l'auteure humaine sujette au manque d'énergie. « je cherche un AirBnB à [...] et une nana me répond dans les 5 minutes » : présent de l'indicatif, + verbe d'action. Emploi du discours direct « Parfait ! » inséré dans le récit. Non signalé par des guillemets.

	souvenirs » 21B « Magnifique randonnée, mais qui a été rude ! » 22 « Bref passage par l'impressionnant Smith Rock » **« On roule vers le sud. Route ultra scénique,** on croise des montagnes enneigées, des prairies fleuries, des rivières, des ranchs, des canyons. » « On arrive à **Smith Rock** : une sorte de **muraille** orangée au pied de laquelle coule une rivière » 23 « Sur les parois qui tombent à pic, des **grimpeurs** escaladent (innovation de ce voyage, Manu avait acheté des **jumelles**, j'ai l'impression d'avoir 75 ans quand je les utilise, mais *damn it* que c'est pratique). Mais les courbatures de la veille ont eu raison de ma motivation : on a regardé, on a pique-niqué, et on est reparti. Ça avait des petits airs du canyon de Zion. Comprenez : c'était wahoo »	21 « super contente de voir ce pont » : apparemment un pont très connu. « Magnifique randonnée » « mais qui a été rude » : commentaire positif sur la randonnée balancée axiologiquement par le terme évaluatif « rude » qui est introduit par le connecteur « mais ». 22 « L'impressionnant Smith Rock » : article défini « le » pour désigner le caractère connu du lieu. Terme axiologique positif. « On » : le couple + verbe d'action + temps du présent. « route ultra scénique » : lexique rappelant le cinéma. Terme évaluatif positif. Impression de grandeur de paysage. Variété des paysages : « montagnes enneigées » et « prairies fleuries » ; succession des lieux au pluriel. « on arrive » : descriptif du paysage. Exotisme « une sorte de » cf. Authiers Revuz (modalisation ?) « Ça avait des petits airs du canyon de Zion » = même phénomène avec « des petits airs de ». Anthropomorphisme ? : « au pied de laquelle » 23 Verticalité. Description au présent narratif. Utilisation du présent narratif « l'énonciateur "fait comme si" les fait narrés étaient

		contemporains de la narration » (KO, 1980 : 63). Anthropomorphisme « des parois qui tombent », « des grimpeurs » qui « escaladent ». Discours directe « comprenez » adresse à l'attention des destinataires du billet : le lectorat. Jugement de l'auteure.
	24 « On m'avait dit que c'était beau, mon esprit de contradiction en doutait. J'ai eu tort : c'était magnifique. Vraiment unique. »	Utilisation de mots d'emprunt « damn it » en mention italique dans le texte. 24 « on m'avait dit que » : « on » désigne indéfiniment les gens ou les idées reçues ou les croyances forgées à partir des conversations ou des lectures bref la doxa. « Mon esprit de contradiction en doutait » : le rôle de la blogueuse est ici d'évaluer. Il faut douter de ce que l'on sait au préalable et mettre ce savoir à l'épreuve de l'expérience personnelle. « J'ai eu tort » : caractérisation de l'auteure en tant qu'une personne qui peut reconnaître se tromper sans nuire à l'image de la blogueuse. Son rôle est de vérifier les idées reçues (selon ses propres affirmations) et de poser un jugement appréciatif sur ce qui est vrai ou non.
	25 « Les *painted hills* sont étranges : leur apparition dans le paysage rocailleux est surprenant. D'un seul coup, une butte bien ronde est striée de couleurs vives, dans les tons ocres. »	« c'était magnifique. Vraiment unique ». 25 « Les painted hills sont étranges : leur apparition dans le paysage rocailleux est surprenant. »
	26 « Après quelques kilomètres, on finit presque par s'habituer à **l'extraordinaire** des lieux, puis	« d'un seul coup » Mise en scène du descriptif autour de l'étonnement du voyage.

	on se dit : *attends, s'il y avait ça à Boston, ce serait incroyable, donc, c'est incroyable aussi ici*. On roule, on s'arrête, on marche, on se promène aussi du côté d'une paroi de pierre bleue. » 27 « on a beaucoup cherché dans ce coin, et pourtant il y avait beaucoup de choix (sans doute la raison pour laquelle on n'arrivait pas à se décider). On est entré dans deux campings : un sauvage qu'on trouvait vraiment bof (au bord d'une route), et un pas sauvage au bord d'un lac où un « camp de la Bible » s'était réuni. » « Avec leurs *pick up trucks* et les drapeaux américains, j'ai paniqué. » 28 « **Gros coup de cœur** pour cet arrêt de deux nuits où on a rencontré un ranger un peu dingue qui a couru en une journée les 40 miles qui encerclent le mont Hood (voir mention ci-dessus de la balade supra dure). On a aussi croisé un **ours** au camping. Camping sauvage. Camping dans la nature. Seuls. Avec l'ours. *Like no big deal.* »	26 « On finit presque par s'habituer à l'extraordinaire des lieux » « l'extraordinaire des lieux ». Le stéréotype du road trip américain est vérifié puisque les paysages sont divers, variés, grands (horizontalement et verticalement), « scéniques », « uniques », « extraordinaires ». Succession de verbes d'action rouler, s'arrêter, marcher, se promener. 27 « Beaucoup » x 2 Critère « sauvage » est important. « on trouvait vraiment bof » Humour : les stéréotypes ayant été poussés à l'extrême, l'auteure utilise l'ironie « j'ai paniqué ». 28 « Gros coup de cœur» : interdiscours. Les « coups de cœurs » sont également une des rubriques récurrentes des guides du routard par exemple. Anecdote : le ranger, le camping sauvage, l'ours, la demande en mariage. Des rencontres insolites. « On a aussi croisé un **ours** au camping. Camping sauvage. Camping dans la nature. Seuls. Avec l'ours. *Like no big deal.* »

		Humour via l'insistance sur l'aspect sauvage et la répétition de la présence de l'ours en soulignant ce qui est implicite dans le camping sauvage : la solitude. Phrase d'emprunt en anglais. Modalisation autonymique de type non-coïncidence des mots à eux-mêmes « où l'énonciateur est confronté au fait que le sens des mots est équivoque » (Maingueneau, 2013 : 181), sur le syntagme « camping sauvage » qui est repris par les deux syntagmes suivant « camping dans la nature » et « seuls ». À vérifier. Sur la première itération du terme « camping », l'auteure indique par les précisions « sauvage », « dans la nature » et « seuls » apportées au mot « camping » que ce dernier n'est pas adéquat ou suffisant pour décrire la situation. La blogueuse emploie donc une modalisation autonymique de type non-coïncidence entre les mots et les choses (Maingueneau, 2013 : 181).
	29 « Le lendemain, on s'est promené cette fois sur les hauteurs du canyon en voiture, le long de routes scéniques dignes de westerns. » « Lors du pique-nique en haut du canyon, deux personnes se sont approchés de nous : Steve (le shérif), qui a demandé Sheryl (une sculptrice) en mariage, et nous a pris comme témoin du *proposal*. C'était incongru… et émouvant ! »	29 « les hauteurs du canyon » « le long des routes scéniques dignes de westerns » « C'était incongru ...et émouvant ! »
	30 « **Le seul regret de cette étape :** ne pas avoir fait de bateau au fond de la Snake river (l'horaire était merdique), ni de randonnée pour prendre le temps de s'immerger plus dans les lieux (les randonnées étaient gigantesquement longues) »	30 « Le seul regret » : ne pas avoir fait + activités « l'horaire était merdique »

		« les randonnées étaient gigantesquement longues »
	31 **« Le camping :** l'aire 4 de Big Bar : un îlot de verdure au bord de la Snake River, au fond du Hells Canyon. Superbe camp sauvage ! Cela dit, les animaux aiment aussi beaucoup cet endroit, on a passé la nuit à entendre les poissons sauter dans la rivière (où je ne sais quel autre animal aquatique sauteur) et les biches aux délicats sabots. Et bien sûr, le Boogie Man qui fait peur la nuit. »	31 « Le camping » : « un ilot de verdure » « Superbe camp sauvage ! » + descriptif de la présence de la faune locale non identifiée. + aspect inquiétant renforcé par les références au « Boogie Man » (le croquemitaine) et à la « peur la nuit ».
	32 « Après la journée d'exploration en voiture et la nuit au camping, on était super *dusty* (poussiéreux), et n'ayant pas trouvé de camping cool (comprenez : loin de tout), on a pris un hôtel, une **lodge** à nouveau, super apaisante au bord d'un lac dans la village de Joseph, au pied des « Alpes de l'Oregon » » « J'ai adoré cette étape car il a fallu **beaucoup rouler** pour y arriver, et quand on est arrivé, on n'a croisé personne à part un cowboy dans son énorme truck.	32 Définition de « cool » pour la blogueuse : « loin de tout » Une lodge « super apaisante » Le stéréotype du road trip américain est convoqué : rouler longtemps sans croiser personne hormis une icône de western « un cowboy » non pas sur son cheval mais « dans un énorme truck ». Utilisation du mot d'emprunt « truck ».
	33 On a roulé sur un *flat* (un lac asséché) recouvert de sel, vu des **sources chaudes** toxiques, fait une randonnée de la *muerte*, et croisé une station essence du bout du monde. Il a fait chaud. **Du pur road trip. »**	33 Succession de lieux visités. « croisé une station essence du bout du monde. Il a fait chaud. Du pur road trip.
	34 « Cela dit, la première impression du lac a été très **mitigée** : on nous avait promis (dans le film de présentation du parc) du Super Wahoo, mais en arrivant aux abords, le lac était enveloppé de fumée et de brouillard, à cause de deux feux de forêts voisins, et de l'absence de vent pour	34 « La première impression du lac a été très mitigée » « on nous avait promis du Super Wahoo mais [...] le lac était

	dégager la vue. Aucune visibilité sur le lac, on s'est même dit qu'on allait repartir ! »	enveloppé de fumée et de brouillard » Connecteur « mais ». Affirmation confirmée ou infirmée par l'expérience sur le terrain de la blogueuse.
	35a **Où dormir ?** Il faisait trop froid pour le camping (5°C la nuit), on a pris la dernière chambre dans l'une des cabanes. La chambre n'avait aucun intérêt en soi, mais elle avait l'avantage d'être située à l'intérieur du parc : pratique pour être prêt tôt le lendemain matin. »	35 On oscille entre le récit de voyage et le guide pratique. Adresse indirecte au lecteur « Où dormir ? » Balancement axiologique : « la chambre n'avait aucun intérêt en soi, mais elle avait l'avantage d'être située à l'intérieur du parc : pratique pour ... »
	35b **« Où dormir ?** On a fait du camping sauvage et le premier (et seul) bivouac des vacances, au Camp 44, le long du sentier dit des Grands Arbres. On s'est enregistré le matin même auprès du ranger, c'était gratuit, et en pleine nature, ça c'est un grand OUI. » « Le seul regret : ce n'était plus la saison du crabe *dungeness*. Manu était brisé. »	« aucun intérêt en soi » + connecteur « mais » + « pratique ». « c'était gratuit, et en pleine nature, ça c'est un grand OUI ». : appréciation du lieu / précision des critères de voyage : gratuité et en pleine nature. Ironie : « Manu était brisé »
	36 **« Où dormir :** On est allé dans un **super hôtel** dont chacune des chambres est décorée sur le thème d'un **auteur, c'est ça mon deuxième coup de cœur livres** des vacances ! J'avais repéré cet hôtel dans le Guide Vert du Nord Ouest des Etats-Unis [hyperlien vers le site commercial Amazon] mais en arrivant tard, je doutais qu'il reste de la place (il n'y a que 20	36 « Super hôtel » Citation des sources d'inspiration de la blogueuse avec un lien sponsorisé à l'achat. Rebondissement « et là miracle »

	chambres), et là miracle de La Chambre d'Hotel : la **réceptionniste** me dit que quelqu'un vient juste d'annuler et que la **chambre JK Rowling** est disponible. On monte la voir, la nana nous fait même un prix alors qu'on n'a rien demandé, et je dis : *all righty*. Il y avait plein d'endroits cosy pour lire, face à l'océan, la chambre était à la gloire du petit sorcier, et le petit déj était divin. »	Discours rapporté « et je dis : all righty » discours évaluatif positif. « il y avait plein d'endroits cosy pour lire, [...] la chambre était [...] et le petit déj était divin. » « il y avait pleins d'endroits cosy pour lire » : pluriel.
	37 **« C'est déjà fini ?** Le dernier jour, on continue la route le long de la côte jusqu'à Cannon Beach… une belle station balnéaire qui rappelle la Côte Est avec ses petites maisons de bardeaux bruns sur la plage, et puis on retourne à la case départ, **Portland**, juste pour une après-midi et la soirée. » « D'ailleurs, **j'écris cet article dans le vol du retour**, il est 23h50, on *touch down* dans 20 minutes à Boston. » « Je travaille demain matin, et le rythme des visites et de la rédaction de guides et autres, va reprendre. A ma droite, Manu dort, et à ma gauche, une dame à la manucure parfaite griffonne dans un carnet. »	37 « C'est déjà fini ? » question que se pose la blogueuse et que se pose probablement les lecteurs. « belle station balnéaire [...] avec ses petites maisons [...] » Je + verbe écrire au présent On + verbe emprunt pour atterrir « touch down » Je + verbe action au présent. Le *post* donne une impression d'allongement du temps via le récit des étapes, des temps du passé, des successions de lieux, de paysages et de rencontres.
	38 Je suis triste que ce soit terminé, car *à quand le prochain voyage de ce genre ?* et en même temps, je suis *grateful* d'avoir eu la chance de faire ce voyage ; j'aime bien rentrer dans mon petit chez moi, remettre des habits pas de camping ni de road trip, enlever mes tongs, me prendre une douche tous les soirs. Je me demande comment va notre Jeep qu'on a laissé ce matin à 6h à l'aéroport. »	38 Partie sur le ton de la confidence : tristesse de la fin du voyage. L'auteure décrit ses sentiments La Jeep est devenue une amie dont on se soucie « comment va notre Jeep qu'on a laissé ce matin [...] » Retour à la routine rassurante.
	39 **« Est-ce que j'ai aimé ce voyage ?** oui ! J'ai retrouvé **cette sensation unique de Road Trip**… les randonnées dans des décors wahoo, les routes scéniques, l'isolement de certains	39 Adresse indirecte destinée au lecteur sous forme d'une question rhétorique.

	lieux hors du temps, la chaleur… Les nuits au camping dans des décors de rêve, et les nuits dans les hôtels de bord de mer ou à la montagne, la machine à gaufre du motel, les bières au coin du feu du camping sous un ciel noir étoilé. Bref, un voyage varié, riche en émotions et en parler, l'écrire, me fait me dire que oui, c'est bel et bien fini, et ça fait déjà partie des souvenirs de voyages aux Etats-Unis. »	Il est attendu de l'auteure qu'elle donne son avis sur l'ensemble du voyage ce qu'elle fait via cette mise en scène du dialogue question – réponse directe « oui ! »
Désignation de l'auditoire	*40* *« Prévoyez un café, un biscuit et 20 minutes de votre temps »* 41 « Et pourquoi pas l'Oregon ? » « [carte des États-Unis] ☜ *C'est là-bas*. » 42 « Pour vous situer, **l'Oregon**, c'est au nord de la Californie, et au sud de l'Etat de Washington (avec la ville de Seattle), la ville d'Oregon la plus connue est Portland, pas le même Portland que celui à 2h de Boston, un autre, la ville est qualifiée, comme Austin au Texas, de « weird ». » 43 « Mais tout ça, je ne le savais pas vraiment avant de partir : **j'ai très peu préparé ce voyage** et à vrai dire, je déconseille de préparer aussi peu. » « Avoir une idée de ce qu'on va voir et faire, crée une **anticipation** enthousiaste à l'idée du voyage, et je l'ai négligée cette année pour cause de « j'ai plein de boulot ». »	40 Adresse directe à l'auditoire. 2nd personne du pluriel. Sur le ton du conseil mais utilisation de l'impératif. Commentaire qui désigne davantage la pratique de lecture du billet du blog. 41 Après le titre explicatif, une accroche en sous-titre formulée sous la forme d'une question visant à se laisser tenter par un voyage en Oregon. 42 Précision géographique et description pour le lectorat « pour vous situer » : il est supposé que le lectorat n'ait pas forcément une idée claire d'où se situe l'Oregon. 43 Adresse indirecte à une partie de l'auditoire : « je déconseille [à toute personne me lisant et qui souhaiterait effectuer un voyage similaire] de préparer aussi peu ». L'objectif du blog apparaît sous-jacent ici. Dans la construction du blog, les lecteurs-scripteurs apparaissent essentiellement comme de futurs touristes – voyageurs ou bien de futurs habitants des États-Unis. Le blog vise à s'insérer dans l'étape

		préparatoire au voyage en créant « une anticipation enthousiaste à l'idée du voyage ». L'anticipation vise à s'imaginer, se projeter dans le voyage en fonction de ce que le sujet a « envie » de connaître. « enthousiaste » : il s'agit bien de donner envie de voyager.
	44 [Photo d'une tente de camping + paysage] « « Bon, eh bien la veille on a établi le camp pour la nuit au pied des montagnes. Pas grand monde à l'horizon » »	44 Tournure familière « Bon, eh bien », expression propre au discours oral.
	45 « Planifier, or not planifier ? »	45 Interdiscours avec la littérature anglophone : « to be or not to be ? » se poser une question existentielle pour un futur voyageur relève de l'interrogation sur l'importance à donner à l'organisation et la préparation du voyage. La mobilisation de cet interdiscours est une marque de connivence avec le lecteur. Il est supposé que le lecteur dispose de ce bagage culturel et comprenne le jeu de mot. Le lectorat est composé de de futurs voyageurs lettrés ayant les compétences numériques nécessaires pour être des utilisateurs avancés d'internet et ayant des connaissances sur la littérature anglophone.
	46 « mes indispensables de road trip en Oregon »	46 Discours procédural. Liste élaborée selon l'expérience de l'auteure du blog concernant les « ingrédients » à ne pas oublier pour réussi un voyage sous la forme

		de road trip dans la région de l'Oregon.
	« Bien sûr, il y a toujours les *rangers* dans les parcs traversés, qui sont là pour donner pas mal de renseignements pratiques au jour le jour, mais tous les rangers ne se valent pas. mieux vaut arriver avec quelques questions, ou au moins une idée de ce qu'on aime faire comme par exemple « marcher » ou « voir la nature ». Oui… ça reste vague. »	« qui sont là pour donner pas mal de renseignements pratiques » : segment qui désigne implicitement les touristes, les voyageurs qui sont les agents qui auraient besoin de renseignements pratiques. « mieux vaut arriver avec quelques questions » : effacement de l'agent également, le destinataire n'est pas précisé dans cette formulation « mieux vaut que vous arriviez avec quelques questions ». « au moins une idée de ce qu'on aime faire » : « on » ici pronom indéfini désigne le lecteur qui souhaiterait réaliser ce type de visites. « Oui...ça reste vague » : la blogueuse projette sur son lectorat ses propres impressions. Modalisation autonymique : la blogueuse commente sa précédente affirmation en utilisant l'affirmation « oui » les points de suspension et le commentaire « ça reste vague ». Ce commentaire de l'énonciateur sur sa propre énonciation appartient à la catégorie « non-coïncidence dans l'interlocution » ?
	47	47
	« Pour un point de vue général sur l'Oregon uniquement : le guide Fodor's Travel [hyperlien vers le site commercial Amazon] (en anglais). Suffisamment complet pour avoir des infos sur différents lieux, avec seulement quelques randonnées suggérées. C'est un bon guide pour se donner une première idée de l'Oregon » « Combien a coûté ce road trip dans l'Oregon	Effacement énonciatif du destinataire dans les formulations « pour un point de vue général sur... » / « Combien a couté ce road trip dans l'Oregon ? » / « le logement : » / « On fait quoi pendant 80 heures de voiture ? » Les appréciations : « c'est un bon guide pour ... »

	? »	« suffisamment complet pour... »
	48	48
	« **Le logement :** du côté *cheap* de la force, on a fait pas mal de **camping**, mais moins que l'an dernier… la nuit de camping a varié entre 0 et 13$ la nuit (sans douche ni toilettes « flush ») ; certes, le camping, c'est tout de même un certain investissement avant de partir, Manu aime se faire plaisir avec du matériel de geek de camping ; on a aussi eu l'occasion de faire de chouettes **hôtels**, dont le prix a varié de 90 à 300$ la nuit (en moyenne 150$) »	« Du côté cheap de la force » : interdiscours – référence à l'univers sémantique de Star Wars La référence est transposée à l'univers du porte-monnaie pour créer un effet de complicité avec le lectorat.
	« Une fois sur place, il faut ajouter **le prix des activités : »**	« Il faut ajouter... »
	49	49
	« On fait quoi pendant 80 heures de voiture ? » « Un road trip, c'est long »	Affirmation qui vise à prévenir en creux le destinataire du message : attention vous qui prévoyez de venir faire un road trip préparez-vous à vivre des moments de longueur et d'ennui dans la voiture « on s'emmerde un peu ».
	« **Au programme également »**	Notre guide nous propose à nous lecteur « un programme » : une suite d'activités organisées.
	50	50
	« A Portland, j'ai pris le temps d'arpenter les allées de la **librairie Powell's**, une halte incontournable pour les amateurs de bouquins (j'aurais une autre bonne adresse à vous donner pour les *book worms*). » « Mais bon, je m'égare à raconter tout ça. Vous voulez sans doute voir du paysage qui claque, lire des histoires de routes des Etats-Unis. Voici. »	« Pour les amateurs de bouquins » / « pour les book worms » : il est suggéré que dans le lectorat du blog de Mathilde une partie des internautes partagent la passion de l'auteure pour la lecture de livres. Vous + vouloir voir + lire = volonté du lectorat à satisfaire.
	51	51

	En attendant un récit plus complet, voici un aperçu des 10 étapes de ce voyage dans l'Oregon (avec de mini-incursions dans les Etats voisins). Vous en avez déjà vu un petit bout sur Instagram @mathildepit [hyperlien vers le compte Instagram de l'auteure] et sur Snapchat quand j'avais du réseau (et que j'y pensais) sur @mathildeyes	« Voici un aperçu » : le guide présente une partie du voyage. « Vous en avez déjà vu un petit bout sur » : la blogueuse considère son lectorat ici de façon homogène comme étant connectée à son compte Instagram.
	52 **« Mise en garde :** en déroulant le contenu étape par étape, l'impression que ce voyage coule de source peut se produire : sachez que ce n'est qu'une illusion. »	52 « mise en garde » : adresse implicite à l'auditoire. « sachez que » impératif.
	53 / 54 « Est-ce que Portland a tenu ses promesses de coolitude ? Je vous dirai ça dans un prochain numéro. »	53 / 54 Je (blog/blogueuse) + lectorat (vous) + dire + objet du discours (confirmer si Portland a tenu ou non ses promesses de « coolitude ») Terme d'adresse directe au lectorat. 2ème personne du pluriel. L'auteure joue avec le lecteur : utilisation de l'interdiscours « la suite au prochain numéro » pour reprendre le format épisodique propre au récit de voyage ou d'histoires rapportées sur plusieurs numéros de magazines. Cette phrase repose aussi sur le préconstruit que le lectorat attend de la part de la blogueuse de statuer sur la véracité de l'image supposée partagée de la ville de Portland.
	55 « **Où dormir :** j'avais réservé un Airbnb avant de partir, qui s'est avéré être un hybride entre la formule AirBnb et un hôtel, et c'était pas mal du tout, dans le quartier chinois, à deux pas du	55 Cf. commentaire *supra*.

	downtown. 56 Beaucoup de SDF le matin et le soir, ce qui donne un air sketchy au quartier, mais tout à fait ok pour 2 nuits. J'en reparlerai bientôt dans l'article dédié à Portland ! » 57 « [photo] Super contente de voir ce pont, the Bridge of the Gods, pour ceux qui ont lu ou vu *Wild* de Sheryl Strayed, ça leur rappellera des souvenirs » 58 « Comprenez : c'était wahoo ! » 59 « *"It's a good day to be alive"* *Dixit un copain de randonnée, plein de sagesse, croisé ce jour-là et qui ressemblait à Hank de* Breaking Bad. »	56 « louche » / sketchy : adjectif subjectif évaluatif axiologique selon le classement de (KO, 1980 : 93) évoquant le caractère « douteux » du quartier du point de vue de la sécurité. Le commentaire négatif est contrebalancé axiologiquement via le connecteur « mais » et l'affirmation « tout à fait ok pour 2 nuits ». La précision de la courte durée rend acceptable ce constat sur la perception sécuritaire du quartier. « Ok » prend alors la place grammaticale et la valeur sémantique de l'adjectif évaluation axiologique « correcte » (à la manière d'un synonyme). 57 « pour ceux qui ont lu ou vu Wild [...], ça leur rappellera des souvenirs » : l'auteur cible un groupe précis de son lectorat. Effet de complicité tissé avec cette partie du lectorat. 58 Impératif 2ème personne du pluriel. Tournure directe et familière « wahoo » + exclamation : terme d'évaluation affectivo-axiologique. Pronom démonstratif mis pour l'expérience de voir un pont qui appartient à la référence télévisée. 59 Autre référence à une série télévisée supposée connue de l'auditoire de la blogueuse. La description s'appuie sur les connaissances de la blogueuse en termes de culture populaire. Elle projette ses références culturelles sur son lectorat.

	60 « Ça avait des petits airs du canyon de Zion. Comprenez : c'était wahoo. »	60 Pronom démonstratif + verbe qualifiant « avoir des airs de » + modalisation avec le terme « petit » pour signaler que la ressemblance dans l'emploi de la comparaison n'est pas parfaite. De nouveau la formulation d'approbation et de validation de la blogueuse.
	61 « Let's the road trip begin ! »	61 Les références à la culture anglophone et les mots d'emprunt en langue anglaise laisse supposer que la blogueuse pense que son lectorat a un minimum de connaissances dans la pratique de l'anglais. L'enthousiasme se transmet aussi dans le blog via le nombre de points d'exclamation qui parsèment les billets.
	62 « Après quelques kilomètres, on finit presque par s'habituer à **l'extraordinaire** des lieux, puis on se dit : *attends, s'il y avait ça à Boston, ce serait incroyable, donc, c'est incroyable aussi ici*. On roule, on s'arrête, on marche, on se promène aussi du côté d'une paroi de pierre bleue. Yes, de la roche *bleu-gris*. Parait que c'est une zone de **fossiles** par là-bas. »	62 Utilisation du terme « oui » en anglais pour valider la description de la couleur de la roche et signaler au lecteur la particularité de la couleur et son caractère étonnant. Insistance du type « oui, oui vous avez bien lu ».
	63 « Après la journée d'exploration en voiture et la nuit au camping, on était super *dusty* (poussiéreux), et n'ayant pas trouvé de camping cool (comprenez : loin de tout), on a pris un hôtel, une **lodge** à nouveau, super apaisante au bord d'un lac dans la village de Joseph, au pied des « Alpes de l'Oregon » »	63 Parfois l'emploi de mot d'emprunt nécessite une traduction : « dusty (poussiéreux). « Un camping super cool (comprenez : loin de tout) » « Super cool » intervient comme adjectif axiologique et affectif qui dénote en même temps une

		évaluation et une « réaction émotionnelle du sujet » (KO, 1980 : 84). « Cool » est un adjectif emprunté à l'anglais utilisé en français avec la même construction syntaxique qu'un adjectif français avec une valeur sémantique positive. L'échelle de référence sur laquelle un locuteur se base pour qualifier un objet de « cool » n'est pas stable, d'où la nécessité de préciser le critère qui détermine ce qu'est un camping en road trip « cool » : c'est donc un lieu de campement « loin de tout »). « Tout » étant compris en premier lieu comme désignant les touristes « loin de tous » mais également loin de la ville.
	64 « On a fini dans un **motel** standard à John Day**[hyperlien vers un site commercial de réservation d'hôtel], où une troupe de motards faisaient un road trip en grosse Harley Davidson. »	64 Une « troupe de motards faisant un road trip en grosse Harley Davidson » rencontrée dans un « motel standard » : description et confirmation d'un cliché américain. L'auteure accomplit la promesse de servir aux clients ce qu'ils ont envie de lire et de voir.
	65 « [photo] **Bienvenue sur la planète Mars** »	65 L'expérience vient confirmer un cliché. Les légendes des photos fonctionnent comme autant de références à l'insolite, aux croyances partagées avec les lecteurs supposés avoir déjà vu des images de la planète Mars.
	66 « Ah les noms dramatiques ! Ils sont là pour nous conditionner à aimer un lieu, en laissant l'imagination vagabonder. Le canyon de l'Enfer est encadré par les montagnes du Diable, la	66 Confirmation des clichés aussi via les noms des lieux qui créent un univers insolite de Western « Le canyon de l'Enfer ». Lexique de

	Ferme du Diable, la Diablesse, la Dent du Diable… Ambiance.	référence à l'univers de la mort, démoniaque.
	67	67
	Gros coup de cœur pour cet arrêt de deux nuits où on a rencontré un ranger un peu dingue qui a couru en une journée les 40 miles qui encerclent le mont Hood (voir mention ci-dessus de la balade supra dure).	Anecdote de rencontres insolites : - un ranger qualifié d'« un peu dingue » puisqu'il a effectué une « balade super dure ». L'évaluatif « dingue » est éclairée par la précision du critère de la « balade super dure ».
	68	68
	On a aussi croisé un **ours** au camping. Camping sauvage. Camping dans la nature. Seuls. Avec l'ours. *Like no big deal.*	- un ours au camping : répétition de trois fois du terme « camping » implique que la blogueuse souligne une différence entre la notion culturelle de « camping » que peut avoir un individu français (elle s'inclut) et celle qui se pratique aux États-Unis. Le camping implique aux États-Unis la vie animale sauvage, la proximité avec une nature qui peut être dangereuse mais qui apparaît dans cette région comme faisant partie de la normalité « like no big deal » : « comme si ce n'était pas important ».
	69	69
	« Et bien sûr, le Boogie Man qui fait peur la nuit. »	Cliché du croquemitaine américain qui accroît l'effet insolite et inquiétant que cherche à créer le récit narratif.
	70	70
	« [photo] - Premier aperçu	Les photos s'adressent directement au lecteur pour qu'il puisse vérifier les affirmations de l'auteure et évaluer par l'aspect visuel le caractère « extraordinaire » de ce « road trip ». Fonction illustratrice du billet.

	[photo] - Coucou l'ours	Salutation ironique crée un effet de complicité avec l'auditoire.
	[photo] - Camping sauvage (mais autorisé), où des daims et un million d'autres animaux nous entouraient	Légende qui souligne l'exagération numérique de l'auteure dans ses descriptions pour souligner le caractère « sauvage » du camping. Ici « sauvage· est associé à « pleine nature », « un million d'animaux » qui entourent le couple.
	71 [photo] - Grange de bord de route, façon western	71 Photo d'un cliché d'une grange avec en légende la référence à l'univers des westerns.
	72 [photo] - THE route en haut du canyon de l'enfer	72 L'emploi de « THE » article défini singulier en majuscule est une interpellation directe au lectorat pour attirer son regard et signaler le caractère impressionnant (à définir de quelle façon ou selon quel critère) de la route.
	73 « C'est le deuxième **gros coup de cœur des vacances** (ou alors c'est déjà le troisième). »	73 Référence de nouveau à la liste des « gros coup de cœur» mais dans la mesure où il y une complicité supposée installée entre l'auteure et son lecteur à ce stade du billet, l'erreur est possible. Le dénombrement exacte des coups de cœur apparaît moins important que dans les guides touristiques du type Guide du routard qui établit une liste des 10 ou 20 coups de cœur dans un pays à ne pas manquer. Le « gros » coup de cœur implique aussi qu'il faut établir une échelle de référence positive plus enrichie que celle dont le lectorat à

		l'habitude. Le billet est parcouru de commentaires positifs et il est nécessaire pour aider le lecteur dans ses choix d'étapes d'ajouter des nuances à l'échelle des jugements positifs.
	74 « J'aurais plein de choses à raconter sur cette étape, voici juste quelques images… » « On repart vers l'ouest de l'Oregon : du côté d'endroits plus populaire et plus connus, avec le parc national de l'Etat, **Crater Lake**, connu pour son **bleu Harpic Gel**. »	74 Effacement énonciatif du destinataire du message : « à vous raconter » Utilisation de la culture populaire française supposée commune entre l'auteure et son lectorat via la comparaison de la couleur du lac avec un nettoyant WC « Harpic Gel ».
	75 « **Où dormir ?** » « On quitte l'Oregon pour aller un tout petit plus au sud : en Californie, pour voir une belle forêt de **séquoias géants**, appelés les *redwoods*, pour leur écorce rouge. Un ajout bienvenu parce que les arbres, c'est beau *(oui, c'est beau les arbres)*. »	75 Formulation récurrente de sous-titres qui fonctionnent comme une question posée par l'auditoire. Discours indirect (?) « Un ajout bienvenu parce que les arbres, c'est beau *(oui, c'est beau les arbres)*. » : autodérision, la blogueuse reconnaît l'aspect plat et banal de son commentaire évaluatif sur les arbres et propose en italique de se moquer d'elle-même. Cette phrase est destinée au lecteur. L'auteure cherche à provoquer la sympathie du lecteur.
	76 « C'est déjà presque la fin quand on remonte la route 101 (prononcez la *one-o-one* pour être pris au sérieux). »	76 Conseil formulé directement au lectorat qui projette de réaliser ce voyage. Selon les critères de l'auteure, pour être pris au sérieux et ne pas être victime de moqueries, le voyageur doit disposer d'un minimum d'informations sur la prononciation anglaise.

	77 « **Si un road trip dans cette région du Nord-Ouest américain** (« le Pacific North west ») vous intéresse, regardez aussi du côté de celui fait en 2013 dans le Nord-Ouest, de Seattle à Salt Lake City en passant par le Montana et Yellowstone, et les divers voyages en Californie. » 78 **« Si cet article vous inspire**, laissez un message ou citez-le à l'occasion en référence sur votre blog : c'est toujours sympa d'avoir un peu de reconnaissance de la part de *fellow* blogueurs et de lecteurs ! *Much appreciated* comme on dit ici. »	77 Discours procédural : l'auteure donne des instructions => Si X => Verbe d'action (impératif, 2ème pers. Plur.) + Y [les articles du blog de Mathilde] Détachement des groupes dans le lectorat : les blogueurs, les lecteurs, ceux qui préparent un voyage similaire. « sur votre blog » / « fellow blogueurs et de lecteurs » 78 Phrase exclamative : marque l'intonation affective de la demande de la blogueuse. « C'est toujours sympa d'avoir un peu de reconnaissance » : précision de la rémunération implicite de l'utilité de l'information et des efforts de partage de la blogueuse via le post de commentaire ou la citation dans un blog. Par opposition, ce qui n'est pas sympa c'est de ne pas laisser un message ou de ne pas citer de références du blog de Mathilde sur le blog du lecteur. Selon le schéma de référence de la blogueuse être « sympa » (adjectif affectif) c'est montrer de la gratitude. « Si cet article vous inspire » : l'objectif du billet est ici dévoilé = produire un contenu inspirant au sens de donner des idées, d'être reçu positivement, d'être apprécié en retour. L'auteure ne parle pas de l'utilité de

		l'article, ni de l'appréciation de la précision des informations fournies. Le contenu de qualité ne serait pas lié à la quantité d'informations utiles fournies mais à sa capacité à inspirer les lecteurs et à leur donner envie de voyager.
Désignation du blog / de la pratique du blog	*« J'ai été absente pendant longtemps du blog, plus de 3 semaines, c'est un record ! Je me rattrape avec un très long article »*	Plus de trois semaines sans billet publié nécessite un mot d'excuse et d'explication de la blogueuse et justifie la publication d'un article plus long pour compenser l'absence.
	« Prévoyez un café, un biscuit et 20 minutes de votre temps »	Commentaire qui désigne l'habitude de lecture des blogs. La construction de la phrase laisse penser qu'un billet de blog est rarement aussi long. La longueur du billet impose de prévenir l'auditoire même
	« J'aurais plein de choses à raconter sur cette étape, voici juste quelques images… »	La blogueuse « raconte » et écourte le texte en utilisant les photos.
	« ***liens d'affiliation, ce qui signifie que si vous réservez l'hôtel via ce lien ou achetez le livre via ce lien, je touche une commission. Vous ne payez rien en plus, vous avez juste bénéficié de ma recommandation, en passant par ce biais, c'est une façon de soutenir le blog !*	La précision de ce qu'implique pour le lecteur-scripteur d'utiliser les liens d'affiliation.
	CE voyage n'est pas sponsorisé, nous n'avons accepté aucune cadeau, aucune nuit d'hôtel gratuite, vous pouvez être assuré que tout a été choisi par nous-mêmes ! »	Cette explication de la blogueuse vise à remplir une obligation implicite d'honnêteté et de transparence dans la démarche qui a priori est attendue par le lectorat du blog. Le fait de préciser que « ce voyage » en particulier n'est pas sponsorisé laisse planer un doute sur l'impartialité de la démarche d'écriture des récits de voyage en général sur internet. Y-aurait-il un intérêt économique qui motiverait les recommandations publiées dans les blogs voyages ? Cette précision laisse penser qu'a minima il s'agit d'une pratique qui n'est pas adoptée par la blogueuse. Nécessité de rassurer le lectorat « vous pouvez être assuré » : promesse

	« Mais bon, je m'égare à raconter tout ça. Vous voulez sans doute voir du paysage qui claque, lire des histoires de routes des Etats-Unis. Voici. » J'envisage de raconter les étapes du voyage au fil des mois à venir. « « Ce qui m'a fait super plaisir en arrivant là-bas, c'est que Laetitia, une copine blogueuse [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse] est venue me chercher à l'aéroport et avait concocté un petit programme pour la matinée : vraiment sympa de sa part, et la rencontrer a confirmé ce que son blog dégageait d'elle : une personne chaleureuse et authentique. Merci Läetitia ! »	d'impartialité. « tout a été choisi par nous-mêmes ! » « Je m'égare à raconter tout ça » : cette affirmation implique que la blogueuse pense qu'elle a doit s'excuser si elle fait une digression thématique par rapport aux attentes de lecture de son auditoire. Ce lectorat chercherait à rencontrer à travers la lecture d'un blog visant le récit d'une expérience de road trip le stéréotype même qu'il cherche à déconstruire. « Mais bon » : tournure familière. « Je m'égare à raconter tout ça » : phrase qui met en avant ce que la blogueuse imagine être les attentes du lecteur de blog voyage. En l'occurrence, ici elle s'excuse d'évoquer un domaine de son intérêt personnel : les livres. Le contenu du blog doit se gérer et être diffusé méticuleusement. => norme et pratique du blog Gestion du travail de la narration et de son contenu. « vraiment sympa de sa part, et la rencontrer a confirmé ce que son blog dégageait d'elle : une personne chaleureuse et authentique. » Processus de comparaison entre les impressions construites par l'ethos de l'auteure d'un blog et la rencontre physique de cette auteure. Le rôle de la blogueuse est aussi de poser un jugement sur cette comparaison. Les critères d'appréciation d'un blog pour Mathilde passent par son aspect « chaleureux » et sa démarche « authentique ». Pour la blogueuse, un critère de qualité de blog est la cohérence entre l'impression

		donnée par la production digitale et la personnalité rencontrée. Le remerciement dans le blog passe par la citation, le remerciement et un commentaire qui justifie la mise en avant d'un autre blog. L'hyperlien est systématiquement joint.
Pratiques de réciprocités ?	« Ce qui m'a fait super plaisir en arrivant là-bas, c'est que Laetitia, une copine blogueuse [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse] est venue me chercher à l'aéroport et avait concocté un petit programme pour la matinée : vraiment sympa de sa part, et la rencontrer a confirmé ce que son blog dégageait d'elle : une personne chaleureuse et authentique. Merci Läetitia ! » .	Utilisation du réseau des blogs de même sujet / thème pour construire le contenu d'un périple et remerciement dans le récit. « Ce qui m'a fait super plaisir (...) c'est que Laetitia, une copine blogueuse » + [hyperlien vers le blog cité] + « vraiment sympa » + « la rencontrer a confirmé ce que son blog dégageait d'elle : une personne chaleureuse et authentique » + remerciement et phrase exclamative » Le blog et son auteur sont dans une relation symbiotique / d'identification. Du blog se dégage « une personne chaleureuse et authentique » en soulignant cet aspect l'auteure met en avant les critères de ce que devrait être le ton d'un blog voyage : « chaleureux » et « authentique ». Le remerciement dans le blog passe par la citation, le remerciement et un commentaire qui justifie la mise en avant d'un autre blog. L'hyperlien est systématiquement joint.
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la	S'excuser Expliquer Décrire Annoncer Commenter Montrer Présenter Recommander	

catégorie des actes de langage)	Prévenir Déconseiller Séduire Donner son opinion

Grilles d'analyse B1 – A1 - SECTION COMMENTAIRES

Dates : Juillet 2017 au 5 août 2019.

Totalité du nombre de commentaires au 11 septembre 2019 : 66 commentaires.

Date du billet le plus ancien : 15 sept. 2016.

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Structure du commentaire	C1 Prénom féminin « Bonjour Mathilde Mon conjoint et mon revenons d'un voyage de deux semaines en Oregon. Nous avons adoré notre séjour. Je voulais te remercier pour tes bons conseils nous avons grandement suivi ton blog pour nous inspirer Andréanne et Simon [émoticône souriante] »	Salutation + Prénom Mathilde Exposition de la situation : un couple qui a organisé un voyage dans l'Oregon sur la même période que la blogueuse. Verbe subjectif d'évaluation positive du voyage. Remerciement - « tes bons conseils » - on suit des « conseils » ; « Nous avons grandement suivi ton blog pour nous inspirer » Les remerciements de la commentatrice sont liés à son système de référence : « bon » Signature et émoticône souriante. Émoticône : modalisation du discours : accentuation du remerciement.

		Inspiration / donner des idées. Langage soutenu mais utilisation du tutoiement.
	XXXXXXXXXXXXXXXX C2 Prénom et nom de famille Bonjour Mathilde, Je découvre ton blog car j'envisage de faire un road trip Seattle -> San Francisco au mois d'août. cela m'embête de devoir réserver les logements à l'avance mais l'idée du camping ne me convient pas non plus. Trouve t-on selon toi des logement de type motel ou airbnb ou mieux des logements basiques proche des parcs nationaux ou même dans les parcs facilement à ton avis ? Si oui les logements sont-ils chers à cette saison en général ? Merci pour ton aide alors même que ton voyage commence à dater [Émoticône clin d'œil]	XXXXXXXXXXXXXXXX C2 Salutation + prénom Exposition de la situation. Projection de voyage type « road trip ». Formulation de la requête Utilisation du tutoiement. Demande de l'opinion personnelle de l'auteure / l'insistance provoquée par la répétition du sens des segments « selon toi » « à ton avis » renforce la valorisation positive du jugement de la blogueuse. Remerciement de l'aide future dans une formule figée. Émoticône vient ajouter au sentiment de complicité que cherche à créer le commentateur.
	XXXXXXXXXXXXXXXX C3 Prénom	XXXXXXXXXXXXXXXX C3 Remerciement + prénom

	« Merci Mathilde pour nous avoir donné l'envie de faire ce Road trip dans l'oregon , ce n'est pas la région des US à laquelle on pense forcément ,nous avons étonné beaucoup de monde . Nous avons fait comme toi , nous sommes allés jusqu'au parc des redwoods et pas déçus . Arrivant à Seattle nous en avons profité pour faire la rain Forest et là encore cela valait le coup. La côte de l'oregon Est superbe , crater Lake ,painted hills et smith rock sont vraiment à faire . Nous avons été moins emballés par hélls canyon,y aller nous a fait faire beaucoup de route peu intéressante à notre avis..	Remerciement + pour + « nous avoir donné l'envie de faire ce road trip dans l'Oregon » = remerciement est lié à la capacité de la blogueuse d'avoir donné envie au lecteur de réaliser le parcours décrit. « Nous avons fait comme toi » : le circuit décrit par la blogueuse est de nouveau commenté et évalué positivement : « et pas déçu » « et là encore cela valait le coup » « La côte de l'Oregon Est superbe », « [...] sont vraiment à faire ». Les commentaires positifs sont formulés sans rappel de l'échelle de référence qui est propre au locuteur. Le locuteur apparaît ici en creux dans les jugements posés. L'objet de l'évaluation ici n'est pas ce qui a été vu ou non mais si les affirmations du blog se sont révélées exactes ou non : « nous avons fait comme toi [...] et pas déçus ». L'objet sur lequel porte l'évaluation et le fait d'avoir suivi les recommandations de l'auteure. Mais aussi négativement : « nous avons été moins emballés par [...] y aller nous a fait faire beaucoup de route peu intéressante à notre avis ». Le commentaire négatif est rapporté (à l'inverse du commentaire positif) au locuteur directement par la précision en début de phrase

		du sujet « nous » et celle en fin de phrase « à notre avis ».
	Globalement ce fut un voyage très satisfaisant.	Conclusion évaluative du voyage : « un voyage très satisfaisant ». « très satisfaisant » : adjectif axiologique – affectif qui n'est pas en échos avec la thématique lexicale de l'extraordinaire et du sensationnel décrit dans le billet.
	Merci encore pour ce blog. »	Remerciement pour le blog. Pas de terme d'adresse hormis le prénom en introduction du commentaire.
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXX
	C4	C4
	Pseudonyme [hyperlien vers un site internet inactif]	
	« Chère Mathilde,	Salutation de type épistolaire + prénom
	Je pars dans 1 mois pour 1 mois en Oregon,avec Mathilde ma fille étudiante 21ans pour 1 an à Portland university.	Exposition de la situation
	Tu mets un 6 à la place du 2 et tu comprends pourquoi le camping sauvage c'est un peu compliqué en mode mensuel.	Tutoiement.
	Avec Manu, Vous avez fait un tour dans le sens des aiguilles d'une montre dans cet État immense et merveilleux pour nous qui aimons aussi la nature et la rando.	Catégorisation du contenu du blog dans ce que le

	Dans le mode « conseils adaptés » je boirai tes recommandations matérielles,géographiques et pécuniaires. Mille merci pour ton blog et ton style. Prénom » XXXXXXXXXXXXXXXX C5 Prénom « J'ai dévoré votre séjour en Oregon, ce qui m'a beaucoup aidé dans l'élaboration du mien l'année prochaine ! Fantastique road trip movie ! Good job !	commentateur appelle le « mode "conseils adaptés" rangé sous l'hyperonyme des « conseils généraux » et définis comme étant des « recommandations matérielles, géographiques et pécuniaires » Les remerciements se formulent de façon générale sur le blog de Mathilde et précisent que le « style » du blog et de l'écriture est apprécié. XXXXXXXXXXXXXXXX C5 Pas de salutation. Terme d'adresse au coup « votre séjour ». Verbe qui indique l'évaluation affective et positive de l'énonciateur vis à vis du récit du voyage de la blogueuse. Le verbe dévorer porte sur le séjour et non sur le récit du séjour ce qui démontre que l'effet recherché de projection est atteint. L'objet des remerciements est donc le récit qui a donné des idées au lecteur pour l'élaboration du même voyage à venir. Compliment / Féliciter. Points d'exclamation et emploi de l'émoticône souriante : appréciation positive, enthousiasme. Utilisation de mots d'emprunt pour donner l'impression d'une attitude complice avec l'auteure.

	Merci pour le coup de main ! [émoticône souriante] » XXXXXXXXXXXXXXX C6 Prénom ou pseudonyme « Ohlala je suis si contente de tomber sur cet article – et ton blog que je découvre du coup! Je prépare un roadtrip un peu chelou Portland > San Diego pour février, et je pense trouver ici plein de chouettes infos!!!	Il est vrai que le descriptif et la narration du voyage empruntent au fantastique (Boogie man, lexique de la solitude, des noms fantastiques « l'enfer », le « diable », des bruits de « milliers » d'animaux dans la nuit, des kilomètres qui défilent...). Remerciement pour l'aide apportée de façon familière « coup de main ». XXXXXXXXXXXXXXX C6 Pas de salutation Interjection. Tutoiement. Points d'exclamation. Commentaires d'évaluation positive sur l'état émotionnel du commentateur. Exposition de la situation : préparation d'un voyage autour de la ville centrale dans le circuit proposé par la blogueuse. Enthousiasme lié à la perspective de « trouver ici plein de chouettes infos !!! » Association du blog à un lieu « ici » contenant de nombreuses (adjectif « plein » + pluriel) informations de qualité (« chouettes »). « chouette » renvoie au système d'évaluation des informations du lecteur. On suppose que les « chouettes infos » ce sont des informations présentes en nombre qui permettront au

		commentateur de préparer son voyage (donc qui lui seront utiles en amont et surplace).
	Merci <3 »	Remerciement et graphisme cœur.
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXX
	C7	C7
	« Bonjour Mathilde,	Salutation + Prénom
	Magnifique ton road à l'Oregon ça donne encore plus envie un jour je l'espère bien peut être faire un combiné Oregon+Washigton!!Qui sais, au tout cas j'adore vos articles merci de me faire encore rêver. Cristina »	Adjectif affectivo-axiologique sur le « road trip » et non sur le récit lui-même. Le récit s'efface pour laisser la place au vécu. Le processus de projection fonctionne puisque la lectrice confirme que « ça » « donne encore plus envie » de réalisé un parcours similaire. Vouvoiement Remerciement se porte sur la capacité du récit à « faire rêver » son lecteur « encore » et « encore ».
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXX
	C8	C8
	« Bonjour Mathilde, ton récit me rappelle des souvenirs.	Salutation Tutoiement Pouvoir de projection du récit qui convoque d'autres récits chez les commentateurs ayant vécu des expériences similaires.
	En effet septembre 2016, j'ai eu la chance de partir 3 semaines dans l'état de	Récit sur le ton de la confidence « je te laisse

	Washington à Tacoma où j'ai de la famille. J'ai amené ma grand mère de 83 ans revoir sa soeur qui fêtait ses 80 printemps. Elles ne s'étaient pas revu depuis depuis plus de trente ans. Je te laisse imaginer l'émotion de ses retrouvailles. Avec mon copain, nous avons pris les routes et direction l'Oregon en premier : cannon beach avec cette rue typique de boutiques dont une 100 % de décorations de noel ouverte, columbia river gorge les vues tellement magnifiques (un regret on a pas trouvé de place sur le parking pour voir la cascade Multnomah Falls) Portland, le mont hood également avant de faire l'état de Washington. J'ai adoré les deux etats. On nous attends de nouveau là-bas j'espère que nous aurons la chance très bientôt d'y retouner. A bientôt. »	imaginer l'émotion de ses retrouvailles » Salutation.
Structure de la réponse de l'auteure du blog	RC1 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX RC2 « Hello Linda, Nous ne réservons jamais à l'avance les hôtels/AirBnb/camping, mais	RC1 N/A XXXXXXXXXXXXXXXXX RC2 Salutation en anglais + prénom Réponse à la requête.

	nous sommes habitués à ce type de voyage itinérant. Si vous partez en été, c'est quasiment impossible de trouver des logements à proximité des parcs facilement ou bon marché. C'est extrêmment populaire. Ce n'est pas complètement impossible, Par exemple à Crater Lake on a pris une chambre de motel basique à 170$ la nuit à la dernière minute, mais c'était la dernière qui restait. Ca se tente, mais c'est une façon légèrement stressante de voyager. » XXXXXXXXXXXXXXXX RC3 Hello Claudine,	Adresse directe au couple « vous » mis pour le couple mais pas d'utilisation de tutoiement. « Ça se tente » : le pronom démonstratif évite une tournure directement adressée au destinataire du message « vous pouvez le tenter. » Donne un caractère plus général à la réponse. En utilisant les pronoms démonstratifs « ça », « c' », « ce » la blogueuse permet à d'autres lecteurs de mieux s'identifier dans la réponse à la situation. Le commentaire est nuancé dans son évaluation par le connecteur « mais » qui introduit un adjectif subjectif axiologique-affectif « stressant ». Cet adjectif renvoie au système de valorisation propre à la blogueuse. Elle modalise son discours en utilisant l'adverbe de manière « légèrement ». XXXXXXXXXXXXXXXX RC3 Salutation + Prénom

	Je suis super contente de lire que vous avez aimé ce voyage. J'avais vu des voyages dans l'Oregon avant de partir, mais toujours uniquement sur la côte PAcifique, on avait envie d'explorer aussi les déserts et les canyons tout à l'ESt. Le passage par les Redwoods était très sympa, c'est bête à dire, mais on adore les forêts ! Vous partez où la prochaine fois ? XXXXXXXXXXXXXXXX RC4 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX RC5 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX RC6 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX RC7	Satisfaction portant sur l'appréciation du voyage proposé par l'auteure. « super contente » « très sympa » Point d'exclamation « On adore les forêts » Enthousiasme Question directe à la commentatrice. Pas de tutoiement. L'auteure ne commente que la partie positive du message ignorant le commentaire négatif sur une partie du voyage qui avait été conseillé. XXXXXXXXXXXXXXXX RC4 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX RC5 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX RC6 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX RC7

	« Merci Cristina ! C'était un superbe voyage. Pour l'Etat de Washington, on avait opté pour un road trip qui allait vers l'ESt : de Washington au Montana, puis descente vers Yellowstone. L'article récap est ici : https://www.maathiildee.com/road-trip-dans-le-nord-ouest-americain-vacances-dete-2013/ » XXXXXXXXXXXXXXXX RC8 Néant.	Remerciement + prénom du commentateur Point d'exclamation Qualification via l'adjectif affectivo-évaluatif « superbe » du voyage. Assertion qui vient revalider en deuxième instance l'appréciation du voyage. Précision et renvoie vers une information plus complète pour aider le commentateur dans sa construction de voyage. XXXXXXXXXXXXXXXX RC8 Néant
Désignation du blog par les internautes dans les commentaires	C1 « nous avons grandement suivi ton blog pour nous inspirer » XXXXXXXXXXXXXXXX C2 « Je découvre ton blog car j'envisage de faire un road trip Seattle -> San Francisco au mois d'août. »	C1 Adjectif possessif « ton » + « blog » : le blog de quelqu'un. On suit le blog de quelqu'un. Un blog sert à inspirer son lectorat. XXXXXXXXXXXXXXXX C2 Blog consulté dans le cadre d'une recherche d'information pour organiser un « road trip ». « Je découvre ton blog » : Je + verbe d'action au présent (le

		commentateur a déjà découvert le blog et continu à le parcourir) + adjectif possessif + blog (COD).
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C3 « Merci Mathilde pour nous avoir donné l'envie de faire ce Road trip dans l'oregon » « Merci pour ce blog. »	C3 Correspondance entre les segments « pour ce blog » et « pour nous avoir donné l'envie de faire ce road trip dans l'Oregon ». Pour la commentatrice l'objet du remerciement est donc que l'objectif du blog a été rempli au moment où le billet a fait naître chez elle et son conjoint « l'envie de faire » la même chose que la blogueuse. Processus d'identification. Cf. Inspirer / Donner envie de faire
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXX
	C4 « Dans le mode « conseils adaptés » je boirai tes recommandations matérielles, géographiques et pécuniaires. » « Mille merci pour ton blog et ton style »	C4 Blog = « conseils adaptés » à qui ? ou à quoi ? Que désigne pour le commentateur l'emploi de ce terme ? Le commentateur « boit » les recommandations de la blogueuse. « On dévore le séjour (cf. C5) » et ici « on boit » les recommandations tirées de l'expérience de la blogueuse. Blog et style sont salués ici comme deux éléments distincts. Il y aurait le contenu et le style.
	XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX

	C5 « J'ai dévoré votre séjour en Oregon » « Fantastique road trip movie ! » « Good job ! » « Merci pour le coup de main ! [émoticône souriante] » XXXXXXXXXXXXXXX C6 « Ohlala je suis si contente de tomber sur cet article – et ton blog que je découvre du coup! » « et je pense trouver ici plein de chouettes infos!!! » XXXXXXXXXXXXXXX	C5 Les récits du blog sont désignés ici en creux. Ils sont effacés de la construction de la phrase. Le commentateur a « dévoré le récit » du séjour de l'auteure et non son voyage a proprement dit. Tout se passe comme si le procédé d'écriture et de lecture avait été effacé. En fait le billet laisse la place au film puisque l'évaluation affective et évaluative du billet porte sur l'impression du lecteur d'avoir assister à un film de road trip. L'effet de projection ayant fonctionné le lecteur salut le résultat et remercie l'auteure pour ce partage qu'il trouve « utile ». A voir si dans les autres commentaires il y a la présence d'une anthropomorphisation du blog ou de l'activité du blog (« coup de main ») ? XXXXXXXXXXXXXXXXX C6 Le blog est d'abord perçu sous l'angle de l'intérêt d'un billet (qualifié d' « article ») pour la recherche précise du commentateur puis sous l'angle de la découverte du blog qui héberge cet écrit. Ici : adverbe de lieu mis pour « le blog » XXXXXXXXXXXXXXX

	C7 « Magnifique ton road à l'Oregon ça donne encore plus envie un jour je l'espère bien peut être faire un combiné Oregon+Washigton!! « au tout cas j'adore vos articles merci de me faire encore rêver. » XXXXXXXXXXXXXXXX C8 « ton récit me rappelle des souvenirs »	C7 Évaluation affectivo-axiologique portant sur le récit du voyage. L'objet, le récit, est effacé de la construction de la phase et est substitué directement par le voyage en lui-même. « ça donne encore plus envie (...) faire un combiné Oregon + Washington » Utilisation de points d'exclamation. Emploi de signes mathématiques (+) et du tutoiement Appréciation également des articles de la blogueuse. Le verbe affectif « adorer » porte sur la capacité des articles à faire rêver le lecteur, à le projeter dans le voyage vécu. XXXXXXXXXXXXXXX C8 Le blog n'est pas visé ici. La proximité de l'expérience racontée avec celle vécue par le commentateur convoque des souvenirs et incite au partage d'expériences similaires.
Désignation du blog par l'auteure dans la zone des commentaires	C1 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C2 Néant	C1 Néant XXXXXXXXXXXXXXXXX C2 Néant

	XXXXXXXXXXXXXXXX C3 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C4 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C5 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C6 Néant XXXXXXXXXXXXXXX C7 L'article récap est ici : https://www.maathiildee.com/road-trip-dans-le-nord-ouest-americain-vacances-dete-2013/ XXXXXXXXXXXXXXXX C8 Néant XXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX C3 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C4 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C5 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C6 Néant XXXXXXXXXXXXXXX C7 Le blog n'est pas évoqué. Seul l'article pertinent est proposé ici. L'auteure endosse le rôle de fournisseur d'information (de moteur de recherche dans son propre blog ?) XXXXXXXXXXXXXXXXX C8 Néant XXXXXXXXXXXXXXXXX
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	Néant sur les 8 commentaires sélectionnés.	N/A

Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	**Par les lecteurs-scripteurs :** Salutation Remerciement Expliquer Demander Partager Confier Raconter Evaluer **Par l'auteure du blog :** Salutation Répondre Évaluer – Statuer Orienter Conseiller Demander Compléter.

3.4. Grille d'analyse B1 – A3 – Section [Rhode Island, Summer series] – Summer series n°2 des vacances à Block Island

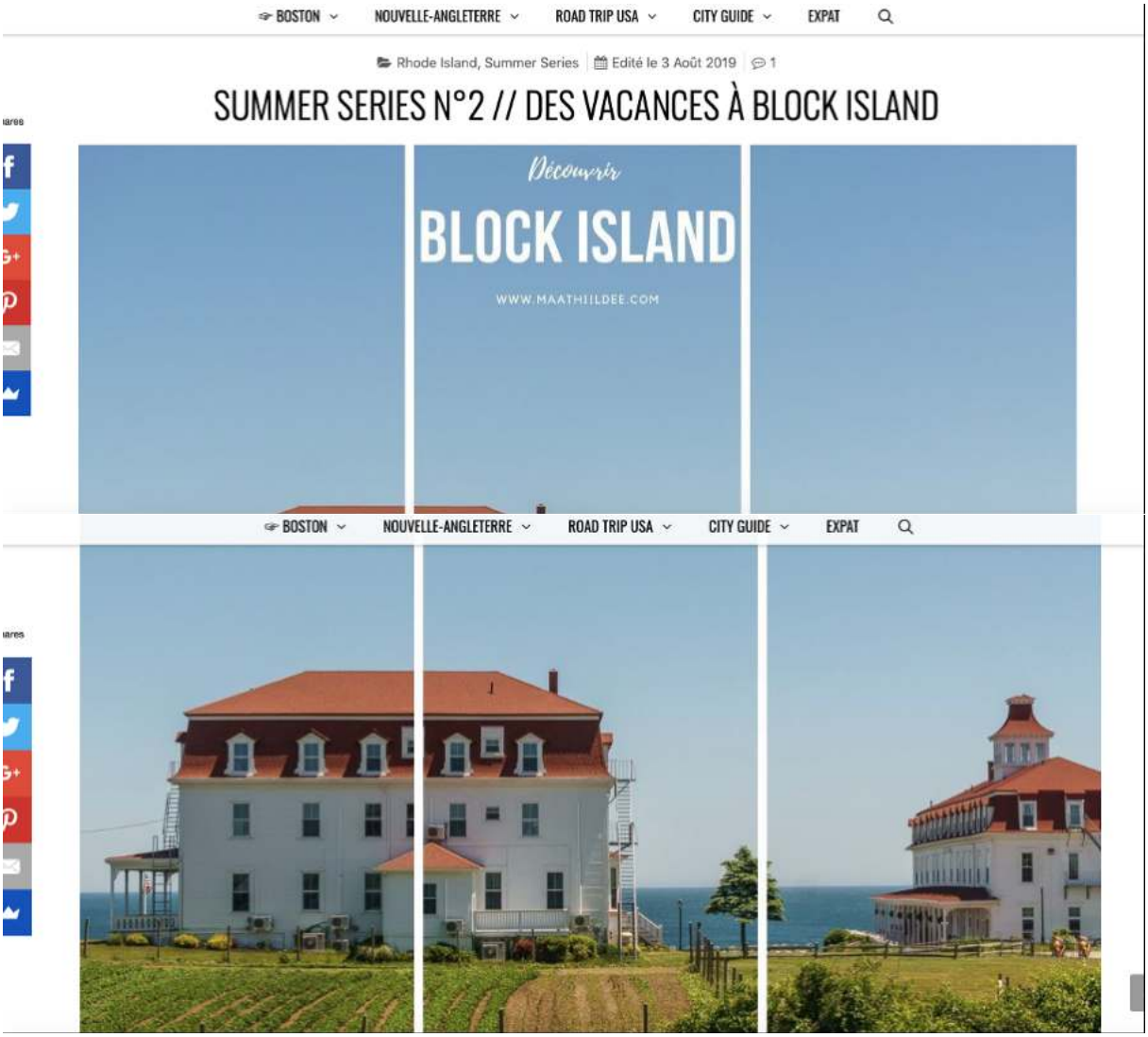
Date de consultation : 16 septembre 2019.

Date de publication : 3 août 2019.

Source : https://www.maathiildee.com/block-island-rhode-island/

Description de l'organisation de la page internet

Présentation de l'en-tête du billet



Source : https://www.maathiildee.com/block-island-rhode-island/

Organisation du billet

Organisation standard conforme à la page d'accueil et au descriptif du document intitulé : « Description de l'organisation des modules du blog voyage B1 - Le Blog de Mathilde ».

Description de l'utilisation des photos et des vidéos

Les photos sont utilisées de façon uniquement illustrative dans ce billet.

Relevé de marques langagières et analyse.

Grille d'analyses du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	« SUMMER SERIES N°2 // DES VACANCES À BLOCK ISLAND »	Mots d'emprunt. Titre de rubrique. Le terme de « série » implique qu'il y ait d'autres billets qui constitue cette liste (au moins un de plus puisque le titre s'intitule nº2 ». « Des vacances à + lieu »
Désignation du blogueur / de la blogueuse	« Block Island fait l'objet du deuxième épisode de la **série de l'été** » « Après le Cape Cod, je vous propose un détour par Block Island. » Dépêchez-vous, ça ne se visite que pendant l'été ! » « [photo du mini guide]	Effacement énonciatif. L'agent responsable du procès de la sélection du sujet du billet n'apparaît pas. « Je » désigne ici l'auteure agent du procès + verbe locutoire « proposer » + « un détour par » + [lieu]. Un individu propose un individu de se dévier des sentier battu (un détour est une digression dans un chemin planifié) ; Image du guide touristique. Emploi de l'impératif, le guide demande de le suivre et de se dépêcher pour entrer dans la visite. Les points d'exclamation jouent sur cet aspect. Construction d'une image discursive de guide touristique.

	Le mini-guide comporte 13 pages, il se lit comme un magazine, et c'est rempli de bonnes idées. »	Rupture avec la structure des autres billets. Ici, au lieu de lire un récit personnel, le guide est proposé à l'achat et seulement des photos légendées viennent illustrer ce voyage. Le récit fait place au discours promotionnel, un descriptif et la mise en avant de ses qualités : - Il s'agit non pas d'un guide mais d'un « mini-guide ». Le préfixe « mini » présuppose que la taille et le contenu seront plus petits que ce qu'un lecteur peut attendre d'un guide extensif sur la région du Rhode-Island. - Comparaison avec le type de lecture légère « se lit comme un magazine » : on s'attend à lire des articles, à voir des photos, à une tonalité légère d'écriture ; - « c'est rempli de bonnes idées » : on retrouve l'argument de la qualité via l'adjectif axiologique « bon », l'argument de quantité via l'emploi du pluriel et du verbe « remplir ».
	[Émoticône cœur] Un grand merci à tous ceux qui m'ont déjà fait confiance pour le **numéro sur le Cape Cod**	Remerciement + remerciement via technographisme de cœur. « Grand » n'est pas utilisé en tant qu'adjectif objectif mais évaluatif non axiologique. Il révèle une appréciation positive du locuteur. Appréciation qui trouve sa cause dans « la confiance » qu'une partie du lectorat (« ceux ») lui a témoignée en achetant le 1er mini-guide.
	« A bientôt ! je vous laisse tout de même avec quelques photos pour vous donner envie de découvrir Block Island : »	L'acte d'achat est passé sous silence et est évoqué en tant que « témoignage de confiance envers la blogueuse ». Salutation et point d'exclamation. Ton enthousiaste. Locution adverbiale exprimant la concession « tout de même ».

	« [photo] [photo] C'est parti pour une heure de ferry // La chambre au charme désuet, ambiance never too much » « L'hôtel, tout droit sorti d'une carte postale d'un autre temps / La déco, toujours sur papier peint fleuri » « Petite promenade jusqu'au bout, pour aller voir le phare hello, c'est beau !	Ce qui est admis (déduit du contexte de l'énonciation) ici c'est que normalement le mini-guide vient se substituer au récit et son contenu doit se procurer via l'achat en ligne. Or, la blogueuse concède la consultation libre des photos pour remplir l'objectif du blog qui est de « vous donner envie de découvrir Block Island ». Les objectifs du blog et du mini-guide viennent ici se chevaucher. La formulation ici a une valeur presque d'excuse auprès des attentes de son lectorat. Utilisation du syntagme « c'est parti » phrase que l'on pourrait attribuer au guide touristique en début de visite. Reprise de la métaphore du temps qui s'arrête « charme désuet » L'hôtel est décrit en filant la métaphore du temps figé « tout droit sorti d'une carte postale d'un autre temps » + adverbe « toujours ».
Désignation de l'auditoire	« Vous avez déjà entendu parler de **Block Island** ? En général, en Nouvelle-Angleterre, on connaît **Martha's Vineyard** ou **Nantucket**, quelques mini-îles du **Maine**, mais Block Island reste peu connue.	Utilisation du pronom de 2ème personne du pluriel pour désigner l'auditoire. Tournure soutenue. Accroche via une formulation interrogative. Reprise des connaissances supposées partagées sur les points d'intérêts de la région en évoquant le caractère « peu connu » de Block Island. L'auteure segmente son auditoire en plusieurs groupes : - Le groupe supposé le plus grand : « en général » + « on » pronom indéfini qui ne devrait pas connaître l'île. Ici gît une idée sous-jacente dans la construction de la phrase :

		ceux qui connaissent cette île parmi son auditoire sont minoritaires. Ce point est développé dans la construction qui suit ;
	Ou alors ceux qui connaissent sont des fans absolus dans cette micro-île du **Rhode Island**.	- « ou alors » : conjonction de coordination associée à l'adverbe annonçant une alternative contraire à la proposition formulée précédemment « en général, on connaît [...] mais on ne connaît pas [...] ». Preuve que l'auteure se base sur ce qu'elle s'imagine que son lectorat sait ou ne sait pas ; - « ceux qui connaissent » : utilisation du pronom démonstratif pluriel suivi du pronom relatif « qui » qui annonce les caractéristiques propres à ce groupe de connaisseur. « Des fans absolus dans cette micro-île du Rhode Island » : la description des propriétés du groupe a un effet d'humour provoqué par l'emploi du registre des degrés / intensité ? : - degré dans le niveau de connaissance du lecteur ; - degré dans la taille de l'île par rapport à la région totale ; En effet, ainsi, un connaisseur pointu d'une région est un « fan absolu » qui connaît jusqu'à la plus petite des îles méconnues de la région du Rhode Island.
	11 km du nord au sud, 5 km de large, un côté figé dans le temps, un air de vacances perpétuelles… Block Island fait l'objet du deuxième épisode de la **série de l'été**.	Description géographique de l'île. Effacement énonciatif de l'auteure via la succession de syntagmes de description de l'île « un côté figé dans le temps, un air de vacances perpétuelles... ». L'agent du procès n'apparaît pas directement dans la construction de la phrase.

	« Après le Cape Cod, je vous propose un détour par Block Island. » « Dépêchez-vous, ça ne se visite que pendant l'été ! » **« [J'ACHÈTE LE MINI GUIDE] [hyperlien vers une fenêtre d'achat du mini-guide hébergé par le site du blog] »**	Utilisation de la métaphore du temps : « figé dans le temps » / « perpétuelle ». Utilisation également du lexique audiovisuel des séries télévisées : « deuxième épisode de la série de l'été » ou bien des rubriques la « série de l'été » utilisée par les magazines féminins. Terme d'adresse directe au lectorat via le « vous » considéré de nouveau de façon collective. Accroche de nouveau de l'attention du lecteur via l'impératif pressant le lecteur de lire le billet. Tournure de phrase étonnante. L'auteure n'invite pas à lire l'article mais à se dépêcher de la rejoindre dans la visite. Tout se passe comme si en lisant le lecteur allait s'embarquait physiquement dans la visite organisée par la blogueuse. Objectif : construire un récit vivant. La référence à la saison de l'été là aussi est surprenante sachant que des commentaires sont déposés à la suite de billets publiés des années auparavant. Technomot insistant à l'acquisition du mini-guide. La phrase « j'achète le mini guide » est associée à un hyperlien qui renvoie à une fenêtre d'achat de l'e-book. Utilisation d'un « je » d'identification directe qui permet au lecteur « d'occuper immédiatement la position du sujet de la phrase, qui est aussi l'agent de l'action exprimée par le verbe au présent » (Maingueneau, 2013 : 132-133). L'action suggérée

		est assumée dans le texte par le lecteur considéré cette fois-ci dans son individualité. Ce "je" est une place vide qui peut être assumée par n'importe qui ». « J'achète » ici la première personne du singulier est employé non pas pour désigner l'auteure du blog mais pour désigner le lecteur – futur acquéreur. (*Ibid.)* Le « je » deviens producteur d'action puisque la phrase est un « call-to-action ».
	« **[émoticône cœur]** Un grand merci à tous ceux qui m'ont déjà fait confiance pour le numéro sur le Cape Cod	Technosigne de l'émoticône cœur ajoute une modalité affective au remerciement. Le remerciement est lié à un acte de « confiance ». Utilisation d'une litote pour désigner l'acte d'achat.
	« A bientôt ! je vous laisse tout de même avec quelques photos pour vous donner envie de découvrir Block Island : »	Salutation, point d'exclamation pour respecter la tonalité positive du blog. Le « je » singulier s'adresse au « vous » collectif. L'envie de découvrir ici ne se fait pas via le récit contrairement aux autres billets mais via les photos qui sont considérées comme un extra au contrat tacite entre l'auteure et son lectorat. L'auteure par cette phrase modifie le moyen d'accéder à la projection de soi dans les récits, aux renseignements pratiques pour organiser un futur voyage, ou à l' « envie de découvrir » une destination. C'est un changement important pour l'auditoire. Le partage d'information se fait ici via l'achat d'un guide, achat qui révèlerait la confiance de l'auditorat pour l'auteure. Une confiance qui s'est construite entre les acteurs du blog sur le partage d'informations nombreuses et de qualité tirées de l'expérience personnelle de

	hello, c'est beau ! Prochain numéro : le Cape Ann, on retourne dans le Massachusetts	l'auteure et présentées via des récits de voyages. Interpellation de soi ou à l'auditoire avec une phrase exclamative et l'emploi d'une salutation en anglais. Jugement affectif. « Le numéro sur le Cape Code », « prochain numéro » : en réalité les billets non pas de contenu mais sont une « mise en bouche » (pour reprendre les termes de KO sur les guides touristiques (KO, 2005). Termes empruntés à l'univers de la presse magazine.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	Néant.	Néant
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	Interroger Attirer Supposer Décrire Presser Demander Pousser à l'achat Remercier Illustrer Saluer	

Grille d'analyses B1 – A1 - SECTION COMMENTAIRES

Dates : Août 2019.

Totalité du nombre de commentaires au 16 sept. 2019 : 1.

Date du billet le plus ancien : 13 août 2019.

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Structure du commentaire	C1	C1

	« Bonjour Mathilde et merci pour ces summer series. J'aimerais acheter celui consacré au Cape Ann et j'espère qu'il sera très bientôt en ligne. »	Salutation + prénom Remerciement pour la rubrique. Formulation d'une requête au conditionnel pour l'achat d'un produit similaire. Formulation de l'attente de prompte disponibilité en ligne.
Structure de la réponse de l'auteure du blog	C1 Pas de réponse.	C1 Pas de réponse.
Pratiques de réciprocités entre blogueurs ou discours d'organisation du blog ?	Néant	Néant
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	**Par les lecteurs scripteurs :** Saluer Remercier Formuler une requête.	

3.4. Grille d'analyse B1 – A4 – Section [Différences culturelles France – États-Unis] – Sourire extra-fresh

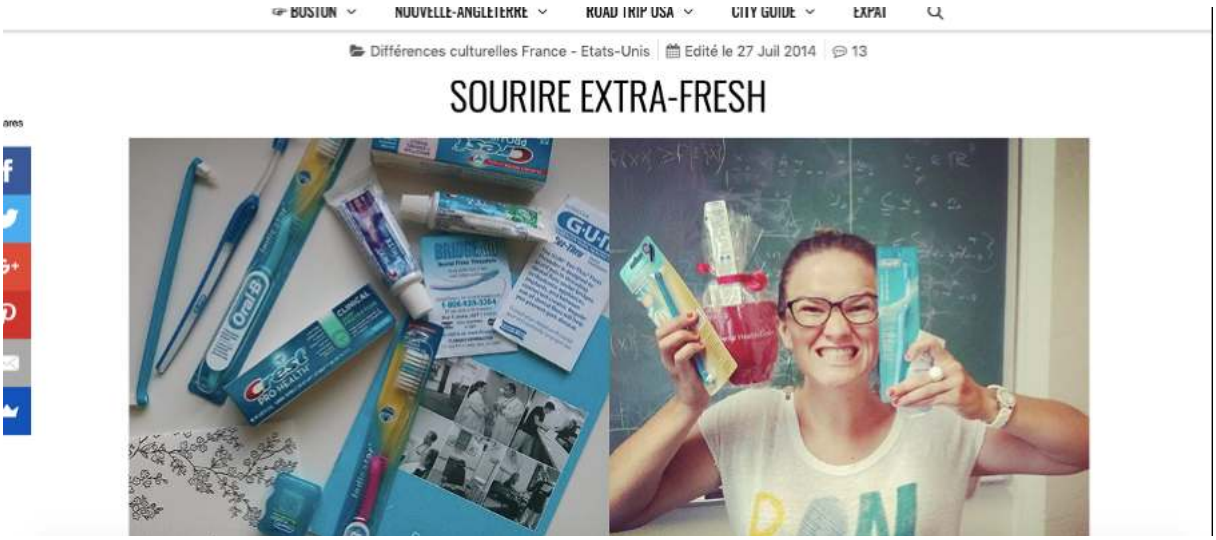
Date de consultation : 16 sept. 2019.

Date de publication : 27 juil. 2014.

Source : https://www.maathiildee.com/sourire-extra-fresh/

Description de l'organisation de la page internet

Présentation de l'en-tête du billet



Source : https://www.maathiildee.com/sourire-extra-fresh/

Organisation standard selon l'ordre du menu déroulant de la page internet

> Organisation standard conforme à la page d'accueil et au descriptif du document intitulé : « Description de l'organisation des modules du blog voyage B1 - Le Blog de Mathilde ».
>
> Les publicités sont en lien avec l'utilisation de soins dentaires.
>
> Les commentaires sont ouverts. Le plus ancien commentaire date du 28 juillet 2014 et le plus récent de mai 2017.

Description de l'utilisation des photos et des vidéos ;

Les photos sont utilisées de manière illustrative et humoristique dans ce billet.

Relevé de marques langagières et analyse

Grille d'analyse du billet

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Titre du billet	« Sourire extra-fresh »	Mot d'emprunt
Désignation du blogueur / de la blogueuse	*1* *« Ce post est sponsorisé par mon dentiste.*	L'auteure utilise l'italique pour insister sur une partie de son discours « ce post est sponsorisé par mon dentiste » (Maingueneau, 2013 : 188) ; pour présenter des mots d'emprunt en anglais (*Ibid*.). Sur la première phrase en italique il s'agit d'une mise en relief (une surassertion) qui reprend le syntagme figé « sponsorisé par + marque) (organisation interne forte) + amplification de la figure de l'énonciateur (humour, ton ludique) + en relation avec une thématique centrale. => valeur d'insistance soit une modalisation de l'auteure qui cherche à commenter son dire soit une surassertion dont la valeur est de créer un trait d'humour et donc de la complicité avec les lecteurs ? Allusion à un autre énoncé celui des évènements « sponsorisé(s) par + nom d'une marque ». Pratique décrite comme « constante des journaux ou de la publicité qui consiste à laisser percevoir derrière un énoncé des énoncés ou des fragments d'énoncés célèbres » (Maingueneau, 2013 : 194). « Il s'agit avant tout d'accrocher le lecteur en faisant percevoir deux énoncés en un, tout en mettant en évidence un éthos ludique » (*Op. Cit.* : 195) Ici la phrase « Ou devrais-je dire toute l'équipe du centre de dentistes [...] » apporte une précision sur le mot « dentiste » de la phrase précédente.

	2 Ou devrais-je dire toute l'équipe du centre de dentistes où je suis enfin allée, honte à moi, après plus de deux ans à vivre à Boston. J'ai appelé, et j'ai à peine attendu 3 jours pour mon premier rendez-vous. J'ai vu une dentiste, son assistant, et j'ai même eu droit à un *dental hygienist*, celui qui m'a nettoyé les dents comme jamais. Vous voyez sur la photo à gauche, le mot qui dit « Thank you » ? Et bien c'est la dentiste, qui m'a écrit une petite carte de remerciements pour les avoir choisis.	Il s'agit d'une modalisation autonymique de type non-coïncidence entres les mots et les choses (Maingueneau, 2013 : 181) ? L'auteure énonce des différences culturelles. La boucle réflexive provoquée par le segment « ou devrais-je dire » marque la nécessité de préciser qu'un rendez-vous chez le dentiste aux États-Unis implique à la différence de l'expérience française de rencontrer plusieurs interlocuteurs. Récit au passé composé. « [...] j'ai à peine attendu 3 jours pour mon premier rendez-vous » sous-entendu (tiré du contexte d'énonciation) impliquant que le service était rapide en comparaison à d'autres expériences de temps d'attente de référence communes entre l'auteure et son auditoire. Insistance sur le nombre de personnes qui se sont occupées de l'auteure et sur la qualité. L'excès de qualité énumérée sert tant à souligner les différences entre les expériences françaises et américaines qu'à renforcer un ethos ludique. Interpellation de l'auditoire sur un visuel qui vient compléter le sens du texte et renforcer l'aspect positif et surprenant de cette expérience. « [...] qui m'a écrit une petite carte de remerciements pour les avoir choisis » adjectif « petite » vient ajouter une dimension affective à l'évaluation de l'expérience. Formulation familière où la construction de la négation apparaît

	Si c'est pas du service après vente de qualité. »	incomplète « si c'est pas du service après vente de qualité ». L'énoncé appelle d'autres énoncés par sa construction : « Si ça [cette façon de porter du soin au moindre détail dans la relation docteur – patient] c'est pas de la qualité, j'y comprends/ j'y connais rien [alors je ne sais pas ce que serait un service de qualité] ». Cette énonciation montre un positionnement de l'énonciateur jugeant positivement l'ensemble de la visite chez le médecin. Son positionnement à la fin du paragraphe correspondrait à un énoncé surasserté. Le jugement positif du rendez-vous vient contrarier la ligne chronologique du récit.
	« **Avant de commencer.** Comme d'hab chez le médecin ici aux US, il y a de très nombreux formulaires à remplir, de nombreuses décharges comme quoi on sait que les médecins font de leur mieux,	Description de l'habitude culturelle. Utilisation des déictiques de lieux « ici aux US » par opposition donc à « là-bas en France » ou à toute zone « ailleurs », présentatif « il y a + descriptions). Le commentaire implique un jugement négatif (donc axiologique) qui apparaît nuancé. La formulation sans agent du procédé de demande de remplissage des documents associés à l'emploi du pronom indéfini « on » dans « on vérifie » permet de ne pas rejeter la « faute » sur les dentistes qui sont l'objet de valorisation dans ce billet. Le premier pronom indéfini désigne l'auteure ou tout autre patient qui se présenterait pour une visite chez le dentiste aux USA : « comme quoi on sait que les médecins font de leur mieux ». Cet énoncé se présente

	et surtout on vérifie que je peux payer : j'ai une assurance pour les dents, ça va.	sous la forme d'une subordonnée complétive objet directe introduite non pas par un verbe de parole mais par le syntagme « on sait que ». Il ne porte pas de marque italique ou de guillemet. « on vérifie que je peux payer : j'ai une assurance pour les dents, ça va.» : ici le pronom indéfini désigne les interlocuteurs de l'auteure au moment de la visite. En l'occurrence, le cabinet dentaire qui n'est pas nommé directement comme l'agent du procès de vérification. Le « on » désigne une personne du cabinet dentaire probablement une assistante ou une secrétaire médicale et la patiente donc l'auteure. La situation d'énonciation se situe dans le passé mais est retranscrite ici au présent pour donner un effet d'action en train de se dérouler sous nos yeux de lecteurs.
	On fait les comptes avant de commencer, et l'assurance prend un charge les frais : je ne vais rien payer.	
	Sinon, ça m'aurait coûté un peu plus de 700$. L'assurance dentaire (20$/mois pour deux) est un supplément à l'assurance santé normale (environ 300$/mois pour deux), mais dans la formule que j'ai choisie, je ne peux aller que dans deux centres dentaires à Boston. Ça tombe bien, en arrivant, ils m'ont dit qu'ils étaient les *meilleurs* (ouf). »	« Ils m'ont dit qu'ils étaient les *meilleurs* (ouf) » : la mention en italique est de l'auteure. Un verbe de parole est utilisé et l'énonciateur est précisé. Le temps est au passé. La mention en italique pourrait correspondre à une modalisation de l'auteure de sa propre parole. Cette modalisation, cette prise de distance

		vient éclairer avec humour la phrase précédente « dans la formule que j'ai choisie, je ne peux aller que dans deux centres dentaires à Boston ». N'ayant d'autre choix que deux adresses de dentistes fournies par l'assurance dentaire, l'auteure simule le soulagement face à l'affirmation du cabinet dentaire. L'interjection « ouf » l'expression « ça tombe bien » et l'italique portant sur l'adjectif superlatif « meilleurs » sont des indices de prise de distance qui permettent au co-énonciateur (le lecteur potentiel) de « présumer qu'il s'agit d'une énonciation ironique » (Maingueneau, 2013 : 197) qui « se disqualifie elle-même, de se subvertir dans le mouvement même où elle profère ». « Mise en scène par laquelle l'énonciateur fait entendre par sa bouche un personnage ridicule qui dirait sérieusement une parole déplacée mais dont il se distancie par divers indices au moment même où il lui donne la parole. » (Maingueneau, 2013 : 197). Le personnage ridicule ici serait une personne naïve qui prendrait pour argent comptant les affirmations du cabinet dentaire. Les effets de ces modalisations du discours de l'auteure contribuent à créer un ethos ludique. Utilisation de l'italique pour le mot d'emprunt. Les deux points sont une adresse directe au lectorat sous la forme de « comprenez » ou bien « c'est-à-dire ». L'extensivité dans le diagnostic est vantée via l'adjectif

	Mon premier rendez-vous est un *comprehensive evaluation :* une analyse approfondie de mes dents, gencives, racines, etc. On me fait des rayons X, on touche un peu à tout, puis j'ai droit à plein de schémas sur mes dents, mes caries, les solutions. C'est un grand moment de solitude où je regarde des photos zoomées de tout ce qui déconne dans ma bouche. La dentiste est ravie et trouve qu'il a plein de boulot à faire (elle zoome un peu plus sur la photo). **Deuxième rendez-vous :** le *cleaning*. Ça	« approfondie », la construction quantitative « plein de » et l'énumération des éléments constituants la zone dentaire (« dents », « racines », « gencives »). L'emploi du pluriel et la succession d'actions réalisées sur les dents de la patiente ajoute à l'effet d'extensivité que cherche à illustrer l'auteure. A l'opposé de ce trop « plein de » se situe l'auteure patiente du dentiste qui décrit vivre « un grand moment de solitude ». Formulation familière. « Tout ce qui déconne dans ma bouche ». Image du cabinet dentaire : actif, expert (« rayon X », nombreux, pluriel (pronom indéfini, nombre d'intervenants) face à l'image de la patiente (singulier / « je » / totalité « solitude » « tout ce qui »). « Un grand moment de solitude » évoque aussi une prise de risque (mesurée) du narrateur qui va évoquer ses défauts personnels. Mise en risque de sa face puisqu'il est difficilement avouable de crier publiquement le manque d'hygiène d'une personne. L'utilisation du vocabulaire argotique « déconner » permet de tempérer avec humour cette exposition de son intimité. Le rythme de la narration suit le déroulement chronologique des différents rendez-vous. Utilisation de l'italique pour les mots d'emprunts. Même les termes anglais pour désigner les opérations techniques sont valorisés positivement « le

	fait vraiment plus cool que de dire le mot français **détartrage,** que j'ai toujours assimilé à du Calgon.	*cleaning*. Ça fait vraiment plus cool que de dire le mot français **détartrage,** que j'ai toujours assimilé à du Calgon **».** Le stéréotype de l'expérience américaine est développé (tout est positif, les interlocuteurs sont à votre service et sont aimables, les termes sont « vraiment plus cool » que ceux utilisés en France. « Cubicle » est employé sans la mention de l'italique or c'est un mot anglais. L'emploi de « tripatouiller » un verbe d'argot qui dénote un registre familier. Le registre de langue présente une rupture entre le niveau standard de la description du déroulement du rendez-vous le lexique soutenu dans l'utilisation du verbe « affûter » et celui très familier du verbe argotique « tripatouiller ». Cette rupture provoque un effet de rappel au réel. Tout parait idyllique mais la perspective de se voir exposer(« une dizaine d'autres cubicles », « des gens ») à la vue d'autres patients montre que la situation est inconfortable. Description et explication via une comparaison entre une pratique qui semble anodine en France et importante aux USA.
	Le *dental hygienist* affute ses outils, m'explique comment ça marche, et ce qu'on va faire. On en a pour une heure. J'essaie de rester tranquille, je suis dans un cubicle de dentiste, ouvert face à un couloir et une dizaine d'autres cubicles où des gens sont en train de se faire tripatouiller les dents.	« le flossing » : forme francisée de l'activité présentée en tant que nom commun.
	L'hygiéniste me remontre les photos AVANT, celles dont j'ai honte, et me demande à nouveau combien de fois par semaine je fais le **flossing** (= le fil dentaire, véritable religion aux Etats-Unis).	« Entre ses mains, c'est mieux que le spa. Je me sens rassurée, et c'est parti » « Je me sens rassurée », « je suis heureuse » et « c'est le plus beau jour de ma vie » s'inscrivent dans la suite d'affirmation ironique « ça
	Il met son masque, et me dit qu'entre ses	

	mains, c'est mieux que le **spa.** Je me sens rassurée, et c'est parti. A la fin du rendez-vous, il me donne des tonnes de produits cadeaux : brosses à dents, mini dentifrices, fil dentaire… Je suis heureuse, et on peut regarder les photos AVANT et APRES, où mes dents scintillent. Peter me dit que mes dents sont superbes, c'est le plus beau jour de ma vie. Je passe la semaine suivante à passer ma langue sur mes dents toutes douces.	tombe bien » « ouf » de soulagement qui sont déjà apparue précédemment. « Le dental hygienist » n'est plus un inconnu mais en le désignant « Peter » l'auteure poursuit sa tirade ironique sur la certaine naïveté de la relation.
Désignation de l'auditoire	Vous voyez sur la photo à gauche, le mot qui dit « Thank you » ? Et bien c'est la dentiste, qui m'a écrit un petite carte de remerciements pour les avoir choisis. Si c'est pas du service après vente de qualité. Ça tombe bien, en arrivant, ils m'ont dit qu'ils étaient les *meilleurs* (ouf).	Interpellation de son auditoire via l'aspect visuel du billet de blog. En attirant le regard du lecteur l'auteure sous-entend qu'il n'est pas habituel pour un individu français d'avoir des cartes de remerciements de la part de son dentiste. La formulation de la phrase sous-entend que l'auditoire est français, a l'habitude des visites chez le dentiste en France et n'a pas l'habitude de ce type de consultation aux États-Unis. L'interjection « ouf » entre parenthèses fonctionne comme une interpellation du lecteur. En comprenant l'ironie de la phrase et ce sur quoi porte la moquerie (le manque d'humilité qui règle la formulation des compliments formulés à soi-même ici par un cabinet médical qui tire profits de la visite de ses patients devenus clients), l'auteure cherche à tisser une relation de connivence avec son lectorat. Cette complicité repose sur le partage de règles de communication (on ne se fait que rarement des compliments à soi-même en public), sur le partage d'expériences similaires (expérience de la consultation chez le dentiste en France) et sur la capacité du lecteur à comprendre l'intrication et la signification des différents messages véhiculés.

	Conseil pour personne chercher à s'intégrer dans une conversation avec un Américain : parler de son dernier *cleaning* (les gens ont les dents super par ici), et surtout du *flossing*.	Discours procédural « conseil pour » avec formulation d'une liste (parle de / précisez / si vous ne savez pas etc.) et de recommandations. Utilisation du mot « flossing » comme un nom commun désignant l'activité du « flossing ».
	Précisez que vous ne faites pas de blanchiment, que le cleaning vous suffit (très snob).	Ordre via l'impératif.
	Si vous ne savez pas comment commencer une discussion, c'est le genre de conversation anodine (et pas du tout TMI, *too much information*) qui marche encore mieux que de parler de la météo.	« Anodine » langage soutenu côtoie l'abréviation « TMI » sur le mode de la BFF (Best Friend Forever) ou encore LOL (Laughing Out Loud) crée un contraste, un effet d'autodérision et joue sur la complicité entre le lecteur qui lui comprend bien ce type d'allusion. L'évocation de la « météo » désigne l'habitude française de parler de sujets liés au climat lorsqu'on souhaite avoir une conversation anodine. L'auditoire clairement visé ici est un auditoire spécifiquement français et non francophone.
	Bon début de semaine à tous, et n'oubliez pas de vous *flosser* les dents.	Salutation générale et phrase clin d'œil / complice avec la francisation de l'activité du *flossing* en anglais qui devient ici un verbe pronominal transitif direct fonctionnant comme dans le syntagme « se frotter les dents ». Cette présentation d'une forme de francisation du verbe « to floss » (traduction : utiliser du fil dentaire).
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond	Raconter Décrire S'amuser S'étonner Saluer Se moquer	

pas à la catégorie des actes de langage)	

Grille d'analyses B1 – A1 - SECTION COMMENTAIRES

Dates : Mai 2017-Juillet 2014

Totalité du nombre de commentaires au 18 sept. 2019 : 13 réflexions mais 10 commentaires d'internautes.

Date du billet le plus ancien : 28 juillet 2014.

Éléments d'analyse	Relevé d'indices langagiers	Notes
Structure du commentaire	C1 Prénom « Bravo pour réussir à nous faire sourire en racontant un passage chez le dentiste [émoticône souriante] Ca me rappelle ma visite chez un dentiste à Yangon, repoussé jusqu'au dernier moment, pour finalement atterir dans une clinique à l'américaine, avec aussi ce cleaning super pointilleux ! »	C1 Prénom. Pas de salutation. Félicitation portant sur le style de la blogueuse et sur sa performance pour présenter un élément banal de façon amusante. Compliment par rapport à l'objectif implicite du billet qui est doublement atteint : la complicité recherchée a été atteinte et l'intention a été comprise par cette lectrice. L'emploi d'émoticône vient ajouter un caractère affectif au compliment. De même que le point d'exclamation en fin de phrase. « Ça me rappelle » : le récit de cette visite est désigné sous le pronom démonstratif « ça » et convoque l'univers de la mémoire.

	XXXXXXXXXXXXXXX C2 ***mercre [hyperlien vers un blog voyage en Norvège]*** « C'est fou ca, moi le dentiste en France il m'a dit que fil dentaire, c'est le mââââl parce que c'est violent pour les gencives à la longue. Du coup je suis pas très flossing comme fille, mais apparemment il vaut mieux ne pas le dire dentiste [émoticône souriante] » XXXXXXXXXXXXXXX C3 ***Isabelle de fromSide2Side [hyperlien vers un blog voyage aux Etats-Unis]***	« Une clinique à l'américaine » : on évoque un cliché vraisemblablement. XXXXXXXXXXXXXXX C2 En joignant un hyperlien vers un blog de thématique similaire, le commentateur offre aux autres lecteurs et à la blogueuse la possibilité de découvrir son blog. Pas de salutation. Étonnement portant sur le récit « C'est fou ça ». « Moi, [...] » convoque aussi d'autres expériences à raconter et à partager. « Il vaut mieux ne pas le dire dentiste [émoticône souriante] » = taire une information mais le dire à un groupe de personnes c'est les mettre dans la confidence. Sentiment d'appartenance. Le commentateur joue aussi en donnant des effets de complicité. XXXXXXXXXXXXXXX C3 Prénom et nom du blog voyage de la commentatrice. Utilisation d'un hyperlien offrant la possibilité de découvrir le blog voyage de la commentatrice.

		Développe le contenu du billet en apportant sa compétence personnelle de femme parent d'enfants aux USA.
	« et pour les enfants c'est pas mal aussi : écran télé suspendu au dessus de sa tête pour qu'il ne réfléchisse pas trop à ce qui se passe dans sa bouche (mais avec les 3 tonnes d'anesthésique c'est bon .. et je ne te parle pas de you were awsome, great, good boy .. you did a great job .. you're such a wonderfull kid ..	La description poursuit et développe le cliché de la clinique américaine : des moyens conséquents (des télévisions, des « tonnes d'anesthésique ») et des commentaires de valorisation positive pour le patient. La succession d'extraits de discours directe non traduit au français portant uniquement sur les commentaires positifs formulés par les dentistes américains aux enfants précédée du syntagme figé « je ne te parle même pas de » renforce le cliché selon lequel les américains sont extrêmement enthousiastes sur tous les sujets même ceux qui pourraient apparaître sans intérêt (une visite chez le dentiste).
	par contre, la première fois que j'ai fait un deep cleaning, ça m'a couté plus de 500 dollars … sans parler des carries imaginaires que j'étais cencée faire soigner … mais heureusement, ils ne sont pas tous comme cela.. »	Le billet permet à la commentatrice d'évoquer un souvenir personnel et moins positif que celui évoqué par Mathilde. Ce souvenir porte sur la sincérité et l'exactitude du diagnostic. « Des caries imaginaires » Avant de contrebalancer axiologiquement le commentaire négatif en énonçant une généralité « ils ne sont pas tous comme ça ». Pronom démonstratif « ça » désignant le manque de sérieux et la cupidité du dentiste rencontré par l'internaute.

		On retrouve la structure d'un stéréotype : la désignation au pluriel par la marque de la personne « ils » et par l'adjectif « tous » d'un groupe de personnes d'une même nationalité et ici d'une même profession. Le verbe « être » utilisé pour définir et caractériser le « ils ». Le présent donne une valeur générale à l'affirmation faite. Ainsi cette énonciation empreinte la forme du mode de la vérité « ils ne sont pas tous comme ça ». XXXXXXXXXXXXXXXX C4 « Ce serait la honte totale par rapport à leur niveau d'exigence !^^ » : Les deux signes informatiques commentent la phrase exclamative. Ils marquent la présence du commentateur qui indique un mouvement de sympathie à l'égard de l'auteur. C'est une réponse positive aux tentatives de la blogueuse d'instaurer une relation complice avec ses lecteurs. Par ailleurs, il n'y a pas de remise en question des affirmations de la blogueuse. Une relation de confiance semble être installée entre l'auteure et ses lecteurs. XXXXXXXXXXXXXXXX C5
	XXXXXXXXXXXXXXXX C4 ***Prénom - pseudonyme*** « J'espère ne jamais avoir une urgence dentaire aux USA… que ce soit à cause du prix ou parce que je pense que ce serait la honte totale par rapport à leur niveau d'exigence! ^^ » XXXXXXXXXXXXXXXX C5 Sarah Conte Philly [hyperlien vers un blog]	

	« J'arrive pas a m'y mettre au flossing… Je flosse apres un steak house ou quand clairemenet j'ai un truc coince mais sinon j'oublie. J'avais essaye de flosser souvent et puis je me suis explose les gencives parce que le fil avait du mal a passe entre mes dents, j'ai un peu force et BAM c'est passe comme dans du beurre… dans ma gencive. Du coup je flippe un peu de flosser surtout entre mes dents tres serres entre elles. Par contre mouthwash tous les soirs! Je dois avouer que meme en utilisant du dentifrice normal, j'ai les dents bien blanches! Ma famille me fait souvent la reflexion quand ils me revois! » XXXXXXXXXXXXXXX C6	Pseudonyme ou Prénom et Nom et hyperlien vers un blog inactif à la date de consultation. Partage d'expérience. Reprise des termes présenter dans le billet : « flossing » désignant l'activité de passer du fil dentaire entre les dents. Utilisation du verbe « to floss » dans une structure syntaxique différente de celle de l'auteure du blog. Ici la francisation du verbe « flosser » n'emprunte pas la forme pronominale « se flosser + objet » du verbe transitif direct mais elle passe par une forme non pronominale et intransitive qui n'a pas besoin d'objet. Langage de registre familier (pas d'emploi du clitique de négation « ne » : « j'arrive pas » / de mots du registre familier « un truc », « je flippe », l'onomatopée « BAM » / pas de verbe dans la phrase exclamative « par contre mouthwash tous les soirs ! ») utilisant aussi des mots empruntés « steak house », « mouthwash ». Des erreurs de grammaire « ils me revois ». Nombreux points d'exclamation dégageant de l'enthousiasme. Le point d'exclamation fonctionne comme un métacommentaire sur les affirmations signalant de l'enthousiasme. XXXXXXXXXXXXXXX

	Curiosités à NY [hyperlien vers un blog voyage aux États-Unis]	C6
	« Ahah moi aussi grand moment de solitude face au dentiste…	Nom d'un blog et hyperlien vers un blog voyage.
	Il regarde mes radios et me dit : ah vous etes francaise, non? J'ai deja pu remarquer que vous n'etiez pas les rois du flossing…	«Ahah moi aussi » interjection et syntagme qui répondent à l'appel de complicité créé dans le billet.
	Well, c'est completement faux… Je suis aussi repartie avec mon petit kit, malheureusement j'ai toujours un peu de mal à prendre cette bonne habitude ! »	Le commentateur expose une situation similaire en approfondissant l'angle des stéréotypes culturels.
		Utilisation de mots d'emprunt « well ».
		Points d'exclamation.
		Validation par commentaire positif de la pratique décrite « bonne habitude ». « Bonne » adjectif axiologique.
	XXXXXXXXXXXXXXX	
	C7	XXXXXXXXXXXXXXX
	Flo - À l'Ouest rien de nouveau [hyperlien vers un blog voyage au Canada]	C7
	« J'imagine que c'est un peu la même chose au Canada ! De toute façon, j'ai prévu le coup, j'ai rendez-vous chez le dentiste peu avant mon départ !	Pseudonyme et nom d'un blog voyage – hyperlien vers le blog voyage.
	Tu devrais limite faire un article sur l'utilisation du fil dentaire, je n'ai jamais réussi	Commentatrice qui prévoie de partir au Canada et assimile les pratiques d'un dentiste de Boston aux pratiques des dentistes des USA à celles des praticiens de l'Amérique du Nord.

	à utiliser le floss goût menthe que j'avais acheté chez Safeway ! » XXXXXXXXXXXXXXX C8 Prénom « Excellent, je me suis posée la question du dentiste aux USA :) Question très sérieuse à 10 francs, pour ceux qui auraient des dents exigeantes… Trouve t-on là-bas du dentifrice type « parapharmacie » hyper-fluoré que du dentifrice ordinaire (Elmex, Fluocaril… c'est à dire pas du Crest), et des brosses à dents plates et droites (dites « chirurgicales », sans artifice marketing de inutile). Si je peux m'éviter un stock…! :)) »	Utilisation du tutoiement. Pas de salutation, « Le floss » mis pour « fil dentaire » : employé dans une version francisée comme nom commun et synonyme de « fil dentaire ». XXXXXXXXXXXXXXX C8 Prénom Pas de salutation. L'adjectif « excellent » vient qualifier axiologiquement et affectivement l'appréciation du commentateur sur l'ensemble du billet de l'auteure. L'affirmation de la « question du dentiste aux USA » démontre que le ciblage des questions des lecteurs est effectué correctement. Formulation d'une requête. Pas de terme d'adresse directe à la blogueuse. La question est formulée directement. « Question très sérieuse » : implique qu'il serait possible de ne pas prendre « au sérieux » la question du commentateur. Le syntagme « à 10 francs » est à prendre au second degré et indique que le commentateur se moque de ses propres préoccupations. La formulation de la phrase associée aux points de

	XXXXXXXXXXXXXXX C9 Joana [hyperlien vers un blog voyage] « Aha excellent, c'est vrai qu'ils ont les dents incroyablement blanches aux usa, il y a de quoi complexer ! Je suis devenue accro aux flossing, c'est une habitude que j'ai ramené avec moi en France. » XXXXXXXXXXXXXXX C10 ***Charlotte [hyperlien vers un site personnel]*** « Ha ha ! C'est pareil en Australie : la première fois, j'ai eu très honte car je ne savais pas ce qu'était le flossing.	suspension, au point d'exclamation et aux signes typographiques des deux points et des parenthèses représentant un grand sourire implique l'idée suivante : si vous avez la réponse à cette question précise vous m'aideriez beaucoup merci. XXXXXXXXXXXXXXX C9 Prénom et hyperlien vers un blog voyage Interjection signalant le rire et donc la complicité entre la blogueuse et le lecteur. « Excellent » : adjectif axiologique-affectif validant et approuvant le billet. Stéréotype des dents blanches chez les Américains. La validation du billet passe aussi par un énoncé constatif « c'est vrai que » qui souligne l'aspect réel du stéréotype culturel. Pluriel « ils », présent de vérité + objet du constat + déictique spatial « aux USA » versus « avec moi en France ». XXXXXXXXXXXXXXX C10 Prénom et hyperlien vers un blog. Interjection et exclamation. Validation par comparaison : « c'est pareil en Australie ». Le grand moment de solitude décrit par l'auteure fait échos à

	Il a du m'expliquer comment faire, en m'offrant « mon premier floss », un truc pour apprendre aux enfants. Bon, depuis je me suis rattrapée, et si je pars me coucher sans me flosser les dents, je me sens sale. C'est devenu pour moi aussi important que le brossage, et ça se voit sur mes dents ! (le cleaning dure plus longtemps et mes gencives sont en meilleure santé). Par contre, j'imagine que c'est pareil aux US, mais mon dentiste fait de la pub : il envoie des newsletters avec des photos de sa petite famille, des infos sur la chirurgie esthetique… et de temps en temps fait des promotions : un iPad offert pour la personne qui le refere le plus aupres de ses amis par exemple. Un autre monde comparé à nos dentistes français ! »	des sentiments similaires de honte vécue par ses lecteurs. Évocation d'un souvenir similaire : embarras, découverte et adoption d'une nouvelle habitude. Validation aussi de ce que le billet implique de façon sous-entendue dans l'emploi de l'ironie du billet : il faudrait être une personne naïve pour imaginer que la gentillesse et la qualité des attentions des dentistes soient gratuites ou désintéressées. Validation de la comparaison des expériences stéréotypées de la visite chez le dentiste en France versus aux USA.
Structure de la réponse de l'auteure du blog	C1 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C2 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX	C1 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C2 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX

	C3 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C4 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C5 « Manu est comme toi, il est phobique du fil dentaire… il est sûr que ça va lui charcuter les gencives (ton histoire est horriiiiible, j'ai mal pour toi). Je ne me suis pas mise au mouthwash, je pense que la dentiste s'est dit qu'elle y allait étape par étape avec moi [émoticône clin d'œil]. » XXXXXXXXXXXXXXXX C6 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C7 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C8	C3 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C4 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C5 Tutoiement de la commentatrice. Renforcement de l'aspect identificatoire en validant l'expérience de la commentatrice par l'expérience vécue par le conjoint. « J'ai mal pour toi » empathie. Reprise de la partie du commentaire sur le *mouthwash* en utilisant le même mot d'emprunt. Autodérision et effet de complicité via l'émoticône clin-d 'œil. XXXXXXXXXXXXXXXX C6 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C7 Néant XXXXXXXXXXXXXXXX C8

	« Euh, question très précise en effet…	Interjection d'hésitation et points de suspension interrogent la pertinence de la question posée.
	Les États-Unis étant le pays de la consommation et des dents parfaites, je suis sûre que tu peux trouver ça dans n'importe quel CVS ou autre pharmacie. »	La réponse formulée s'appuie sur l'affirmation de deux clichés.
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C9	C9
	Néant	Néant
	XXXXXXXXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXX
	C10	C10
	« Pour sauver mon honneur, je savais quand même ce qu'était le flossing,	Au lieu d'emprunter la voie de l'empathie avec sa commentatrice ou de lui exposer une opposition claire qui réduirait à néant les efforts de ciblage et d'identification de la blogueuse envers ses lecteurs, l'auteure utilise de nouveau l'ironie (« pour sauver mon honneur ») pour signaler qu'elle savait « quand même » ce que c'était. « quand même » : locution adverbiale ayant pour modalité affective l'indignation. Or l'honneur n'est pas mis en jeu dans une expérience de nettoyage de dents.
	disons que je ne le pratique pas autant que le brossage de dents [émoticône clin d'œil]. Je n'ai pas encore reçu la pub de mon dentiste, mais j'ai celle de l'ophtalmo, qui m'a	Extension de l'expérience chez le dentiste américain dont la sympathie ne serait pas sincère comparée à celle vécue avec un autre praticien. Pas d'adresse directe.

	même envoyé un texto pour mon anniversaire ! A+ »	Utilisation d'émoticône clin d'œil et d'un point d'exclamation pour renforcer l'aspect aimable, enthousiaste et sympathique du caractère de la blogueuse. La familiarité est aussi exprimée ici via l'abréviation de la salutation « à plus tard » ou « à plus » par « A+ » ou les mots « texto », « pub » et « ophtalmo ».
Pratiques de réciprocités ?	Pour C2, C3, C5, C6, C7 et C10. Les hyperliens vers les blogs des différents commentateurs qui sont intervenus sur le blog. Pour C8 :le rappel à l'ordre de l'auteur contenant un étonnement sur la pertinence d'une question qui lui est posée : « Euh, question très précise en effet… Marques linguistiques de ce rappel à l'ordre : interjection de doute « euh », les points de suspension, la partie de validation du message via l'adverbe de constatation « en effet » qui porte sur l'affirmation du commentateur de formuler une question très précise (qui est présupposée dans l'affirmation « une question très sérieuse à 10 francs »).	
Verbes / Noms exprimant ce que le locuteur fait dans son billet (entrée qui ne correspond pas à la catégorie des actes de langage)	**Par les lecteurs-scripteurs :** Rigoler Valider Se souvenir Évoquer Partager Demander **Par l'auteure du blog :** Valider Raconter Formuler une réponse Partager Supposer Questionner la légitimité d'une requête	

4. Transcription des billets de présentation

4.1. B1 – P1 – Bandeau horizontal des billets [Prénom B1]

Date de consultation : 26 février 2019.

Étape de l'analyse : mise au format Word.

« [Mathilde]

Rédactrice, grande organisatrice et réseau socialite du Blog de Mathilde. Quand je ne suis pas devant un écran, j'organise des visites guidées de Boston, là où j'ai fondé ma petite entreprise Boston le nez en l'air [hyperlien vers le site de l'entreprise de l'auteure]. Je suis aussi auteure de nombreux guides de voyages, de livres de yoga et de jeux chez des éditeurs français. Suivez-moi sur Instagram, Facebook ou Pinterest. »

4.2. B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ?

Nom du Document : B1 – P2 – Section [ABOUT] – « Qui suis-je ?».

Date de consultation : Consulté le 9 août 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 11 novembre 2011.

Source : https://www.maathiildee.com/about/

Commentaires associés : 137.

1

[Encart de présentation du blog]

Édité le 11 Nov 2011 / [bulle de commentaires] 137 [hyperlien vers la zone de commentaires du post]

LE BLOG DE MATHILDE – VIVRE À BOSTON, VOYAGER AUX ETATS-UNIS

[encart de trois publicités : pour une agence de voyage pour le Chili, pour une école de langue en Suisse allemand, pour une agence de voyage vers le Vietnam] [hyperlien vers les trois publicités]

2

QUI SUIS-JE ?

[photo]
[photo]
[photo]
[photo]

Vous êtes sur le *Blog de Mathilde*, et **Mathilde**, hé bien c'est moi. Ce blog est né en **novembre 2011** : j'étais sur le point de partir vivre aux Etats-Unis, j'allais démissionner de mon job d'éditrice, j'étais enthousiaste à l'idée de ce gros changement, de ce plongeon vers l'inconnu… J'avais envie d'avoir une activité créative en attendant de trouver un « vrai job », et je voulais aussi créer une sorte **d'album-souvenir interactif** : voilà mes motivations initiales pour créer ce blog.

3

Dès mon arrivée à Boston, on est parti en week-end régulièrement, notre objectif était de partir un week-end par mois. Au départ, on ne devait rester que 2 ans, il n'y avait pas de temps à perdre ! Il n'y avait pas grand chose à lire sur la région, rien en français en tout cas. Le blog était encore tout petit, c'était un véritable terrain de jeu pour moi de raconter, prendre des photos, faire des vidéos après une découverte de la ville, Boston, ou de la région autour, la **Nouvelle Angleterre**, et puis le reste des **Etats-Unis.** Le premier road trip [hyperlien vers le billet] dans l'ouest américain a été une véritable claque visuelle, une expérience unique, festive, extraordinaire, je ne m'attendais pas du tout à ça.
Et puis les 2 ans de vie à Boston se sont prolongés, les voyages se sont multipliés, les expériences professionnelles, amicales, ou simplement de la vie de tous les jours se sont diversifiées.

4

Aujourd'hui, ce blog regroupe des **récits personnels**, ainsi que de **nombreux récits de voyage et des conseils pratiques** de découvertes des Etats-Unis.

Je m'efforce de citer toujours les sources qui m'ont inspirée, les personnes qui m'ont conseillée, et j'apprécie quand la même chose est faite en retour, quand ce blog est utilisé pour préparer vos voyages. Revenez mettre un petit mot, parlez-en sur les réseaux sociaux, sur votre propre blog, ça motive !

5

☞ Je ne suis pas toute seule dans cette affaire de blog, mon acolyte et non moins mari, alias **Manu**, participe aussi au blog en tant que *mastermind*technique du blog, et photographe tout terrain.

6

ON RESTE EN CONTACT ?

Vous pouvez me suivre et interagir avec moi sur Facebook [hyperlien vers le compte de l'auteur(e)]. Cela dit, je ne réponds plus aux emails privés et je réponds rarement aux DM sur Instagram et Facebook. Si vous souhaitez discuter, les commentaires sont là pour ça : choisissez l'article qui correspond à votre demande.

☞ Si vous êtes un professionnel et que vous avez une demande à me faire, j'ai un site pro rien que pour ça [hyperlien vers le site professionnel de guide touristique de l'auteur(e)]
☞ **Pour une visite de Boston et des demandes de conseils personnalisés de voyage**, consultez le site Boston le nez en l'air [hyperlien vers le site professionnel de guide touristique de l'auteur(e)] qui comporte toutes les offres, tarifs et horaires.

7

QUE POUVEZ-VOUS LIRE SUR CE BLOG ?
1 BLOG, 4 THÈMES

- Une rubrique d'humeurs hebdomadaire [hyperlien vers le billet]
- L'histoire de mon expatriation à Boston [hyperlien vers le billet]
- Les road trips & voyages aux Etats-Unis [hyperlien vers le billet]
- Vivre à Boston [hyperlien vers le billet] et voyager en Nouvelle Angleterre [hyperlien vers le billet]

8

CÔTÉ PRO, QU'EST-CE QUE JE FAIS DANS LA VIE ?

[photo]

3 choses principalement :

- J'ai ce **blog** !
- **J'écris** des **livres** de voyage, de yoga, et des jeux,
- Mon activité principale en 2019 est de gérer mon entreprise Boston le nez en l'air [hyperlien vers le site professionnel de guide touristique de l'auteur(e)] dont la mission est de vous faire découvrir Boston et la Nouvelle Angleterre en français, à l'aide de visites guidées, de conseils [hyperlien vers le site professionnel de guide touristique de l'auteur(e)] personnalisés et de produits spécifiques, comme un ebook [hyperlien vers un site commercial d'achat de l'ebook]

9

Sur le blog, j'ai raconté mes études [hyperlien vers le billet], et les changements professionnels au fil des années : avant d'arriver à Boston, j'ai démissionné [hyperlien vers le billet] de mon job **d'éditrice** à Paris ; en arrivant aux Etats-Unis, j'ai commencé par être bénévole [hyperlien vers le billet], le temps d'obtenir mon autorisation de travail, puis j'ai trouvé un job dans une maison d'édition [hyperlien vers le billet] ici à Boston. Quelques mois plus tard, j'ai commencé une formation de prof de

yoga [hyperlien vers le billet] – une activité que je pratiquais depuis 2006 – j'ai même ouvert un blog [hyperlien vers le blog yoga de l'auteur(e) : https://yoga.maathiildee.com/] à ce sujet, puis j'ai sillonné les routes de la Nouvelle Angleterre pour mettre à jour le Guide Vert Michelin [hyperlien vers le billet] – c'était ma première mission de *travel writer*. Je n'ai pas renouvelé mon contrat dans la maison d'édition de Boston et je me suis lancée dans l'aventure free-lance [hyperlien vers le billet]: j'ai écrit d'autres **livres**, sur le yoga, sur les voyages, des jeux aussi, j'ai donné des cours de yoga. En octobre 2014, j'ai commencé à organiser des visites guidées de ma ville d'adoption [hyperlien vers le site professionnel de guide touristique de l'auteur(e)]: Boston.
Et depuis, je jongle entre ces activités d'écriture et de développement de Boston le nez en l'air.

10

MES LIVRES

[photo]

Depuis 2013, j'ai été rédactrice [hyperlien vers le billet] pour plusieurs guides [hyperlien vers le billet] de voyage Michelin un peu partout aux Etats-Unis : la Floride, le Sud-Ouest, le Nord-Ouest et bien sûr Boston et la Nouvelle-Angleterre, que j'ai mis à jour 3 fois.

[photo]

Je suis auteure de 4 livres sur le yoga : Yoga Attitude [hyperlien vers une plateforme d'achats en ligne], Yoga Malin [hyperlien vers une plateforme d'achats en ligne] , J'apprends le yoga en 5 minutes par jour [hyperlien vers une plateforme d'achats en ligne] et Yoga pour méditer. J'ai tenu pendant un an une chronique humoristique pour **Yoga Journal**, et j'ai rédigé également pour **Esprit Yoga.**

[photo]

J'écris sur plein d'autres sujets ! Je suis également l'auteure de boîtes de jeux parus chez Larousse sur les Geeks [hyperlien vers une plateforme d'achats en ligne], les Années 80 [hyperlien vers une plateforme d'achats en ligne], les Années 90 [hyperlien vers une plateforme d'achats en ligne], les Séries [hyperlien vers un billet interne].

[photo]

J'écris et j'auto-édite+publie : j'ai écrit mon ebook [hyperlien vers un billet interne].pour ma petite entreprise de visites guidées Boston le nez en l'air [hyperlien vers le site professionnel de la blogueuse]

11

AFFILIATION ET PARTENARIATS

Ce blog génère des revenus, principalement par **l'affiliation** ce qui veut dire que je touche une commission si vous achetez des produits via les liens affiliés, par exemple quand je recommande un livre, ou quand vous réservez une croisière pour aller voir les baleines ou un hôtel. Vous ne payez pas plus cher ces prestations/produits pour autant. Je vous remercie d'avance d'utiliser ces liens autant que possible, ça me permet de vivre et faire vivre ce blog. Le blog utilise aussi des publicités AdSense.

Je fais très peu de partenariats et aucun échange de liens, je n'accepte des produits que très rarement et uniquement s'ils ont un vrai lien avec ce que je propose. Si vous avez une proposition intéressante, contactez-moi Twitter @mathildepit

Les liens **AirBnb** sur ce blog sont des parrainages. Si vous vous inscrivez via le blog, vous recevez un bon d'achat, et moi aussi.

12

CÔTÉ APPARENCE & TECHNIQUE

Le blog utilise WordPress, le thème du blog est SimpleMag et notre serveur est hébergé chez Linode.

13

COMMENTAIRES

Les commentaires du blog sont modérés. Mon critère principal de jugement étant : *diriez-vous ce genre de choses dans la vraie vie, de visu ?* Je supprime également tout ce qui est à caractère promotionnel, et les spams.

[boutons de partages Facebook / Instagram / Twitter / Email]

[bandeau de présentation]

Article suivant
Blogroll expat & voyages aux USA / vie à boston
[hyperlien vers le post suivant]

14

[photo]

J'AI RÉDIGÉ UN GUIDE TOURISTIQUE ! // LE GUIDE VERT MICHELIN DE LA NOUVELLE ANGLETERRE [hyperlien vers le billet]

[photo]

(ROAD TRIP) QUELQUES JOURS DANS LES SMOKY MOUNTAINS ET À ASHEVILLE [hyperlien vers le billet]

[photo]

DOGGY BAG // MANGER ITALIEN AUX ETATS-UNIS [hyperlien vers le billet]

[encart publicitaire vers une agence de tourisme pour le Chili]

[COMMENTAIRES]

137 réflexions au sujet de “Le blog de Mathilde – Vivre à Boston, voyager aux Etats-Unis”

1. **C1**

4 juin 2019 | Répondre

Bonjour Mathilde ,

Pour commencer j adore ton site web!!
Je vais acheter le ebook , il a l air assez intéressant…
J ai donc un road trip de prévu avec mes 2 enfants 7&10 ans (qui s intéressent à beaucoup de choses), mes 2 golden retriever et mon Mari .
Nous partirons de la Floride, comme nous y habitons depuis 6 ans ?.
Premier arrêt Washington DC pour 5 jours , New port 2 jours , Cape cod pour 4 jours – tout est réservé jusque là … après Boston .

Concernant Boston ton site web est rempli de bons conseils , par contre je n arrive pas à déterminer le nombre de jours , mon fils veut absolument visiter l université et quand j’ai dit à ma fille qu il y avait une ville “ Salem “ qui était réputée pour les sorcières ; elle m a dit qu elle voulait aller Voir!!
Nous n avons pas de jours bien définis comme nous sommes indépendants ; par contre avec 2 enfants et 2 golden retrievers , je dois réserver à l avance …

Je voudrais donc d abord savoir le nombre de jour idéals pour visiter Boston , quels sont les quartiers pour loger ??
nous aurons également les vélos , nous alternerons longue balade à pied avec les chiens ? , vélos et à pied …
Loger dans 2 quartiers différents?
Je pensais rester 5 jours ou 7 jours ; peut être 7 un peu trop ??

Après Boston , j hésite à aller à thousand island, côté usa où aller direct à finger lakes et puis aller à Niagara Falls …
Oui je sais de la Floride ça va en faire des km mais nous avons l habitude des road trip et puis l avantage est que nous restons assez de jours à chaque étape …
Après Boston ce sera uniquement du last minute…

Voilà désolée de ce message si long…
Merci d avance ?
Celine

- **Mathilde**

  6 juin 2019 | Répondre

  Bonjour Céline, voici un article sur les quartiers de la ville : https://www.maathiildee.com/ou-dormir-a-boston-les-differents-quartiers-de-la-ville/
  Pour visiter Boston, au moins 3 jours sont nécessaires à mon avis, mais il n’y a pas de réponse standard, ça dépend de ce que vous voulez faire.
  Bons préparatifs !

2. **C2**

11 mars 2019 | Répondre

Salut Mathilde !

Félicitation pour ce blog ! J'ai une petite question : je serai à Montréal en aout et je vais avoir 7 jours (voyage compris) pour pour aller à San Francisco. Quelles villes conseilles tu de visiter, a peut près sur le chemin (hors San Francisco, Los Angeles et Las Vegas car j'y vais après). Et combien de temps y rester ?

Merci et bonne continuation !

- **Mathilde**
  11 mars 2019 | Répondre
  Pour les road trips, il y a un article avec des circuits (je ne fais pas de conseils personnalisés sur ces destinations, ce serait un travail de fou…) : https://www.maathiildee.com/road-trip-aux-usa/

3. **C3 [hyperlien vers une agence de location de voiture : https://www.sixt.fr/magazine/]**
   8 février 2019 | Répondre
   Bonjour Mathilde et bravo pour le blog, une véritable mine d'or d'informations sur les US ! Je suis rédactrice pour le magazine de Sixt (entreprise de location de voitures) et je réalise un article sur les meilleurs blogs voyage aux US dont tu fais partie. J'ai essayé de t'envoyer un mail via le formulaire de contact plus haut mais ça n'a pas fonctionné donc j'essaie ici. Je souhaiterais illustrer l'article avec une photo de toi ou du blog, du coup serait-il possible de m'envoyer une photo ou m'indiquer laquelle je peux utiliser avec les crédits à ajouter?

   Merci,

   Elodie

   - **Mathilde**
     11 février 2019 | Répondre
     Hello Elodie,
     Le formulaire fonctionne pourtant… j'ai reçu plusieurs messages.
     Vous pouvez prendre une photo de la page About en la créditant du blog + lien.
     Merci pour la sélection !
     - **Elodie [hyperlien vers une agence de location de voiture : https://www.sixt.fr/magazine/]**
       1 mars 2019 | Répondre
       Re-bonjour Mathilde, je viens juste de voir votre réponse. Du coup, voici l'article en question (toujours pas moyen d'envoyer de mail donc je poste ici) :

       https://www.sixt.fr/magazine/voyages/top-meilleurs-blogs-voyage-usa/
       Bonne journée,

       Elodie

4. **C4**
   3 janvier 2019 | Répondre
   Bonjour ,

   J'avais lu dans un article il y a quelques années la référence à un site de vente apprécié de manu sur lequel on pouvait trouver différents objets très US …

   Je ne retrouve pas l'article possible de me le renvoyer ?

   Merci
5. **C5**

18 novembre 2018 | Répondre

Bonjour Mathilde
Un grand bravo pour ton blog! J habite à la Nouvelle Orléans depuis plus de 2 ans et je m en inspire très souvent pour mes voyages aux States !
Merci!

6. **C6**

5 novembre 2018 | Répondre

Bonjour Mathilde
Je viens de decouvrir ton blog ces derniers jours et je n'arrive pas à m'en passer depuis.
Il y a tellement de choses a apprendre et a decouvrir dans tellement de domaines.
Moi qui aime vivre par procuration ma passion pour les USA,je suis servi.
Merci Merci Merci encore…..
Je ne m'en lasse pas

- **Mathilde**
  7 novembre 2018 | Répondre
  Merci David pour ton message et bienvenue par ici !

7. **C7**

4 novembre 2018 | Répondre

Bonjour Mathilde,
Quel joli blog. Nous nous y prenons un peu tôt pour préparer l'été 2019. Nous pensons passer 3 semaines en famille entre Boston, New York, Cape cod.
3 semaines nous semble être le bon compromis à 5 dont 3 enfant de 6, 12 et 14 ans.
C'est en commençant à prospecter que Google nous a amené sur votre blog….depuis on épluche les pages, on navigue, on vogue, on rêve, on s'y voit déjà..
Idéalement on aimerait loger dans une famille, histoire de profiter de ce moment touristique pour parfaire notre anglais. Nous ne connaissons pas du tout Boston et le découvrons grâce à vous… on ne sait pas encore dans quel quartier loger, on va investiguer. merci en tous les cas de vos partages.

- **Mathilde**
  7 novembre 2018 | Répondre
  Merci Emilie pour votre message et bons préparatifs de voyage !

8. **C8**

9 octobre 2018 | Répondre

Bravo!!! je suis admirative de votre blog qui donne envie de voyager. Et bravo pour votre entreprise. Comme quoi on peut être une femme, vivre à l'étranger et réussir. Vous êtes un modèle!

- **Mathilde**
  9 octobre 2018 | Répondre
  Merci, je suppose. Votre message est tourné de façon très étrange cela dit. Etre une femme vivant à l'étranger ne m'a jamais semblé être un frein potentiel à la réussite, non ?

9. **C9**

4 septembre 2018 | Répondre

Bonsoir,
Wahou super blog, merci pour toutes ces infos! Nous venons à new-york avec mon copain la semaine du 13 au 20 octobre et nous souhaitons se faire une journée à Boston (essentiellement pour aller à l'université de Harvard, un rêve pour ma part!!)
Pouvez-vous nous accompagner lors de cette journée? Moyennant finances bien entendu!
Merci d'avance et bonne soirée

- **Mathilde**
  4 septembre 2018 | Répondre
  Rendez vous sur le site http://www.bostonlenezenlair.com pour toutes les dates et infos sur les visites guidées organisées par mon équipe et moi même 😉

10. **C10 [hyperlien externe vers un site web http://chroniqueviesaine.com/]**

24 août 2018 | Répondre

Bonjour Mathilde,

Merci pour ce blog vraiment top !
Cela fait maintenant 2 ans que je te suis et j'aime beaucoup ce que tu fais

Je te contacte aujourd'hui parce que je suis arrivée sur Boston depuis 3 mois et j'ai un blog depuis 9 mois environ et je cherche une communauté de blogger (genre mastermind) pour échanger des idées, des astuces et se réunir de temps en temps. As-tu des conseils à ce sujets ?

- **Mathilde**
  24 août 2018 | Répondre
  Oui la communauté de Boston bloggers est très active, en anglais uniquement. A chercher sur facebook, etc.

4.3. B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ?

Date de consultation : le 28 octobre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : les commentaires sont fermés.

1

QUI SUIS-JE ?

[photo]

Bienvenue et Herzlich Willkommen sur mon joli nuage !

2

Qui suis-je ?

Je m'appelle Miryam, je vis à Francfort-sur-le-Main en Allemagne, j'ai 26 ans **passionnée de voyages** et de **photographie**, je ne me sépare jamais de mon appareil photo qui me suis dans tous mes déplacements.

3

Je me définis comme étant une nomade voyageuse car j'ai vécu en **Allemagne à Mannheim** dans le cadre d'**Erasmus** pendant 1 an entre 2015 et 2016 et avant tout ça à **Hambourg** pendant 3 mois en 2010. Après cette année passée en Allemagne, j'ai plié bagages pour **Linz en Autriche** où j'étais **assistante de Français** durant 1 an entre 2016 et 2017. Et je suis de retour en Allemagne depuis un peu plus d'un mois pour une nouvelle aventure.

4

Je suis donc ce qu'on appelle une **« Expat en série »** (mais promis, je ne suis pas dangereuse) et ce depuis ma plus tendre enfance, car j'ai vécu au **Maroc** pendant 8 ans, car l'expatriation est de famille chez nous.

5

Et autre petit détail ***très très très très*** important, je suis une **germanophile absolument convaincue**. Je suis littéralement et complètement **tombé amoureuse de l'Allemagne, et plus exactement de Berlin**, il y a déjà une dizaine d'années. Depuis 2010, je parcours le pays sans relâche. Je suis allée à Berlin 14 fois très exactement, je connais donc la ville comme ma

poche. Cela m'a d'ailleurs motivé à créer mon petit **Guide de Berlin** qui regroupe toutes mes bonnes adresses/bons plans sur la ville.

6

Si vous souhaitez me contacter, merci d'utiliser la page Contact
Au plaisir de vous retrouver sur mon nuage …

7

15 choses à savoir sur moi …

- Je vis en Allemagne, à Francfort-sur-le-Main où je suis assistante de français …
- Je déteste le fromage (je sais pour une Française, c'est terrible!)
- J'adore les Cupcakes (surtout au chocolat) – Je suis une véritable gourmande
- J'aime aller à la chasse aux nouvelles adresses : cafés, restos, hôtels
- Je prépare un Master en FLE
- Je voyage seule ou avec ma maman
- Je ne peux pas rester sans musique (j'écris même mes articles avec de la musique dans les oreilles)

8

- Je rêve de découvrir le Vietnam
- La ville que je déteste le plus c'est Hanovre
- Je parle Allemand, Anglais, un peu Espagnol et un peu Danois
- Pendant mon année en Autriche j'ai appris le Dialecte Autrichien – C'est très folklorique
- Mon appareil photo est un Nikon D3100
- Mon livre préféré est *« Moi, Christiane F.; 13 ans, droguée et prostituée »* (Wir Kinder von Bahnhof Zoo) – un livre qui m'a profondément bouleversée
- Je n'ai pas de film ni de série préférée
- La chanson que j'écoute beaucoup en ce moment, c'est **Talk to me** de Thomas Azier

9

Où me trouver sur le web et où me contacter ?

Si vous souhaitez me contacter, vous pouvez le faire depuis le blog via la page **Contact**

Vous pouvez me suivre sur les réseaux sociaux : **Facebook**, **Twitter** et **Instagram**

4.4. B2 – P2 – Bandeau [à propos]

Date de consultation : le 28 octobre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

1

Miryam, nomade, passionnée de voyages et de photographie et expat en série, aujourd'hui basée à Francfort sur le Main en Allemagne.

2

Pour me contacter : nuagenomadeblog(@)gmail.com

4.5. B3 – P1 – Section [À propos] – Jordy Meow

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : les commentaires sont fermés.

1

Jordy Meow

2

Développeur de formation, je conçois les outils dont j'ai besoin. Ils sont ensuite partagés avec mes amis et deviennent naturellement des produits commerciaux.

3

La vie au Japon m'a aussi ouvert à de nouvelles passions, comme la photographie et les voyages insolites. J'ai aujourd'hui le projet de contribuer à sauver la campagne nippone avec des solutions originales.

[Zone de portfolio]

[Japan] [Secret Japan] [Haikyo] [Wabi-sabi] [Haikyo Explorers] [Gunkanjima]

[Zone de logiciels]

[Meow Apps] [Ikuzo] [Jipangu]

[Zone de projets]

[Japon secret] [livres]

4.6. B3 – P2 – Section [À propos] – Biographie

Nom du Document : B3 – P2 – Section [À propos] – « Biographie ».

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : N/A.

1

Biographie

2

Je suis né au sud de Bordeaux, sur le Bassin d'Arcachon. Jamais je n'aurais pensé quitter mon petit village et partir vivre à l'étranger.

[photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]

3

Mais après le lycée à Bordeaux, l'école d'ingénieur à Paris et une année dans une université en Chine, j'ai eu envie de continuer l'aventure. J'ai recherché un contrat de travail en Asie et on m'a proposé le Japon. J'ai fait mes valises et je ne suis jamais rentré.

[photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]

4

Le monde du travail à Tokyo a été pour moi une expérience très positive. Une situation plutôt confortable m'a permis de découvrir Tokyo avec ses petites rues, ses restaurants, et le Japon tout entier en voyageant quasiment tous les week-ends. Mais j'ai eu besoin d'encore plus de liberté après 8 années passées à Tokyo, alors j'ai tout quitté pour vivre dans la petite ville de Nara.

[photo illustrative] [photo illustrative] [photo illustrative]

5

Pendant un an, au calme et entouré des fameux *shika* de Nara, j'ai cherché ce qui pourrait le mieux correspondre à mes envies de liberté. Devenir freelance s'est tout de suite imposé. Il m'a fallu alors lancer et optimiser mon propre business de logiciels. C'est un succès. Je me suis offert ma première voiture et je me suis perdu sur les petites routes de la région. Après une année sabbatique, je suis revenu à Tokyo. Plus indépendant et déterminé que jamais.

[photo mettant en scène le blogueur] [photo mettant en scène le blogueur]

6

Actuellement, je travaille sur de nombreux projets techniques et photographiques. Une idée qui me tient à cœur c'est d'insuffler la vie à nouveau dans les petits villages du Japon. J'ai mille idées pour cela, et j'espère que certaines d'entre-elles verront le jour bientôt.

[Rappel des droits d'utilisation du site]

4.7. B3 – P3 – Section [À propos] – Contact

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : N/A.

1

JORDY MEOW

2

I am a very dynamic photographer and software engineer living in Tokyo, Japan.

3

I am working on applications and platforms which have a strong association with photography, Japan and inbound tourism (Meow Apps, Jipangu, Ikuzo, Tanukin, Shifteast).

4

I am also the author of books and two websites about Japan: Haikyo.org and Offbeat Japan.

For any request concerning my plugins, please visit Meow Apps: Meow Apps.

[Zone de boutons de suivi]

[Zone de contact]

4.8. B3 – P4 – Bandeau de présentation

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : N/A.

1

Japon Secret est un blog sur le Japon alternatif, l'exploration de lieux en dehors des sentiers battus. Le contenu est réalisé avec passion par Jordy Meow et n'est pas sponsorisé.

2

Bonne visite :)

4.9. B3 – P5 – Bandeau de présentation interne aux billets

Date de consultation : Consulté le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisé.

Commentaires associés : les commentaires sont fermés.

Source : https://japonsecret.fr/cimetiere-makomanai-takino/.

1

Qui suis-je

[photo]

2

Je suis Jordy Meow. Photographe le jour, développeur la nuit. Parfois le contraire.

3

Je vis au **Japon** et j'explore les lieux **insolites**, **abandonnés**, mais aussi les **beaux paysages** et **petits villages**.

4

Mes articles ne sont pas sponsorisés et sont donc écrit par passion pure.

4.10. B4 – P1 – Section [À propos] – Gaijin au Japon

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : les commentaires sont fermés.

1

Gaijin au Japon

2

[Facebook share 9] [tweet] [share]

[image – logo B4]

Le Japon est un pays particulier, fascinant, déroutant et surtout peu connu. Malgré que l'on en entende souvent parler, qui peut réellement dire qu'il connait le Japon sans même y avoir mis les pays et l'avoir découvert de l'intérieur ?

3

Le 11 mars 2011, est une date importante dans l'histoire du Japon. Il s'agit du jour où ce pays a été frappé par la plus grande catastrophe naturelle de son histoire : **un tremblement de terre de magnitude 9 et un tsunami de 23 mètres de haut.** Les 2 ont ravagé le Nord-Est du pays et généré plusieurs dizaines de milliers de morts et disparus.

4

Mais comme-ci cela ne suffisait pas, ces catastrophes naturelles ont crées une catastrophe nucléaire. En effet **la centrale nucléaire de Fukushima** a été durement frappée par ces événements, et une crise quasi-similaire à celle de Tchernobyl a été connue au Japon.

5

Il s'agit donc d'événements importants dans l'Histoire de ce pays. Certainement les plus graves depuis les 6 et 9 août 1945, lorsque Hiroshima et Nagasaki ont été bombardés par des bombes atomiques, générant ainsi plus de 170 000 morts en quelques minutes.

6

Mon projet est donc de passer **une année au Japon (voir plus si affinité)**, près de 2 mois après les dernières catastrophes naturelles, et de découvrir cette culture. J'espère découvrir les charmes, les forces, les faiblesses, les atouts, les qualités et les défauts de ce pays si intriguant. Et je vous ferais partager tout cela au travers de ce blog.

7

Je ne suis ni Otaku, ni Geek, ni Japan fetish, ni passionné du Japon, je suis un voyageur lambda qui à soif de découverte et de connaissances. Un voyageur qui va bon où lui semble en fonction de son feeling.

8

En consultant le net à **la recherche de blogs sur le Japon**, j'ai constaté que la quasi-majorité était tenu par de véritables passionnés, qui pour certains vivent en mangent Japon tout au long de la journée. Il était donc difficile de trouver quelque chose qui s'adresse à un voyageur plus ordinaire. **D'où l'idée de créer ce blog.**

9

Vous aurez donc l'opportunité de découvrir **le Japon à travers les yeux d'un GAIJIN (comprenez ici un NON-JAPONAIS) ni connaissant rien au Japon le jour de son arrivée à l'aéroport de Tokyo-Narita le 6 mai 2011** (si ce n'est ce qu'il à appris lors de ses cours d'Histoire au collège et au lycée). Je vous souhaite une bonne lecture et de bonnes découvertes.

10

Aala

Aka Un Gaijin au Japon

[zone de partage]

4.11. B4 – P2 – Section [À propos] – À propos d'Aala

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : les commentaires sont fermés.

1

A propos d'Aala

[zone de partage]

[Facebook share – 9] [tweet] [share – more option]

2

[photo]

Aala, mon prénom, celui qui fait mon identité et qui me représente au quotidien. Mais qui suis-je ? Qui se cache donc derrière ce prénom ? Je vous propose d'en savoir plus.

3

C'est le 11 mai 1984, à Lyon (France) que j'ai vu le jour, dans ce pays qui me verra grandir et poursuivre mes études pendant deux décennies. Une vie riche en voyages, en expériences diverses et variées m'a bercée dès mon plus jeune âge.

4

Franco-Tunisien, double culture enrichissante

Même si je suis né en France mes parents sont tous deux Tunisiens et c'est dans ce pays que j'ai passé les premières années de ma vie, essentiellement dans la ville de Sousse.

5

Je garde bon nombre de souvenirs de cette période enchantée de mon enfance dans ce pays qui m'a bercé, entouré de ma famille. Plus tard, au moment d'entrée à la maternelle / primaire, je suis rentré en France pour y suivre l'ensemble de ma scolarité, entouré de ma famille, non loin de Lyon, ma ville natale.

6

Le fait d'avoir des parents d'origine tunisienne, d'être né en France et d'avoir vécu entre ces deux pays est clairement **une belle chance que la vie m'a offert et m'a permis de me forger une identité multiculturelle.** Outre le fait que je dispose de deux nationalités, deux passeports, j'ai la chance d'avoir deux cultures en moi qui font ma personnalité.

7

La Tunisie occupera toujours un part importante dans mon cœur puisque c'est le pays de ma famille, le pays qui m'a vu vivre les premières années de ma vie et que j'aime plus que tout.

8

Mais la France aussi tient une belle part dans ma vie puisqu'elle est le pays qui m'a vu grandir, devenir un enfant, un adolescent, un adulescent et par la suite un adulte. Ces deux pays tiennent une place importante dans ma vie et comme le disait si ben Jamel Debbouze *« me demander de choisir entre la France et la Tunisie serait me demander de choisir entre mon père et ma mère, et c'est impossible ».*

9

Bye-bye la France, bonjour les voyages

J'ai grandit sans encombre, vécu une jeunesse enrichissante et ait eu la chance de poursuivre de bonnes études en France qui m'ont menées jusqu'à une Ecole Supérieure de Commerce. Et c'est à la fin de mes études supérieures qu'une envie de voyages m'a envahit. Je voulais partir, aller voir le monde, découvrir, …

10

C'était en 2009. J'étais en dernière année de Master et plus les mois passaient au sein de cette année et plus je prévoyais un voyage au long court. Au début je voulais partir une année en Australie.

11

Puis, un ami m'a parlé des billets d'avion « Tour du monde » et là **j'ai décidé d'ajouter quelques destinations à mon périple d'un an : Hong-Kong, Macao, Australie, Nouvelle-Zélande, Canada, USA.** J'ai fait les demandes de PVT Australie et PVT Canada et je suis **parti à l'aventure le matin du 5 novembre 2009,**lorsque je suis monté dans l'Eurostar direction Londres, où m'attendait mon avion vers l'Asie.

12

Et pourtant, j'aurais pu ne pas partir. J'avais été en alternance dans la grande distribution, dans un cursus « directeur de supermarché » et je disposais de nombreuses offres d'embauches avec des salaires allant jusqu'à 45.000€ annuel et des possibilités d'évolution de carrière à l'international.

13

Si je le souhaitais je pouvais choisir de rester en France et de faire une carrière professionnelle intéressante, belle comme beaucoup me la prédisait, mais je n'en n'avais pas envie. Je voulais partir loin, très loin, aller voir autre chose et surtout me tester. **J'adore les défis plus que tout et je voulais voir ma capacité à vivre une expérience de vie plus ou moins longue à l'étranger.**

14

Quelques jours à Hong-Kong et Macao, presque six mois en Australie, deux semaines en Nouvelle-Zélande et me voila arrivé au Canada où je devais passer cinq mois avant un road-trip aux USA.

15

Mais là, à peine arrivé dans la ville de Vancouver, c'est le coup de foudre et je ne me vois pas partir de si tôt. Du coup, **ce n'est pas cinq mois que je passe au Canada mais un an !** Oh qu'est-ce que j'ai aimé cette expérience de vie dans le deuxième plus grand pays au monde !!!

16

Le Canada me manque régulièrement et je n'ai qu'une envie : y retourner !

17

Alors que mon année de vie au Canada touchait à sa fin j'ai commencé à me demander ce que j'allais faire. Et je me suis dit que je ne pouvais pas rentrer comme ça en France, je sentais que je n'en avais pas fini avec mon expérience internationale.

18

J'ai alors regardé la liste des pays en PVT (Permis Vacances Travail) et là j'ai vu que le Japon était accessible avec un **PVT Japon** pour les Français. Ni une, ni deux, je me suis dit « hop, je vais au Japon pour un an ». En janvier 2011 j'ai fait un aller-retour express de deux semaines en France (depuis le Canada) pour obtenir ce PVT.

19

Direction le Japon

Le 11 mars 2011, je suis au restaurant avec des amis, à Vancouver – Canada. Je lève la tête car les images de la télévision attirent mon attention : le Japon vient d'être frappé par un terrible **tremblement de terre** et un Tsunami ravageur. Dans trois jours je suis censé partir en road-trip à travers le Canada et les USA avant de prendre l'avion pour le Japon, depuis Los-Angeles, le 5 mai 2011.

20

Je reste informé, je regarde ce qui se passe, mais dès les premiers instants ma décision est prise : j'irais au Japon, peu importe ce qui se passe parce que **je n'ai pas pour habitude de fuir face à l'adversité, peu importe sa forme.**

21

Le 14 mars 2011 je pars donc à travers le Canada, sur plus de 8.000 km de routes, avant de passer la frontière avec les USA, de faire un road trip sur les côtes Est et Ouest du pays, me menant au travers des principales villes du pays et dans des paysages époustouflants ! **Que de bons souvenirs durant ce périple.**

22

Le 4 mai 2011, alors que je suis dans une auberge de jeunesse à Los-Angeles, et après avoir un peu réfléchit au sujet, **j'achète le nom de domaine GaijinJapan.org et j'installe ce qui va devenir mon blog de voyage au Japon**.

23

Je n'ai pas encore décidé ce que je vais en faire, mais j'ai dans l'intention d'y retranscrire mon année de PVT au pays du Soleil-Levant afin que ceux que je rencontre sur la route puissent me suivre.

24

Le 5 mai, mes amis avec qui j'ai fait le road-trip aux USA me déposent à l'aéroport de Los-Angeles. Je prends mon avion Air China, fait une escale de quelques heures à l'aéroport de Pékin – Chine avant d'arriver le 6 mai 2011 à Tokyo.

25

Pour la première fois de ma vie je suis au Japon et je ne sais pas ce qui m'attend sur place. Je dois avouer que je ne connaissais rien de ce pays, que celui-ci n'avait aucun attrait particulier pour moi et que j'étais là juste par curiosité, sans plus.

26

Je voulais passer une année dans un pays dont je ne connaissais rien, ni la langue, ni la culture afin de voir si je pouvais arriver à réussir une telle expérience. J'avais besoin d'un nouveau défi dans ma vie et le Japon était parfait pour cela.

27

Une première année japonaise intéressante mais frustrante

Je suis arrivé au Japon avec environ 2.000 ou 3.000 euros dans mon compte bancaire, sans parler le japonais, sans connaitre la culture locale, sans connaitre personne (ou presque) et sans rien connaitre sur le pays**. Je devais me démerder rapidement, par moi-même**, afin de pouvoir réussir cette expérience.

28

Après une première semaine passée dans un **Capsule Hotel** à Asakusa, j'ai déménagé dans une **Guest-House**, toujours à Asakusa. Là, j'ai rempli les différentes démarches administratives (**Resident Card**, à l'époque il s'agissait encore de l'Alien Card, **téléphone japonais**, **compte bancaire**, …). Puis, j'ai commencé à chercher du travail.

29

Je suis devenu **professeur de français au Japon**, mais j'ai aussi travaillé chez **Leafcup** ou encore **Mickey House**. Rapidement, les revenus arrivaient et je me suis construit une vie normale.

30

Mais, plus les mois passaient et plus je me rendais compte d'une certaine frustration ! Le Japon semblait être un pays intéressant à visiter, à découvrir et intriguant mais je ne parlais pas le japonais. Et là, avec ce handicap, je me rendais compte que je passais à côté de nombreuses choses !

31

En octobre 2011, alors que je suis connecté à mon compte Facebook, je vois l'histoire de **Jean Béliveau**, qui vient tout juste de terminer un tour du monde à pied de 11 ans et je suis admiratif.

32

A ce moment là je commençais à réfléchir à ce que j'allais faire à la fin de mon PVT en mai 2012. Et là, je venais d'avoir une excellente idée : revenir au Japon avec un **visa**

étudiant pour **apprendre le japonais** et surtout, par la suite, partir faire un tour du Japon à pied. **CAP 10.000 Japon** en était à ses prémisses.

33

Le 6 mai 2012 je quittais le Japon pour quelques semaines, le temps de rentrer en France et faire mes démarches pour obtenir un visa étudiant. Le 3 juillet 2012 je revenais au Japon, avec un **visa touriste** pour trois mois, puis en octobre 2012 je faisais un **changement de statut de résidence** et j'obtenais le statut étudiant. C'était le début d'une aventure de deux années pour apprendre la langue locale.

34

Une nouvelle expérience de vie au Japon

Ce qui devait être une année de voyage à travers le monde s'est transformé en une expatriation au Japon après avoir voyagé dans quelques pays dans le monde.

35

Je commençais à étudier le japonais en école, tous les jours, avec un rythme intensif et en parallèle je travaillais sur mon blog pour essayer de le développer au maximum, puisque le lectorat augmentait sans cesse.

36

Rapidement j'ai rencontré celle qui allait devenir ma femme. En septembre 2014 j'ai donc fait un **mariage japonais** au pays du Soleil-Levant avec cette personne, amour de ma vie, et que je n'aurais jamais pensé rencontrer au Japon.

37

Depuis mon retour en juillet 2012, les choses ont pas mal évoluées pour moi :

- Je me suis marié
- J'ai appris le japonais
- Le projet CAP 10.000 a pris forme
- Je me suis **rompu le ligament croisé**
- J'ai fait de nombreuses rencontres, notamment via le blog
- …

38

Depuis que le blog s'est développé et que vous êtes de plus en plus nombreux à le suivre, vous êtes nombreux à m'en demander un peu plus sur mois d'où cette page synthétisant mon parcours. Et vous êtes certains à vouloir savoir quel est mon **travail au Japon**.

39

Pour répondre à cette question, sachez que **j'ai quelques revenus avec le blog, mais qu'ils ne sont pas non plus pharaoniques** (ils sont réinvestis dans le développement du blog) et qu'en plus de cela je travaille en tant que consultant auprès d'entreprises du secteur privé ou d'administrations publiques.

40

En effet, depuis quelques années **j'ai ma propre entreprise de consulting et j'ai développé une activité en freelance qui me permet de vivre.**Mon activité étant nomade je peux vivre où bon me semble et continuer à travailler librement.

41

Vous êtes aussi nombreux à me demander comment je fais pour voyager autant, au Japon et ailleurs dans le monde, et la réponse est toute simple : **je travaille beaucoup**.

42

En faisant cela j'ai suffisamment de revenus pour payer mes voyages. Il est bon de noter que je ne bois pas et que je ne fume pas et que cela peut me permettre de voyager plus puisque je n'ai pas à faire face à ces dépenses.

43

Enfin, pour ceux qui demandent encore pourquoi je ne montre jamais de photo de ma femme, la réponse est toute simple : **parce que je ne veux pas qu'elle soit importunée !** Je ne connais pas toutes les personnes qui lisent mon blog, et vous êtes nombreux.

44

De temps à autre **il y a des individus qui n'hésitent pas à m'insulter, à être virulent à mon encontre ou même à proférer des menaces de mort, gratuitement, et je ne veux en aucun cas que ceci arrive à ma femme.**

45

De ce fait vous ne verrez jamais de photos d'elle et vous ne connaitrez jamais son identité, et je vous demanderais de respecter cela.

46

Je pense que c'est suffisant pour un début de présentation, qui vous permet d'en savoir un peu plus sur mon parcours, ce qui m'a mené au Japon, à savoir le hasard et le fait que je n'ai jamais planifié la vie que je vis aujourd'hui.

47

Comme quoi la vie est parfois remplie de belles surprises. Je vous souhaite une bonne lecture de mon blog et de belles lectures.

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[zone de partage]

4.12. B4 – P3 – Bandeau horizontal

Date de consultation : 12 décembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

1

[photo]

2

About the author : Alaa view all posts by Aala

Je m'appelle Aala et en Novembre 2009 j'ai décidé de parcourir le monde. Après un tour du monde de presque deux ans je suis arrivé au Japon en mai 2011 et depuis je vis à Tokyo. J'ai décidé de lancer ce site afin de partager avec vous mes expériences de voyages et de vie au pays du Soleil-Levant.

[Twitter] – [Facebook]

4.13. B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ?

Date de consultation : le 28 janvier 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : 16 commentaires.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/about/

1

Qui suis-je ?

[photo de face]

2

Un peu de moi…

Moi, c'est Aurélie (ou Lili pour les intimes). Poitevine de naissance, j'ai vécu à Paris, à Athènes, à Sydney et à Montréal. Je vis aujourd'hui en France où, après plusieurs années passées à l'étranger, j'essaie de me façonner de nouveaux repères et d'y construire ma vie, une vie simple et pleine de voyages et d'escapades.

3

Du plus loin que je me souvienne, j'ai toujours rêvé d'**évasion**, de **découvrir d'autres cultures**, d'autres façons de vivre et d'autres manières de penser. J'ai toujours eu envie de **partir à l'aventure**, de repousser mes limites et d'affronter l'inconnu. J'ai eu la chance – *mais surtout, je me suis donnée les moyens* – de **réaliser mes 3 plus grands rêves** : vivre à l'étranger, voyager en Australie et faire un long voyage seule !

4

Pourquoi ce blog ?

Vous retrouverez sur ce blog **le récit de mes voyages** et quelques **astuces pratiques** ! Au fur et à mesure que le blog grandit, vous trouverez également **quelques conseils pour voyager seul(e) et quelques réflexions personnelles**.

5

The Daydreameuse est un **blog voyage & lifestyle** qui présente également **mon ancienne vie à Montréal** : mon regard d'expatriée, ma ville, mes escapades, les activités culturelles ou encore les bons restaurants.

6

Pourquoi ce nom ?

Avant, le blog s'appelait **Lili au pays des merveilles**. Mais ça, vous le savez si vous me lisez depuis longtemps. Ce petit nom faisait bien sûr référence à *Alice au pays des merveilles*, son **insatiable curiosité** et son **envie de découvrir le monde** et de **lui donner un sens**. Mais ce nom est aussi un rappel à la **beauté du monde** et de **l'émerveillement** que j'ai… chaque fois que je vais dans un lieu inconnu.

7

Depuis longtemps, je ne me sentais plus chez moi avec ce nom. Le blog devient donc… The Daydreameuse. Un nom qui me correspond. **Âme rêveuse. Voyageuse. Tête en l'air.** Et puis, il correspond aussi au blog et à ce que j'essaie de retranscrire ici : **l'envie d'évasion, le besoin de rêver et l'envie de voyager**.

8

Mes petits voyages :

- **2005 – 2006 :** Erasmus à Athènes, Grèce : ma première expatriation ! Le début de tout…
- **2007 – 2008 :** 6 mois à Sydney et 5 mois à travers l'Australie, ma seconde expatriation & mon premier grand voyage en solo.
- **2009 – 2013 :** Immigration à Montréal, Canada, réalisation d'un autre de mes plus grands rêves : vivre à l'étranger pendant plusieurs années.
- **2010 :** Boston, New York & San Francisco.
- **2011 :** Barcelone en famille.

9

- **2012 :** Mexique, road trip en amoureux dans la péninsule du Yucatan.
- **2013 :** Road Trip en famille dans l'Est Canadien : Les Maritimes.
- **2014 :** 6 mois en Asie du Sud-Est : Thaïlande, Myanmar, Laos, Cambodge, Vietnam & Indonésie. Ou comment l'Asie est devenu l'amour de ma vie de voyageuse !
- **2014 :** Rome, sur un coup de tête !
- **2015 :** Budapest, trois semaine en solo pour tester la vie de digitale nomade (en attendant de trouver un emploi).
- **2015 :** Bruxelles avec mon guide personnel (aka une amie).
- **2015 :** Londres, mon cadeau d'anniversaire à moi-même.

10

- **2016 :** Prague sous la neige.
- **2016 :** Un week-end en Lombardie en amoureux.
- **2016 :** Road trip en amoureux en Afrique du Sud.

[logo cliquable - Pinterest]

[zone de partage – Facebook – Twitter – Pinterest – LinkedIn – commentaires]

[zone de commentaires]

16 comments

C1. [image] [courrier électronique] [date] [heure] [reply]
Un très bon blog, j'aime bien. En tout cas, bonne continuation pour la suite, et j'attends avec impatience ce voyage en Asie.

> R.C1. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply]
> Merci pour ton message ! Le début du voyage en Asie est en ligne… Avec le retard cumulé, j'ai encore une dizaine d'articles à écrire.[émoticône souriante]

C2. [image] [pseudonyme] [date] [heure] [reply]
Bonjour, je trouve votre Blog très intéressant, bien fait,complet…on a presque envie de vous rencontrer…
Vous dites que vous êtes allée au Mexique…Puis-je me permettre de vous demander quand ??
Bonne continuation et bonne route !!

> R.C2. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply]
> Etrangement, ton email me dit me quelques chose…
> Je suis allée au Mexique en 2012.

C3. [image] [pseudonyme] [hyperlien vers un blog supprimé] [date] [heure] [reply]
J'aime toujours autant me promener entre tes rubriques, comme on flânerait dans une rue ou nos pas nous mèneraient pour la première fois. Continue d'être celle que tu es. On like ^^

> R.C3. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply]
> Merci !!! C'est trop gentil [émoticône souriante] Cela me fait vraiment plaisir de lire des petits mots comme ça…

C4. [image] [prénom nom de famille] [date] [heure] [reply]
Daniel
Merci de m'avoir permis de voyager avec vous ; ma santé ne me permet plus de parcourir le monde, mais j'ai énormément de souvenirs, du temps déjà éloigné où je parcourais le monde pour mon travail. Mais prendre le temps, voilà le vrai sens du voyage. Aujourd'hui je me livre au voyage intérieur et philosophe en compagnie de mon chat et d'anciens livres ; c'est bien, aussi, mais vous lire et regarder vos images m'a fait un immense plaisir. Continuez de voyager

ainsi autant que vous le pouvez, la vie est très brève, mieux vaut s'épargner d'inutiles regrets. Bonne chance.

> R.C4. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply]
> Merci ! C'est très gentil. [émoticône souriante] Lire c'est aussi un beau voyage…

C5. [image] [pseudonyme] [date] [heure] [reply]
Merci j'ai aimé me promener sur votre blog. Je suis une jeune mamie qui se met à internet, j'ai retrouvé des renseignements lors de vacances en 2012.Car je suis accroc au scrapbooking européen. Je n'ai pas encore de blog, j'avoue ne pas trop savoir comment m'y prendre.Mais je vais me renseigner,bonne journée à vous.Continuez à profiter de vos voyages et de nous faire rêver.

C6. [image] [nom de site internet – voyagiste en Island] [hyperlien vers le site commercial] [date] [heure] [reply]

Bonjour Lili,
Je découvre ton blog qui me plait beaucoup au premier coup d'œil [émoticône clin d'œil].
Tu es partie en Asie? Coool, c'est une destination que je connais très bien ayant vécu 1 an en Inde, mais au final, je ne suis pas très fan de la vie asiatique, tu me diras ce que tu en penses, je n'ai fait que l'Inde la bas, par contre, j'ai voyagé tous les WE et les vacances!
J'ai vu que tu es ouverte à des échanges d'articles ou autres, je viens de partir en Islande car j'ai monté un site sur l'islande http://www.icelanded.com et j'ai aussi lancé depuis mon expatriation récente (Aout 2015) un blog islande ou je mets plein d'actu et de news pour mes amis et ma famille. Tu peux aller y faire un tour stp c'est ; http://www.islande-zou.fr et dis moi si ça t'intéresse de faire des échanges d'articles [émoticône clin d'œil] Car moi aussi je parle de voyage et de vie à l'étranger (avec 3 enfants :D)
Voili voilou, bon courage et bonne chance pour tes voyages, que tes pas te mènent loin! J'ai hate de faire plus ta connaissance [émoticône clin d'œil].

C7. [image] [pseudonyme] [date] [heure] [reply]

Également Poitevine de naissance, j'ai adopté Tours depuis mes études. Tout tes voyages me font rêver ! Ton blog est dans mes favoris depuis des années mais je ne suis pas très assidue à la lecture, donc j'en lis une dizaine quand ça me prend. Je pars dans 15 jours vivre un de mes reves : travailler en Irlande (Cork).

> R.C7. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply]
> Merci pour ton commentaire Laura [émoticône souriante]
> Tu n'es pas la seule à lire quelques articles de temps en temps. Je fais pareil avec les blogs que j'aime bien…
>
> C'est chouette que tu puisses réaliser ton rêve. Et l'Irlande, ça a l'air tellement beau !!!! Profite à fond !

C8. [image] [prénom] [date] [heure] [reply]

Bonjour !
C'est incroyable j'ai quasiment fait les mêmes voyages que toi en y ajoutant l'ouest Canadien qui est somptueux! Ton blog est vraiment super sympa, j'aurais dû en tenir un identique !

C9. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [heure] [reply]

Comme ça donne envie de mieux te connaître et d'en apprendre plus sur ta vie ! Je suis un peu le même chemin que toi : après un an d'Erasmus en Pologne, je rêve de faire un long voyage seule et de m'expatrier quelques années… Je vais donc parcourir ton blog avec beaucoup d'intérêt [émoticône clin d'œil].

> R.C9. [logo B5] [pseudonyme B5] [hyperlien vers la page d'accueil de B5] [date] [heure] [reply]
> Merci Julie! Erasmus en Pologne, ça devait être top comme expérience et très dépaysant (en plus d'être original).
>
> Je ne peux que te conseiller de partir voyager seule et de vivre dans un autre pays ! C'est une belle expérience. N'hésite pas à m'écrire si tu as des questions.

C10. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog life] [date] [heure] [reply]
Bonjour Aurélie,
Merci pour ce blog qui donne un aperçu de ce qu'est une vie de voyage. Très inspirant pour mon activité.
Je développe le fil d'Ariane (www.lefildariane.co), l'expérience digitale pour les petits-enfants expatriés qui leur fait découvrir les souvenirs de leurs grands-parents. L'occasion de se rendre compte de ce qu'ils ont en commun.
Je serais très intéressé d'avoir votre ressenti sur le sujet !
À bientôt
Prénom C10

4.14. B6 – P1 – [À propos] – À propos

Date de consultation : le 25 février 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : 0 commentaire.

Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/

1

[photo]

À propos

Maman Voyage : le blog qui raconte tous nos voyages avec enfants. Déjà plus de 70 escapades en famille et un Tour du Monde en 2016 avec nos enfants (alias Ticoeur et Titpuce) qui ont maintenant 6 et 9 ans.

2

Bonjour,

Je m'appelle Christine. Je suis née à Paris, à la Butte aux Cailles. Mon père est italien et ma mère marseillaise. En **2009**, j'ai créé ce blog pour partager avec vous nos voyages en famille. Sur **Maman Voyage** vous trouverez :

3

- Nos récits de vacances : nous avons plus de **70 voyages avec enfants** à notre actif. **Le blog a déjà 9 ans et c'est grâce à vous** chers lecteurs qui êtes de plus en plus nombreux à nous suivre chaque jour !
- Notre Tour du Monde : en plus de tous nos voyages, nous avons réalisé un Tour du Monde en famille en 2016.
- Notre expatriation en Angleterre : depuis septembre 2018, nous sommes partis vivre en Angleterre pour deux ans et je vous raconte chaque semaine notre petite vie Outre-Manche.

4

[photo]

Comment m'est venue l'idée de créer ce blog ?

Après **un an de Tour du Monde** pour notre voyage de noces, nous sommes revenus à Paris et **Ticoeur** est né. Il a chamboulé notre vie en la remplissant d'amour et de sourires mais notre passion pour les voyages ne nous a pas quittés. Bien au contraire ! Depuis 2009, nous nous

sommes lancés dans **la belle aventure du voyage en famille** et nous apprenons à voyager autrement, avec enfant(s). En février 2012, **Titpuce** est venue agrandir la famille et depuis, je vous raconte nos aventures à quatre !

5

Quel type de voyages aimons-nous ?

En voyage, nous aimons varier les plaisirs : la mer, la montagne, les randonnées, le vélotourisme, les roadtrips, les citytrips et aussi découvrir des pays lointains : Ile Maurice, Sri Lanka, Bali, Vietnam, Oman, Malaisie, Nouvelle-Zélande,…

6

J'ai une prédilection pour l'Asie et j'ai toujours été attirée par la Chine où j'ai passé plusieurs mois pour tenter d'apprendre le mandarin. Voyager en l'Europe nous plaît tout autant : il y a tant de belles choses à découvrir pas si loin de chez nous !

7

La France offre tant de diversité que c'est notre terrain de prédilection pour les escapades plus courtes ; l'Italie est mon pays de coeur car c'est le pays de mes origines donc nous y allons au moins une fois par an. Papa Voyage est allemand donc nous passons tous les Noëls dans ma belle-famille à Stuttgart. Enfin, nous avons famille et amis à Londres donc vous trouverez beaucoup d'informations sur cette Capitale que nous adorons.

8

Dans la vie je fais quoi ?

Vous me demandez souvent quel est mon métier et pourquoi je peux voyager autant. Tout d'abord mon travail n'a rien à voir avec les voyages. J'ai travaillé 15 ans dans le domaine du marketing puis de la finance. J'ai toujours été dans de très grandes entreprises où il y avait beaucoup de congés et de RTT (et mon mari aussi). Nous avons voyagé pendant mes deux congés parentaux et nous avons également pris des congés sans solde (congé sabbatique) car nos économies nous le permettaient.

9

Avant les enfants, j'ai également vécu et travaillé aux Etats-Unis (à Chicago, New York, Washington DC et Richmond). Enfin, entre deux jobs, je suis partie à Cuzco au Pérou en mission humanitaire. Bref, j'ai vraiment l'impression d'avoir eu plusieurs vies ! Et parce qu'il n'y a pas que le boulot dans la vie, j'aime le cinéma, la danse, le théâtre, les livres, le piano et le sport !

10

Est-ce que je participe à des blogtrips ?

Oui cela m'arrive mais je reçois beaucoup plus de propositions que je n'en accepte, notamment parce que notre calendrier de voyages est déjà bien rempli ! Cela dit quand un voyage raconté

sur le blog a été réalisé dans le cadre d'un blogtrip ou d'un voyage de presse, il est signalé comme tel.

11

Quel appareil photo j'utilise ?

Pendant longtemps l'Olympus OMD EM5 et actuellement l'Olympus OMD EM10. Bref, je suis une grande fan d'Olympus (et je ne suis pas sponsorisée !).

12

Quel est l'objectif du blog ?

Partager, garder une trace de nos voyages, me faire plaisir et vous donner envie de partir ! Avec ce blog, j'espère partager avec vous nos expériences du voyage avec enfant(s), en France ou à l'autre bout du Monde, nos escapades week-ends en Europe et nos sorties à Paris. J'espère vous apporter ce déclic qui vous donnera envie de faire vos valises en famille, vous montrer que c'est possible et vous donner des idées de destinations !

13

Je vous souhaite une bonne lecture à travers mes 1020 articles (ça commence à faire !) et je vous remercie pour vos commentaires qui m'encouragent énormément et me font aimer cet espace où je partage avec vous toutes nos aventures. Je vous laisse découvrir le récap' de nos voyages avec enfants en 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010 et 2009 !

14

***
NB : **Maman Voyage** s'appelait **Le Journal de Maman** (changement de nom en octobre 2014).
Voici une petite présentation vidéo (qui date de 2014 – il faudrait que j'en prépare une nouvelle !) :

[vidéo hébergée par la plateforme YouTube]

A très bientôt sur le blog !

Christine

Cont@ctez-moi

[photo]

Si cela vous intéresse, vous pouvez lire les détails sur les ingrédients techniques du blog.

4.15. B7 – P1 – À propos

Date de consultation : le 27 avril 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : 0 commentaire.

Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/

1

[photo]

Elisa & Max

Qui sont les Bestjobers ?

2

[Vidéo YouTube « Le divan des Bestjobers / On répond à vos questions »]

3

2010

L'histoire ne débute pas autour du monde mais sous les flashs d'un grand studio de photographie de mode à Paris dans lequel Max travaille aux côtés des photographes les plus connus du milieu (Lindbergh, Demarchelier, Lancrenon…), alors qu'Elisa gère la production des shootings. Du glamour mais aussi de l'impitoyable.

4

2013

La vie parisienne les étouffe et leur vie bascule lorsqu'Elisa remporte le célèbre concours du Best Job in the World, parmi 300 000 candidats du monde entier, notamment grâce à cette vidéo envoyée un jour gris de mars…

5

[image « The best jobs in the world – There's nothing like Australia »]

[vidéo – YouTube « The best Jobs in the World Australia 2013]

… mais aussi après 3 mois de compétition et de sélection intense, qu'ils racontent notamment dans leur livre *Australie, nos 100 coups de cœur, l'aventure du Best Job in the World, sorti en librairie en Mars 2018 aux Editions Nomades*.

6

2013/2014

Elisa, la Jurassienne devient Park Ranger en Australie, elle embarque dans son sac Max, son photographe. Ils vivent des aventures uniques à l'autre bout du monde qu'ils partagent sur leur blog Australie [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse https://www.elisathebestjobintheworld.com/] et réseaux sociaux.

7

2015/2019

Retour en France, ils rêvent leur vie et vivent leurs rêves en créant leur marque BESTJOBERS. D'une aventure débutée en Australie, ils explorent désormais le monde entier en continuant de partager leurs coups de cœur avec les personnes toujours plus nombreuses qui les suivent. Photographe et vidéaste, Max saisit la beauté du globe à travers son objectif, tandis qu'Elisa trouve les mots pour vous offrir un moment d'évasion au quotidien.
Ils travaillent avec des acteurs et marques du tourisme en France et à l'étranger pour créer du contenu inspirant et leur apporter leur expertise. Ils en profitent pour vous faire découvrir ou redécouvrir des merveilles du monde et de leur jolie France.

8

[zone d'inscription à la newsletter]

Rejoignez la Bestjobers Family!
Une fois par mois (pas plus!) dans votre boite mail, les news des Bestjobers, les derniers articles et surtout un fond d'écran pour votre smartphone ou ordi avec l'une de nos belles photos!
Bises
Elisa & Max

9

[Instagram] [YouTube] [Facebook] [Twitter]

4.16. B8 – P1 – Section [À propos de nous] – À propos de nous

Date de consultation : le 23 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : non précisée.

Commentaires associés : Les commentaires sont fermés.

À propos de nous

[encart photo des deux blogueurs de face sur un pont qui pourrait être américain. Les deux blogueurs sourient, portent des lunettes de soleil, un sac à dos et l'un d'entre eux à un téléphone à la main. Il s'agit d'une selfie. Il y a beaucoup de similitudes entre l'image représentant le couple dans le titre et cette photo : les accessoires, le sourire et le positionnement des deux blogueurs.]

Rester c'est exister, mais voyager c'est vivre. Telle est notre ligne de conduite.

Découvrir de nouveaux horizons, aller au contact d'autres civilisations, s'émerveiller devant la beauté des paysages de la planète… des plaisirs qui nous unissent depuis plus de 5 ans. Mickaël, employé dans la parfumerie et Mylène, chargée de communication, forment un couple dans la vingtaine et ont pour plaisir de partager leurs bons-plans et coups de cœur voyages. Nos ambitions premières sont de voyager et de profiter de la vie dès que l'on peut car nous ne savons pas de quoi sera fait demain.

[nos collaborations]

[carte de nos voyages]

[on parle de nous]

[nous contacter] : uncoupleenvadrouille@gmail.com

WordPress : J'aime

[Facebook] [Twitter][Pinterest][Google+]

4.17. B8 – P2 – Encart module vertical [À propos de nous]

Date de consultation : le 23 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : Non précisée.

Jeune couple vadrouilleur dans la vingtaine originaire d'Ile de France qui partage une passion commune depuis leur rencontre le 31 mars 2012 : voyager. Quand Mylène vous raconte leurs aventures aux 4 coins du globe, Mickaël, lui, se cache derrière la caméra pour capturer chaque instant. Dans ce blog qui est notre carnet de voyage, découvrez bons-plans, conseils et coups de cœur d'un couple en vadrouille.**uncoupleenvadrouille@gmail.com**

Mylène & Mickaël

5. Transcription des billets de contenu

5.1. B1 – A1 – Section Vis ma vie d'expatrié – Les questions qui fâchent quand on s'expatrie

Date de consultation : le 2 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 13 novembre 2011.

Commentaires associés : 19.

AWKWARD QUESTIONS // LES QUESTIONS QUI FÂCHENT QUAND ON S'EXPATRIE

[photo]

[publicité]

☞ Photo prise à Boston en septembre 2011 : on y va ou pas ?

[image] « You are leaving in America ? Do you enven speak english ?! »

Ca y est ! C'est décidé, on part aux Etats-Unis. Mais alors qu'on s'attendait à un peu de soutien et d'encouragements de la part de la famille et des amis, on doit faire face à de bien étranges questions…

Tu démissionnes, et la retraite tu y penses ?
Tu vas faire quoi là-bas ? Femme au foyer ?
Boston ? C'est une ville très européenne, tu ne seras pas dépaysée… à quoi bon partir ?!
Boston ? Tu sais qu'il fait très très froid là-bas ?
Tu sais que ça coûte très cher de se faire soigner ?
Tu ne comptes pas avoir d'enfant là-bas tout de même ?
Mais tu vas manger que des hamburgers ?

D'abord, prendre une grande inspiration, faire un grand sourire. Et raconter dans ce blog si toutes ces préoccupations étaient légitimes…

[Facebook] [Pinterest] [Twitter] [Instagram]

[encart de présentation]
[Article suivant : je pars aux Etats-Unis] [bouton de transfert vers l'article suivant]

Section de suggestion d'articles avec photos illustratives :

[photo paysage] + [titre de l'article] [hyperlien vers l'article suggéré]
« Death Valley // la traversée du désert »

[photo illustrative] + [titre de l'article] [hyperlien vers l'article suggéré]
« La folie du snack aux Etats-Unis, à toute heure et n'importe où ! »

[photo de la tour Eiffel] + + [titre de l'article] [hyperlien vers l'article suggéré]
« Et si on jouait les touristes à Paris »

[COMMENTAIRES]

19 réflexions au sujet de "Awkward questions // Les questions qui fâchent quand on s'expatrie"

1. **[nom de famille] C1**
   8 août 2016
   Coucou Mathilde, je tombe par hasard sur ton blog, etant moi meme une ancienne habitante de Boston (j'y ai effectué un stage durant mes etudes) et une nouvelle fan de yoga [émoticône content]
   Comment as tu reussi a poser tes bagages a Boston ? As tu trouvé un job qui t'a permis d'avoir un visa de travail ? Je reve de m'y installer à nouveau, et peut etre, suivre tes cours de yoga ?!
   A bientot ! Anaelle
   - **Mathilde**
     8 août 2016
     j'ai d'abord eu une autorisation de travail puis j'ai cherché un boulot, et j'ai monté ma société[émoticône clin d'oeil] là tu lis le tout premier article, il y en a 500 après celui là qui racontent ce que j'ai fait au fil des années [émoticône sourire bouche ouverte].
2. **C2 [hyperlien vers un blog voyage]**
   18 juin 2016
   J'avais envie de voir comment ça c'était passé pour ton départ (et en même temps je tombe sur le 1er article du blog?! lol), et le moins que l'on puisse dire c'est que c'était sport! lol
   On a le droit à des questions bizarres lorsque l'on évoque notre envie de tour du monde (qui est sans cesse repoussé), du coup on n'en parle plus! loool
3. **C3**
   22 août 2014
   Je découvre ton blog et j'adore !!
   Je vis en Caroline du Nord depuis un peu plus d'un an. Mon copain a été expatrié ici pour son boulot, je l'ai suivi.
   Ce qui m'a le plus marquée dans les réactions à notre départ : celle de mon ex patron, pour qui la Caroline du Nord c'est l'équivalent de la Creuse …. O_o Il devait sûrement être jaloux de se voir rester à St Denis (93) !!
   Bref, on se plait beaucoup ici, la vie est chouette et quand je lis ton blog je retrouve des questions que je le suis posées [émoticône souriante].

   Et notre fils est né ici, un petit américain [émoticône souriante].

Bravo pour ton blog !

4. **C4**

13 août 2014

Haha !
Ma femme a eu les droits aux mêmes questions !

Moi j'ai eu le droit à des questions plus technique (quand, où, comment, pourquoi). Mais c'est usant de se répéter 5 fois par jours…

5. **C5**

11 avril 2014

Ben alors qu'elle est la réponse à toute ces questions…
Il est possible qu'on s'expatrie à Boston… Il fait froid????

- **Mathilde**

  11 avril 2014

  Bonjour Mag, et bienvenue sur le blog. Quel empressement !
  Je crois que j'ai répondu à de nombreuses reprises, à toutes ces questions, au fil du blog…

6. **C6**

19 mars 2014

Bonjour, je viens de commencer à lire ton blog et cela me plait bcp..
Surtout que j'ai eu les même questions, en plus je ne parlais pas un mot d anglais alors les questions étaient mais tu vas faire comment ??? Hé bien je vais apprendre lol et après deux ans de vie aux USA pas envie de rentrer en France….
Je continue de te lire sympa comme tout

7. **C7**

4 mars 2014

Coucou Mathilde ,

Je viens de découvrir ton blog alors que je parcours les forum de ExpatBlog à 2 moi du grand départ !!
Je suis sensé travailler … mais je n'y arrive pas trop en ce moment, I'm already out !

Pour rejoindre ce post , moi j'ai annoncé cette semaine à mes amis, collègues que je partais à Dallas et …

1- Tu vas au Texas ?
2- Il fait très chaud la bas !!
3- Tu va habiter dans un ranch ?
4- Tu va trouver un travail en Informatique dans le secteur pétrolier ?
5- Tu va devenir Obèse ?
6- …..

Je n'en peux plus ;;;; et ça va durer 2 long mois !!!
au secours !

- **Mathilde**

4 mars 2014
Bon courage !!
Même pendant notre retour en France à Noël on a encore eu droit à des questions bizarres : ils ont pas tous des 4×4 ? vous pouvez marcher sur les trottoirs ? ah mais quand même, c'est mignon Boston, étrange !
Bref !
Bons préparatifs de départ

8. **C8**

4 novembre 2013
OUAH !!!

Je viens d'annoncer à ma famille / amis / collègues que nous allons nous expatrier aux USA pour le travail de Môssieur et j'ai eu le droit à exactement les mêmes questions !!

Comme quoi … on est tous un peu pareil dans le fond !

Merci en tout cas pour ce blog très instructif pour moi qui suis un peu submergée par tout ça en ce moment [émoticône souriante]

- **Mathilde**
  4 novembre 2013
  Finalement, les gens sont juste inquiets… ensuite certains deviennent les meilleurs soutiens ! Bon courage pour les débuts !

9. **C9**

2 octobre 2013
Coucou je viens de découvrir ton blog, super boulot !

Je te soutiens à 200%, avant de partir au Canada, j'ai eu des réflexions de mes amis et de ma famille aussi. Je n'envisageais de ne partir que seulement un an, mes j'ai eu droit à des remarques qui font froid dans le dos :S Pourquoi tant de haine ???

Mon Best-of :
-tu vas rater ta vie, tu ne vas rien construire là-bas
-tu vas rester célibataire
-tu vas jamais trouver de boulot
etc…

Merci les gens ! déjà qu'on n'était pas stressé par le départ…

- **Mathilde**
  2 octobre 2013
  Merci ! Bon je crois surtout que les gens étaient inquiets pour nous et il me fallait un bon prétexte pour commencer le blog [émoticône souriante]

5.2. B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon

Date de consultation : le 3 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 13 novembre 2011 / article réédité le 23 janvier 2020.

Commentaires associés : 66 (72 au 23 janvier 2020).

Source : https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/ (consulté le 2 octobre 2020).

MES 15 JOURS DE ROAD TRIP SUR LES ROUTES DE L'OREGON

[photo paysage] « Oregon »

[publicité de voyagiste]

J'ai été absente pendant longtemps du blog, plus de 3 semaines, c'est un record ! Je me rattrape avec un très long article. Prévoyez un café, un biscuit et 20 minutes de votre temps.

Et pourquoi pas l'Oregon ?

J'aurais voulu aller en **Alaska**– mais ça se prépare – ou dans le **Midwest** – mais pour voir quoi ? ou juste passer 10 jours au **Cap Cod** pour être super tranquille – mais où est le dépaysement ? **L'appel de l'Ouest américain a eu raison de nos tergiversations.** Finalement, quand on s'est décidé pour une destination, ça a été **l'Oregon**. En regardant sur ma carte des voyages aux Etats-Unis, c'était un « trou » dans les endroits jamais visités.

[carte des États-Unis] ☜ *C'est là-bas.*

Pour vous situer, **l'Oregon**, c'est au nord de la Californie, et au sud de l'Etat de Washington (avec la ville de Seattle), la ville d'Oregon la plus connue est Portland, pas le même Portland que celui à 2h de Boston, un autre, la ville est qualifiée, comme Austin au Texas, de « weird ». L'Oregon est connu pour ses **forêts**, ses **cascades,** ses **volcans** et sa belle côte au bord du **Pacifique**, mais il n'y a pas que ça à voir, et tant mieux, pour avoir eu la pluie et le froid lors d'un début de road trip dans la région « Nord-Ouest Pacifique » des Etats-Unis, j'avais envie de **chaleur** : parfait, à l'est de l'Etat, se trouve un désert et un grand canyon, littéralement un grand et profond canyon.

L'Oregon est aussi traversé par un célèbre chemin de randonnée, le **PCT** *(Pacific Crest Trail)*, dont parle le **livre *Wild* de Sheryl Strayed**. Et me frotter ne serait-ce que quelques heures au PCT (à dire *piciti*) me faisait envie, juste pour faire semblant d'être une vraie *hikeuse* (randonneuse).

[photo de la blogueuse en randonnée]

Mais tout ça, je ne le savais pas vraiment avant de partir : **j'ai très peu préparé ce voyage** et à vrai dire, je déconseille de préparer aussi peu. J'ai embarqué dans l'avion avec un guide à lire, et j'ai passé les 6 heures de vol à regarder la télé. Avoir une idée de ce qu'on va voir et faire, crée une **anticipation** enthousiaste à l'idée du voyage, et je l'ai négligée cette année pour cause de « j'ai plein de boulot ». Avant de partir, 3 nuits étaient, heureusement, déjà réservées : 2 à notre arrivée à Portland, puis celle la veille du départ. **Le reste était à décider**. C'est un mode de voyage qui laisse pas mal de liberté, a priori, mais qui concentre aussi l'attention sur la question du « où on va dormir ce soir » tous les jours.

[photo d'une tente de camping + paysage] « **Bon, eh bien la veille on a établi le camp pour la nuit au pied des montagnes. Pas grand monde à l'horizon »**

Planifier, *or not* planifier ?
Mes indispensables de road trip en Oregon

Certes, la **planification** se faisait au jour le jour, mais pas sans outil, et quoi de mieux que des guides et des cartes routières pour savoir où aller et que faire… On a eu très, très peu de connexion internet au fil du voyage, et le papier a encore de beaux jours devant lui en road trip dans les grands espaces.
Bien sûr, il y a toujours les *rangers* dans les parcs traversés, qui sont là pour donner pas mal de renseignements pratiques au jour le jour, mais tous les rangers ne se valent pas… mieux vaut arriver avec quelques questions, ou au moins une idée de ce qu'on aime faire comme par exemple « marcher » ou « voir la nature ». Oui… ça reste vague.

Côté planification, l'autre « souci » de notre road trip cette année a été qu'on n'est pas passé par de nombreux parcs nationaux, comme les années précédentes, et qu'aller dans ce genre de parcs simplifie les choses : à l'entrée, on a droit à une carte, des chemins bien indiqués, des endroits où dormir clairement indiqués. **Hors des parcs nationaux, c'est tout de suite plus *wild*…**

[photo de plusieurs guides touristiques et des pieds de la blogueuse]

Pour un point de vue général sur l'Oregon uniquement : le guide Fodor's Travel [hyperlien vers le site commercial Amazon] (en anglais). Suffisamment complet pour avoir des infos sur différents lieux, avec seulement quelques randonnées suggérées. C'est un bon guide pour se donner une première idée de l'Oregon

Sur Portland et la côte : le guide vert Michelin sur le nord-ouest américain [hyperlien vers le site commercial Amazon], en français cette fois, qui m'a surtout servi pour ses bonnes adresses à Portland et sur la côte de l'Oregon (hôtel génial à Newport, j'aurais l'occasion d'en reparler) et sa présentation de Portland.

Des cartes routières, car le GPS n'est pas toujours fiable et qu'une carte permet de mieux choisir les routes scéniques et de voir où sont les campings : (1) un atlas de l'Oregon uniquement, et (2) une carte routière Michelin plus globale de la Californie et de l'Oregon, pratique pour planifier en ayant une vue d'ensemble.

Pour aller plus loin dans les randonnées, le site Outdoor Project [hyperlien vers un site

communautaire de partage d'information sur des voyages] est parfait. Description super des randos. Certaines n'étaient pas à jour… mais on laissera un commentaire sur ce site communautaire ! En prévoyant à l'avance, il est possible de télécharger des plans des marches. (c'est un site qui ne couvre pas que l'Oregon)

Combien a coûté ce road trip dans l'Oregon ?

Le BUDGET

Contrairement aux autres années, je n'ai pas fait le décompte précis de combien ce voyage nous a coûté : j'ai eu la flemme de collecter chaque ticket de caisse. Je suppose que ça nous a coûté environ 4000$ pour 2, pour un peu plus de 15 jours. Voici une idée de comment se répartissent les dépenses :

[photo de la blogueuse en randonnée]

Pour l'avion, et bien ça dépend bien sûr du lieu de départ et du confort souhaité (escale ou pas) Portland est une destination relativement chère au départ de Boston, plus chère que ses voisines *(relatives voisines)* Seattle et San Francisco.
Coût : environ 420$/personne aller-retour (en s'y prenant 1 mois à l'avance, fin juillet)

Le logement : du côté *cheap* de la force, on a fait pas mal de **camping**, mais moins que l'an dernier… la nuit de camping a varié entre 0 et 13$ la nuit (sans douche ni toilettes « flush ») ; certes, le camping, c'est tout de même un certain investissement avant de partir, Manu aime se faire plaisir avec du matériel de geek de camping ; on a aussi eu l'occasion de faire de chouettes **hôtels**, dont le prix a varié de 90 à 300$ la nuit (en moyenne 150$)

Pour les repas, j'aime bien la liberté d'avoir de quoi faire salades et sandwichs nous-mêmes sur des tables de pique-nique, en faisant une fois les **courses** au début du voyage ; pour ranger tout ça dans la voiture, on a 2 petits bacs, et une glacière souple pour tout ce qui est périssable. Mais on aime bien se faire plaisir quand on a l'occasion avec des restos et sorties, surtout quand on était à Portland, réputé pour ses bons restos. Hélas, contrairement aux autres années, on n'a pas trouvé l'endroit où manger un rib-eye patate au four, malgré la quantité de vaches vues dans les pâtures et de petits villages « dans leur jus » traversés.

La location de voiture est aussi un gros budget du voyage, on tient à notre 4×4 avec *high clearance* pour pouvoir aller sur toutes les routes possibles, les plus cabossées et les plus inaccessibles : pas de Ford Mustang pour pour les photos Instagram, on préfère une Jeep de Mac Gyver (version contemporaine). Avec l'assurance, ça a coûté environ 500$/semaine. Par rapport aux autres années, nous n'avons pas eu les 300$ de frais d'abandon, en ayant pris et rapporté la voiture dans la même agence de location à Portland. Comme toujours, l'essence n'est pas chère aux Etats-Unis, sauf au fin fond de la campagne, où il n'y a parfois qu'une seule pompe aux 50 miles à la ronde.

Une fois sur place, il faut ajouter **le prix des activités :** il y a bien sûr la carte annuelle des parcs nationaux (80$), une carte des parcs de l'Etat, et toutes les folies de sorties possibles – ski sur le mont Hood, buggy dans les dunes de sable, *kite surf*, etc. Encore plus qu'ailleurs dans l'ouest, l'Oregon m'a paru être l'Etat des sorties « outdoors », autrement dit de tout ce qui est plein air. Nous notre truc, c'est la randonnée, et ça, c'est souvent **gratuit**.

[photo vignette de la blogueuse en camping]

[photo vignette de matériel]

[photo vignette de la voiture]

[photo vignette du conjoint consultant une carte]

On fait quoi pendant 80 heures de voiture ?

Un road trip, c'est long

On a roulé **80 heures**, pour **2700 miles** parcourus, soit **4350km**. La voiture était quasiment neuve et bien blanche au départ, et les routes poussiéreuses l'ont vite rendue (et nous y compris) assez sale.

[photo de paysage une coupe du rétroviseur]

Alors… on **regarde** le paysage, on **parle**, on **s'emmerde** un peu et puis on **écoute** de la musique mais surtout des **podcasts** et des **livres audio**, ça change des playlists, répétitives à la longue (mais la chanson motivante du matin est toujours la bienvenue), cette année, j'ai enfin pris le temps de télécharger la saison 1 de Serial [hyperlien vers un site de séries télévisées], et le sort de Adnan Syed est désormais associé aux paysages de l'Oregon. On a aussi écouté Underground Railroad [hyperlien vers le site commercial Amazon], qui était également le livre de l'été de Barack O. Livre absolument horrible et déprimant, mais lecture nécessaire.

☞ **Au programme également :** Bien sûr, on a écouté plein de This American Life [hyperlien vers un site de podcast] le podcast qui raconte des histoires, et aussi des conseils du Savvy Psychologist [hyperlien vers un site internet] quelques épisodes de Radiolab [hyperlien vers un site de radio] (notamment un sur Surya Bonaly). Quand j'avais le temps, j'ai lu aussi un livre sur Hillary Clinton, *My turn* [hyperlien vers le site commercial Amazon], et j'ai quasiment fini les 800 pages de *City on Fire* [hyperlien vers le site commercial Amazon],, que j'ai adoré. A Portland, j'ai pris le temps d'arpenter les allées de la **librairie Powell's**, une halte incontournable pour les amateurs de bouquins (j'aurais une autre bonne adresse à vous donner pour les *book worms*).
Mais bon, je m'égare à raconter tout ça. Vous voulez sans doute voir du paysage qui claque, lire des histoires de routes des Etats-Unis. Voici.

[photo de paysage] ❦

J'envisage de raconter les étapes du voyage au fil des mois à venir. Manu a comme d'habitude fait plein de belles **photos** et de **vidéos**, qu'il sauvegardait méticuleusement tous les 2-3 jours pendant le voyage (depuis notre expérience malheureuse de photos perdues à Capitol Reef et Monument Valley, on fait gaffe).

En attendant un récit plus complet, voici un aperçu **des 10 étapes de ce voyage dans l'Oregon** (avec de mini-incursions dans les Etats voisins). Vous en avez déjà vu un petit bout sur Instagram @mathildepit [hyperlien vers Instagram] et sur Snapchat quand j'avais du réseau (et

que j'y pensais) sur @mathildeyes

Mise en garde : en déroulant le contenu étape par étape, l'impression que ce voyage coule de source peut se produire : sachez que ce n'est qu'une illusion. Il y a eu beaucoup d'hésitations, jour après jour, sur le **circuit**, ce qui était possible de faire, si on avait du temps, l'envie de rouler plus ou alors de s'arrêter, de marcher, etc. avec toujours l'équilibre délicat entre profiter d'un lieu / voir plus de choses.

[photo]

Étape 1. Portland !

J'avais hâte de me faire mon propre avis sur cette ville que les gens adorent ou détestent, et qui a cet aura de « cool » pour quiconque à regarder la série Portlandia. Ce qui m'a fait super plaisir en arrivant là-bas, c'est que Laetitia, une copine blogueuse [hyperlien vers le blog voyage de la blogueuse] est venue me chercher à l'aéroport et avait concocté un petit programme pour la matinée : vraiment sympa de sa part, et la rencontrer a confirmé ce que son blog dégageait d'elle : une personne chaleureuse et authentique. Merci Läetitia ! On s'est promené dans une rue commerçante, on a brunché, papoté.

Est-ce que Portland a tenu ses promesses de coolitude ? Je vous dirai ça dans un prochain numéro. Je n'ai pas visité la ville comme je le fais quand je suis en mode auteure de guide de voyage, on a opté pour la solution flânerie à vélo. Relax.
🍷
Où dormir : j'avais réservé un Airbnb avant de partir, qui s'est avéré être un hybride entre la formule AirBnb et un hôtel, et c'était pas mal du tout, dans le quartier chinois, à deux pas du downtown. Beaucoup de SDF le matin et le soir, ce qui donne un air *sketchy* au quartier, mais tout à fait ok pour 2 nuits. J'en reparlerai bientôt dans l'article dédié à Portland !

[photo]
L'un des nombreux ponts au-dessus de la rivière Willamette

[photo d'une pizza]
Vérité murale

[photo d'un parc]
Instant zen dans le beau jardin japonais

[photo d'une ville]
[photo d'un plat]

Un ancien entrepôt du quartier The Pearl // Des donuts délicieux et encore chauds chez Pip's

Étape 2. La gorge de la rivière Columbia et ses cascades au bord de la route

[photo du paysage]

A peine 36 heures à Portland, qu'on *hit the road*. La première étape est une route scénique au cœur d'une **gorge**, avec de multiples arrêts où on peut admirer des **cascades**, directement au

bord de la route. C'est beau sur les photos… mais beaucoup trop fréquenté à mon goût. Il y a des milliers de personnes (au moins) à chaque arrêt, les parkings sont complets, les gens sont partout sur les chemins, c'est tellement touristique que ça me gâche le plaisir. NEXT !

L'arrêt du soir : on aurait eu l'option de partir à ce moment-là pendant 3 jours sur le PCT (le fameux chemin de randonnée) mais j'ai trouvé que c'était peut-être un peu tôt dans le voyage… vers 18h30, la motivation en berne pour chercher un camping dans cette zone trop touristique, je cherche un Airbnb à River Hood, et une nana me répond dans les 5 minutes. Le AirBnb a une belle vue sur le volcan qu'on voudrait explorer le lendemain : parfait !

[photo]

Multnomah Falls

[photo]
Marcher au fond d'une gorge… remplie d'eau – Oneonta Gorge

[photo]

Super contente de voir ce pont, the Bridge of the Gods, pour ceux qui ont lu ou vu *Wild* de Sheryl Strayed, ça leur rappellera des souvenirs

Étape 3. Randonnée sur le mont Hood

[photo]

What do you know exactly about Mount Hood ? Le **ranger** avait l'air sceptique quand on lui a dit qu'on avait envie de randonner autour de ce volcan. Et finalement, on a marché 20km dans l'une des plus belles randonnées de l'ouest américain que j'ai eu l'occasion de faire (j'écris ces mots en altitude, dans l'avion, j'ai de la *awesomeness* qui coule dans les veines). J'ai tout de même surestimé mes capacités pour cette première marche qui a beaucoup monté, descendu, remonté : j'étais fourbue à la fin. On a aussi croisé plein de marcheurs du PCT : maigres, très bronzés, poilus et barbus et légèrement *smelly*…
"It's a good day to be alive"
Dixit un copain de randonnée, plein de sagesse, croisé ce jour-là et qui ressemblait à Hank de Breaking Bad.

On s'arrête où ? indulgence suprême… on se fait plaisir dans la sublime lodge historique Timberline [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking]**, au pied de la randonnée. Le jacuzzi et le sauna, puis la fondue près du feu me feraient presque oublié les courbatures qui menacent déjà tout l'arrière de mon corps. Aïe.
[photo]

Magnifique randonnée, mais qui a été rude !

Étape 4. Bref passage par l'impressionnant Smith Rock

[photo]

On roule vers le sud. Route ultra scénique, on croise des montagnes enneigées, des prairies fleuries, des rivières, des ranchs, des canyons. Les paysages transitionnent vers l'aridité… On arrive à **Smith Rock** : une sorte de **muraille** orangée au pied de laquelle coule une rivière. Sur les parois qui tombent à pic, des **grimpeurs** escaladent (innovation de ce voyage, Manu avait acheté des **jumelles**, j'ai l'impression d'avoir 75 ans quand je les utilise, mais *damn it* que c'est pratique). Mais les courbatures de la veille ont eu raison de ma motivation : on a regardé, on a pique-niqué, et on est reparti. Ça avait des petits airs du canyon de Zion. Comprenez : c'était wahoo.

L'arrêt du soir : On campe le soir dans les bois de Ochoco, pas très loin des Painted Hills. Manu fait un feu. C'est le premier camping de l'été !

Étape 5. Les collines peintes et la région de John Day

Let's the road trip begin !
On m'avait dit que c'était beau, mon esprit de contradiction en doutait. J'ai eu tort : c'était magnifique. Vraiment unique.

[photo]

Les *painted hills* sont étranges : leur apparition dans le paysage rocailleux est surprenant. D'un seul coup, une butte bien ronde est striée de couleurs vives, dans les tons ocres. On avait eu l'occasion de croiser des collines peintes notamment dans la Death Valley et la forêt Pétrifiée, en Arizona. L'explication géologique aura (peut-être) lieu dans l'article dédié à cet endroit.
Après quelques kilomètres, on finit presque par s'habituer à **l'extraordinaire** des lieux, puis on se dit : *attends, s'il y avait ça à Boston, ce serait incroyable, donc, c'est incroyable aussi ici*. On roule, on s'arrête, on marche, on se promène aussi du côté d'une paroi de pierre bleue. Yes, de la roche *bleu-gris*. Parait que c'est une zone de **fossiles** par là-bas.

L'arrêt du soir : on a beaucoup cherché dans ce coin, et pourtant il y avait beaucoup de choix (sans doute la raison pour laquelle on n'arrivait pas à se décider). On est entré dans deux campings : un sauvage qu'on trouvait vraiment bof (au bord d'une route), et un pas sauvage au bord d'un lac où un « camp de la Bible » s'était réuni. Avec leurs *pick up trucks* et les drapeaux américains, j'ai paniqué. On a fini dans un **motel** standard à John Day**[hyperlien vers un site commercial de réservation d'hôtel],** où une troupe de motards faisaient un road trip en grosse Harley Davidson.

[photo]
Bienvenue sur la planète Mars

Étape 6. A l'est de l'Oregon : le canyon de l'Enfer

[photo]

Ah les noms dramatiques ! Ils sont là pour nous conditionner à aimer un lieu, en laissant l'imagination vagabonder. Le canyon de l'Enfer est encadré par les montagnes du Diable, la Ferme du Diable, la Diablesse, la Dent du Diable… Ambiance.

Le canyon de l'Enfer, à la frontière avec l'Idaho, c'est surtout le canyon le plus **profond** d'Amérique du Nord (moi qui croyais que c'était le Grand canyon ou Gunnison dans le

Colorado, on m'a menti). **Gros coup de cœur** pour cet arrêt de deux nuits où on a rencontré un ranger un peu dingue qui a couru en une journée les 40 miles qui encerclent le mont Hood (voir mention ci-dessus de la balade supra dure). On a aussi croisé un **ours** au camping. Camping sauvage. Camping dans la nature. Seuls. Avec l'ours. *Like no big deal.*

Le lendemain, on s'est promené cette fois sur les hauteurs du canyon en voiture, le long de routes scéniques dignes de westerns. Lors du pique-nique en haut du canyon, deux personnes se sont approchés de nous : Steve (le shérif), qui a demandé Sheryl (une sculptrice) en mariage, et nous a pris comme témoin du *proposal*. C'était incongru… et émouvant !

Le seul regret de cette étape : ne pas avoir fait de bateau au fond de la Snake river (l'horaire était merdique), ni de randonnée pour prendre le temps de s'immerger plus dans les lieux (les randonnées étaient gigantesquement longues)
🥊

Les 2 nuits dans le canyon :

Le camping : l'aire 4 de Big Bar : un îlot de verdure au bord de la Snake River, au fond du Hells Canyon. Superbe camp sauvage ! Cela dit, les animaux aiment aussi beaucoup cet endroit, on a passé la nuit à entendre les poissons sauter dans la rivière (où je ne sais quel autre animal aquatique sauteur) et les biches aux délicats sabots. Et bien sûr, le Boogie Man qui fait peur la nuit.

Après la journée d'exploration en voiture et la nuit au camping, on était super *dusty* (poussiéreux), et n'ayant pas trouvé de camping cool (comprenez : loin de tout), on a pris un hôtel, une **lodge** à nouveau, super apaisante au bord d'un lac dans la village de Joseph, au pied des « Alpes de l'Oregon »

[photo]
Premier aperçu

[photo]
Coucou l'ours

[photo]
Camping sauvage (mais autorisé), où des daims et un million d'autres animaux nous entouraient

[photo]
Grange de bord de route, façon western

[photo]
THE route en haut du canyon de l'enfer

[photo]
En sortant du canyon, une autre jolie grange octogonale

Étape 7. A l'est de l'Oregon : le désert de Alvord et les montagnes Steens

[photo]

C'est le deuxième **gros coup de cœur des vacances** (ou alors c'est déjà le troisième). J'ai adoré cette étape car il a fallu **beaucoup rouler** pour y arriver, et quand on est arrivé, on n'a croisé personne à part un cowboy dans son énorme truck. On a roulé sur un *flat* (un lac asséché) recouvert de sel, vu des **sources chaudes** toxiques, fait une randonnée de la *muerte*, et croisé une station essence du bout du monde. Il a fait chaud. **Du pur road trip.**
J'aurais plein de choses à raconter sur cette étape, voici juste quelques images…

[photo]
[photo]
[photo]

Une route à plus de 3000 mètres d'altitude
🎈

2 nuits dans le désert de Alvord et les montagnes Steens :

Camping au Mann Lake, on était tout seuls, enfin avec 50 000 animaux qui ont tourné autour de la tente toute la nuit, mais un bon emplacement au bord d'un lac presque à sec à la fin de l'été.
C'est devenu un schéma presque malgré nous pendant ces vacances, on a alterné les nuits de camping et les nuits d'hôtels (pour le grand désespoir de Manu qui aurait voulu camper tous les soirs… moi j'étais contente du confort en alternance). On aurait adoré rester au Historic Frenglen Hotel mais il était complet ! On a dormi dans un « resort » de cabines.

Étape 8. Le bleu de Crater Lake

Hélas, toutes les bonnes choses ont une fin, et on a quitté à regret l'Est de l'Oregon. Après le road trip des déserts de l'an dernier, je crois que c'est le genre d'endroits qu'on préfère tous les deux en road trip…

[photo]

On repart vers l'ouest de l'Oregon : du côté d'endroits plus populaire et plus connus, avec le parc national de l'Etat, **Crater Lake**, connu pour son **bleu Harpic Gel**. Cela dit, la première impression du lac a été très **mitigée** : on nous avait promis (dans le film de présentation du parc) du Super Wahoo, mais en arrivant aux abords, le lac était enveloppé de fumée et de brouillard, à cause de deux feux de forêts voisins, et de l'absence de vent pour dégager la vue. Aucune visibilité sur le lac, on s'est même dit qu'on allait repartir ! Finalement on est resté, et tout s'est levé, on a fini par voir le beau bleu intense qui fait la réputation du lieu, et on a même fait une excursion en **bateau**, pour prendre un peu le temps.

[photo]

🎈
Où dormir ? Il faisait trop froid pour le camping (5°C la nuit), on a pris la dernière chambre dans l'une des cabanes. La chambre n'avait aucun intérêt en soi, mais elle avait l'avantage d'être située à l'intérieur du parc : pratique pour être prêt tôt le lendemain matin.

Étape 9. Incursion en Californie : le parc des Redwoods, les séquoias géants

[photo]

On quitte l'Oregon pour aller un tout petit plus au sud : en Californie, pour voir une belle forêt de **séquoias géants**, appelés les *redwoods*, pour leur écorce rouge. Un ajout bienvenu parce que les arbres, c'est beau *(oui, c'est beau les arbres)*. Le parc des **Redwoods** était très fréquenté, surtout que c'était un long week-end férié, celui de « Labor Day » (le jour du Travail).

Où dormir ? On a fait du camping sauvage et le premier (et seul) bivouac des vacances, au Camp 44, le long du sentier dit des Grands Arbres. On s'est enregistré le matin même auprès du ranger, c'était gratuit, et en pleine nature, ça c'est un grand OUI.

[photo]

Étape 10. Le long de la côte de l'Oregon

[photo]

C'est déjà presque la fin quand on remonte la route 101 (prononcez la *one-o-one* pour être pris au sérieux). On roule le long de la côte **Pacifique** dans le sens sud-nord, ce qui n'est pas super pratique pour les arrêts aux points de vue, qui sont de l'autre côté de la route. **Phares**, **plages**, **falaises**, **lions de mer, grosses vagues**… la route le long du Pacifique est magnifique, et n'a rien à envier à Big Sur.
Le seul regret : ce n'était plus la saison du crabe *dungeness*. Manu était brisé.

Où dormir : On est allé dans un **super hôtel** dont chacune des chambres est décorée sur le thème d'un **auteur, c'est ça mon deuxième coup de cœur livres** des vacances ! J'avais repéré cet hôtel dans le Guide Vert du Nord Ouest des Etats-Unis [hyperlien vers le site commercial Amazon] mais en arrivant tard, je doutais qu'il reste de la place (il n'y a que 20 chambres), et là miracle de La Chambre d'Hotel : la **réceptionniste** me dit que quelqu'un vient juste d'annuler et que la **chambre JK Rowling** est disponible. On monte la voir, la nana nous fait même un prix alors qu'on n'a rien demandé, et je dis : *all righty*. Il y avait plein d'endroits cosy pour lire, face à l'océan, la chambre était à la gloire du petit sorcier, et le petit déj était divin.

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

C'est déjà fini ? Le dernier jour, on continue la route le long de la côte jusqu'à Cannon Beach… une belle station balnéaire qui rappelle la Côte Est avec ses petites maisons de bardeaux bruns sur la plage, et puis on retourne à la case départ, **Portland**, juste pour une après-midi et la soirée. On repasse à REI *(yeah REI)* rendre les bouteilles de gaz presque vides et le matériel de camping dont on ne veut plus, et puis après un dernier resto (l'heure du régime a sonné cela dit), on sort écouter de la musique au **Mississippi Studios**, on fait ami-ami avec 3 nanas avec qui on parle politique, marijuana (légale dans l'Oregon) et Paris *(I love it!)*.
Le soir, on passe une toute petite nuit dans une toute petite maison : on a loué une ***tiny house !***
Le départ pour Boston est chaotique, puisque l'avion a 5 heures de retard.

🎈

D'ailleurs, **j'écris cet article dans le vol du retour**, il est 23h50, on *touch down* dans 20 minutes à Boston. Je travaille demain matin, et le rythme des visites et de la rédaction de guides et autres, va reprendre. A ma droite, Manu dort, et à ma gauche, une dame à la manucure parfaite griffonne dans un carnet. Je suis triste que ce soit terminé, car *à quand le prochain voyage de ce genre ?* et en même temps, je suis *grateful* d'avoir eu la chance de faire ce voyage ; j'aime bien rentrer dans mon petit chez moi, remettre des habits pas de camping ni de road trip, enlever mes tongs, me prendre une douche tous les soirs. Je me demande comment va notre Jeep qu'on a laissé ce matin à 6h à l'aéroport. Fidèle Jeep qui nous a accompagné sur toutes les routes, qu'on a tant aimé et qui nous a tant servi, et qu'on a laissé, ingrats, à l'aéroport avec seulement 0% d'huile, le bouton « Change Oil » clignotant depuis déjà quelques miles.

☞ **Est-ce que j'ai aimé ce voyage ?** oui ! J'ai retrouvé **cette sensation unique de Road Trip**… les randonnées dans des décors wahoo, les routes scéniques, l'isolement de certains lieux hors du temps, la chaleur… Les nuits au camping dans des décors de rêve, et les nuits dans les hôtels de bord de mer ou à la montagne, la machine à gaufre du motel, les bières au coin du feu du camping sous un ciel noir étoilé. Bref, un voyage varié, riche en émotions et en parler, l'écrire, me fait me dire que oui, c'est bel et bien fini, et ça fait déjà partie des souvenirs de voyages aux Etats-Unis.

🎈

[photo]

☞ **Si un road trip dans cette région du Nord-Ouest américain** (« le Pacific North west ») vous intéresse, regardez aussi du côté de celui fait en 2013 dans le Nord-Ouest, de Seattle à Salt Lake City en passant par le Montana et Yellowstone, et les divers voyages en Californie.

☞ **Si cet article vous inspire**, laissez un message ou citez-le à l'occasion en référence sur votre blog : c'est toujours sympa d'avoir un peu de reconnaissance de la part de *fellow* blogueurs et de lecteurs ! *Much appreciated* comme on dit ici.

***liens d'affiliation, ce qui signifie que si vous réservez l'hôtel via ce lien ou achetez le livre via ce lien, je touche une commission. Vous ne payez rien en plus, vous avez juste bénéficié de ma recommandation, en passant par ce biais, c'est une façon de soutenir le blog ! CE voyage n'est pas sponsorisé, nous n'avons accepté aucune cadeau, aucune nuit d'hôtel gratuite, vous pouvez être assuré que tout a été choisi par nous-mêmes !*

🎈

[photo]

[ZONE DE BOUTONS DE PARTAGE]

[BANDEAU DE PRÉSENTATION DE L'AUTEURE]

[ARTICLE PRÉCÉDENT / ARTICLE SUIVANT]

[ZONE DE SUGGESTION D'ARTICLES]

[COMMENTAIRES]

66 réflexions au sujet de “Mes 15 jours de road trip sur les routes de l’Oregon”

1. ***C1***
   5 août 2019 | Répondre
   Bonjour Mathilde

   Mon conjoint et mon revenons d’un voyage de deux semaines en Oregon. Nous avons adoré notre séjour.
   Je voulais te remercier pour tes bons conseils nous avons grandement suivi ton blog pour nous inspirer

   Andréanne et Simon [émoticône souriante]

2. ***C2***
   15 mars 2019 | Répondre
   Bonjour Mathilde,
   Je découvre ton blog car j’envisage de faire un road trip Seattle -> San Francisco au mois d’août.
   cela m’embête de devoir réserver les logements à l’avance mais l’idée du camping ne me convient pas non plus. Trouve t-on selon toi des logement de type motel ou airbnb ou mieux des logements basiques proche des parcs nationaux ou même dans les parcs facilement à ton avis ? Si oui les logements sont-ils chers à cette saison en général ?
   Merci pour ton aide alors même que ton voyage commence à dater [émoticône clin d’œil]
   - ***RC2***
     15 mars 2019 | Répondre
     Hello Linda,
     Nous ne réservons jamais à l’avance les hôtels/AirBnb/camping, mais nous sommes habitués à ce type de voyage itinérant.
     Si vous partez en été, c’est quasiment impossible de trouver des logements à proximité des parcs facilement ou bon marché. C’est extrêmment populaire. Ce n’est pas complètement impossible,
     Par exemple à Crater Lake on a pris une chambre de motel basique à 170$ la nuit à la dernière minute, mais c’était la dernière qui restait. Ca se tente, mais c’est une façon légèrement stressante de voyager.

3. ***C3***
   14 octobre 2018 | Répondre

   Merci Mathilde pour nous avoir donné l’envie de faire ce Road trip dans l’oregon , ce n’est pas la région des US à laquelle on pense forcément ,nous avons étonné beaucoup de monde . Nous avons fait comme toi , nous sommes allés jusqu’au parc des redwoods et pas déçus . Arrivant à Seattle nous en avons profité pour faire la rain Forest et là encore cela valait le coup.
   La côte de l’oregon Est superbe , crater Lake ,painted hills et smith rock sont vraiment à faire . Nous avons été moins emballés par hélls canyon,y aller nous a fait faire beaucoup de route

peu intéressante à notre avis..
Globalement ce fut un voyage très satisfaisant . Merci encore pour ce blog.

- ***RC3***
  7 novembre 2018 | Répondre
  Hello Claudine, Je suis super contente de lire que vous avez aimé ce voyage. J'avais vu des voyages dans l'Oregon avant de partir, mais toujours uniquement sur la côte PAcifique, on avait envie d'explorer aussi les déserts et les canyons tout à l'ESt.
  Le passage par les Redwoods était très sympa, c'est bête à dire, mais on adore les forêts !
  Vous partez où la prochaine fois ?

4. ***C4 [hyperlien vers un site internet]***
   25 juillet 2018 | Répondre

   Chère Mathilde,
   Je pars dans 1 mois pour 1 mois en Oregon,avec Mathilde ma fille étudiante 21ans pour 1 an à Portland university.
   Tu mets un 6 à la place du 2 et tu comprends pourquoi le camping sauvage c'est un peu compliqué en mode mensuel.
   Avec Manu,Vous avez fait un tour dans le sens des aiguilles d'une montre dans cet État immense et merveilleux pour nous qui aimons aussi la nature et la rando.
   Dans le mode « conseils adaptés » je boirai tes recommandations matérielles,géographiques et pécuniaires.Mille merci pour ton blog et ton style.Martine

5. ***C5***
   14 juillet 2018 | Répondre
   J'ai dévoré votre séjour en Oregon, ce qui m'a beaucoup aidé dans l'élaboration du mien l'année prochaine !
   Fantastique road trip movie ! Good job !
   Merci pour le coup de main ! [émoticône souriante]

6. ***C6***
   23 avril 2018 | Répondre
   Ohlala je suis si contente de tomber sur cet article – et ton blog que je découvre du coup! Je prépare un roadtrip un peu chelou Portland > San Diego pour février, et je pense trouver ici plein de chouettes infos!!! Merci <3

7. ***C7***
   28 novembre 2017 | Répondre
   Bonjour Mathilde,

   Magnifique ton road à l'Oregon ça donne encore plus envie un jour je l'espère bien peut être faire un combiné Oregon+Washigton!!Qui sais, au tout cas j'adore vos articles merci de me faire encore rêver.
   Cristina
   - ***RC7***
     1 décembre 2017 | Répondre
     Merci Cristina ! C'était un superbe voyage.
     Pour l'Etat de Washington, on avait opté pour un road trip qui allait vers l'ESt : de Washington au Montana, puis descente vers Yellowstone. L'article récap est ici

: https://www.maathiildee.com/road-trip-dans-le-nord-ouest-americain-vacances-dete-2013/

8. ***C8***

29 juillet 2017 | Répondre

Bonjour Mathilde, ton récit me rappelle des souvenirs. En effet septembre 2016, j'ai eu la chance de partir 3 semaines dans l'état de Washington à Tacoma où j'ai de la famille. J'ai amené ma grand mère de 83 ans revoir sa soeur qui fêtait ses 80 printemps. Elles ne s'étaient pas revu depuis depuis plus de trente ans. Je te laisse imaginer l'émotion de ses retrouvailles. Avec mon copain, nous avons pris les routes et direction l'Oregon en premier : cannon beach avec cette rue typique de boutiques dont une 100 % de décorations de noel ouverte, columbia river gorge les vues tellement magnifiques (un regret on a pas trouvé de place sur le parking pour voir la cascade Multnomah Falls) Portland, le mont hood également avant de faire l'état de Washington. J'ai adoré les deux etats. On nous attends de nouveau là-bas j'espère que nous aurons la chance très bientôt d'y retouner. A bientôt.

5.3. B1 – A3 – Section [Rhode Island, Summer series] – Summer series n°2 des vacances à Block Island

Date de consultation : le 4 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 3 août 2019.

Commentaires associés : 1

Source : https://www.maathiildee.com/block-island-rhode-island/

SUMMER SERIES N°2 // DES VACANCES À BLOCK ISLAND

[photo] « Découvrir BLOCK ISLAND »

[publicité]

Vous avez déjà entendu parler de **Block Island** ? En général, en Nouvelle-Angleterre, on connaît **Martha's Vineyard** ou **Nantucket**, quelques mini-îles du **Maine**, mais Block Island reste peu connue.
Ou alors ceux qui connaissent sont des fans absolus dans cette micro-île du **Rhode Island**.
11 km du nord au sud, 5 km de large, un côté figé dans le temps, un air de vacances perpétuelles… Block Island fait l'objet du deuxième épisode de la **série de l'été**. Après le Cape Cod, je vous propose un détour par Block Island. Dépêchez-vous, ça ne se visite que pendant l'été !

[photo du mini guide]

Le mini-guide comporte 13 pages, il se lit comme un magazine, et c'est rempli de bonnes idées.

[J'ACHÈTE LE MINI GUIDE] [hyperlien vers une fenêtre d'achat du mini-guide hébergé par le site du blog]

[émoticône coeur] Un grand merci à tous ceux qui m'ont déjà fait confiance pour le **numéro sur le Cape Cod**

A bientôt ! je vous laisse tout de même avec quelques photos pour vous donner envie de découvrir Block Island :

[photo] [photo]
C'est parti pour une heure de ferry // La chambre au charme désuet, ambiance never too much

[photo] [photo]
L'hôtel, tout droit sorti d'une carte postale d'un autre temps / La déco, toujours sur papier peint fleuri

[photo]
Petite promenade jusqu'au bout, pour aller voir le phare

[photo]
Farniente

[photo]
Un autre phare, au sud-est de l'île cette fois

[photo] [photo]
Et une autre promenade qui implique 150 marches environ, et les mêmes au retour

[photo]
hello, c'est beau !

[photo] [photo]

Prochain numéro : le Cape Ann, on retourne dans le Massachusetts

[ZONE DE BOUTONS DE PARTAGE]

[BANDEAU DE PRÉSENTATION DE L'AUTEURE]

[ARTICLE PRÉCÉDENT / ARTICLE SUIVANT]

[ZONE DE SUGGESTION D'ARTICLES]

[COMMENTAIRES]

1 réflexion au sujet de "Summer Series n°2 // Des vacances à Block Island"

1. C1
13 août 2019 | Répondre
Bonjour Mathilde et merci pour ces summer series. J'aimerais acheter celui consacré au Cape Ann et j'espère qu'il sera très bientôt en ligne.

5.4. B1 – A4 – Section [Différences culturelles France – États-Unis] – Sourire extra-fresh

Date de consultation : le 4 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 7 août 2019.

Source : https://www.maathiildee.com/sourire-extra-fresh/

Commentaires associés : 6.

SOURIRE EXTRA-FRESH

[photo du kit dentaire et des brosses à dent]

[publicité]

Ce post est sponsorisé par mon dentiste. Ou devrais-je dire toute l'équipe du centre de dentistes où je suis enfin allée, honte à moi, après plus de deux ans à vivre à Boston. J'ai appelé, et j'ai à peine attendu 3 jours pour mon premier rendez-vous. J'ai vu une dentiste, son assistant, et j'ai même eu droit à un *dental hygienist*, celui qui m'a nettoyé les dents comme jamais. Vous voyez sur la photo à gauche, le mot qui dit « Thank you » ? Et bien c'est la dentiste, qui m'a écrit un petite carte de remerciements pour les avoir choisis. Si c'est pas du service après vente de qualité.

Avant de commencer. Comme d'hab chez le médecin ici aux US, il y a de très nombreux formulaires à remplir, de nombreuses décharges comme quoi on sait que les médecins font de leur mieux, et surtout on vérifie que je peux payer : j'ai une assurance pour les dents, ça va. On fait les comptes avant de commencer, et l'assurance prend un charge les frais : je ne vais rien payer. Sinon, ça m'aurait coûté un peu plus de 700$. L'assurance dentaire (20$/mois pour deux) est un supplément à l'assurance santé normale (environ 300$/mois pour deux), mais dans la formule que j'ai choisie, je ne peux aller que dans deux centres dentaires à Boston. Ça tombe bien, en arrivant, ils m'ont dit qu'ils étaient les *meilleurs* (ouf).

Mon premier rendez-vous est un *comprehensive evaluation :* une analyse approfondie de mes dents, gencives, racines, etc. On me fait des rayons X, on touche un peu à tout, puis j'ai droit à plein de schémas sur mes dents, mes caries, les solutions. C'est un grand moment de solitude où je regarde des photos zoomées de tout ce qui déconne dans ma bouche. La dentiste est ravie et trouve qu'il a plein de boulot à faire (elle zoome un peu plus sur la photo).

Deuxième rendez-vous : le *cleaning*. Ça fait vraiment plus cool que de dire le mot français **détartrage,** que j'ai toujours assimilé à du Calgon. Le *dental hygienist* affute ses outils, m'explique comment ça marche, et ce qu'on va faire. On en a pour une heure. J'essaie de rester tranquille, je suis dans un cubicle de dentiste, ouvert face à un couloir et une dizaine d'autres cubicles où des gens sont en train de se faire tripatouiller les dents. L'hygiéniste me remontre les photos AVANT, celles dont j'ai honte, et me demande à nouveau combien de fois

par semaine je fais le **flossing** (= le fil dentaire, véritable religion aux Etats-Unis). Il met son masque, et me dit qu'entre ses mains, c'est mieux que le **spa.** Je me sens rassurée, et c'est parti. A la fin du rendez-vous, il me donne des tonnes de produits cadeaux : brosses à dents, mini dentifrices, fil dentaire… Je suis heureuse, et on peut regarder les photos AVANT et APRES, où mes dents scintillent. Peter me dit que mes dents sont superbes, c'est le plus beau jour de ma vie. Je passe la semaine suivante à passer ma langue sur mes dents toutes douces.

Conseil pour personne chercher à s'intégrer dans une conversation avec un Américain : parler de son dernier *cleaning* (les gens ont les dents super par ici), et surtout du *flossing*. Précisez que vous ne faites pas de blanchiment, que le cleaning vous suffit (très snob). Si vous ne savez pas comment commencer une discussion, c'est le genre de conversation anodine (et pas du tout TMI, *too much information*) qui marche encore mieux que de parler de la météo.

Bon début de semaine à tous, et n'oubliez pas de vous *flosser* les dents.

[ZONE DE BOUTONS DE PARTAGE]

[BANDEAU DE PRÉSENTATION DE L'AUTEURE]

[ARTICLE PRÉCÉDENT / ARTICLE SUIVANT]

[ZONE DE SUGGESTION D'ARTICLES]

[COMMENTAIRES]

13 réflexions au sujet de "Sourire extra-fresh"

1 C1 **Noémie**

19 mai 2017 | Répondre

Bravo pour réussir à nous faire sourire en racontant un passage chez le dentiste [émoticône souriante]
Ca me rappelle ma visite chez un dentiste à Yangon, repoussé jusqu'au dernier moment, pour finalement atterir dans une clinique à l'américaine, avec aussi ce cleaning super pointilleux !

2. C2 ***mercre [hyperlien vers un blog en Norvège]***

19 août 2014 | Répondre

C'est fou ca, moi le dentiste en France il m'a dit que fil dentaire, c'est le mââââl parce que c'est violent pour les gencives à la longue. Du coup je suis pas très flossing comme fille, mais apparemment il vaut mieux ne pas le dire dentiste [émoticône souriante]

3. C3 **Isabelle de fromSide2Side [hyperlien vers un blog voyage aux Etats-Unis]**

29 juillet 2014 | Répondre

et pour les enfants c'est pas mal aussi : écran télé suspendu au dessus de sa tête pour qu'il ne réfléchisse pas trop à ce qui se passe dans sa bouche (mais avec les 3 tonnes d'anesthésique c'est bon .. et je ne te parle pas de you were awsome, great, good boy .. you did a great job .. you're such a wonderfull kid .. par contre, la première fois que j'ai fait un deep cleaning, ça m'a couté plus de 500 dollars … sans parler des carries imaginaires que j'étais cencée faire soigner … mais heureusement, ils ne sont pas tous comme cela..

4. C4 **Claire - Two little red cats**

28 juillet 2014 | Répondre

J'espère ne jamais avoir une urgence dentaire aux USA… que ce soit à cause du prix ou parce que je pense que ce serait la honte totale par rapport à leur niveau d'exigence! ^^

5. C5 **Sarah Conte Philly [hyperlien vers un blog]**

28 juillet 2014 | Répondre

J'arrive pas a m'y mettre au flossing… Je flosse apres un steak house ou quand clairemenet j'ai un truc coince mais sinon j'oublie. J'avais essaye de flosser souvent et puis je me suis explose les gencives parce que le fil avait du mal a passe entre mes dents, j'ai un peu force et BAM c'est passe comme dans du beurre… dans ma gencive. Du coup je flippe un peu de flosser surtout entre mes dents tres serres entre elles. Par contre mouthwash tous les soirs! Je dois avouer que meme en utilisant du dentifrice normal, j'ai les dents bien blanches! Ma famille me fait souvent la reflexion quand ils me revois!

- RC5 ***Mathilde***

  30 juillet 2014 | Répondre

  Manu est comme toi, il est phobique du fil dentaire… il est sûr que ça va lui charcuter les gencives (ton histoire est horriiiiible, j'ai mal pour toi).
  Je ne me suis pas mise au mouthwash, je pense que la dentiste s'est dit qu'elle y allait étape par étape avec moi [émoticône clin d'œil].

6. C6 **Curiosités à NY [hyperlien vers un blog aux Etats-Unis]**

28 juillet 2014 | Répondre

Ahah moi aussi grand moment de solitude face au dentiste… Il regarde mes radios et me dit : ah vous etes francaise, non? J'ai deja pu remarquer que vous n'etiez pas les rois du flossing… Well, c'est completement faux… Je suis aussi repartie avec mon petit kit, malheureusement j'ai toujours un peu de mal à prendre cette bonne habitude !

7. C7 **Flo - À l'Ouest rien de nouveau [hyperlien vers un blog au Canada]**

28 juillet 2014 | Répondre

J'imagine que c'est un peu la même chose au Canada ! De toute façon, j'ai prévu le coup, j'ai rendez-vous chez le dentiste peu avant mon départ !

Tu devrais limite faire un article sur l'utilisation du fil dentaire, je n'ai jamais réussi à utiliser le floss goût menthe que j'avais acheté chez Safeway !

8. ***C8 Cora***

28 juillet 2014 | Répondre

Excellent, je me suis posée la question du dentiste aux USA :)Question très sérieuse à 10 francs, pour ceux qui auraient des dents exigeantes… Trouve t-on là-bas du dentifrice type « parapharmacie » hyper-fluoré que du dentifrice ordinaire (Elmex, Fluocaril… c'est à dire pas du Crest), et des brosses à dents plates et droites (dites « chirurgicales », sans artifice marketing de inutile). Si je peux m'éviter un stock…! :))

- ***RC8***

  28 juillet 2014 | Répondre

  Euh, question très précise en effet… Les Etats-Unis étant le pays de la consommation et des dents parfaites, je suis sûre que tu peux trouver ça dans n'importe quel CVS ou autre pharmacie.

9. **C9 Joana [hyperlien vers un blog voyage]**

28 juillet 2014 | Répondre

Aha excellent, c'est vrai qu'ils ont les dents incroyablement blanches aux usa, il y a de quoi complexer ! Je suis devenue accro aux flossing, c'est une habitude que j'ai ramené avec moi en France.

10. **C10 Charlotte [hyperlien vers un site personnel]**

28 juillet 2014 | Répondre

Ha ha ! C'est pareil en Australie : la première fois, j'ai eu très honte car je ne savais pas ce qu'était le flossing. Il a du m'expliquer comment faire, en m'offrant « mon premier floss », un truc pour apprendre aux enfants. Bon, depuis je me suis rattrapée, et si je pars me coucher sans me flosser les dents, je me sens sale. C'est devenu pour moi aussi important que le brossage, et ça se voit sur mes dents ! (le cleaning dure plus longtemps et mes gencives sont en meilleure santé).
Par contre, j'imagine que c'est pareil aux US, mais mon dentiste fait de la pub : il envoie des newsletters avec des photos de sa petite famille, des infos sur la chirurgie esthetique… et de temps en temps fait des promotions : un iPad offert pour la personne qui le refere le plus aupres de ses amis par exemple. Un autre monde comparé à nos dentistes français !

- ***RC1***

  28 juillet 2014 | Répondre

  Pour sauver mon honneur, je savais quand même ce qu'était le flossing, disons que je ne le pratique pas autant que le brossage de dents [émoticône clin d'œil].
  Je n'ai pas encore reçu la pub de mon dentiste, mais j'ai celle de l'ophtalmo, qui m'a même envoyé un texto pour mon anniversaire !
  A+

5.5. B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire

Date de consultation : le 28 octobre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 26 févier 2019.

Commentaires associés : 9 commentaires.

1.

[photo]

ALLEMAGNE
UN WEEK-END EN FORÊT-NOIRE
26 février 2019

2
À la fin du mois de janvier dernier, je suis allée avec mon amie Sophie passer un week-end en Forêt-Noire dans ma merveilleuse région du Baden-Würtemberg qui comme vous le savez est une région chère à mon coeur …

3
C'est depuis Mannheim que nous sommes partie Sophie et moi à bord de Karli en direction de Haüsern tout au sud de la Forêt-Noire près de la frontière suisse pour le week-end. Le temps n'était pas particulièrement au beau fixe, mais nous avons eu de la neige, plein de neige ce qui était parfait au vu de notre programme. Notre voyage nous a conduit à plus de 1000 mètres d'altitude dans ce qu'on appelle la Hochschwarzwald (La Haute Forêt-Noire) dans la très belle région du Bade-Wurtemberg pas très loin du plus grand sommet de la Forêt-Noire, le Feldberg.
[photo]

4

Haüsern

Nous avons logé dans ce charmant village dans la Hochschwarzwald chez l'oncle et la tante de Sophie qui possèdent un charmant appartement de vacances. Nous avons passé notre première journée ici. Après un léger déjeuner, nous sommes allés un peu plus haut dans les montagnes à un peu plus de 1200 mètres d'altitude pour rejoindre la petite station de ski du village. De là, nous avons fait de la luge (je vous conseille d'aller voir les stories sur **Instagram**, fou rire assurés!) grande première pour moi avec évidemment de la casse ! C'était vraiment très drôle.

[photo]

5

Puis nous sommes redescendu jusqu'au village, c'était bien agréable de faire cette petite descente, à pied pour moi et en luge pour Sophie. Cette descente nous a donc permis de traverser une partie de Häusern recouverte d'une très épaisse couche de neige. Le village est charmant avec ses petites maisons, on ne peut pas parler de chalets mais de jolies maisons en pierres tout ce qu'il y a de plus moderne et de typiquement allemand …

6

Haüsern a donc fait office de pied-à-terre pour ce séjour entre deux pays. Ce qui nous a permis de traverser une région merveilleuse avec des paysages incroyables embellis par un épais manteau neigeux.

[photo]

7

Sankt Blasien

Sankt Blasien est une petite ville située en contre-bas de Häusern, à moins de 400m d'altitude. De Sankt Blasien, nous ne sommes pas loin du Feldberg, plus haut sommet de Forêt-Noire et point de départ du parc naturel de la Südscharzwald, réputé pour ses sentiers qui permettent de faire de la randonnée les beaux jours et idéal pour les longues balades en raquettes en hiver.

[photo]

8

La ville est également connue pour son énorme Dom qui trône fièrement au coeur de la ville. Petit cocorico, puisque les plans de cette gigantesque cathédrale ont étaient conçus par un Français, Pierre-Michel d'Ixnard en 1768. La coupole du bâtiment est considérée comme la 3ème plus grande d'Europe après la Basilique Saint-Pierre à Rome et l'Hôtel des Invalides à Paris avec 33,5 mètres de diamètre. Je peux vous assurer que c'est extrêmement impressionnant. Malheureusement, vu l'heure à laquelle nous sommes arrivée, nous n'avons pas pu visiter l'intérieur qui d'après ce que j'ai pu lire, vaut absolument le coup d'oeil.

[photo]

9

Quant à la ville, Sankt Blasien regorge de petits cafés et des restaurants typiques. La ville étant relativement petite, les principales attractions touristiques sont le Dom et le monastère contigu à la cathédrale avec ses jardins.

10

Schluchsee

En descendant vers Fribourg pour récupérer la route vers Mannheim, en contre-bas de Häusern, vous devez vous arrêter près du Schluchsee. Immense lac mais également petite ville qui porte

le même nom, c'est un lieu très privilégié des allemands en été car on peut y faire pleins d'activités en plein air. Comme des balades dans les forêts environnantes ou nager dans le lac. Une petite recommandation en passant, arrêtez-vous au Seehotel Hubertus si vous en avez l'occasion. D'après ce que m'a raconté Sophie, ils proposent des pâtisseries à se damner et le café possède une terrasse qui offre une vue incroyable sur le lac. Comme si vous aviez les pieds dans l'eau …

[photo]

[photo]

[photo]

11

Ce que j'ai adoré, c'est nous arrêter et nous laisser subjuguer par le calme, le silence qui règne à cette période de l'année pendant que la nature est en pleine hibernation. Puis par cette beauté ensorcelante, voir ces montagnes surmontées de majestueux sapins recouverts d'une épaisse couche de neige a quelque chose d'incroyable.

12

C'était exactement ce que j'étais venue chercher lors de ce séjour, me laisser bercer par le calme, voir la neige qui tombe et me dire que l'Allemagne, enfin, le sud-ouest de ce merveilleux pays que j'aime, regorge de trésors qui me font encore, si ce n'est plus, aimer follement ce pays.

[photo]

[photo]

[BOUTONS DE PARTAGE TWITTER ET FACEBOOK]

[ZONE DE SUGGESTION D'ARTICLES « Encore un nuage d'article ? »]

[ZONE DE SUGGESTION DE CATÉGORIES]

[ZONE DE COMMENTAIRES]

9 commentaires (26 – 29 février 2019).

C1. [image] [prénom féminin et initial du nom] [hyperlien vers un blog voyage] 26 février 2019 at 21 h 46 min
Répondre
Splendides, ces paysages enneigés ! J'aurais aimé en voir cette année, mais le printemps est déjà là… Merci pour le dépaysement ! xx

[logo B2] **NUAGE NOMADE** 1 mars 2019 at 15 h 04 min Répondre.

C'était merveilleux ! J'ai hâte d'y retourner une prochaine fois lors des beaux jours. Avec grand plaisir ! [émoticône souriante].

C2. [image] [prénom féminin] [hyperlien vers un blog voyage] 27 février 2019 at 11 h 08 min. Répondre
A la frontière de la Suisse, pas loin de Berne et nous n'avons encore jamais pris le temps de découvrir cette région qui a pourtant l'air magnifique. Tes photos nous donnent envie de franchir le pas!

[logo B2] **NUAGE NOMADE** 1 mars 2019 at 15 h 05 min Répondre
Je te le recommande chaudement, c'est tellement beau et majestueux ! Vraiment, c'est à voir au moins une fois. [émoticône souriante].

C3. [image] [pseudonyme] 27 février 2019 at 11 h 22 min Répondre
Superbes photos! Nous y allons pour 5 jours en mai, j'ai hate!!!

[logo B2] **NUAGE NOMADE** 1 mars 2019 at 15 h 06 min Répondre
Oh mais c'est génial ! Si jamais tu as besoin de conseils n'hésite surtout pas !

C4. [logo blog de C4] [prénom féminin] [hyperlien vers un blog voyage] 27 février 2019 at 13 h 45 min Répondre
Ça tombe bien, je pense beaucoup à visiter l'Allemagne en ce moment, surtout la Forêt Noire, ça a l'air magnifique et très reposant. Je prends bien note de la région du Baden-Würtemberg pour un futur voyage !

[logo B2] **NUAGE NOMADE** 1 mars 2019 at 15 h 20 mi Répondre
Il y a énormément de choses à voir en Allemagne et qu'en Forêt-Noire et pas non plus qu'en Baden-Würtemberg ! [émoticône souriante]
C'est un pays extrêmement riche en contrastes et en paysages.

C5. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] 27 février 2019 at 15 h 38 min Répondre
C'est vraiment d'une grande beauté. Cet article me donne envie d'un séjour dans un chalet entouré de neige, avec un bon feu de cheminée et un thé, avec vue sur la montagne enneigée !

5.6. B2 – A2 – Section [République Tchèque] – République Tchèque : Česky Kumlov, au cœur de la bohême du sud

Date de consultation : le 28 octobre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 9 août 2017.

Commentaires associés : 5 commentaires.

1

[photo]

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

RÉPUBLIQUE TCHÈQUE : ČESKÝ KRUMLOV, AU COEUR DE LA BOHÊME-DU-SUD

9 AOUT 2017

2.

Aujourd'hui, je vous emmène découvrir une petite ville classée au patrimoine mondial de l'UNESCO située en République Tchèque, dans la très jolie région de la Bohème-du-Sud.

3

Pour vous situer un peu, Český Krumlov c'est une petite ville médiévale de 13 141 habitants située en Bohème-du-Sud à 85 km au nord de Linz et 123 km au sud de Prague. Elle est principalement connue pour son centre-ville historique qui est classé au patrimoine mondial de l'UNESCO. La ville est également connue pour avoir accueilli Egon Schiele et sa compagne en 1911, il y résidera quelque temps avant de quitter la ville pour Vienne face à l'hostilité de ses habitants à cause de ses peintures et son style de vie.

[photo]

[photo]

4.

Depuis Linz, c'est une escapade incontournable à faire. Et puis après Prague en 2012, j'avais vraiment envie de retourner en République Tchèque et surtout de voir cette jolie ville dont on

m’avait parlé dès mon arrivée à Linz en me disant qu’il fallait absolument que j’y aille.

5

Je m’y suis donc rendue lors de mon dernier week-end avant de quitter l’Autriche. On a profiter du jeudi qui était férié avec une collègue qui travaillait avec moi, pour faire une escapade sur 3 jours, mais ça nous ne le savions pas encore, vive la spontanéité !

6

Český Krumlov était notre toute première étape. Nous sommes partie très tranquillement en début d’après-midi ce qui était largement suffisant puisque le vieux centre ville, qui est l’attraction principale de la ville est réellement très petit et se visite très facilement en une demi-journée.

7

La balade commence sous l’imposant château construit au XIIIème siècle qui surplombe la ville et qui grâce à un passage qui permet d’accéder au centre en traversant sur un pont de bois la Vltava qui arrose la ville en formant une boucle.

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

8

Le cœur de la ville est particulièrement pittoresque, et c’est ce qui donne tout son charme et son caractère. On dit d’ailleurs que c’est un excellent exemple de ville médiévale d’Europe Centrale à cause justement de son centre-ville très préservé.

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

9

Pour profiter de Český Krumlov, il suffit simplement de se perdre dans les ruelles. C’est encore le meilleur moyen de profiter de la visite loin de l’agitation des touristes qui s’y pressent.

[photo]

[photo]

10

N’hésitez pas à prendre de la hauteur en grimpant les ruelles escarpées pour vous perdre dans le château qui surplombe la ville, qui est intéressant à découvrir pour son architecture et ses fresques, vous aurez la plus belle vue de la ville.

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

11

En remontant toujours plus vous arriverez dans un beau jardin arboré. Asseyez-vous au milieu des tulipes et profiter de la vue qui s'offre à vous …

[ZONE DE BOUTONS DE PARTAGE TWITTER ET FACEBOOK]

[ZONE DE SUGGESTION D'ARTICLES « encore un nuage d'articles »]

[ZONE DE SUGGESTION DE CATÉGORIES]

[ZONE DE COMMENTAIRES]

C1. [image] [prénom féminin] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [répondre] C'est juste sublime !! Je ne connaissais pas du tout mais j'adore les couleurs et la forme des maisons ! c'est super mignon !!

> [logo B2] NUAGE NOMADE [date] [répondre] Oui c'est une très chouette escapade à faire ! J'ai adoré, c'est une très jolie ville. [émoticône souriante]. Et même depuis Prague c'est pas très loin !

C2. [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [répondre]
Ohlala je ne savais pas que c'était BEAU comme ça ! c'est vraiment magnifique !

> [logo B2] NUAGE NOMADE [date] [répondre] Oui ! C'est vraiment une belle ville à découvrir. Pleine de charme et super authentique. Et en prime pas beaucoup de touristes … Cool non ? [émoticône souriante].

C3. [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] date] [répondre] j'aime beaucoup ton article et les photos donnent vraiment envie, ce n'est pas une destination à laque on pense en premier mais j'aimerais beaucoup y aller [émoticône souriante]
Anaïs (onebeautifullife) http://onebeautifullife.fr/

5.7. B2 – A3 – Section [Expatriation] – Journal d'expatriation – février 2019

Date de consultation : le 28 octobre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 11 mars 2019.

Commentaires associés : 5 commentaires.

1

[photo]

EXPATRIATION
JOURNAL D'EXPATRIATION : FÉVRIER 2019
11 mars 2019

Le mois de février est passé à une vitesse phénoménale. Nous sommes déjà en mars alors que j'écris ce billet pour vous raconter ce qui s'est passé durant le mois dernier à Francfort. C'est l'heure du Journal d'expatriation …

2

Bientôt la fin de cette année d'assistanat à Francfort (déjà) et je sens de plus en plus que ce sera très difficile de partir d'ici, quitter mon appartement, ma routine et mine de rien, une ville que j'ai appris à aimer. Alors, j'ai décidé durant les prochaines semaines de profiter à fond de Francfort, j'ai encore tellement à explorer tant dans la ville qu'en Hessen.

3

C'est pour ça que je suis vraiment contente d'avoir nouée ces partenariats avec les offices du tourisme de Francfort et de Hessen. Visiter l'Allemagne, c'est super, mais je pense que mieux connaître cette si belle région qu'est la Hessen est aussi important non ?

[photo]

4

Une routine qui s'installe …
Février n'a pas été de tout repos, entre l'école, le Lycée Français et le reste, j'ai été bien occupée. Journées à rallonge, beaucoup de fatigue, mais finalement, je me rends compte que ma routine s'est bien installée. À l'école où je suis assistante, c'est un tout nouveau rythme qu'il faut reprendre puisque les emplois du temps ont changés. Je suis juste trop contente de ne plus avoir les 5. et les 6. Klasse. Ce sont les seules classes avec lesquelles j'ai du mal à travailler, car je ne peux pas être créative ce qui me bride énormément.

5

Donc je suis bien soulagée de ne plus être avec eux parce qu'en plus faire de la discipline c'est vraiment pas mon truc du tout …
Au Lycée Français, rien ne change non plus. J'ai toujours mon super petit groupe de CP que j'aime beaucoup. Puis le jeudi et vendredi, mes maternelles. On s'amuse, je reçois toujours autant de dessins et d'affection, c'est ce qui me motive à rester et à m'accrocher encore jusqu'à la fin …

6

Quant à ma vie sociale, elle est plutôt bien remplie quand j'ai le temps. Néanmoins, ma petite Valérie m'a quittée pour rejoindre Düsseldorf, du coup nos rendez-vous hebdomadaires me manquent énormément. Du coup on s'est dit au revoir et pas adieu il y a quelques semaines déjà … Mais je compte bien lui rendre visite dès que je le pourrais !
L'après Francfort …

7

Mon projet commence à plus ou moins prendre forme. Je suis encore dans la phase organisation, je pense d'ailleurs que c'est ce qui sera le plus compliqué. J'ai encore énormément de choses à préparer pour ma candidature. Je dois m'occuper de la traduction de mes diplômes, finir d'organiser les documents… Ce qui vu ce que j'ai à faire avec mes deux jobs n'est pas chose facile. Pour le moment, la question qui se pose, c'est de savoir si je reste à Francfort ou si je rentre en France et ça pour l'instant, c'est un grand mystère … J'ai encore besoin d'y voir un peu plus clair.

8

Encore et toujours en vadrouille
Février fut riche en découvertes et en voyages, je dois dire. Je suis allée visiter une ville que je veux voir depuis pas mal de temps, Nuremberg. J'ai eu pour ça l'immense bonheur d'être accompagnée par l'office du tourisme de la ville et par les copains assistants.
[photo]

9

Honnêtement, c'était génial. Cette ville est incroyable. Ça m'a fait l'effet d'un second coup de foudre comme pour Berlin … L'histoire encore. J'ai décidé d'y retourner dès que je le pourrais pour explorer davantage, ce sera l'occasion d'aller à Bayreuth par la même occasion.

[zone de profil Instagram] [hyperlien vers le profil Instagram de la blogueuse]

[photo du compte nuage nomade sur Facebook]

10

Le week-end suivant, je me suis rendue à Paris pour voir mes parents et mon méchant dentiste. J'en ai profité évidemment pour passer du temps avec ma maman qui va de mieux en mieux même si évidemment, comme a dit le médecin, il faut du temps pour récupérer.

11

On espère qu'elle pourra venir me voir à Francfort lors des vacances d'avril. Ce n'est qu'une idée, mais on verra bien. Mais on continue comme décidé en Autriche, elle s'accroche et je m'accroche aussi. Puis par la même occasion, elle reçoit des cartes postales donc elle voyage avec moi …

12

Et toi mars ?
Mars est déjà bien entamé et comme bien souvent, je suis en retard. Ce mois va être assez chargé, dans la mesure où je serais assez souvent loin de Francfort. Je vais rendre visite à ma meilleure amie à Hambourg puis direction Berlin ce week-end pour assister à la réunion de préparation du African Book Festival où je serais bénévole cette année. Je vais évidemment faire une pierre deux coups et en profiter pour fêter mon 15ème voyage à Berlin … Tout un symbole !

13

Puis les deux dernières semaines, je serais pas mal occupée par le DELF qui aura lieu pendant 3 jours dans mon école et auquel je vais participer en tant que jury …

[bouton de partage Facebook et Twitter]

[zone de suggestion d'articles « encore un nuage d'article ? »]

[zone de catégories]

[zone de commentaires]

1 commentaire.

C1. [photo] [prénom] [hyperlien vers un blog personnel et voyage] [date] [répondre] Oh une copine à Düsseldorf ! C'est cool ça, une raison de plus pour venir [émoticône clin d'œil].

5.8. B2 – A4 – Section [Autriche] – À la découverte de la belle et impériale Vienne

Date de consultation : le 28 octobre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 24 janvier 2016.

Commentaires associés : 11 commentaires.

1

[photo]

AUTRICHE
À LA DÉCOUVERTE DE LA BELLE ET IMPÉRIALE VIENNE #1
24 janvier 2016

2

Ce qu'il y a de bien quand on fait un séjour Erasmus, c'est cette incroyable possibilité de pouvoir voyager. J'en ai donc profité pour aller visiter une ville que j'avais très envie de voir depuis longtemps. Il s'agit de Vienne, non pas Vienne en France, mais la belle et impériale Vienne en Autriche.

3

Tout a commencé avant les *très longues* vacances de Noël. En Allemagne, et plus précisément à Mannheim, le système universitaire est assez différent, à la différence des autres universités allemandes qui ont pour la plupart les *Semester Ferien* de février à avril, l'université de Mannheim les poursuit directement après les vacances de Noël. Donc, oui, je suis en vacances depuis le 15 décembre et ce jusqu'au 15 février.

4

J'avais donc deux mois de vacances à tuer. Je me suis donc dit que ce serait l'occasion idéale d'aller à Vienne directement depuis Paris, et j'ai eu la chance de tomber par hasard sur une promotion chez Air France avec le tarif jeune. J'ai donc sauté sur l'occasion, et me voilà prête à partir pour Vienne, pour cinq jours et en solo s'il vous plaît *(cela fera l'objet d'un article prochainement)*.

[photo] [photo]

5

Départ prévu pour le 14 janvier à 13h20 pour une arrivée environ deux heures plus tard à l'aéroport Vienna Schwechat avec pour la phase d'atterrissage, le solo de guitare de David

Gilmour de *Comfortably Numb* du groupe *Pink Floyd* et une vue dégagée sur Vienne, et une émotion que je n'avais plus ressentie depuis bien longtemps.

[photo]

6

Arrivée sans souci dans ce bel aéroport à l'architecture moderne, et très pratique donc même si vous ne parlez pas allemand et que votre anglais est limité, vous n'aurez aucun soucis pour vous y retrouver.

7

Puis direction le centre-ville, par le S-Bahn pour 4,40€ pour rejoindre mon hôtel situé juste derrière le *Museumsquartier*.

8

À l'aéroport vous avez la possibilité d'aller à Vienne avec le *CAT (City Airport Train)* mais c'est juste hors de prix, ça ne vaut pas le coup. La seule différence notable, c'est qu'il ne marque pas d'arrêt entre l'aéroport et Vienne et permet de joindre, lui aussi, la gare de *Wien Mitte – Landstraße* en 16 minutes.

[zone de partage Twitter Facebook]

[zone de suggestion d'articles]

[zone de catégories d'articles]

[zone de commentaires]

11 Comments

C1.a. [photo] [nom de blog] [hyperlien vers un blog personnel] [date] [répondre]
Je rêve de partir à Vienne depuis longtemps, ton article m'a encore plus donné envie de visiter cette ville ! Tu as de la chance d'avoir pu aller là bas. Bisous, Marion, Chronicles of Marion

> [logo B2] [nom du blog][date] [répondre]
> C'est une ville extraordinaire, vraiment. J'ai eu un vrai coup de foudre pour cette ville. N'hésite pas à y aller vraiment ! Ça en vaut totalement le coup. Si jamais tu passes par l'Autriche tu peux faire signe, je serais à Linz (1h30) de Vienne.
> Je vais aller faire un tour sur ton blog! Bisous et au plaisir de te lire [émoticône souriante ?].
>
> > C1. b. [photo] [nom de blog] [hyperlien vers un blog personnel] [date] [répondre]

L'architecture, l'histoire, la culture… que d'arguments pour visiter Vienne ! Si j'ai l'opportunité de passer par là, si c'est le cas je ne manquerai pas de penser à toi. C'est très gentil, merci beaucoup, j'espère que tu trouveras mes articles intéressants [émoticône souriante] Bisous

[logo B2] [nom du blog][date] [répondre]
Oh oui! Vienne est une des villes qui rassemblent tout ça, et je trouve ça extraordinaire à voir. Avec grand plaisir! Ils le sont, crois moi! [émoticône clin d'œil] Bisous

C1.c. [photo] [nom de blog] [hyperlien vers un blog personnel] [date] [répondre]
La mentalité des gens a l'air différente aussi, plus chaleureuse malgré le climat plus froid haha Merci beaucoup pour tes commentaires positifs à propos de mes articles [émoticône souriante] Bisous

[logo B2] [nom du blog][date] [répondre]
Honnêtement oui! Les autrichiens sont en général plus ouverts et moins prise de tête que les allemands. Par contre, le climat c'est presque le même sauf que c'est plus sec en Autriche. [émoticône clin d'œil]
De rien, avec grand plaisir! Bisous [émoticône souriante]

C1.d. [photo] [nom de blog] [hyperlien vers un blog personnel] [date] [répondre]
Je pensais qu'il faisait très froid en Autriche. Comme quoi il faut vraiment que je me rende sur place pour voir par moi même haha. Bisous [émoticône souriante]

[logo B2] [nom du blog][date] [répondre]
Je te redirais ça cet hiver! Mais à Vienne quand j'y suis aller en janvier, j'avais eu à un moment -11°, c'est très sec, mais si tu es bien couverte c'est très supportable! [émoticône souriante]

Oui c'est une très bonne idée! Bisous [émoticône souriante grande bouche ouverte].

C1.e. [photo] [nom de blog] [hyperlien vers un blog personnel] [date] [répondre] Je suis tellement frileuse, rien que le -11 e frigorifie haha ! D'un autre côté, la canicule qu'il fait

actuellement dans le sud de la France n'est pas mieux… J'espère que tu passes de bons moments en Autriche, bisous [émoticône souriante].

C1.f. [photo] [nom de blog] [hyperlien vers un blog personnel] [date] [répondre]
Il me tarde de le lire ! Bisous [émoticône souriante].

[logo B2] [nom du blog][date] [répondre]
Hahaha je sais, on meurt de chaud à Paris
(Je suis rentrée jeudi soir) Je fini de rédiger un article sur cette petite
escapade. [émoticône clin d'œil]
Bisous

5.9. B3 – A1 – Section [les derniers articles] – Les Monstres de Neige de Zao

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 30 octobre 2019.

Commentaires associés : 2 commentaires.

1

[hiver] [populaire] [yamagata]

Les Monstres de Neige de Zao

30 octobre 2019 2 Comments 3 minutes de lecture

Ce n'est pas une rencontre facile. J'avais déjà visité ce coin il y a quelques années, mais frappé par une tempête, il me fût impossible d'aller caresser la fourrure soyeuse de ces monstres.

2

L'hiver est la meilleure saison au Japon, mais… seulement pour les singes ! Je parle des *Singes de Jigokudani,* bien-sûr, ceux qui se prélassent dans les *onsen*.

3

Restons positif. Il est aussi très agréable pour nous de se relaxer dans un *onsen* bien chaud, cachés les uns des autres par les flocons de neige qui virevoltent et, surtout, la tête retournée au saké. Mais il y a aussi la fameuse poudreuse d'Hokkaido, et une bonne douzaines de spots fabuleux à voir à cette période, disséminés sur le territoire.

[photo]

4

Je vous avais déjà emmené voir les Dunes de Tottori sous la neige, prenons maintenant le téléphérique, à la rencontre des monstres de neige de Zao !

[photo]

5

Ce n'est pas une rencontre facile. J'avais déjà visité ce coin il y a quelques années, mais frappé par une tempête, il me fût impossible d'aller caresser la fourrure soyeuse de ces monstres.

[photo]

6

Cette fois là, il suffisait de passer une minute dehors à se faire foudroyer par les vents glacés pour rallier cette armée de frigos sur pattes… pour l'hivernité ! Aujourd'hui, le temps n'est pas clément non plus mais l'exploration est réalisable.

[photo]

7

Si vous avez une imagination un brin débridée, ce lieu est un véritable délice. Vous retrouverez rassemblés ici tous les monstres de vos pires cauchemars ! N'est-ce pas une raison suffisante pour venir ?

[photo]

8

Il y a toujours une bonne excuse pour aller plus loin, plus haut, par dessus ou au delà. Ici, elle est simple, c'est la vue qui devrait être belle. L'ascension n'est pas facile, la vue finalement assez bouchée mais le spectacle est là. Mieux que les artistes qui brassent de l'air avec des montages douteux, ici c'est le vent qui s'improvise sculpteur.

[photo] [photo] [photo] en alternance

9

Je rêvais de voir le coucher de soleil car il doit être extraordinaire vu d'ici. Mais ça sera pour une autre fois.

[photo]

10

Je descends, sans prendre de précaution. En courant, en sautant, en roulant ! La poudreuse est fraîche, et c'est un vrai plaisir d'aller danser et batifoler avec cette jolie ribambelle de monstres.

[photo] [photo] [photo] [photo]

11

J'ai les vêtements trempés, mais le *onsen* n'en sera que meilleur ce soir [émoticône sourire complice et narquois]

[photo]

12

Sur le chemin du retour, j'ai l'impression que les monstres nous regardent partir, déçus que nous ne soyons pas restés jouer plus longtemps.

[photo]

13

Pour les vieux de la vieille (qui savent encore taper sur un clavier), quels genres d'articles aimeriez-vous voir sur Japon Secret ? Des paysages originaux comme ceux-ci, des grandes villes, des ruines et leurs histoires, des interviews, des hôtels (!), des onsen ?

14

J'ai tellement de choses à partager. Je vous remercie de vos réponses [émoticône sourire avec joues rouges] [icône cœurs]

[neige]

[Zone de commentaires]

[2 comments]

[recommend 1] [Tweet] [Facebook Share]

C1. [image] [pseudonyme] [21 one days ago] Très bel endroit et bien mis en lumière, encore un paradis de photographe, décidément le Japon en compte beaucoup. Je ne pensais pas que les monstres arrivaient si tôt. Il fait encore si bon à Tokyo.
Pour tes futurs articles voilà c'est très bien, je choisis donc paysages originaux, villes, haikyo, interviews et le reste. Ça sera une surprise et elle sera à coup sûr bonne [émoticône pouce en l'air]. N'hésite pas à faire un article sur les akiya, surtout vers Kanazawa, comme c'est le sujet qui me préoccupe énormément beaucoup à mort en ce moment [émoticône envoyant un bisou].

[flèche « vote up »] [flèche « vote down »] [reply] [share]

> B3-RC1. [photo] [Jordy Meow – Offbeat Japan] [MOD] [C1] 17 days ago C'était l'an dernier en fait, genre en Février :) Je suis très loin de faire un article sur les akiya vers Kanazawa, mais c'est toi qui va le faire ^^ Mais je ne m'inquiète pas, il doit y en avoir beaucoup et partout (par contre j'adore les vieilles baraques de Noto).

5.10. B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi – Chihiro, Singes & Onsen

Date de consultation : le 21 novembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 29 avril 2019.

Commentaires associés : 11 commentaires.

Source : https://japonsecret.fr/yamanouchi-chihiro-singes-onsen/

1

[hiver] [nagano]

Yamanouchi : Chihiro, Singes & Onsen

[icône - 20 avril 2019] [icône – 11 comments] [icône – 4 min read]

2

De nombreux ryokan (auberges japonaises) ont inspiré ce film mais le principal c'est Kanaguya.

3

Mon film favori de Ghibli, c'est Le Voyage de Chihiro [hyperlien vers un article de Wikipédia]. De nombreux *ryokan* (auberges japonaises) ont inspiré ce film mais le principal c'est Kanaguya [hyperlien vers le nom]. Il se trouve à proximité des fameux Singes de Jigokudani, dans la ville de Yamanouchi (Nagano) dans un dédale de rues et de *onsen* [hyperlien vers un billet définissant le terme] qui se rassemblent sous le nom de Shibu Onsen.

[photo]

4

Kanaguya

C'est une très ancienne auberge japonaise, pour de vrai ! Cependant, à la fin des années 70, il fait très sombre à l'intérieur et c'est très vétuste. Les singes arrivent sans problème à s'immiscer à l'intérieur par les vieilles fenêtres en bois et représentent un véritable problème pour les clients. Kanaguya n'est pas une auberge confortable et elle est sur le point de fermer.

[photo]

5

À ce moment là, le fils de l'ancien propriétaire reprends l'auberge, la relooke, la retape, et l'ouvre à un prix abordable même pour les jeunes. Ensuite, c'est Chihiro qui traverse le pont pour s'y rendre… les touristes suivent, bien volontiers [émoticône souriante].

[photo]

6

Les anciens habitants de Yamanouchi gardent cependant un émouvant souvenir du Kanaguya d'origine. Je ne l'ai bien-sûr pas connu (hey, j'suis pas un papy) mais je suis resté deux fois dans cette auberge.

[photo]

7

J'y ai séjourné pour la première fois en 2009 avec mes parents. Nous avions mal compris quels étaient les bains publics et les bains privés et nous nous sommes retrouvés à 4 (ma maman, mon papa, mon ex-copine et moi-même) dans un bain… public. Des Japonais sont arrivés tout nus et ma maman tout naturellement : *Ils ont l'air surpris mais ils peuvent venir avec nous non ?* C'était assez drôle ! C'était dans ce bain là, ci-dessous.

[photo]

8

Après un bon bain vous avez droit à un dîner typique de *ryokan*. Je trouve la nourriture plus jolie que délicieuse, mais c'est sain, et une expérience originale pour ceux qui n'y sont pas habitués.

[photo] [photo]

9

Et après, retour aux bains. Cliquez sur le *rotenburo* (bain extérieur), vous n'y voyez pas quelque-chose de caché ? Une petite bête poilue, par exemple ? [émoticône souriante]

[photo] [photo] [photo]

10

Retour à la chambre pour dormir ? Non ! Kanaguya est un véritable labyrinthe donc je vous conseille de boire pas mal de *atsukan* (saké chaud) pendant le repas, de vous rafraîchir à la bière après le dernier bain (ou dans le bain directement si c'est un privé) et ensuite vous apprécierez de vous perdre dans les recoins de la vieille bâtisse.

[photo]

11

Si vous avez encore du courage (bravo), sortez, et vous pouvez encore essayer les bains publics de Shibu Onsen et découvrir ses petites ruelles.

12

Shibu Onsen

Shibu Onsen fait partie de Yamanouchi et son histoire débute en 1303. Sa rue principale, pavée, est entourée de 25 ryokans et 9 bains publics (où vous pouvez vous rendre gratuitement si vous dormez dans un *ryokan* local).
[photo]

13

Shibu Onsen était à son origine visité par des prêtres de Kyoto pour les propriétés curatives de son eau. Pendant la période Edo, ce sont les samurais du Clan Sanada qui les ont remplacés. Les samurais étaient de grands fanatiques de *onsen*, d'ailleurs je pense qu'ils en étaient les principaux clients.

[photo]

14

Shibu Onsen est ensuite devenu très populaire après la Seconde Guerre Mondiale jusqu'aux années 70 où le coin est devenu un peu vieillot et délaissé. Cool [émoticône clin d'œil] Kanaguya, quelques autres *ryokan* et la proximité avec Jigokudani ont maintenant relancé la popularité de ce petit village.

[photo]

15

Pour être honnête, il n'y a pas grand chose à faire ni d'endroits où manger… à part un *izakaya*très spécial. C'est Cyo-kun Izakaya, tenu par Toru-san. Il n'a pas de menu, la seule chose c'est *nanka* à 500Y (ce qui veut dire… "quelque-chose").

16

Vous pouvez boire des bières (ou autre chose) et tant que vous avez faim, demander *nanka* et il vous servira quelque-chose. Soyez préparés, il aime discuter, sa cuisine est simple, ce n'est ni fancy, ni romantique. Mais vous passerez un moment inoubliable [émoticône souriante].

[photo]

17

Jigokudani

Besoin de vous présenter Jigokudani ? Non, je ne crois pas. C'est un lieu extrêmement touristique où les singes se réchauffent dans un *onsen* relativement petit.
[photo]

18

Ne vous y méprenez-pas, ils sont là car ils sont bien nourris pour justement contribuer à l'économie locale [émoticône souriante] Mais c'est une visite sympathique et il est facile d'y prendre des photos originales.

[photo]

19

Si vous aimez les singes, Issekinicho (l'éditeur de mon livre *Nippon no Haikyo* [hyperlien vers la plateforme d'achats Amazon] a sorti justement un livre sur les singes du Japon et leurs comportements particuliers (comme par exemple, tenter de se reproduire en vain avec Bambi).

20

Il est dispo chez Issekinicho ici : Saru [hyperlien vers la maison d'édition] J'avais moi aussi déjà parlé de Nagano, d'*onsen* et de Jigokudani tout en dessins grâce à la patte de Sophie

Dreamy, et avec justement la participation d'Issekinicho C'est sur ce site, ici :

- Nagano entre Amis : Le Départ
- Nagano entre Amis : Jigokudani
- Nagano entre Amis : Onsen et Nakayoshi

21

Je sais que vous êtes nombreux à avoir visité Jigokudani, qu'en avez-vous pensé ?
[singe] [village]
[article précédant] [article suivant]

[ZONE DES COMMENTAIRES]

[11 comments] Offbeat Japan
[recommend] [Tweet] [Facebook Share]

C1. [image manga] [pseudonyme] 3 years ago
Quand même superbement rénovée la bâtisse ! Et tes photos l'embellissent d'avantage =) J'aime beaucoup le menu du resto XD

C2. [image manga] [pseudonyme] [3 years ago]
En voyant la photo de l'article passé sur twitter, je me suis dit que ça sentait fort Chihiro :p
Les photos sont magnifique et donnent encore plus de charme à ce ryokan qui pourtant en a déjà sacrément !
Tu as pu faire la tournée des bains de Shibu onsen ?

Et Jigokudani, perso j'ai été assez déçu aussi. C'est vraiment petit, très mal desservi (les horaires de bus avec des creux de ouf :o), on met une plombe de marche dans un chemin forestier très galère (avec une poussette :D) et finalement, c'est ni plus ni moins qu'un très petit zoo.
Par contre, je suis d'accord avec ta conclusion, que c'est sympa pour y faire des photos pas communes.
Mais après... ?

> R. C2. [photo] Jordy Meow – Offbeat Japan – [MOD] [C1] 3 years ago
> J'avais fait la tournée des bains il y a longtemps avec mes parents et vite fait avec Issekinicho et Dreamy. Mais oui, sinon, Jigokudani c'est très overrated...

C3.a [photo] [pseudonyme] 3 years ago
Oh ça me donne bien envie d'y aller :D
Au vue des photos, le ryokan a l'air d'avoir une sacré identité. (tu ne donnes pas de fourchettes de prix? ;))
Tu vois, je commente des fois :D

> R. C3.a. [photo] Jordy Meow – Offbeat Japan – [MOD] [C3] 3 years ago.
> Je ne parle pas de choses qui fâchent :p Mais c'est entre 12,000Y et 16,000Y / personne selon la chambre il me semble ? Emma avait vérifié. Sinon dans la même petite rue il y a une minshuku à 10,000Y la chambre et c'est très sympa aussi, il faudrait que je retrouve le nom.
>
> > C3-b.1 [image] [pseudonyme] Jordy Meow -Offbeat Japan – a year ago
> > J'ai regardé vite fait le site en anglais, ils disent 20520yeans par nuit et par personne, ça a augmenté depuis ou y a d'autres prestations ?
> > Parce que, bon, ça fait super envie mais 160 boules (x2), ça va faire tout bizarre :x
> >
> > > R. C3-b. [photo] Jordy Meow – Offbeat Japan – [MOD] [C3-1] a year ago.
> > > Là, ça fait vraiment très cher ! Ils peuvent se le permettre avec l'affluence qu'ils ont mais j'espère que le repas est à la hauteur de ce prix car il n'est relativement pas terrible... après rien ne t'empêche de prendre une guest house dans la même rue, j'en avais fait une pour une fraction du prix, et tu peux toujours profiter du coin le soir et de tous les bains :)
> > >
> > > > R.C3-b.2 [image] [pseudonyme] Jordy Meow -Offbeat Japan – a year ago
> > > > Merci pour le conseil. Je vais essayer de grappiller deux trois renseignements et de savoir si il y a une baisse des tarifs en hiver aussi, sait-on jamais.
> > > >
> > > > > C3.c. [photo] [pseudonyme] 3 years ago
> > > > > Genre :D... c'est bien de savoir histoire de se faire une idée et je me doutais que ce serait un peu cher. Bref, ça m'intéresse tout ça !

C4. [image] [prénom féminin] 3 years ago

Super joli, ça donne envie d'y aller ! Je note.

> R. C4. [photo] Jordy Meow – Offbeat Japan – [MOD] [C4] 3 years ago.
> Si tu aimes les onsen, tu peux aussi regarder http://jordymeow.fr/onsen-n...:)

5.11. B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura

Date de consultation : le 05 décembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 18 mars 2018.

Commentaires associés : 8 commentaires.

Source : https://japonsecret.fr/yoshinoyama-montagne-sakura-nara/

1

[japon] [kanzai] [nara] [printemps]

Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura

[18 mars 2018] [8 comments] [5 min read]

2

Yoshinoyama (吉野山) est le coin à sakura le plus réputé de tout le Japon. Avec ses plus de 30,000 cerisiers qui recouvre toute la montagne, dans l'idée, ça ne peut faire que rêver !

3

Yoshinoyama (吉野山) est le coin à *sakura* le plus réputé de tout le Japon. Avec ses plus de 30,000 cerisiers qui recouvre toute la montagne, dans l'idée, ça ne peut faire que rêver ! Mais est-ce vraiment le meilleur ? Je commence fort, avec ma scène préférée de la journée.

[photo]

4

Yoshinoyama

La montagne de Yoshino offre 4 paliers, chacun avec une atmosphère un peu différente et aussi un timing décalé au niveau de la floraison des *sakura*. Le lieu peut ainsi être apprécié sur une longue période du Printemps, il y aura toujours une pétale rose à voir dans un recoin ! Mais ça veut dire aussi que la montagne ne sera jamais complètement recouverte de *sakura*de bas en haut. Oh, *zannen*.
[photo]

5

Pour moi, la meilleure partie, c'est la première moitié avec *Shimo Senbon* et *Kami Senbon*. Sophie Dreamy a d'ailleurs fait une super vidéo sur notre balade et elle présente aussi comment la montagne est découpée. C'est à voir sur Dreamy à Yoshinoyama [hyperlien vers une chaîne YouTube] D'ailleurs, elle se cache sur l'une des photos de cet article, la trouverez-vous ? [émoticône souriante].

[image] [dessin explicatif de la montagne précisant les noms en alphabet français et en idéogrammes japonais].

6

Sur cette première moitié de la montagne, il y a de jolies vues sur les cerisiers vus d'en bas, de nombreux petits étalages avec plein de petites choses à goûter (les champignons sont délicieux même si tout le monde n'était pas d'accord), des magasins et on arrive tranquillement sur les temples.

[photo]

7

Bien-sûr, tout le long de la route il y a des cerisiers sur tous les côtés et en passant par derrière les petite échoppes il y a moyen de trouver des recoins cachés, secrets et tellement plus jolis ! Là, j'ai trouvé un beau *sakura* avec une boule de gui. Parfait pour mitonner une bonne petite potion magique de saison [émoticône clin d'œil] Allez me chercher une serpe !

[photo]

8

Les meilleurs spots pour observer la masse abondante de *sakura* sont malheureusement trop souvent récupérés par les commerces. Il vous faudra prendre un thé et des petits gâteaux pour les apprécier.

[photo]

9

Ce que j'aime ce sont plutôt ces *sakura* solitaires qui donnent une impression plus sauvage. Il semble se rebeller et transforme l'environnement qui les entoure.

[photo]

10

Yoshinoyama est très accessible. Il y a des parkings en bas, la gare de Yoshino pour ceux qui n'ont pas de voiture, ensuite il y a des services de bus et même un téléphérique. En vérité, la totalité du parcours se fait assez rapidement à pieds et une journée suffit amplement pour tout faire sans se presser.

[photo]

11

Je ne conseille pas vraiment d'aller au dernier tronçon (*Oku-Senbon*), autant investir ce temps dans exploration des temples locaux.

[photo]

12

Kinpusen-ji Temple (Zao-do)

C'est la seconde plus grande structure en bois du Japon après le Todai-ji de Nara.
[photo]

13

Tonan-in

Mon coup de cœur de la journée. Ce temple a 1300 ans et sa jolie pagode est entourée par les *sakura*.
[photo]

14

Sanctuaire de Mikumari (吉野水分神社)

Second coup de cœur ! Il fût construit en 1604 et il est enregistré au Patrimoine de l'UNESCO.
[photo]

15

Le hall est incroyablement beau et un gigantesque *sakura* s'impose dans son centre. J'ai détruit l'atmosphère en m'y installant pour dévorer une bonne petite glace.

[photo]

16

Sakura Motobo (櫻本坊)

Ce temple est le centre du culte *Shugendo*, très présent dans les environs de Yoshino. Wikipédia l'explique ainsi : *Le but du shugendō est le développement d'expériences de pouvoirs spirituels (gen) par la pratique (dō) vertueuse de l'ascèse (shu)*.
[photo]

17

Fin de la balade…

Nous montons ensuite tout en haut jusqu'au Sanctuaire de Shinpu mais il n'y a pas grand chose à voir sur la route, c'est plus pour le petit côté randonnée. Par contre nous profitons de la descente pour faire des arrêts à quelques spots clés.
[photo]

18

Ce n'est pas la première fois que je vais à Sakurayama, j'y étais déjà allé 3 ans avant ça et j'y avais alors pris ma photo la plus volée sur Internet [émoticône souriante] Vous pouvez la trouver sur cet ancien post ici : http://offbeatjapan.org/yet-another-spring-comes/. La reconnaissez-vous ?

[photo]

19

Elle ressemble beaucoup à la photo ci-dessus sauf qu'elle avait été prise avec un appareil photo infrarouge, d'où l'effet barbe à papa.

[photo]

20

La scène la plus prise en photo de Yoshinoyama c'est celle du *Hanayagura Viewpoint*. Le soleil se couche en face et à moins que vous veniez extrêmement tôt le matin, vous aurez le soleil soit au dessus, soit en pleine poire. C'est censé être la vue la plus impressionnante mais à cause de ce problème d'orientation, il y a très peu de bonnes photos prises de ce spot. À vous de jouer [émoticône souriante]

[photo]

21

Vous l'avez compris, je ne suis pas satisfait de ma photo et peut-être que j'aurai dû donner une chance en plus à ce spot et attendre que le soleil se couche un peu plus.

[photo]

22

En prime, voici une photo de mon tonton qui fait le zouave à Yoshinoyama ! Si vous voulez le voir en vrai (bon, même si c'est complètement hors-sujet), c'est un ostréiculteur qui a une petite dégustation sur le Bassin d'Arcachon à Gujan-Mestras au Port de Larros. C'est super sympa et c'est ici Chez Cayouckette [hyperlien vers la plateforme d'évaluation de trip Advisor].

[photo]

23

Alors, que pensez-vous de Yoshinoyama ? Est-ce le meilleur spot à *sakura* du Japon ? Vous en connaissez des meilleurs ou des plus sympas ?

[fleur] [sakura] [montagne]

[route de laputa] [santuaire de Fushimi Inari dans la nuit]

[ZONE DES COMMENTAIRES] [plateforme d'échange DISQUS]

8 comments

C1. [image] [prénom féminin et initial] 6 month ago.
En faisant le circuit le plus long combien de temps faut t'il a peu prêt en randonnée en prenant le temps de visiter les sanctuaires, .. ? :

> R.C1. [photo B3] Jordy Meow – Offbeat Japan [mod fleche] C1 – 6 month ago
> Je dirais environ 4-5 heures ?

C2. [photo] [prénom et nom de famille] [hyperlien vers un blog personnel] 4 years ago
j'avais même pas vu cet article, shame on me... ma photo de sakura que j'adore reste indétronée, si on ne parle que de sakura, à ce jour

> R.C2. [photo B3] Jordy Meow – Offbeat Japan [mod fleche] C1 – 4 years ago
> Je savais que tu ne pouvais pas tout suivre ! Et pourtant, qu'est-ce que je suis lent ;)

C3. [nom de blog] [hyperlien vers un blog de lecture] 4 years ago.
Très belles photos, merci pour ce partage !

> R.C3. [photo B3] Jordy Meow – Offbeat Japan [mod fleche] C3 – 4 years ago Avec plaisir :).

C4. [nom de blog voyage] [hyperlien vers un blog voyage] 4 years ago.
Magnifique ! Je ne connaissais pas ce coin, mais il grouille de cerisiers.

> R.C4. [photo B3] Jordy Meow – Offbeat Japan [mod fleche] C3 – 4 years ago
> Un lieu à connaître absolument, c'est le spot sakura du Japon ! Même si je les préfère un peu plus discrets ;)

5.12. B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon

Date de consultation : le 05 décembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 8 mars 2018.

Commentaires associés : 21 commentaires.

Source : https://japonsecret.fr/parcs-attractions-abandonnes/

1

[Japon] [populaire] [urbex]

Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon

[8 mars 2018] [21 comments] [9 min read]

2

Le ciel se dégage, la température monte, ça sent les vacances. Le moment parfait pour aller re-visiter quelques parcs d'attractions abandonnés !

3

Le ciel se dégage, la température monte, ça sent les vacances. Le moment parfait pour aller re-visiter quelques parcs d'attractions abandonnés ! Après mes séries sur les hôpitaux abandonnés et écoles oubliées, je ne pouvais pas vous laisser sur votre faim, donc voici enfin la série sur les parcs d'attractions. Suivez-moi pour un petit voyage haikyoesque à travers le monde tout en restant au Japon.

[signalement « ? » indiquant un problème dans l'affichage de l'image]

4

Tenkaen : Le Parc Chinois
Été 2012. Nous venons tout juste d'atterrir à Hokkaido et nous voici déjà sur la route. J'ai l'impression de conduire dans un nouveau pays : le paysage semble plus étendu, vallonné et l'air est tellement plus frais qu'à Tokyo !

Facile de trouver le parc abandonné chinois. La pagode contraste avec la verdure et elle s'aperçoit de très loin.

[photo]

5

On se gare devant l'entrée. Il n'y a personne et le parc est seulement protégé par des barrières de quelques centimètres de haut. Le ciel se dégage et ce haikyo [hyperlien interne renvoyant à une définition du terme] promet une exploration facile et agréable. La matinée s'annonce bien !

[photo]

6

[photo]

L'ambiance est réaliste, elle me rappelle avec émotions mon année passée en Chine. Les couleurs ocres, le bois vermoulu. La décomposition du lieu rajoute positivement à son caractère, on se croirait dans une version du Palais d'Été qui aurait été laissé aux griffes du temps.

[photo]

7

Tout y est : la Moon Gate, la pagode, ainsi qu'une sorte de jardin qui me rappelle la Forêt de Pierre de Kunming. Montons en haut de la pagode pour voir à quoi ressemble le parc dans son intégralité.

[photo]

8

Le parc fût construit en 1992 et fermé seulement 7 années plus tard. Avec d'autres parcs, il avait pour but d'attirer les visiteurs dans la région mais, hélas !

[photo]

9

Nous visiterons un autre parc abandonné à Hokkaido un peu plus tard dans cet article [émoticône clin d'œil] En attendant, si vous voulez voir plus de photos du Tenkaen, c'est ici [hyperlien vers le blog des Haikyo de B3].

10

Kejonuma Leisure Land

Automne 2011. C'est à mon arrivé au Japon en 2008 que j'ai découvert le site japonais *Deflation Spiral (廃墟デフレスパイラル),* un site qui aujourd'hui n'existe malheureusement plus. C'était le site le plus populaire sur les *haikyo* même s'il semblait avoir peu évolué ces dernières années. Un collègue avait partagé avec nous une photo incroyable prise par ce photographe : celle d'une grande roue abandonnée au milieu de la forêt.

[photo]

11

Pourtant, ma passion pour les *haikyo* ne s'est pas déclarée à ce moment-là. Mais la photo de cette grande roue abandonnée, elle, est restée gravée en moi jusqu'à bien plus tard.

[photo]

12

En 2010, sur les conseils d'un ami, j'achète mon tout premier DSLR [hyperlien vers une page - définition indiquant un type d'appareil photo « Digital single-lens reflex camera »]. Il me fallait ensuite trouver un sujet pour le week-end, mais je n'avais qu'une idée en tête : retrouver cette grande roue abandonnée. Sans le savoir, j'étais déjà une sorte d'urbexeur [hyperlien vers une page définition indiquant « quelqu'un qui n'a rien trouvé d'autres à faire que de visiter des ruines] ou haikyoist. Un endroit nous semble cool, catchy, atmosphérique, alors il faut absolument nous y rendre.

[photo]

13

Mes recherches me ramènent sur un ancien haikyo aujourd'hui détruit. Tant pis ! Il doit y en avoir d'autres. Je tombe alors sur le site de Michael John Grist, un Anglais fanatique de haikyo. Il en a visité des dizaines, mais c'est l'un d'entre-eux qui me tape dans l'œil, le Sports World. Il n'y a pas de grande roue dans ce parc aquatique abandonné malheureusement mais il s'y trouve un virus bien puissant. Après cette visite, impossible de passer un week-end sans visiter un haikyo !

14

Mais je divague… où suis-je à présent ? Je suis à Tohoku avec Nikozouji, un Japonais qui visite des haikyo depuis bien plus longtemps que moi. J'ai beaucoup de respect pour lui et son groupe car ils passent beaucoup de temps à trouver de nouveaux haikyo et font de leur mieux pour les protéger. Le hobby ne serait probablement pas le même sans eux.

15

La route pour accéder au Kejonuma Leisure Land est toute cabossée et fissurée. Le séisme de 2011 a frappé de plein fouet ici ! Pourtant, aujourd'hui, le petit parc pour enfants est incroyablement serein. 15 ans de silence…
[photo]

16

Mais voilà, il se trouve justement dans ce petit parc d'attractions une grande roue tendrement rouillée. C'est le tout premier sujet photo dont je rêvais ! J'en profite pour déposer Yoko sur

l'une des nacelles. Ce lieu ne contient pas grand chose mais devient immédiatement l'un de mes haikyo préférés.

17

Un peu bizarre non, l'utilisation d'une figurine ? J'ai joué avec celles-ci pendant quelques mois, mais je n'ai ensuite jamais renouvelé l'expérience. J'aime le fait de rajouter un peu de vie dans un lieu abandonné, mais le problème c'est que ces figurines ont un côté un peu *hentai [hyperlien vers une page-définition « Anime and manga pornography »]*… ou alors peut-être devrais-je essayer avec un Totoro [*hyperlien vers une page-définition « Massive cuddly and super-cute creature »]* [émoticône clin d'œil].

18

Russian Village

Printemps 2013. Pour la première fois, je pars visiter la préfecture d'Akita. Je suis accompagné d'une haikyoiste japonaise de 18 ans, Mimi (c'est son nom !). Elle prend des photos superbes et j'ai toujours été admiratif de son travail et de son intrépidité. Ah, si, une seule chose l'effraie à ma connaissance : les ours ! Il est minuit passé et l'accès à la mine que nous souhaitions voir est bloqué par la neige.

19

On se rattrape avec la vue imprenable sur la voie lactée, mais Mimi n'ose pas sortir de la voiture : il y a des bruits dans les fourrés ! Bon, je dois vous l'avouer, je ne suis pas super rassuré non plus. Après quelques photos, nous partons en direction du Russian Village.
Le soleil se lève.
[photo]

20

Mimi me rappelle que de nombreux explorateurs se sont fait prendre et il y a des panneaux placés un peu partout à l'entrée pour nous le rappeler. Nous rentrons prudemment mais une fois à l'intérieur, c'est sans danger.

[photo]

21

Le Russian Village est l'un des premiers parcs à thème abandonnés au Japon dont j'ai vu les photos mais c'est finalement le dernier que j'ai visité.

[photo]

22

Il fût construit en 1993 et possède un tas de surprises : un hôtel gigantesque, une copie de l'église Souzdal, des petits magasins et un cirque près duquel l'on trouve un mammouth.

[photo]

23

Le Russian Village est l'un des haikyo les plus saccagés mais il possède un charme particulier. Pour en profiter au maximum, il faudrait définitivement y retourner en hiver [émoticône souriante]

24

Vous trouverez quelques photos supplémentaires sur mon site sur les haikyo [Hyperlien vers le site internet du blogueur B3].

25

Gluck Kingdom

Été 2012. C'est lors d'un voyage à Hokkaido avec Hoshino-san et Jing que je me suis décidé à visiter le Gluck Kingdom. Je suis légèrement tendu, car il paraît que les poulets locaux n'ont rien d'autre à faire que de surveiller les alentours du parc.

[photo]

26

Des signes KEEP OUT et NO ENTRY sont disposés un peu partout et une sorte d'épouvantail éventré sur les fers barbelés nous accueille. À côté de ça, nous savons que la saison est propice aux promenades pour nos amis les oursons et justement ça tombe bien, car je suis à l'apogée de ma splendeur à l'horizontale.

[photo]

27

Après une nuit mouillée, ça se découvre sans jamais vraiment s'éclaircir. Les conditions sont loin d'être excellente mais l'accès ne se fait sans aucun souci. Il semble que les poulets comme les ours ne soient pas intéressés et c'est tant mieux.

[photo]

Le Gluck Kingdom est un haikyo très complet avec son village médiéval allemand et son parc d'attractions. Il faut des heures pour tout visiter. Si vous voulez en voir plus en photos, allez voir ici.

28

Western Village
En 2010. Je ne comprends pas très bien mon ami explorateur japonais et c'est lui qui a organisé nos haikyo-vacances. À chaque spot, c'est complètement la surprise, mais en général

elle est plutôt agréable. Ce sont aussi encore mes premiers haikyo et je suis super excité à l'idée de visiter mon premier parc abandonné.
[photo]

29

L'entrée n'est protégée que très sommairement. Il est clair que plus personne ne prend soin du parc ou ne se soucie des dangers que courent ses nouveaux touristes. Après avoir sauté la minuscule barrière et ses barbelés, nous nous retrouvons devant un wagon. Non loin de là, un vieux SL. Les rails filent vers le milieu de la forêt.

30

Cette section du parc est séparés du véritable Western Village par une version du Rio Grande jouée par un petit ruisseau local. Je profite du beau temps et de la densité de la végétation pour shooter en infrarouge.

[photo]

31

Nous trouvons ici plein de petites maisons qui étaient probablement des magasins et stands divers et variés. Les cocotiers et les montagnes aux monts enneigés sont loin de rappeler les Etats-Unis…

[photo]

32

Nous arrivons au bout et traversons le vieux pont qui emmène au Western Village.

[photo]

33

Le village est incroyable : on a l'impression de se promener dans un village abandonné du Far-West ! Le parc fût construit par un local du nom de Ominami-san. Comme il le dit : "le but, dans la vie, n'est pas de gagner de l'argent, mais de faire en sorte que ses rêves se réalisent". Difficile de le contredire, mais… son parc est aujourd'hui une véritable ruine…[émoticône triste]

[photo]

34

À ses débuts en 1975, le Western Village était simplement une ferme *à l'américaine*. Mais Ominami-san fît grandir son petit parc chaque année, malheureusement au détriment de sa rentabilité. En 1995, il fait même rajouter une copie du Mont Rushmore au Western Village, il semble presque sur un coup de tête. Aujourd'hui, le petit parc à thème est complètement oublié et sans espoir de ré-ouvrir un jour.

[photo]

35

Je retournerai au Western Village encore 3 fois dans le futur (le Western Village avec des Japonaises) pour, à chaque fois, me rendre compte que de nouvelles portes s'ouvrent tandis que d'autres se ferment. Ce lieu est abandonné mais il change petit à petit au grès de ses visiteurs [émoticône clin d'œil]

[photo]

36

Nara Dreamland

Bien-sûr, vous connaissez déjà Nara Dreamland. Non !? C'est le meilleur parc d'attractions abandonné au Japon et j'y suis allé plusieurs fois à des périodes différentes. Si les deux photos vous motivent, allez en avoir plus sur mon article sur les Rollercoasters Abandonnés ! J'ai aussi assisté à la Fin de Nara Dreamland.

[photo]

[photo]

37

Vous avez déjà visité un tel lieu ? Si oui, partagez vos photos [émoticône souriante] Et si vous avez soif d'articles similaires à celui-ci, allez dans ma rubrique spéciale Exploration Urbaine pour découvrir plein de petits bijoux (en ruine…) !

[ZONE DE SUGGESTIONS D'ARTICLES]

[ZONES DE COMMENTAIRES]

[21 COMMENTS] ØFFBEAT JAPAN

C1.a. [image] [pseudonyme] 5 years ago
j'ai toujours admirer l'architecture asiatiques, tellement différents de la notre et différentes les unes des autres ! mais alors ce parc devait étre tellement beau ! petite pref pour la derniere !

> R. C1. [photo] Jordy Meow [MOD] flèche C1 – 5 years ago.
> Mais la dernière tu la connaissais déjà je pense non ? :)

> > C1.b. [image] pseudonyme] 5 years ago.
> > ah b largement ! xD Nara cette ville ! je suis en train de refaire le temple Yakushi sur minecraft. C'est pour cela que je dis que c'est tellement différent de ville en ville, de pays en

pays. Quand je dois zoomer sur les photos pour observer les détails, je vois vite les différences. c'est impressionnant. Je suis toujours aussi admirative devant cette architecture.

C2. [image] [pseudonyme] 6 years ago
J'aime bcp ce site (je me suis tjrs dis qu'il faudra que je vs salue un jour rien que deja pour vs remercier de ns montrer tt ca)...il ne se passe pas une semaine sans que je le regarde 2 a 3 fois, histoire de voir les nouveaux sujets !! j'apprends bcp en vs lisant Jordy. Perso, cela fait ma 10 éme fois au Japon et c'est pas pres de s'arreter....il faudra qu'un jour je me decide a vs emboiter le pas...mais il y a tellement a faire la bas...Arigato + + de ns faire partager vos excellent article, votre vecu, je trouve (et je ne suis pas le seul....) que c'est passionnant ! bravo de vivre comme ca, bravo pour vos shootS epoustouflantS !
Calcifer

> R. C2. [photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C2 – 5 years ago.
> Merci beaucoup Calcifer :)

C3. [image] [pseudonyme] a year ago
Un de mes plus beaux achats...♥ continue de nous faire rêver, ton travail continue de me suivre dans mes déménagements successifs comme tu le vois :-) EDIT: bon la photo ne passe pas snif...

> R.C3. [photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C3– a year ago.
> Coucou Lucie :) Tu parles de Nippon no Haikyo ? Tu sais qu'en ce moment même il y a les Éditions Issekinicho à la Japan Expo ? En tout cas merci pour ton commentaire très sympa :)

C4. [image]. [prénom féminin] 2 years ago.
je rêverais de visité tout ça merci pour c'est belle photos continué en nous partageant vos magnifique photos

C5. [image] [prénom masculin] 3 years ago.

Salut Jordy,
Je te remercie pour la mine d'informations dont recèle ton site. Tes photos sont vraiment sympa, et j'avoue qu'elle donne envie d'aller voir les lieux de nos propres yeux . De confronter la manière dont tu les vois (au travers de tes photos) avec celle dont je pourrais les voir. Je débute dans l'Urbex. J'ai eu l'occasion d'en faire un peu dans Paris, et maintenant, dès que je voyage je ne pense qu'à ça. Je sais pas si ce qui me plaît le plus c'est de découvrir le lieux où de le trouver mais l'un dans l'autre c'est assez excitant.
Toutefois une question me taquine. Tu t'y prend comment pour trouver tes lieux ? J'utilise pas mal google maps pour le repérage. Mais ça reste assez limité. Je traîne sur internet, mais du coup je ne fais que suivre les pas des autres explorateurs, ce qui est formateur mais à un moment on a aussi envie de faire découvrir à la communauté des petites pépites. T'aurais un conseil que t'aurais aimé avoir quand tu as débuté ?
Bonne continuation !

> C6. En réponse à C5. 2 years ago.
> haikyo.info :)

> R. C6. photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C6– a year ago.

C'est pas comme ça que j'ai commencé mais c'est maintenant peut-être le plus simple pour commencer en effet :) Moi à l'époque j'étais à fond sur un livre qui s'appelle Nippon no Haikyo, le mien s'appelle pareil justement en l'honneur de ce dernier (qui est en Japonais).

C7. [photo] [prénom masculin et initiale nom de famille] [hyperlien vers un site internet inactif]. 5 years ago.
J'adore !! Excellent !

> R. C7. [photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C7– a year ago.
> Merci [prénom C7] :)

C8. [image] [pseudonyme] – 5 years ago.
le premier parc me fait penser au Voyage de Chihiro, c'est magnifique!

> R. C8. [photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C7– 5 years ago.
> Le Voyage de Chihiro rappelle beaucoup la Chine et Taiwan, c'est pour ça :).

C9. [image] [pseudonyme] – 5 years ago.
Wow, le premier ressemble au parc du Voyage de Chihiro!

> R. C9. [photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C9– 5 years ago.
> Disons que c'est le parc le plus proche de l'architecture Japonaise vu que c'est un parc à thème sur la Chine :) Il est super, je crois qu'il a même été utilisé pour un film ou une série TV.

C10. [photo] [prénom et nom de famille] – 6 years ago.
Je suis d'accord avec la nuance de Ophy entre Hentai et Ecchi ;)
J'adore l'effet infrarouge sur tes photos ça rend superbement bien :)
Le parc western avait été bien pensé dommage qu'il n'est pas "survécu"

> R. C10. [photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C10– 5 years ago.
> Il a survécu dans le sens positif du terme, il est passé de village fantôme à moitié (avec 2-3 visiteurs qui se promène dans un parc propre et tristounet) à un véritable village fantôme où l'on peut faire de beaux cosplays et des mises en scène ! Youpi !

C11. [image manga] [pseudonyme] – 6 years ago.
"J'aime le fait de rajouter un peu de vie dans un lieu abandonné mais le problème c'est que ces figurines ont un côté un peu hentai…"
Dirons nous plutôt "Ecchi" non ? Hentai n'est pas vraiment approprié pour ce genre de propos il me semble :o. Mais c'est un détail ;)
En tout cas c'est très impressionnant de voir qu'il y a de magnifiques lieux qui existent, et qui sont abandonnés... Je ne savais pas qu'il y en avait autant, et je suppose q'il y en a encore des centaines ! Merci beaucoup pour ce partage !

> R. C11. [photo] Jordy Meow - Offbeat Japan [MOD] flèche C11– 5 years ago.
> Honte à moi, he ne connaissais pas ce mot, "Ecchi". C'est complètement vrai ! Merci pour ton commentaire instructif, n'hésites pas à me corriger plus souvent :)

5.13. B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon

Date de consultation : 12 décembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 18 novembre 2019.

Commentaires associés : 0 commentaire.

Source : https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/

1

Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon

2
[Facebook share] [tweet] [share – more options]

[photo]

3

Je vous propose de découvrir l'agence de voyage Megurun, basée à Tsuruoka (préfecture de Yamagata) dont son cœur d'activité tourne autour de la nature et de sa relation avec les êtres Humains.

4

Depuis que le **tourisme a explosé au Japon** on voit apparaître des dizaines et des dizaines de nouvelles **agences de voyage**, à un rythme effréné. Il en devient difficile de faire un choix parmi toutes les offres, surtout quand elles commencent toutes à se ressembler. Mais, il existe quelques perles et je pense que **Megurun [hyperlien vers le site de l'agence de voyage http://megurun.com]** est l'une d'entre elles.

5

Une agence locale, qui soutient les locaux

Lancée par Takeharu Kato-san, dans la ville de Tsuruoka (préfecture de Yamagata), cette petite agence locale a un concept assez original puisqu'elle fait **la promotion d'activités qui se déroulent dans la préfecture de Yamagata et qu'elle reverse 10% de ses ventes à la communauté locale.**

6

C’est une petite équipe mixte, dans tous les sens du terme (2 hommes / 2 femmes – 2 étrangers / 2 Japonais) qui gère l’ensemble des activités avec une bonne dizaine de guides locaux spécialisés dans leur domaine d’activité. **L’équipe parle aussi bien le japonais que l’anglais et Kanae Soma-san parle même un peu de français.**

7

Des activités variées orientées nature, spiritualité et local

En ce qui concerne leurs activités, dont j’ai pu en tester quelques-unes (**voir ici**), elles sont orientées sur 3 axes qui sont :

- **La spiritualité :** ils veulent mettre en avant des activités qui permettent aux participants du monde entier de restaurer leur esprit et leur corps.

8

- **La culture locale :** ils veulent partager ce qui se fait de mieux à Yamagata, notamment tout ce qui a attrait aux Yamabushi et leurs pratiques centenaires, dans un but de partage avec le monde mais aussi de préservation des traditions locales.

9

- **La nature :** elle est importante dans la préfecture de Yamagata et aussi dans les activités proposées par Megurun, elle y est même centrale. L’agence propose aux participants de se (re)connecter avec la nature pour les aider à se (re)découvrir et voir ce qu’elle peut nous offrir.

10

J’ai testé quelques-unes de leurs activités

Au travers de ces trois axes ils ont créé un catalogue d’activités vraiment uniques et originales tout en étant typiquement japonaises, le genre d’activités qu’on ne trouve pas ailleurs. J’en ai testé cinq qui sont :

11

- **Trek d’une journée au Mont Haguro avec un Yamabushi :** le concept est simple et « puissant » à la fois. On passe la journée avec au moins un Yamabushi à faire le trek des 2.446 marches du Mont Haguro.

12

Les symboliques y sont fortes et sous la thématique du pèlerinage de Dewa Sanzan. C'était vraiment une expérience unique et prenante à la fois, sans non plus être très difficile. **Détails disponible ici [hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »]**

13

- **Zen au temple Zenpo-ji :** repas Bouddhiste, séance de zazen, calligraphie et prières avec lecture des sutras sont au programme. C'est la première fois que j'avais une expérience zen aussi complète et j'ai pu y apprendre beaucoup de choses. **Détails disponible ici [hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »]**

14

Cueillette de légumes de montagne à Dewaya : l'auberge Dewaya, dans la ville de Nishikawa, a la particularité de proposer des repas dont les ingrédients sont les légumes de la montagne.

15

- Et mieux encore, au travers de l'expérience proposée on peut aller cueillir les légumes avec un guide local, Shibuya-san, avant qu'ils ne soient cuisiné par le couple Sato devant nos yeux. Très belle expérience orientée sur la nature et ce qu'elle peut nous apporter. Détails par ici **[hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »]**.

16

- **Passages secrets de Yamadera :** suivre la dynamique et souriante Mai Goto-san sur les chemins de Yamadera, mais pas les chemins habituels, plutôt ceux qui se trouvent à l'arrière du temple et que personne ne connaît, sauf les locaux. Superbe découverte à laquelle je ne m'attendais pas du tout. Détails par ici **[hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »]**

17

- **Kyudo, le zen debout :** passer quelques heures avec Maitre Akino, un spécialiste du Kyudo, pour en apprendre les bases et se rendre compte à quel point il s'agit là du « zen debout ».

18

En ce qui me concerne, j'ai apprécié les activités que j'ai pu tester pour les raisons suivantes :

- **Découverte de nouvelles choses :** il y ici des expériences qui sont uniques (comme le Yamabushi) et d'autres qui sont très approfondies, notamment l'expérience zen au temple Zenpo-ji.

19

Malgré le fait que j'ai quand même acquis certaines connaissances au travers de mes nombreux **voyages dans le Japon,** j'ai ici pu apprendre de nouvelles choses et je pense que c'est important en voyage.

20

- **Présence d'une personne pour traduire :** autre élément qui est important, c'est qu'il y a toujours quelqu'un pour traduire tout ce qui se dit et se passe en anglais. Donc il n'y a pas nécessairement besoin de parler japonais pour profiter pleinement des activités.

21

- **Accueil chaleureux de tous :** le meilleur exemple reste Mai Goto-san qui sautait de partout pour nous dire « Good morning » de bon matin. Mais toutes les personnes que nous avons vues pendant les activités étaient vraiment chaleureuses et avaient vraiment envie qu'on découvre leur Yamagata, leur nature, leur Histoire, leur culture !

22

- **La possibilité de se reconnecter avec soi-même et la nature :** c'est vraiment le cœur de leurs activités et on le ressent bien. On se remet en question et on se cherche, on redécouvre la nature environnante et surtout on se rend compte qu'un mode de vie plus simple, plus spirituel et en harmonie avec la nature est tout à fait possible, même dans un pays comme le Japon. C'est certainement la partie que j'ai le plus apprécié.

23

En ce qui concerne l'agence et ses activités, **je dirais que je les recommande à ceux qui sont déjà venu au moins une fois au Japon et qui ont envie de découvrir autre chose que la célèbre Golden Route, de Tokyo à Hiroshima.**

24

Ceux qui veulent approfondir leurs connaissances du Japon, voir une autre facette moins connue, qui ont un peu de temps et qui veulent par la même occasion découvrir un autre mode de vie.

25

Pour ce qui est de leurs tarifs, selon les **budgets de voyages** à disposition, pour certains cela peut paraître élevé, mais je trouve, personnellement, que les activités en valent la peine et qu'au final, comparé à d'autres activités que l'on peut faire au Japon, ce n'est pas si cher que cela.

26

Après chacun doit juger par lui-même en fonction de ses moyens et de ses envies, mais en tout cas vous ne serez pas déçu d'aller tester cela par vous-même.

27

Si vous cherchez des activités originales au Japon, orientées culture, spiritualité et nature, avec une facette différente du pays du Soleil-Levant, la préfecture de Yamagata est un bon endroit pour cela et l'agence Megurun une bonne option à prendre en compte.

28

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo]

[zone de partage]

5.14. B4 – A2 – Section [Voyage au Japon] – Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi

Date de consultation : 12 décembre 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 10 mars 2018.

Source : https://www.gaijinjapan.org/houraikan-kamaishi/

Commentaires associés : pas de commentaires.

1

Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi

[Facebook share] [tweet] [share – more options]

2

En bord de mer à Kamaishi se trouve un Ryokan chaleureux qui ne demande qu'à vous accueillir pour y dormir, vous reposer et vous régaler : Houraikan.

3

Superbe location, superbe accueil, repas savoureux, bains publics de très bonne qualité et avec vue, chambres spacieuses et confortables, … je pourrais utiliser de superlatifs pour vous parler du Houraikan et ce ne serait pas exagéré tellement il offre une belle expérience.

4

Mais cet établissement a du vécu, vécu qui est partagé par sa propriétaire, souriante et chaleureuse, malgré que l'histoire ne soit pas des plus agréables. On parle ici du **Tsunami du 11 mars 2011** qui a ravagé les côtes de la **région du Tohoku**.

5

Un beau ryokan, haut de gamme mais accessible

Une vingtaine de chambres bien équipées, spacieuses et qui se sont adaptées à l'accueil des étrangers, notamment en vue des matchs de la **coupe du monde de rugby** qui aura lieu au Japon en 2019.

6

Tout y est pensé dans les moindres détails pour satisfaire les attentes des Japonais mais aussi des étrangers.

7

La preuve, par exemple, c'est qu'en plus des habituels sachets de thé dans les chambres on y trouve aussi des sachets de café. Cela peut faire sourire, mais c'est extrêmement rare au Japon dans **les hôtels, les Ryokan, les Minshuku, les guesthouses, …** où l'on ne trouve en général que du thé, plus adaptés aux attentes des Japonais.

8

Localisé en bord de mer, on peut la voir depuis les fenêtres de l'établissement, depuis certaines chambres et même profiter de la superbe vue sur la nature avoisinante lorsque l'on se relaxe dans le bain public.

9

Non loin du centre-ville et à une dizaine de kilomètres de **Kamaishi Daikannon**, il est possible de profiter des nombreuses activités culturelles ou dans la nature que propose la région.

10

Le personnel est extrêmement chaleureux et les repas sont divins, sans exagération aucune. On y mange bien, essentiellement des **plats japonais**, même si le matin on peut profiter d'un petit-déjeuner proposant quelques options occidentales en plus des habituels saveurs japonaises.

11

Une histoire triste mais des sourires et de la chaleur humaine

11 mars 2011 à 14H46, la terre tremble au Japon. Quelques dizaines de minutes plus tard, un gigantesque Tsunami vient tout ravager sur son passage. La ville de **Kamaishi** ne va pas y échapper. L'établissement Houraikan, en bord de mer, n'y échappera pas. Et sa propriétaire y a échappé de justesse, d'extrême justesse.

12

Alors qu'elle était montée, avec d'autres clients, sur les hauteurs derrière l'établissement, la propriétaire de ce Ryokan s'est rendu compte que le Tsunami approchait dangereusement et que **plusieurs autres personnes étaient venues chercher du refuge dans son établissement, qui était désigné comme point d'évacuation en cas de sinistre.**

13

Elle a donc pris son courage à deux mains et a couru chercher les dernières personnes présentent dans le Ryokan pour les mettre à l'abri. Le temps de faire l'aller-retour que le Tsunami était là, emportant tout sur son passage.

14

Il s'en est fallu de quelques secondes pour que la propriétaire du Ryokan prise dans les griffes du Tsunami (mais qui a réussi à s'accrocher à un véhicule et sauter sur la colline) ne soit définitivement emportée. **Elle a failli y rester parce qu'elle a voulu sauver d'autres personnes et s'en est tirée de justesse.** Aucun mort n'a été recensé dans son établissement.

15

Vous pouvez voir cette scène dans cette vidéo qui a été virale en 2011. La dame en Kimono noire sur la gauche et qui court est la propriétaire du Ryokan. On voit à quelle vitesse et avec quelle puissance vient le Tsunami, emportant tout sur son passage.

[vidéo sur YouTube]

16

Depuis, la ville s'est relevée et la vie a repris son cours, malgré le drame humain qui s'est joué sur place.

17

Depuis, la propriétaire du Ryokan raconte, aux personnes qui dorment dans son établissement, ce jour et partage les paroles de nombreux habitants de la ville de Kamaishi (au travers de conférences et diffusions de vidéos en japonais avec des sous-titres en anglais) afin que ce qui s'est déroulé ce jour-là ne soit jamais oublié mais aussi que les leçons soient tirées, pour mieux faire face à ce genre de situations dans le futur.

18

Mais surtout, ce qui est frappant **c'est le sourire chaleureux, heureux et communicatif de cette propriétaire de Ryokan.**

19

Quand on lui demande pourquoi elle sourit même quand elle se remémore ces moments, ces évènements, elle dit avec fierté et joie qu'elle a eu une nouvelle chance, une deuxième vie et qu'elle veut en profiter au maximum, malgré tout ce qui s'est passé. Et c'est là bien l'esprit de Kamaishi et Iwate, cet état d'esprit que l'on peut ressentir régulièrement et qui est communicatif.

20

Si vous décidez d'aller visiter la magnifique ville de Kamaishi et que vous cherchez un endroit où dormir, définitivement, pour sa qualité de service et ce qu'il offre, mais aussi pour son historique et le courage de sa propriétaire et sa joie de vivre, je vous recommande chaleureusement le Houraikan. Vous pouvez le réserver en **cliquant ici** [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking].

21

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

Retrouvez Houraikan sur Google Maps

[image google et adresse]

Site Internet : https://houraikan.jp/

[zone de partage]

[bandeau de présentation]

[zone de suggestion d'articles]

[zone de commentaires]

5.15. B4 – A3 – Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté

Date de consultation : Consulté 12 janvier 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 27 janvier 2019.

Commentaires associés : pas de commentaires.

1

Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté

[PRÉNOM B4] [DATE DE PUBLICATION] [O COMMENTAIRE]

[FACEBOOK – SHARE] [TWEET] [SEARCH FOR SOCIAL RED SERVICES]

2

Il est de nombreux festivals au Japon et le Chichibu Yomatsuri est parmi l'un des plus célèbres à travers tout le pays, pour sa beauté, sa longévité et ses quelques spécificités. Découverte !

3

Quand on cherche quelle est **la meilleure saison pour un voyage au Japon**, souvent on peut trouver que le printemps pour les **Sakura**, l'automne pour les **Momiji** ou bien encore l'été pour les **Matsuri** sont les meilleures saisons pour visiter le pays du Soleil-Levant ! Mais, c'est sans compter sur l'hiver qui lui aussi regorge de certains charmes indéniables. Parmi eux, se glisse en bonne position, **le Chichibu Yomatsuri.**

4

Plus de 300 ans d'Histoire … classé à l'UNESCO

1713 ! Voilà l'année à laquelle il faudrait remonter pour trouver trace de **la naissance du Chichibu Yomatsuri, dans la ville éponyme, soit plus de 300 ans d'ancienneté déjà.** Il fait aujourd'hui parti des trois principaux Matsuri avec chars du Japon, aux côtés du **Gion Matsuri de Kyoto** et du **Takayama Matsuri.**

5

Depuis 2016, il est classé comme *« Biens immatériels de la culture japonaise »* auprès de **l'UNESCO** et donne ainsi une valeur historique encore plus forte à l'événement tout en préservant son authenticité pour qu'il continue de se propager à travers le temps, de génération en génération. Il a aussi été classé, en 1962, comme étant un *« atout culturel tangible et important du Japon »* par le pays.

6

Il s'agit d'un festival Shinto de chars flottants qui se déroule **tous les ans les 2 et 3 décembre** et ce malgré le froid qui peut régner sur place, la ville étant enclavée entre les montagnes avoisinantes, non loin du **sanctuaire Chichibu**.

7

Ce sont 6 chars (2 Kasaboko et 4 Yatai) qui sont paradés dans les rues de la ville. Les 4 Yatai proviennent des quartiers Miyaji, Kami-machi, Naka-machi et Moto-machi et partent donc de là-bas. Les deux Kasaboko sont appelés Nakachika and Shitagou. Ces derniers sont reconnaissables de par leur forme ressemblant à un parasol fleuri.

8

Pendant que les chars sont tirés dans les rues de la ville, par des volontaires de chaque quartier, d'autres membres de la communauté jouent du Taiko en leur sein au rythme de la parade.

9

Un festival d'hiver rare au Japon

Lorsque l'on pense aux Matsuri au Japon (il y en aurait environ 300.000 tout de même), on les associe souvent à la période estivale. Mais le Chichibu Yomatsuri, comme certains autres, prend place en plein cœur de l'hiver et avec quelques spécificités qui vont attirer la foule en masse. Ainsi en 2017 ce ne sont pas moins de *400.000 personnes* qui sont venues assister à l'événement sur la période de deux jours !

10

Le moment le plus prisé du festival reste la **parade nocturne du 3 décembre** avec le défilé des six chars et surtout **le feu d'artifice qui dure pas moins de 2 heures 30 en tout !** Habituellement, les feux d'artifices au Japon durent 30 à 60 minutes et prennent place, essentiellement, en été. Alors, avoir un tel feu, aussi long et en hiver donne un sacré charme à l'événement et attire les Japonais qui raffolent de ces derniers.

11

Se préparer au mieux pour assister à l'événement.

Etant donné le nombre important de visiteurs se rendant sur place pour l'événement et surtout le peu d'**Hôtels, Ryokan, Minshuku et autres logements** de courte durée sur place, il va vous falloir préparer au mieux pour aller profiter du Chichibu Yomatsuri.

12

Tout d'abord, si vous vous y prenez suffisamment à l'avance, vous pouvez **réserver un logement sur place pour les 2 et 3 décembre** [hyperlien vers une plateforme de réservation

Booking] et ainsi profiter tranquillement et pleinement du festival sans avoir à vous inquiéter de devoir rentrer tard à Tokyo.

13

Si vous n'avez pas réussi à louer un logement car ils sont déjà tous réservés, sachez que **Chichibu se trouve à 90 minutes, en train Seibu, depuis la gare d'Ikebukuro à Tokyo**. Vous pourrez donc faire l'aller-retour dans la journée. Mais, sachez que les places de trains partent vite, très vite, notamment pour les trains Express et qu'il vous est recommandé de les réserver à l'avance.

14

Aussi, pour le retour, si vous quittez le festival à sa fin, vers les coups de 22H00, vous devriez pouvoir prendre un des derniers trains pour rentrer à Tokyo, si ce n'est un train Seibu Express, vous pourrez avoir l'un des trains Seibu local (le trajet est un peu plus long) qui vous ramènera tranquillement dans la capitale nippone.

15

En somme, il est possible d'assister à l'événement sans avoir réservé de logement sur place, mais si vous avez la possibilité d'avoir où dormir à Chichibu [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking], privilégiez cette solution pour plus de confort. Surtout qu'en journée vous pourrez profiter des nombreux charmes qu'offre la ville, comme, notamment le célèbre **pèlerinage de Chichibu**.

16

Une fois sur place, le cœur de la parade commence aux environs de 19H00 dans les environs de la mairie de la ville et du **sanctuaire Chichibu**. Vous aurez l'option d'acheter des places assises en tribune (réservation à l'avance obligatoire) ou bien, comme la grande majorité des spectateurs, de vous installer librement le long du tracé de la parade pour la regarder au plus près l'évènement. Pour cela, je vous recommande de venir le plus tôt possible (aux environs de 14H00 / 15H00 maximum pour avoir de bons spots).

17

Vous pourrez profiter des nombreux Yatai, ces petits stands proposant différentes spécialités culinaires japonaises, pour vous ravitailler et boire de l'Amazake (alcool de riz chaud, souvent sans alcool) pour vous réchauffer.

18

Si vous êtes au Japon au début du mois de décembre, je ne peux que chaudement vous recommander d'aller admirer le Chichibu Yomatsuri, il vaut plus que le détour et vous permettra de toucher de près à la culture japonaise qui perdure à travers les siècles.

19

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]

20

Retrouver le sanctuaire Chichibu sur Google Maps
Site Web : https://www.chichibu-omotenashi.com/en/festivals.html

21

[carte de google maps]

22

[zone de partage]

23

[bandeau de présentation du blogueur]

24

[zone de suggestion de billets]

25

[zone de commentaires]

5.16. B4 – A4 – Tokyo Guest House – Oakhouse

Date de consultation : Consulté 12 janvier 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 7 août 2019.

Commentaires associés : 16 commentaires.

1

Tokyo Guest House : OAKHOUSE

[PRÉNOM B4] [DATE DE PUBLICATION] [O COMMENTAIRE]

[FACEBOOK – SHARE] [TWEET] [SEARCH FOR SOCIAL RED SERVICES]

2

Voici une chaîne de Guesthouse à Tokyo de qualité et à tarifs raisonnables, ou plus précisément avec un bon rapport qualité / prix : OAK HOUSE. Bien situées à Tokyo, en nombre et avec plusieurs options de locations.

3

Pour beaucoup, **le logement à Tokyo** est une question qui préoccupe, et ce, qu'il s'agisse d'un **voyage au Japon** de courte ou longue durée. Si vous venez pour un court séjour dans la capitale nippone, vous allez privilégier **les hôtels**, **ryokan**, **capsule hotel** ou autres modes de logements de courtes durées. Mais si vous venez pour une durée moyenne ou longue, comme par exemple avec un **PVT Japon** ou pour **travailler au Japon**, vous allez certainement vouloir louer un logement où vous vous sentir chez vous, et dont les tarifs seront plus abordables. Et c'est là que les **Guesthouse à Tokyo** [hyperlien vers une plateforme de réservation oakhouse] font leur apparition.

4

Bien choisir sa Guest House à Tokyo

Vous pouvez les appeler **Guesthouse, Guest House, Share House, Sharehouse ou bien encore Gaijin House à Tokyo,** cela reviendra au même, étant donné qu'il s'agit des nombreuses appellations qui leurs sont attribuées, aussi bien par **les étrangers au Japon** que par les japonais eux-mêmes.

5

Mais, qu'est que c'est qu'une Guesthouse concrètement ? Il s'agit tout simplement d'une maison ou d'un appartement partagé entre plusieurs locataires. Vous aurez un espace privé (chambre privée, dortoir, box) et aussi des espaces en communs avec les autres résidents :

cuisine, salon, salle de bain, … Elles sont populaires au Japon, et notamment dans les grandes villes comme Tokyo, parce qu'elles permettent d'économiser sur le prix d'un loyer « normal » (lisez mon article « louer un appartement à Tokyo ») tout en rencontrant de nouvelles personnes, ce qui peut être intéressant lorsque l'on arrive au Japon.

6

Et lorsque vous arrivez dans la capitale, vous verrez rapidement que le choix des **Share House à Tokyo [hyperlien vers une plateforme de réservation oakhouse]** est très important. Il y a, tout bonnement, **des dizaines d'entreprises de Guesthouse tout autour de Tokyo**.

7

Et si vous commencez à chercher parmi toutes ces entreprises, vous allez vite vous rendre compte qu'il est difficile de faire son choix. Alors voici quelques éléments que vous devriez prendre en compte :

8

– **La localisation :** importante parce que si vous vous retrouvez loin du lieu où vous voulez vous rendre régulièrement, le prix des **transports à Tokyo** vous coûtera cher. Par exemple, si vous devez être à Tokyo régulièrement, faites attention à ne pas prendre une **Guesthouse à Chiba [hyperlien vers une plateforme de réservation oakhouse]**, même si elle vous semble intéressante.

9

– **Le loyer :** c'est une partie importante de votre **budget de voyage au Japon**, alors ne négligez pas cet aspect. Mais attention à ne pas aller vers les **Guesthouse les moins chères**, qui peuvent être mal localisées et qui feront que le prix de vos transports en commun explosera.

10

– **L'offre :** est-ce que la Guesthouse propose des dortoirs, des chambres privées, des appartements privés ? Est-ce que ce qui est proposé est ce que vous cherchez ?

11

– **La qualité et la propreté :** un point très important parce que si vous allez dans une **Guesthouse** dont la propreté laisse à désirer, vous devrez vivre avec, et ce n'est pas toujours agréable. Lisez mon expérience à « **Ietomo** » pour vous en rendre compte.

12

– **Etrangers et / ou japonais :** certaines Guesthouse n'acceptent que les étrangers et pas les japonais. Est-ce ce que vous recherchez ? D'autres proposent la possibilité de vivre entre japonais et étrangers. Posez-vous bien la question avant de faire votre choix.

13

– **Les conditions de location :** quel est le montant de la caution ? Les frais d'électricité, d'eau, de gaz, … sont-ils prit en compte dans le loyer ? Internet est-il fournit ? Devez-vous payer pour prendre une douche (ne souriez pas, beaucoup de **Guesthouse à Tokyo** pratiquent cela), …

14

Pourquoi OAKHOUSE à Tokyo ?

A mon arrivée au Japon, je suis allé en **Guest house à Tokyo** pour 2 ans environ, et toujours dans la même société, ou presque. Mais, je me suis vite rendu compte que malgré le tarif très bas, la qualité était loin d'être là. Et vous êtes très nombreux à me demander, régulièrement, de vous conseiller une **Guesthouse qui soit de qualité et avec des tarifs raisonnables**. Alors, pendant un peu plus de deux ans (en parallèle avec mes cours, le blog, le travail de **prof de français**…) j'ai fait des recherches, j'ai visité des dizaines de **Guesthouse sur Tokyo.**

15

J'ai souvent eu le droit de visiter des lieux qui ne proposaient aucune qualité, ou bien où le service ne semblait pas être adapté, …. J'en passe et des meilleurs. Je n'aurais jamais pensé que je visiterais autant de Guesthouses avant de faire un choix qui me semble le plus correct de tous. Et ma recommandation s'est arrêtée sur **OAKHOUSE**.

16

Et vous allez certainement me demander pourquoi. Alors voici les éléments que j'ai retenus dans mon choix :
– **Un large choix de Guesthouse sur Tokyo :** plus de 170 maisons et plus de 3000 chambres. Au moins, avec de tels chiffres, vous êtes sûr de toujours trouver quelque chose à louer sur Tokyo, n'importe quand, et dans presque n'importe quel quartier de la capitale.

17

– **Large offre de type de logements :** du dortoir, aux appartements privés en passant par les box et les chambres privées, vous aurez un large choix sur le type de logement que vous voudrez louer. Ils ont même lancé des « **social residence [hyperlien vers une plateforme de réservation oakhouse]**» dernièrement.

18

– **Des loyers raisonnables :** par rapport à ce qui se fait sur le marché de l'immobilier et des **Sharehouse à Tokyo**, les loyers pratiqué chez OAKHOUSE sont vraiment correct. Comptez environ 35 / 40,000 Yen par mois pour un dortoir, 60,000 Yen pour une chambre privée, 80,000 Yen pour un appartement, …. (prix minimum, dépendant de la localisation et du logement).

19

– **Une bonne qualité des logements :** contrairement à beaucoup de Guesthouse dans la capitale, OAK HOUSE propose des logements qui sont relativement propres, même pour les

anciens. En plus, il y a même un service de ménage qui passe une fois par semaine pour nettoyer les espaces communs.

20

– **Japonais et étrangers :** grand point fort, les Japonais vivant dans ces logements sont nombreux. Pour un **étranger en voyage au Japon**, c'est là une bonne occasion de sympathiser avec des locaux et de découvrir la culture locale quotidiennement.

21

– **Chambres occidentales ou japonaises :** il y a aussi bien des logements de type « occidentaux » que des logements de type « japonais », comme ça vous aurez le choix en fonction de votre recherche.

22

– **Logement pour les femmes :** si pour vous mesdames, l'intimité est primordiale, il y a des logements réservés exclusivement aux femmes.

23

– **Staff français :** je pense que c'est l'un des points les plus importants. Vous n'aurez pas à baragouiner en anglais, essayer de dire des choses que vous ne saurez dire **en japonais**, ou je ne sais quoi encore. Il y a un staff français, qui pourra répondre à toutes vos questions dans cette langue.

24

– **Pas de caution :** gros point fort puisqu'il n'y a aucune caution, comparé à toutes les autres agences de Guesthouse à Tokyo. Vous n'aurez pas à vous inquiéter de savoir si vous allez ou non récupérer votre caution à la fin, surtout qu'au Japon elle n'est jamais restituée en intégralité. Et de plus, vous n'aurez pas à payer un mois de loyer de caution, ou plus, à votre entrée, donc une dépense plus faible lors de la signature du contrat.

25

Notez toutefois, qu'il y a des frais de dossiers d'un montant de 30,000 Yen pour une chambre individuelle et 10,000 Yen pour un dortoir, mais il y a souvent des réductions qui sont mises en place ce qui peut être intéressant.

26

– **Préavis assez court :** les locations sont toujours faites pour un mois minimum. Mais vous disposez d'un préavis d'un mois pour les logements (chambres privées et appartements privés) et 14 jours pour les dortoirs si vous voulez partir.

27

– **Bons retours des lecteurs du blog :** j'ai interrogé des lecteurs du blog qui ont logé chez OAK HOUSE et les retours sont assez positifs, voir même très positifs. Et je pense que c'est quelque chose de non négligeable en soit.

28

J'ai eu l'occasion de visiter **Oakhouse Shinjuku City View [hyperlien vers une plateforme de réservation oakhouse]**qui est l'une des moins récentes de l'agence mais qui propose quand même une certaine qualité, comme vous pouvez le voir sur les photos ci-dessous.

29

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]

Le site en français de OAK HOUSE: **https://www.oakhouse.jp/fra/ [hyperlien vers une plateforme de réservation oakhouse]**

30

OAK HOSTEL pour les séjours de plus courtes durées :

Autre point que j'ai apprécié chez OAK HOUSE, enfin l'agence du même nom, c'est qu'ils proposent toute une série d'hostels et autres logements pour les voyageurs au Japon de passage dans la capitale nippone. Un choix correct, des emplacements qui permettent de rester à proximité des lieux à visiter, …

31

Et puis, les tarifs sont vraiment abordables puisque les chambres privatives se louent à partir de **6800 Yen la nuit et les dortoirs à partir de 3200 Yen la nuit.** En clair, des hostels de bonne qualité, à tarifs vraiment correct pour Tokyo, mais aussi d'autres villes au Japon, et situé dans quelques uns des quartiers à voir à Tokyo. Vous pouvez en voir plus sur les hostels par ici : https://oakhostel.com/.

32

Voici donc mes recommandations en terme de Gueshouse à Tokyo, parce que je pense qu'avec OAK HOUSE il y a peu de chances que vous ne soyez pas satisfait, sur ce que j'ai vu et les retours que j'en ai eu.

33

Cet article est sponsorisé et je conserve ma liberté éditoriale tout en étant le seul maitre de mes propos et écrits. Si j'ai choisi de l'écrire c'est que j'ai personnellement validé ce qui est proposé par la compagnie en question, après un processus de sélection strict.

34

[zone de partage]

[zone de suggestion]

35

[zone de commentaires]

ZONE DE COMMENTAIRES

C1. [photo] [prénom masculin] [date] [reply]
J'y ai séjourné 1 mois l'année dernière, et je confirme :
-staff au top
-propre
-prix correct.
Si vous voulez y aller n'hésiter pas.

> R.C1. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> Merci beaucoup pour ton retour d'expérience [prénom C1] [émoticône clin d'œil].

C2. [image] [pseudonyme] [date] [reply]
Salut ! Merci pour ce nouvel article, très intéressent sur le logement, je suis encore jeune et je prépare mon future voyage au japon (surtout à tokyo), ces informations sont très utiles pour pouvoir passer un bon séjour dans de bonnes locations, merci beaucoup !

> R.C2. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> Content que ça te soit utile [pseudonyme C2].

C3. [prénom] image] [pseudonyme] [date] [reply]
Salut Aala, excellent article sur cette chaîne de guesthouse.
Je rajoute une petite précision depuis peu Oakhouse propose un nouveau système intitulé MEMBRE SMART. Le principe est de déposer de l'argent chez eux en échange d'une réduction sur le montant du loyer chaque mois.
Plus le dépôt est important plus la réduction sur le loyer le sera aussi..
exemple: vous déposez 100 000 YENS (713€ environ) vous recevez une réduction mensuelle de 1000 YENS (7,13€) par mois .
Cela devient intéressant si la somme déposée est importante .
Déposez 500 000Yens soit 3567€ et votre réduction sera de 5000 Yens/mois soit 35e et ainsi de suite.
La réduction mensuelle va jusqu'a 20 000Yens/mois pour les SMART MEMBERS et jusqu'à 40 000Yens/mois (285€)pour les SUPERS SMARTS MEMBERS…mais il faudra alors déposer 4.000 000Yens soit 28 540€……
Par contre ce système est exclusif au logement confort HAJIMA.

> R.C3. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> Salut Larry,
> merci beaucoup pour toutes ces précisions, c'est clair que ça peut être intéressant pour certaines personnes.

C4. [image] [pseudonyme] [date] [reply]

Bonjour,
J'ai lu attentivement ton article et j'aurais quelques questions.
Je compte partir l'année prochaine un mois au Japon en compagnie d'une amie. On comptait rester tout d'abord une semaine à Osaka puis 3 semaines sur Tokyo.
Est-ce une bonne idée?
Quel logement nous conseillerais-tu sur Tokyo?
Merci d'avance!

> R.C4. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> Bonjour,
> il n'y a pas de mauvais planning de voyage [émoticône clin d'œil] Sinon, en ce qui concerne le logement à Tokyo, regarde par ici: https://www.gaijinjapan.org/ou-dormir-a-tokyo-pour-tous-les-budgets-et-toutes-les-envies/

C5. [image] [pseudonyme] [date] [reply]
Pourrais tu me dire il faudrais réserver combien de temps à l'avance ? ^^

> C6. [image] [pseudonyme] [date] [reply] [C5]
> Salut, Il me semble que c'est lors de réservations le jours même non ?
>
> > R. C5.C6. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> > Il me semble qu'il est possible de faire une réservation à l'avance aussi.

> R.C5. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> Il faut voir cela directement avec eux [émoticône clin d'œil]

C7. [image] [pseudonyme] [date] [reply]
Bonjour,
J'ai une question concernant OAKHOUSE, lors de ma demande de logementn je suis obligé de réserver 10 JOURS avant la date de mon arrivée au Japon.
Ne puis-je tout simplement pas réserver 1 mois à l'avance ?
Je trouve ça dommage de ne pas pouvoir réserver mon logement un mois à l'avance….Merci d'avance pour vos réponse !

> R.C7. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> Bonjour,
> je te recommande de les contacter directement via le formulaire de contact sur leur site et ils te répondront.

C8. [photo] [prénom] date] [reply]
Salut,
Moi je vais réserver ma chambre sur Oak House pour dans 2 semaines.
Je cherche quelqu'un qui soit membre smart pour avoir son retour. Evidemment ça fait toujours peur de laisser ses économies à une entreprise…

> R. C8. [photo B4] [pseudonyme] [date] [reply]
> Bon séjour alors.

5.17. B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA

Date de consultation : le 12 janvier 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 8 octobre 2018.

Commentaires associés : 8 commentaires.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/comment-preparer-son-road-trip-aux-usa/

1

[ouest américain] [usa] [voyages]

Comment préparer son road trip aux USA ?

[date de publication]

2

En septembre 2017, mon chéri et moi sommes partis pour un ***road trip de 3 semaines dans l'Ouest Américain****, à travers la Californie, l'Arizona, l'Utah et le Nevada. Un road trip magique aux USA qui traverse des parcs nationaux d'exception et qui nous en a mis plein les mirettes chaque jour. Avant d'écrire quelques articles sur les différentes étapes, je tenais à faire un looooong article récapitulatif pour vous aider à* ***préparer votre futur road trip aux États-Unis****.*

[carte]

3

Quand partir pour un road trip dans l'Ouest Américain ?

Nous sommes partis en septembre, à la fin de l'été. Ce qui correspond à « une bonne période » puisque le mercure est peu redescendu du côté de Joshua Tree National Park, de la Valley of Fire et de la Death Valley. Les touristes sont un petit peu moins nombreux, mais encore bien présents ! Néanmoins, **l'Ouest Américain se visite toute l'année**. Tout dépendra de vos envies (de randonnées, notamment).

4

En été…
On évitera les grosses randonnées dans la Death Valley, la Valley of Fire ou Joshua Tree National Park sous peine de mourir de déshydratation ou d'une insolation en moins de 5 minutes. Les autres parcs sont souvent bondés. Adieux calme et solitude !

5

En hiver…

On profite des paysages féériques et des parcs recouverts d'une fine (ou épaisse) couche de neige. Les vacanciers se dorent la pilule à la plage : on peut se balader en toute sérénité et profiter des hébergements à petits prix. Le hic : certaines routes sont fermées à cause de la neige et peu de sentiers de randonnées sont ouverts. A l'inverse, les parcs désertiques comme la Death Valley permettent de faire de belles balades.

6

L'idéal : la mi-saison !

Comme dans la majorité des destinations, **la mi-saison est le meilleur moment de partir**. Au printemps, on profite des parcs en pleine floraison et à l'automne, on peut contempler les couleurs chatoyantes de Yosemite, entre autres !

7

Combien de temps faut-il pour parcourir l'Ouest Américain ?

Plus c'est long, plus c'est bon ! Et cela vous évite d'être frustré de ne rester qu'une seule et unique journée par étape (ce que nous avons fait). Évidemment, tout dépend de ce que vous voulez voir et faire. Un bon minimum de trois semaines est requis pour profiter d'un road trip dans l'Ouest Américain. Mais si vous avez trois mois devant vous… profitez-en !

8

LA – SF ou SF – LA : dans quel sens faire ce road trip ?

Nous avons opté pour un **circuit en boucle au départ de Los Angeles**, tout simplement parce que nous assistions à un mariage situé à LA début septembre. Ceci nous évitait les frais supplémentaires d'un multi-vol ou de dépôt de la voiture dans une autre ville. *(Nous avions prévu de faire la route 1 et le Big Sur.* C'était sans compter sur la météo le gros orage du printemps 2017 qui a détruit une partie de la route.)

9

Beaucoup de voyageurs semblent partir de San Francisco pour rejoindre Los Angeles. Mais en roulant vers l'est – et donc en faisant la route de LA vers SF, vous roulez en partie dos au soleil. Ce qui est moins pénible pour les yeux !

10

Si vous n'avez pas une folle envie de visiter San Francisco et Los Angeles, rien ne vous empêche d'arriver à Las Vegas ou de Salt Like City qui sont très proches des grands parcs de l'Ouest.

11

Préparer son itinéraire

Même si on n'aime pas particulièrement préparer scrupuleusement nos voyages, un road trip comme celui-ci demande un minimum de préparation. La route est longue entre les étapes et, en septembre, les campings et les hôtels sont vite pris d'assaut. Nous avons donc préparé nos étapes en amont pour réserver un maximum d'hébergements.

12

Comme d'habitude, j'ai repéré sur mon Lonely Planet les étapes qui nous plaisaient. J'ai fureté sur les blogs voyages pour avoir le plus d'informations possible sur chaque étape et les randonnées. Puis nous avons tout mis bout à bout sur Google Maps pour connaître le nombre de kilomètres et la durée pour découper notre road trip. Ce qui permet de se fixer un maximum d'heures de voiture par jour. Idéalement, nous avons essayé de ne pas faire plus de 4 h de voiture par jour (voire 6 grand max !) pour profiter de nos journées.

[carte]

13

Nous avons donc opté pour l'itinéraire suivant : Los Angeles – Joshua Tree National Park – Grand Canyon – Horseshoe Bend et Antelope Canyon – Monument Valley – Arches National Park – Bryce Canyon – Zion National Park – Valley of Fire – Las Vegas – Death Valley – Sequoia National Park – Yosemite National Park (avec un détour par Bodie) – San Francisco et retour à Los Angeles.

[image – avion en vol et itinéraire]

14

Réserver son billet d'avion

Nous avons réservé notre billet Paris – Los Angeles en mars pour septembre, soit presque **6 mois en avance, pour 600 €**. Pour réserver mes billets d'avion, je regarde systématiquement sur un comparateur de prix (peu importe lequel, nous avons tous notre favori) et je réserve ensuite (souvent directement par la compagnie, par tranquillité d'esprit).

15

[image – dessin]

Les formalités

Si vous êtes Français, Belge, Suisse ou du Luxembourg, il suffit d'un passeport valable plus de 6 mois après la date de retour et de faire une demande d'autorisation électronique de voyage ESTA [hyperlien vers le site officiel de l'état] en ligne. Cette exemption de visa permet de rester 90 jours sur le sol américain. Mais pas un jour de plus, sous peine d'avoir

quelques soucis pour y revenir ! Les Canadiens peuvent rester 6 mois et n'ont besoin que de leur passeport (ou de leur permis de conduire), les veinards !

16

Se déplacer aux USA

A moins que vous ne soyez fan de trottinette ou que vous rêviez de faire l'Ouest Américain en VTT, mieux vaut être véhiculé ! Et là, une pléthore de choix s'offre à vous : voiture, moto, camping-car, van… Tout dépendra de votre budget et de vos envies.

17

Nous avons opté pour un petit SUV pour 684 € (quelle précision !) avec Thrifty. C'était à peine plus cher d'une Toyota Corolla, mais surtout, c'est plus confortable et il y a plus de place pour les bagages. Thrifty étant en dehors de l'aéroport de LA, il faut prendre une navette gratuite. Mais vous gagnerez sur le prix de la location contrairement à une agence dans l'aéroport.

18

A savoir :
La location de voiture est interdite aux moins de 21 ans aux USA et les conducteurs de moins de 25 ans paient une taxe « jeune conducteur ».
Vous aurez besoin d'un permis international et de votre permis français pour louer et rouler aux USA.
Pour ne pas exploser votre budget « location de voiture », optez pour une carte Gold ou Premier qui permettent une assurance voiture pour 90 jours.
Les routes sont gratuites aux USA.

[dessin d'une tente et d'un soleil]

19

Où dormir pendant un road trip aux USA ?

Pour faire dodo aux USA, il y en a pour tous les budgets et toutes les envies. Nous, on aime bien mixer les hébergements. Nous avons donc passé :

Quelques nuits chez les copains (de mon chéri) à Los Angeles et San Francisco (enfin… San José). Merci les économies !
Environ sept nuits en camping : soit en « Premier arrivé, premier servi », soit en réservant
Quatre nuits en auberge de jeunesse
Trois nuits en motel
Une nuit en Airbnb (en tipi, à 45 minutes de Grand Canyon car c'était le seul hébergement abordable au moment où on a réservé)
Une nuit en Hôtel (à Las Vegas)
A savoir : le camping sauvage est interdit aux USA !

20

Comment et où manger aux USA ?

Pays hautement gastronomique, les États-Unis raviront vos papilles ! Ahem… Pas vraiment. Mais vous ne mourez pas de faim, c'est sûr ! Entre fast foods et restaurants : vous n'aurez que l'embarras du choix. Il y en a partout, même au milieu de nulle part.

21

De notre côté, pour économiser et être le plus autonome possible, nous faisions nos courses en supermarchés (Walmart, Woolworth, Trader Joe's…). Au menu : sandwich le midi et pâtes le soir préparer avec notre petit réchaud.

22

Comment visiter les Parcs nationaux ?

Je vous en parlerai en détail dans les articles dédiés à chaque parc national. Mais vous aurez le choix entre explorer les parcs en voiture par des routes classiques ou scéniques, ou bien avec vos petits petons sur les sentiers de randonnée.

23

Vous pouvez passer une journée dans chaque parc (ce que nous avons globalement fait par manque de temps) ou rester plusieurs jours pour explorer en profondeur les lieux. Je vous conseille de passer par le Visitor Center pour obtenir une carte détaillée du parc, la liste des randonnées et de précieux conseils ! On y trouve également une kyrielle d'informations sur la géologie, la faune et la flore de chaque parc.

24

Pass ou pas pass ? La question ne se pose pas si vous comptez faire plus de trois parcs nationaux ! **Pour 80 $, le Pass Annuel** vous donne accès à tous les parcs nationaux des Etats-Unis (valable un an pour une voiture et cinq personnes). Sachant que le prix d'entrée de chaque parc varie entre 20 et 30 $, le pass sera rentabilisé au bout du troisième ! Il n'est cependant pas valable pour les « State Park » comme la Valley of Fire, ou les parcs des réserves indiennes tels que Monument Valley ou Antelope Canyon.

[photo]

[Légende : Mon butin des Etats-Unis ! Certaines ramènent des fringues, moi je ramène des cartes !]

25

Quel budget pour un road trip de trois semaines dans l'Ouest Américain ?

En moyenne, il faudra compter 2 500 € par personne pour trois semaines, tout compris. Mais cela dépend bien sûr de la période, de votre mode d'hébergement, de restauration et de vos activités.

26

Nous avons personnellement dépensé 5 000 € pour deux. Nous sommes donc dans la moyenne sachant que nous avons…
été hébergés à LA et SF ;
favorisé les campings et les auberges de jeunesse tant qu'on le pouvait ;
opté pour les courses en supermarché et peu de restaurants (quoique…) ;
fait beaucoup de randonnée et ça, c'est gratuit !

27

Je ne peux pas vous faire un résumé détaillé de notre budget comme pour l'Afrique du Sud pour la simple et bonne raison que mon téléphone m'a lâché quelques semaines après le fameux road trip. J'avais stocké toutes les informations sur une application que je trouvais top. Mais j'ai tout perdu en réinitialisant mon téléphone (sans rien sauvegarder, sinon, c'est pas drôle).

28

Mais pour un petit aperçu et pour récapituler ce que j'ai dit précédemment, nous avons payé :
600 € par personne nos vols Paris – Los Angeles
684 € un SUV à diviser en deux
Entre 20 et 40 $ par nuit en camping pour deux
Entre 50 et 100 € par nuit pour les motels, hôtels et Airbnb pour deux
80 $ pour le Pass Annuel
250 $ par personne pour un vol en hélicoptère au-dessus du Grand Canyon (activité qui plombe bien le budget).

29

J'espère que cet article pourra vous aider à la préparation de votre road trip aux USA ! S'il manque des informations, je répondrai à vos questions (dans la limite des mes connaissances et de ma petite expérience)

30

Vous avez aimé cet article ou il pourra vous servir plus tard ? N'hésitez pas à l'épingler sur Pinterest !

[épingler – Pinterest]

[zone de partage]

[zone de consultation]

[ZONE DE COMMENTAIRES]

C1. [image] [pseudonyme] [hyperlien vers un blog voyage] [date]

Merci pour cet article super complet ! Comme pour beaucoup, c'est un rêve de faire ce fameux road trip dans l'Ouest Américain. Seulement entre le budget, l'organisation et surtout la durée du séjour, c'est pour l'instant assez compliqué de se projeter pour moi [émoticône souriante] Alors lire des articles comme celui-ci me motive à me pencher plus sérieusement sur la question !

> R.C1. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
> Merci pour ton commentaire Elsa! La série d'article [émoticône clin d'œil]
> J'avoue que ce n'est pas évident de ce projeter avec un tel voyage, surtout quand on est plutôt adapte du "j'achète mon billet d'avion, je loue la voiture et on verra sur place". Là, il fallait prévoir les hébergements et l'itinéraire. Et vu le nombre d'étapes et de kilomètres, ce n'est pas facile. Heureusement qu'il y a eu beaucoup de blogs voyage pour nous aider.
> On prépare actuellement notre voyage en Nouvelle-Zélande et on s'arrache un peu les cheveux. Tout coûte un rein… et il y a tellement de belles choses à voir que c'est un sacrifice de choisir un site plutôt qu'un autre.

C2. [image] [pseudonyme] [hyperlien vers une plateforme de voyage] [date]
Encore un article fantastique, clair et concis. Souhaitant retourner aux États-Unis.
Merci beaucoup

C3. [photo] [pseudonyme] [hyperlien vers un site internet inexistant] [date]
Super, merci pour tes conseils !

C4. image] [pseudonyme] [date]
Pour être honnête, je n'ai pas encore fait de road-trip aux USA, mais cela fait partie de mes projets. Mon copain a eu la chance de le faire et il n'arrête pas de vanter, c'est barbant, mdr.

> R. C4. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
> Ahah ! Le vilain ! C'est un beau road trip en tout cas! Mon mari avait déjà fait une partie de notre parcours car il a fait un stage aux USA quand il était étudiant. Mais il était content de revoir les parcs avec moi et d'en découvrir de nouveaux ! Ton chéri devrait se laisser tenter facilement

C5. [image] [pseudonyme] [date]
Tu as copié l'article de MilkWithMint, tu pourrais la citer !

> R. C5. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
> D'une part, je ne connaissais pas ce blog.
> D'une autre part, l'article (le texte) est différent ! Donc non, l'article ne copie pas le sien. Il reprend des éléments "classiques" de la préparation d'un road trip que tu peux retrouver sur plein d'articles de blog qui évoquent le sujet.
> Pour créer ma carte… Je m'étais inspirée d'autres cartes dans des tons pastel ou style aquarelle. Je suis donc désolée que la mienne ressemble beaucoup (trop) à la sienne. Ce n'était pas voulu (car je me répète, je ne connaissais pas son blog).[émoticône triste].

5.18. B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles

Date de consultation : le 28 janvier 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 18 février 2016.

Commentaires associés : 8 commentaires.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/

1

[BRUXELLES] [EUROPE] [VOYAGE]

Dans les rues de Bruxelles

[date]

[photo]

2

Pour clore mon chapitre sur mon **week-end estival à Bruxelles**, je vous emmène dans les charmantes rues de la capitale Belge. En dehors de ses fresques BD parsemées dans la ville et de ses façades art-nouveau, se balader à Bruxelles est un vrai plaisir.

3

Ainsi, au cours de notre recherche des **murales BD** et des **architectures typiques de la ville**, nous nous sommes baladées au hasard des rues. **La ville respire le calme** – tant qu'on est loin des touristes. En plein été, les restaurants et les cafés grouillent d'étrangers venus visiter la ville tout en s'amassant sur la **Grand Place**, devant **la Bourse** ou encore devant le célèbre **Manneken Pis** – qui ne m'a pas plus émerveillée que cela à vrai dire.

4

Mais j'avoue avoir été charmée par la Grand Place et son architecture imposante. Chaque bâtiment semble avoir été travaillé dans le détail, avec ses particularité. À refaire de nuit. Sans les touristes !

[photo]
[photo]
[photo]
[photo]

5

Nous avons également fait une pause au **Jardin Botanique de Bruxelles**. À l'intérieur de ce parc, on y trouve un bâtiment composé d'une grande verrière que je trouve tout simplement sublime.

6

[photo]

Et puis, au fil de notre découverte de la ville, nous avons croisé de jolies rues boisées…

7

[photo]

De jolies boîtes aux lettres targuées…

8

[photo]

De jolies églises (qui mériteraient un petit rafraichissement)…

9

[photo]

De jolis bâtiments et de jolis reflets…

[photo]

10

De jolies peintures sur les murs…

[photo]

Un marché de vêtements, d'accessoires et de bijoux vintage….

11

Les amoureuses ou amoureux de vintage trouveront leur bonheur, c'est certain. Pour en savoir plus sur les prochaines dates, vous trouverez toutes les informations sur le site du Brussels Vintage Market.

12

[photo]

Des rues pavées (et des touristes)…

[photo]

13

Des rues fleuries…

[photo]

Des ruelles bien discrètes dans lesquelles on irait bien se perdre…

[photo]

14

[photo]

Et puis on a mangé des **gaufres** au chocolat…

(Plus pour le plaisir de dire que nous avions mangé une gaufre "belge" que pour le goût qui reste "classique".)

[photo]

Et des **frites belges** bien-sûr ! Probablement les meilleures que j'ai mangé de toute ma vie. Elles ont vraiment un goût bien particulier.

[photo]

15

Ce que j'ai le moins aimé à Bruxelles…
J'ai franchement été déçue par la nourriture et le service. Certes, les frites sont succulentes. Mais on ne peut pas dire que la gastronomie belge soit au top. Quant au service… je n'en parle même pas. Même dans les quartiers peu touristiques, les serveurs laissent à désirer et sont peu aimables. Mais ce n'est que mon expérience…

16

Mon seul "coup de cœur" gastronomique fût le restaurant Restaurant asiatique Singha *: copieux et délicieux !*
Adresse : *Singha Resto, Rue des Eperonniers 52, 1000 Bruxelles*

ZONE DES COMMENTAIRES

C1. [photo] [pseudonyme] [hyperlien vers un blog voyage et lifestyle] [date] [heure]
Bruxelles, c est super comme ville pas loin de chez moi. J'y retourne en avril dans le cadre du salon des blogueurs de voyage donc hâte d'y retourner.
Je suis d'accord la nourriture belge n'est pas réputée pour être bonne mais les frites, les

gaufres, la bière et le chocolat c'est déjà pas mal !
J'espère avoir des photos aussi jolies que les tiennes la prochaine fois [émoticône souriante].

R.C1. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
Ah oui, j'ai vu qu'il y avait le Salon des Blogueurs Voyageurs… Mais je ne pourrais pas y être. Snif ! J'aimerais bien pourtant.
C'est vrai que si au moins on peut manger des bonnes frites et des gaufres, de goinfrer de chocolat… c'est déjà bien ! (et boire beaucoup de bière pour ceux qui aiment la bière).
Profite bien en tout cas du salon!!!!!

C2. [image] [pseudonyme] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [heure]
Super article comme d'habitude! Cette destination est sur la liste 2016!

R.C2. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
Merci [émoticône souriante]

C3. [image] [nom d'un blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [heure]
Très belle promenade dans les rues de Bruxelles avec un magnifique ciel bleu :). Nous allons souvent à Bruxelles, habitants à Lille ça aide, mais nous ne connaissons pas encore le jardin botanique ça sera pour la prochaine fois.

R.C3. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
En effet, de Lille, c'est vraiment "à côté". Je ne suis toujours pas allée à Lille pour ma part… Pourtant, j'ai une amie qui y vit… Honte à moi.

C4 [photo] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [heure]
J'adore Bruxelles. C'est une ville dans laquelle j'ai la chance de me rendre de temps à autre. Habitant dans le nord de la France je peux m'y rendre facilement. C'est une très belle ville avec beaucoup de chose à voir et à faire. Je dois y retourner prochainement car je ne me suis jamais rendu à l'Atomium ! Il parait que c'est à voir ! Jolies photos.

R.C4. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
J'espère bien y retourner bientôt voir mon amie ! J'aime beaucoup Bruxelles et il y a encore tant à découvrir [émoticône souriante].

5.19. B5 – A3 – Section [Ouest américain – USA – Voyages] – Grand-Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose

Date de consultation : 18 février 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 1 août 2019.

Commentaires associés : 0 commentaire.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/grand-canyon/

1

Grand Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose

difficile de faire un road trip dans l'Ouest américain sans passer par la case « Grand Canyon » ! Ce parc national, d'une superficie de 4 531 km2, attise la curiosité des voyageurs. Ici, l'immensité des paysages dépasse tout ce que l'on peut imaginer. Le Colorado, qui prend naissance au cœur des Rocheuses, a creusé son nid au fond de ses gorges sublimes, larges de plusieurs kilomètres. Du quoi donner envie de plonger dans le méandre de ce parc envoûtant !

2

[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]

Première rencontre orageuse au crépuscule
Il est à peine 16h lorsque nous atteignons **la rive sud du Grand Canyon** depuis Joshua Tree National Park. Nous décidons de faire un tour au Centre d'Information [hyperlien vers le centre d'information officiel du parc] pour récolter un plan du parc et des informations sur les randonnées à faire. Le monsieur avec qui nous discutons nous suggère de profiter du coucher du soleil au bord des gorges et nous conseille une randonnée pour le lendemain : pas trop facile mais pas trop difficile non plus ! Avec la chaleur écrasante de septembre, il est préférable de commencer sa randonnée au lever du soleil et de la terminer vers 10h !

[photo] [photo] [photo] [hyperlien vers Pinterest]

3

Nous partons donc allègrement flâner sur le « Rim Trail » en prenant une claque ! Enfin… moi surtout. L'homme est déjà venu ici quelques années plus tôt. Je suis ébahie face à ces paysages vertigineux qui se profilent sous mes yeux. On a beau avoir vu des dizaines

d'images de ce canyon, sa beauté et son immensité demeure saisissante. Percés par quelques éclairs, les nuages qui nous entourent camouflent le soleil.

4

La pluie arrive, mais ne nous empêche pas de trouver un coin calme pour contempler ce panorama incroyable. Les autres touristes sont vite oubliés et la sérénité de la nature s'immisce dans mon esprit. Pendant ce temps, le soleil joue à cache-cache derrière les montagnes. Il est grand temps pour nous de regagner notre voiture et notre hébergement !

[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]

5

Le Grand Canyon au fil de nos pas (et de notre sueur)
Lever à 5 h du matin ! Il est fait encore nuit et le sommeil fut loin d'être réparateur. Je m'extirpe tant bien que mal de mon sac de couchage pour m'habiller chaudement. Car oui, il fait plutôt frais le matin au Grand Canyon ! Il nous faudra 45 minutes pour rejoindre le parc et prendre la navette qui nous mènera au départ de notre itinéraire : **South Kaibab Trailhead**.

6

Avant de quitter le bus, le chauffeur demande à tout le monde jusqu'où nous comptons aller et combien de litres d'eau nous transportons. En été, on ne badine pas avec la chaleur qui peut être mortelle !

7
Notre objectif de la matinée est de rejoindre Skeleton Point et nous partons avec plus de 2 litres par personne. Contrairement à la majorité des randonnées classiques, il faut descendre, puis remonter. Logique dans un sens : nous sommes dans des gorges. Nous voilà donc partis pour une randonnée 4 à 6 h (nous en mettrons à peine plus de 4) et un dénivelé de 620 m. Un circuit plutôt facile selon moi (mais considéré comme moyennement difficile sur le papier).

[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]

8
La descente se fait en douceur, accompagnée de la fraîcheur matinale, quasi en file indienne tant il y a de touristes. N'oublions pas que nous sommes dans l'un des parcs nationaux les plus célèbres des Etats-Unis !

9

Ce qui ne nous empêche pas de profiter de la beauté des paysages en avançant à notre rythme. La remontée est un peu plus ardue au fur et à mesure que le mercure grimpe en milieu de matinée. Nous croisons des individus partis sans sac à dos, avec une toute petite bouteille de 50 cl. Moi qui boit un litre par heure – et j'exagère à peine – je me demande comment ils font. Peut-être étaient-ils des dromadaires dans une autre vie…

[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]

10

Les autres randonnées
Une ribambelle de randonnée est possible depuis le South Kaibab Trail, le North Kaibab Trail et le Bright Angel Trail. Vous n'aurez que l'embarras du choix ! Les plus courtes durent 1 à 2 h et les plus longues jusqu'à 4 jours. Toutes sont classées par difficulté en fonction de la durée et du dénivelé. Si c'était à refaire, je prévoirai de traverser le Grand Canyon du Nord au Sud (ou l'inverse) en autonomie. Ce doit être une expérience magique !

11

Survoler le Grand Canyon en Hélicoptère : un rêve éveillé
Lorsque nous étions à Los Angeles, une connaissance nous a dit : *"Si vous n'avez pas le Grand Canyon en hélicoptère, vous n'avez pas fait le Grand Canyon!"*. Cette phrase anodine et légèrement prétentieuse marque tout de même un point : **un survol du Grand Canyon en hélicoptère** permet réellement de se rendre compte de la taille des gorges et de sa profondeur.

12

Cette excursion fut le fruit d'une grande réflexion. Clairement, je n'avais pas les moyens de me payer cette activité. En effet, un petit vol de 45 minutes vous coûtera environ 250 US$ par personne (tarif en septembre 2017). Les prix varient selon la compagnie choisie et la période. Je remercie donc du fond du coeur la "Fondation Mon chéri" qui a gentiment financé ce vol inoubliable ! Je vous conseille de réserver au minimum la veille pour le lendemain pour être sûr d'avoir de la place et un créneau qui vous convient. Par chance, nous avons réservé un peu avant midi pour un vol 2h plus tard en plein mois de septembre.

13

Et le vol alors, on en parle ? C'est probablement **l'un de mes plus beaux souvenirs de ce road trip dan l'Ouest Américain** ! Entre l'excitation d'un vol en hélicoptère – *c'était ma première fois* -, les papillons dans le ventre lorsque j'ai aperçu la profondeur du canyon depuis le ciel et ce paysage qui s'enfonce jusqu'à l'horizon, les larmes sont vite venues me chatouiller les yeux. Difficile de décrire avec justesse la beauté de cette oeuvre de Dame Nature !

[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]

14

Informations pratiques
Comment circuler dans le parc (depuis South Rim)

Que vous arrivez de Joshua Tree National Park / Los Angeles ou de Page / Monument Valley, vous devrez rejoindre le Visitor Center du South Rim pour prendre quelques informations. Depuis le parking, vous pourrez rejoindre à Pied le Rim Trail ou emprunter l'une des trois navettes qui circulent dans le parc. Pour vous repérer, n'hésitez pas à prendre un plan au Visitor Center. Sinon, tout est très bien indiqué ! *(Et sinon, les écureuils sont toujours là pour vous guider sur la route !)*

[photo] [hyperlien vers Pinterest]

15

Où dormir près de Grand Canyon (sans se ruiner!)

Le Grand Canyon étant le second parc national le plus visité des Etats-Unis, plus tôt vous réserverez votre hébergement, plus vous aurez un bon prix (et de la disponibilité !). Nous avons réservé nos hébergements 3 ou 4 mois avant de partir… et c'était déjà trop tard. Le camping du South Rim [hyperlien vers un le site officiel du parc national] était déjà complet.

16

Les hôtels à proximité également. Il ne restait plus que quelques motels douteux… Nous avons donc décidé de nous rabattre sur un tipi déniché sur AirBnb [hyperlien vers AirBnB], situé à 45 minutes du Visitor Center du Grand Canyon. Sur le papier, le site paraissait plutôt sympa : un tipi, un lieu écolo avec panneaux solaires et ambiance hippie. Mais, en toute honnêteté, nous avons plutôt mal dormi entre le matelas et le froid. (Je vous donne toutefois le lien au cas où il y aurait des intéressés).

17

Tarifs
Il faut compter 35 US$ pour un véhicule et ses passages (que vous soyez 1 ou 4, le prix reste le même). Si vous faites un road trip dans l'Ouest Américain, je vous conseille vivement d'opter pour le Pass America The Beautiful qui coûte 80 US$, mais qui est rentable dès le 3e parc visité et valable durant un an.

18

Vous avez aimé cet article ? N'hésitez pas à le partager sur les réseaux sociaux ou Pinterest !

5.20. B5 – A4 – Section [Afrique du Sud - Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland

Date de consultation : 18 février 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 17 juillet 2017.

Commentaires associés : 6 commentaires.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/petite-escapade-au-swaziland/

1

{Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland

[photo] [hyperlien vers Pinterest]

Pour rejoindre le parc Kruger depuis Hluhluwe, nous nous sommes arrêtés deux petites journées au ***royaume du Swaziland****. Niché entre l'Afrique du Sud et le Mozambique, ce tout petit pays est le plus pauvre du continent et le plus touché par le Sida. Triste sort pour ce joli pays…*

2

Le passage à la frontière se fait en un clin d'oeil. Un tampon sur le passeport et un coup d'œil sur notre autorisation de sortir notre voiture de location du territoire sud africain suffiront pour nous laisser entrer. Contrairement au Lesotho, le pays est relativement plat. On file en direction de **l'Ezulwini Valley** pour poser notre toile de tente au Lidwala Backpacker Lodge [hyperlien vers un site de réservation]. L'endroit est plutôt mignon. On y trouve un grand jardin et une petite piscine avez jaccuzi (qui ne fonctionne pas, mais passons). L'auberge a aussi des chambres et des dortoirs. Top pour les petits budgets !

3

Découvrir le peuple Swazi brièvement
L'après-midi, nous décidons d'aller découvrir le **Swazi Cultural Village**. Vous savez, ce genre d'endroit où les locaux se déguisent pour vous montrer leur tradition. Je ne suis pas fan de ce type d'endroit que l'on visite comme un zoo. Mais ici, pas d'acteurs qui jouent un rôle. Pas de mascarade. **Les guides portent la tenue traditionnelle et ne sont là que pour présenter les différentes habitations tout en nous parlant des traditions du peuple Swazi.** Il s'agit d'une reconstitution, point ! Très peu de Swazis vivent encore dans ces huttes traditionnelles, leur préférant une maison en dur.

4

La visite se termine par un spectacle de jeunes Swazi qui chantent et qui dansent la sibhaca. De quoi filer des complexes à n'importe qui vu la souplesse des jeunes danseuses. Si vous passez par-là, je vous conseille une petite visite. *On est loin des femmes girafes de la Thaïlande qui s'exhibent pour gagner leur vie.* Vous ne verrez personne dans ce village, à part les guides et les danseurs, et vous apprendrez tout un tas de choses sur ce petit pays et ses traditions.

[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]

5

Observer la faune et la flore à cheval
Le lendemain matin, nous avions prévu une petite **excursion à cheval dans le Mlilwane Wildlife Sanctuary**accompagné d'un guide. Malheureusement pour nous, la météo avait décidé de faire un petit caprice ce jour-là. Premier jour de pluie du voyage ! Malgré tout, le brouillard nous a offert des couleurs mélancoliques et une lumière envoûtante.

6

Contrairement au safari en voiture, **le cheval nous a permis de nous faufiler dans la nature et de passer à côté des zèbres et des antilopes presque incognito.** Vous comprendrez mieux pourquoi j'ai été un peu déçue de n'avoir vu que peu d'animaux lors de ma randonnée pédestre au parc Kruger.

7

Après notre balade, nous somme repassés par notre auberge pour récupérer la toile de tente trempée et prendre une douche avant de repartir vers le parc Kruger.

[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]
[photo] [hyperlien vers Pinterest]

8

Le Swaziland : un tout petit pays et mille trésors

Le Swaziland compte quelques parcs naturels et Game Reserve où vous pourrez faire soit des randonnées, soit des safaris (de luxe). On peut également y faire du rafting ou du VTT, visiter des boutiques d'artisanats ou assister à la fête de l'Umhlanga, la danse des roseaux, qui se déroule fin août – début septembre.

9

Cette célébration est en réalité très controversée dans le monde. En effet, des millieurs de jeunes vierges du pays viennent danser, seins nus, pour le roi. Polygame, il choisit alors une nouvelle femme qui rejoindra les 14 autres. Hum hum…

ZONE DE COMMENTAIRES

C1. [image] [nom de site internet] [hyperlien vers le site d'un voyagiste] [date] [heure]
j'adore les photos merci , beaucoup d'inspiration

C2. [image] [prénom] [date] [heure]
Merci beaucoup pour ce partage, ça à l'air top!! J'ai une petite question car je prépare ma visite au Swaziland.Faut-il simplement se présenter au village ou faut il booker une "excursion/visite" ? À quelle heure penses-tu que je dois m'y rendre pour pouvoir visiter le village puis après assister aux chants et aux danses de 11h15 ? il y a surement des horaires où les visites commencent mais je ne trouve aucunes infos.
Je te remercie d'avance,
Lola

R.C2. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
Pour le village, pas de besoin de réserver (en tout cas pas besoin en 2016). Pour l'heure de visite, tu peux soit visiter avant ou après. Mais je ne me souviens plus du tout des horaires… Je crois qu'on avait vu tout ça sur le Lonely Planet qui avait toutes les infos. La visite est guidée, donc il y a des horaires (souvent, juste avant le spectacle). Bon voyage !

C3. [image] [prénom] [date] [heure]

Bonjour,
Votre site est génial! Plein d'infos pour mon projet de voyage en Afrique du Sud !!
J'ai fait une ébauche d'itinéraire pour la partie du Kruger, est ce possible pour vous d'y jeter un œil?
J'ai l'habitude de faire tous mes voyages seules mais l'Afrique du Sud me parait plus compliquée
Voyage pour deux personnes
Départ 1 er octobre
Arrivée le mercredi 2 octobre au matin 8h30
Récupération de la voiture
Route jusqu'à Graskop loger sur place ? Ou au Blyde resort ?
Aurais-je le temps d'aller éventuellement voir un point de vue genre Pinnacle Rock, Si cela vaut la peine évidemment ou alors God's Windows ?
Mercredi 3
Blyde canyon :
Est-il Possible de faire une randonné (Léopard trail), voir god's Windows (si pas fait le jour avant) – cascade de Lisbonne et Berlin – les bourkes luck patholes – lowveld vieux – three rondavel et tout ça en une journée ?
Retour logement Blyde canyon ou Graskop?
Jeudi 4
Départ Kruger Park quels logements pour 4 nuits ? Préférence pour un de ceux-ci, en faire plusieurs ?
Satara
lower sabie

olifant
Berg en dal
Mopani
Letaba
Orpen
Crocodile bridge
Ou les Camps de brousse :
Biyamiti
Shimuwîni
Sirheni
Roodewal bush Lodge
Est-il bien de dormir dans les tentes aménagées ? et essayer une nuit en Lodge ? (y en a-t-il à des prix accessibles car je n'ai rien vu en dessous de 400 eurosJ) J'ai vu qu'on pouvait dormir dans des caches, est-ce bien ?
Durant les 4 jours j'aimerai faire un safari avec guide tôt le matin, un au coucher du soleil, un pendant la nuit, on réserve tout ça via Sanpark ou autre ?
J'aimerai faire un safari pédestre aussi dans le Kruger ou ailleurs, vous connaissez un truc sympa ? Vous avez déjà fait un trail avec une nuit sous tente en pleine nature ?
J'ai vu aussi qu'il y avait une activité VTT à partir du camp olifant, est-elle chouette ?
Que penser vous de la réserve sabie sand est-elle abordable ?
Que pensez-vous des Sleepout?
Mardi 8
Départ pour le Swaziland, parc Mkhaya pour un séjour de 24h avec un pack comprenant la nuit les repas et divers safaris séjour de 16h00 à 16h00 connaissez-vous ? Est-ce bien ?
Mercredi 9
Prendre la route vers 16h pour l'aéroport pour aller rendre la voiture et passer la nuit sur Johannesburg pour prendre un vol interne tôt dans la matinée destination le Cap
Qu'en pensez vous?
Merci [émoticône clin d'œil]

C4. [image] [prénom] [date] [heure]
Sincèrement, j'ai aussi eu l'occasion de faire cette petite escapade. Au début, j'avais un peu peur et j'ignore vraiment pourquoi. Finalement, j'en suis ressortie toute émerveillée, j'avais pris un petit guide perso.

R.C4. [logo B5] [prénom – nom du blog B5] [date]
C'est un joli pays ! J'aurai aimé y passer plus de temps pour rencontrer
des locaux et comprendre leur culture.

5.21. B6 – A1 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Visiter Portsmouth en famille

Date de consultation : Consulté le 25 février 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 9 février 2020.

Commentaires associés : 8 commentaire.

Source : https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/

1

[photo]

Visiter Portsmouth en famille

9 février 2020 / Citytrip, Voyages avec enfants

2

Voici un petit guide qui vous permettra d'organiser votre programme pour **un, deux ou trois jours en famille à Portsmouth.** C'est une destination idéale pour un grand week-end à l'anglaise. Comme vous le savez, nous habitons juste à côté donc nous y allons régulièrement. Ainsi, nous avons fait le tour des visites possibles donc j'aimerais partager avec vous une liste des lieux que nous avons préférés ainsi que quelques conseils pratiques pour bien profiter de **Portsmouth avec les enfants :**

3

Visiter le Portsmouth Historic Dockyard :

C'est clairement l'endroit le plus visité de Portsmouth et c'est parfait pour les enfants ! Le **Historic Dockyard** c'est beaucoup de bateaux à découvrir : il y aurait même de quoi y passer plusieurs jours ! Les billets ne sont pas donnés mais il y a tant à voir que ça vaut le coup. Voici, dans notre ordre de préférence, les visites à mettre sur votre programme :

4

La bateau de l'Amiral Nelson : Le HMS Victory. C'est le plus beau bateau et le plus intéressant ! Nous l'avons visité plusieurs fois et nous ne nous en lassons pas. Pour les enfants, cela permet de bien s'imprégner de la bataille de Trafalgar (1805), la plus grande bataille navale de l'Histoire ! Les Anglais l'ont gagnée contre la France et l'Espagne. C'était donc une grosse défaite pour l'armée de Napoléon Bonaparte. Pour les Anglais, cette bataille correspond aussi à la mort de leur héros national puisque l'Amiral Nelson y a perdu la vie. Dans le navire (incroyablement bien entretenu), on voit les lieux où dormaient les marins, on voit les armes, les cordages, l'ancre, les cuisines, les appartements du commandant, l'infirmerie et l'endroit exact où est mort Nelson. Le bateau est superbe ! Un incontournable !

5

A noter que l'audioguide est excellent et qu'il y a une version pour les enfants. Pour la petite histoire, quand j'étais ado, en voyage linguistique dans la banlieue de Londres, j'ai pris un bus dans le mauvais sens, pensant aller dans le centre de Londres mais à la place je suis arrivée à Portsmouth ! J'avais 15 ans ! Mon premier gros stress de voyageuse alors inexpérimentée ! Heureusement, le chauffeur du bus, un papa adorable et gentil (je suis bien tombée !) a téléphoné à l'organisme avec lequel j'étais partie et s'est engagé à me ramener à mon point de départ sur son trajet du retour. Par contre, comme il avait une longue pause à Portsmouth, il m'a fait visiter le **HMS Victory** ! Ce bateau est donc très particulier pour moi…

[photo]

[photo]

6

Le bateau de la Reine Victoria : Le HMS Warrior 1860. Il est très intéressant de monter à bord de ce bateau juste après la visite du HMS Victory pour voir l'évolution des intérieurs et de la technologie en un peu plus de 50 ans. Généralement, comme nous sommes un peu fatigués par la longue visite du bateau précédent, nous traversons rapidement celui-ci, juste pour nous imprégner du style différent. Pas d'audioguide mais des personnes déguisées prêtes à vous renseigner (en anglais) si vous avez des questions.

7

[photo]

[photo]

[photo]

Un sous-marin de la Seconde Guerre Mondiale : le HMS Alliance. Pour se rendre vers ce sous-marin, vous prendrez un bateau pendant quelques minutes pour rejoindre la rive en face du Dockyard. Les enfants ont aimé visiter l'intérieur de ce sous-marin. C'est chouette et intéressant mais si vous êtes un fan de sous-marins, je préfère prévenir que ce n'est pas aussi impressionnant que Le Redoutable à Cherbourg. En même temps, ce n'est pas la même époque… Dans la partie musée, on peut découvrir un autre sous-marin plus petit et plus ancien ainsi que toute l'histoire des sous-marins de la Royal Navy.

8

[photo]

[photo]

La balade en bateau dans le port de Portsmouth : votre ticket d'entrée vous donne aussi la possibilité de faire un petit tour en bateau moteur pour longer le Dockyard depuis la mer. Cela donne un autre point de vue. Je trouve que ça vaut le coup si les porte-avions sont là car c'est

le seul moyen de les voir, sinon, ce n'est pas incontournable. Cela dit, s'il fait beau, un petit tour en mer peut être agréable.

9

Autres attractions dans le Dockyard : un musée de la marine, un bateau de la première guerre mondiale (le HMS M33) et un musée des explosifs (Explosion Museum). Pas mes parties préférées. A faire uniquement selon vos centres d'intérêt.
[photo]

10
L'épave du Mary Rose : c'est beau et j'adore les épaves ! Mais attention : cette visite ne fait pas partie du billet d'entrée ! Depuis quelques années, il faut payer un supplément conséquent et c'est bien dommage ! Aussi, je trouve que cette visite est plus adaptée aux adultes qu'aux enfants. Enfin ce n'est pas aussi impressionnant que **l'épave du Vasa** que nous avions visitée lors de notre week-end à Stockholm. Après tous ces bémols, faites votre choix. Si vous avez le budget et que vous êtes passionnés d'épaves alors ça vaut le coup. Le **Mary Rose** est un bateau de l'époque des Tudors (16iè siècle) et il a été repêché au large de Portsmouth aux débuts des années 80. Le Prince Charles a participé à l'expédition.

[photo]

11

Juste en dehors du Dockyard, vous pouvez admirer (gratuitement) l'extérieur du **HMS Warrior** dont j'ai parlé plus haut. Peut-être vous le demanderez-vous : que veut dire **HMS** ? **Her Majesty's Ship !**
[photo]

[photo]

12

Informations pratiques pour visiter le Portsmouth Historic Dockyard :

Achat des billets pour le Historic Dockyard : surtout achetez vos billets en ligne car c'est généralement 20% moins cher. Le billet famille pour toutes les attractions (sauf le Mary Rose) coûte 68£ sur le site officiel versus 85£ sur place. Ce n'est pas donné mais vous pouvez largement y passer la journée. Aussi, les billets sont valables un an. Ce n'est pas forcément un plus pour les touristes mais cela peut vous permettre de faire deux demi-journées plutôt qu'une journée entière car c'est assez épuisant. Et si vous êtes fan et que vous voulez tout voir, vous pourrez consacrer deux jours entiers au Dockyard. Il existe aussi un billet famille pour une seule attraction au choix mais c'est déjà 49,50£.

13

Billets pour le Mary Rose : c'est aussi sur leur site officiel que c'est le moins cher : 30.80£ pour une famille.
Déjeuner : plusieurs options… Vous pouvez emmener vos sandwichs ; vous pouvez sortir sur Dockyard et aller manger dans un pub puis revenir ; ou enfin, pour gagner du temps vous

pouvez manger sur le site dans la grande cafet' principale (cadre sympa) ou au Boat House 4. Pas de la grande cuisine mais c'est correct.

14

Parking : le plus proche et le plus pratique est le parking du Historic Dockyard. Prévoir un budget de 5£ pour 4 heures jusqu'à 9£ pour 8 heures. Le dimanche vous pouvez trouver des places gratuites dans la rue mais il y en a très peu…

15

Balade en bord de mer de Southsea à Old Portsmouth :

Southsea côté mer c'est le quartier chic de Portsmouth. J'aime particulièrement la balade qui a été aménagée au bord de l'eau. Je trouve cette promenade plus agréable que celle pourtant plus célèbre de Brighton (à Brighton il y a du potentiel mais il faudrait la renover !). Je vous conseille de démarrer au niveau de **South Parade Pier** pour apprecier le style anglais de l'époque.

16

[photo]

[photo]

A marée haute, on peut se faire arroser !

[photo]

Puis vous marcherez d'est en ouest, en direction de **Old Portsmouth**. En chemin, vous pouvez vous arrêter dans la tour de garde de l'époque des Tudors (**Southsea castle**). Il n'y a pas grand-chose à l'intérieur mais cela se visite et c'est gratuit donc cela coupe un peu la balade.

17

[photo]

Vous croiserez ensuite le musée du débarquement dont je vous parle un peu plus bas. Plus loin, vous atteindrez le **Clarence Pier** : ce type de Pier aménagé avec des machines à sous, des petits manèges, des marchands de glace, etc…. c'est typiquement anglais. Il y en a dans toutes les stations balnéaires et donc c'est à voir au moins une fois (personnellement je déteste !). Les petits anglais semblent apprécier…

Non loin vous verrez sans doute **l'hovercraft** arriver ou repartir vers **Isle of Wight** : c'est impressionnant de le voir « voler » sur l'eau !

18

[photo]

A partir du Clarence Pier, la balade aménagée s'appelle la **Millennium promenade** et vous conduira jusqu'au quartier de **Old Portsmouth**…

[photo]

Jusqu'à la pointe…

19

[photo]

[photo]

The D-Day Museum

Ce musée n'est évidemment pas drôle mais il est très didactique, interactif et très bien conçu. C'est parfait si vos enfants ont la Seconde Guerre Mondiale à leur programme d'Histoire. La scénographie est très réussie. La visite est émouvante et présente de nombreux détails qui attirent l'attention des enfants : objets des soldats, tenues, armes, films…etc. Aussi bien Ticoeur que Titpuce ont été intéressés par cette visite. L'audio-guide est disponible en français. Ticket famille pour le musée : 22,50£ sur leur site.
20
Dans une deuxième partie du musée vous pourrez admirer une très belle fresque géante tout en textile qui relate le débarquement en Normandie (l'accès à cette partie est gratuite et cela vaut le coup).
[photo]

21

Le monument de Portsmouth : la Spinnaker tower

Cette tour de 170 mètres de haut est le symbole de la ville. Elle a été construite en 2005 et elle rappelle la forme d'un voilier. Il est possible de monter au sommet mais nous n'avons pas été tentés car la ville de Portsmouth étant constituée de bâtiments bas on pense que ce n'est pas impressionnant. Mais bon, si vous aimez prendre de la hauteur et regarder la mer au loin en direction de Isle of Wight pourquoi pas !

22

Sans aller bien loin, vous pourrez prendre de belles photos du Spinnaker à quelques mètres du Historic Dockyard, ou lors de votre balade en bateau ou depuis la pointe de Old Portsmouth. Bref, vous ne pourrez pas la manquer quelque soit votre programme !

[photo]

23

Au pied de la **Spinnaker tower** vous trouverez **Gunwharf Quays**, un ensemble de magasins d'usine. Personnellement je ne suis pas fan de shopping mais si vous avez envie de faire

quelques achats c'est l'occasion. Je trouve que ce sont les boutiques Nike, Addidas et Ralph Lauren qui ont les meilleures offres… Et pourquoi pas un petit tour dans la boutique Lindt ? Eviter les restaurants de Gunwharf Quays : des chaînes pas terribles !

24

Récemment, nous avons eu un beau coucher de soleil de loin, en direction de Portsmouth et de sa Spinnaker Tower :

[photo]

25

Juste en dehors de Portsmouth : Porchester Castle

Pour ceux qui restent un peu plus longtemps et qui ont une voiture, vous pouvez aller voir les ruines du **Porchester Castle** à 5km de Portsmouth. C'est un fort de l'époque romaine (IIIiè siècle). L'endroit est agréable quand il fait grand soleil (vous pouvez y pique-niquer) et les ruines à l'anglaise ont toujours du charme. (Billet famille : 18,50£ ou gratuit avec la carte English Heritage).

26

[photo]

[photo]

Construire votre programme pour Portsmouth :

Voici quelques suggestions selon la durée de votre séjour :
1 jour à Portsmouth : le HMS Victory, le HMS 1860 – pause déjeuner puis une balade à Southsea
2 jours à Portsmouth : le HMS Victory, le HMS 1860 – pause déjeuner puis le sous-marin et une attraction du Dockyard. Le 2iè jour : grande balade de Southsea à Old Portsmouth avec une pause au D-Day Museum à mi-chemin.
3 jours à Portsmouth : je dirais de consacrer une journée au Historic Dockyard puis partir une journée sur Isle of Wight et passer la 3iè journée à Southsea avec visite du D-Day museum. A la place de l'excursion sur Isle of Wight vous pouvez retourner passer encore une demi-journée au Historic Dockyard et l'autre demi-journée au Porchester Castle.

Évidemment vous modulez selon vos envies : vous pouvez passer encore plus du temps au Dockyard, visiter le Mary Rose, faire du shopping, etc…

27

Nos bonnes adresses à Portsmouth :

The Canteen : pour un petit encas dans Old Portsmouth sur la Millennium Promenade
Southsea Coffee Co : un petit café typique anglais avec une cuisine saine dans un cadre agréable à Southsea.

[photo]

28

The Briny : un bon fish and chips version un peu chic (donc un peu cher) mais c'est bon et l'emplacement en bord de mer à Southsea est un avantage.
Becketts : pour découvrir le bon côté de la gastronomie anglaise (pour le dîner).
Hôtel : j'ai demandé autour de moi car nous forcément nous dormons chez nous ;-). Une adresse recommandée : Accudo House [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com / vers la possibilité de réserver cette hôtel] (chambre famille avec cuisine) et le B&B. Si votre hébergement vous propose une place de parking c'est un plus car se garer est toujours un budget en Angleterre !

29

Comment se rendre à Portsmouth depuis la France ?

Voici quelques options :
Ferry direct vers Portsmouth depuis Cherbourg, Caen, Le Havre ou Saint Malo.
Par l'Eurotunnel : Portsmouth est situé à 2h20 en voiture de Douvres
En avion : l'aéroport de Southampton est situé à 30 minutes de Portsmouth

30

***
J'espère que cet article vous aura donné des idées pour venir visiter Portsmouth avec les enfants. Une ville pour les amoureux de bateaux et d'Histoire. Il y a clairement de quoi y passer deux ou trois jours bien occupés ! Pourquoi pas en profiter pour venir nous rencontrer à cette occasion ? Si nous sommes disponibles, nous serons ravis de vous accueillir dans notre village pour un thé !

Alors ? Tentés par une visite de Portsmouth en famille ?

[zone de partage] [Facebook] [Twitter] [Pinterest] [Courriel]

[zone de suggestion d'articles]

[zone d'étiquettes thématiques]

[zone de commentaires]

5.22. B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand

Date de consultation : le 13 mars 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 16 août 2017.

Commentaires associés : 1 commentaire.

Source : https://www.mamanvoyage.com/tag/belgique/

1

[en-tête du blog]

[photos défilantes / section de suggestion de posts]

[photo]

Récit d'une belle journée improvisée à Gand

16 août 2017 / [Citytrip] [Voyages avec enfants]

2

Pour le pont du 15 août, nous sommes partis rendre visite à nos amis belges à Bruxelles. C'est toujours un plaisir de les retrouver et c'est toujours l'occasion de continuer d'explorer la Belgique en suivant juste une envie, une idée, une inspiration. C'est ainsi que lundi au petit-déjeuner, dans un salon baigné de soleil on lance l'idée : **« Et si on allait à Gand ? »**. Et c'était parti ! **Première fois à Gand** pour nous car nos dernières escapades en Belgique nous avons mené du côté de Waterloo, de Bruges et d'Anvers, sans compter les nombres fois où nous sommes juste restés à Bruxelles car nous l'aimons vraiment bien cette Capitale !

3

Bref, nous voilà sur l'autoroute en direction de Gand et hélas nous ne sommes pas seuls car c'est aussi la route pour Ostende sur la côte donc avec la météo de rêve tout le monde a dû vouloir aller à la mer. Mais bon, nous avons mis 1h15 au lieu de 45 minutes – ce n'est pas bien grave : nous avons eu le temps de raconter l'Illiade et l'Odyssée à Ticoeur et Titpuce qui ont été captivés (ou endormis ;-)).

4

Enfin, nous voilà à **Gand** où nous posons la voiture en plein centre dans le parking près de l'église Saint-Michel et nous démarrons notre balade, admiratifs de toute l'architecture et des nombreux bâtiments historiques de la ville.

[photo]

5

La vue depuis le pont Saint-Michel est très belle. Dès les premiers pas nous sommes sous le charme. Les quais (Graslei), les rues pavées, la Cathédrale Saint-Bavon, le Château, le Beffroi, l'église Saint-Nicolas, l'ancienne Poste…

[photo]

6

Et on continue la balade…

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

7

En quelques mètres, quelle densité de monuments ! Tout en marchant, nos amis ont essayé d'apprendre quelques mots de flamand aux enfants. Il faut dire que ça ressemble un peu à l'allemand donc ils ont un petit avantage. A l'heure du déjeuner nous nous sommes posés à la terrasse du Café 't Galgenhuis et nous avons pris des frites à emporter au stand juste à côté : elles étaient parfaites, avec une petite sauce andalouse. Rien de bien diététique mais on avait fait la promesse des frites belges à Ticoeur et Titpuce. Pour le dessert, juste devant la Cathédrale, il y a un camion qui vend de très bonnes glaces maison.

8

Ce que nous avons préféré à Gand ? Les berges de la Lys, bordées de très belles maisons, un peu comme à Bruges mais ici tout est plus coloré et plus vivant. On a moins l'impression d'être dans une ville-musée et c'est pour ça que nous avons tant aimé notre escapade à Gand ! La prochaine fois nous opterons pour la balade en bateau, sans oublier les chapeaux !

[photo]

[photo]

[photo]

9

Il faisait trop beau pour aller dans les musées donc nous avons juste flâné et profité de l'agréable atmosphère à Gand. A refaire, surtout que de Paris ce n'est qu'à trois heures de voiture !

10

Pour plus d'informations sur Gand, je vous propose d'aller lire : 20 choses à faire à Gand [hyperlien vers un blog voyage] selon *Chocoladdict* et les bonnes adresses de restaurants à Gand [hyperlien externe vers un blog voyage] selon *a Taste of my life.*

11

Enfin, pour d'autres idées d'escapades en Belgique avec les enfants, retrouvez nos articles sur Bruxelles en famille et Anvers.

Et vous ? Vous connaissez Gand ?

[Facebook] [Tweeter] [Pinterest] [courriel]

[zone d'articles similaires]

[zone de commentaires]

C1. [photo] [prénom] [hyperlien vers un blog personnel d'hypnose], Aout,18, 2017 [répondre]
Ca a l'air vraiment très agréable comme ville ! On a l'air de s'y sentir bien. Ca me donne des idées pour de futures excursions ^^^
Les enfants ont du adorer, en plus il avait l'air de faire beau donc c'est tout bon [émoticône souriante].

5.23. B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – Conduire en Angleterre

Date de consultation : le 25 février 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 1 mars 2020.

Commentaires associés : 8 commentaire.

Source : https://www.mamanvoyage.com/2020/03/conduire-en-angleterre/

1

[en-tête du blog]

[photos défilantes / section de suggestion de posts]

[photo]

Conduire en Angleterre

[1 mars 2020] / [roadtrip], [voyage avec enfants], [voyage sans enfant]

2

En débarquant en Angleterre l'an dernier, une des choses que je craignais le plus c'était **la conduite à gauche**.

Pour vous donner un peu le contexte : je ne suis pas douée en conduite, j'ai eu mon permis au bout de la cinquième fois, j'ai peu conduit dans ma vie car à Paris nous n'avions pas de voiture et surtout : je n'aime pas ça ! Mais comme nous vivons dans la campagne anglaise, il a bien fallu que je m'y colle et finalement ce n'est pas sorcier !

3

Je sais que certains d'entre vous hésitent à visiter l'Angleterre en dehors de Londres par crainte de la conduite à gauche, alors j'espère partager ici quelques conseils qui vous encourageront à franchir le pas !

4

Conduire à gauche : nos conseils

La porte du chauffeur : pour commencer, montez dans la voiture en utilisant la bonne porte ;-)… Et oui, le volant est à droite et vous avez beau le savoir, vous allez souvent ouvrir la

portière gauche ! Au moins, ce n'est absolument pas dangereux et cela pourra faire sourire les locaux !

5

Suivez le flux : la raison principale pour laquelle il n'est pas sorcier de se mettre à la conduite à gauche c'est que tout le monde conduit à gauche et que tout est conçu pour la conduite à gauche : vous ne risquez pas de prendre l'autoroute à l'envers ; vous ne risquez pas de chercher une sortie d'autoroute sur la droite puisqu'il n'y en a pas (elles sont sur la gauche bien sûr), et sur les routes normales, vous suivrez les autres donc il n'y aura pas de doute…Sauf… **si vous êtes seuls sur la route !** Cela pourrait arriver la nuit ou dans un coin reculé. L'important est donc de bien resté concentré quand vous êtes la seule voiture. Dans ce cas, je me dis : «conduis à gauche, conduis à gauche » dans ma tête ;-). Si vous êtes deux, c'est l'idéal car votre conjoint/copilote veillera également à ce que vous soyez du bon côté. Maintenant, d'expérience, je vais vous dire quand **vous allez conduire du mauvais côté : quand vous rentrerez en France !** Je ne blague pas ! C'est ce que raconte pas mal de monde et c'est exactement ce qui est arrivé à mon chéri à deux reprises ! Heureusement, je m'en suis rendue compte rapidement et aussi, on comprend vite quand au loin on aperçoit une voiture qui arrive en face ! En conclusion, j'en ai écrit tout un pavé mais vous verrez : conduire à gauche est naturel dans un pays où tout le monde conduit à gauche.

6

Attention aux trottoirs ! Vous pensez donc que le plus difficile est passé car vous voyez bien vite que penser à conduire à gauche est simple mais ensuite vient un autre soucis : votre placement sur la chaussée. Car si vous louez une voiture anglaise, le volant étant à droite, vous aurez tendance à vous placer trop à gauche sur votre voie et donc à frôler les trottoirs. Un soucis classique qui arrive aux Européens, c'est d'abîmer les pneus de la voiture. Un tuyau : j'ai cessé d'être trop près du bord quand je me suis concentrée sur ma position par rapport à la ligne qui sépare les deux voies. J'ignore donc les repères par rapport au côté gauche/au trottoir et je suis la ligne sur ma droite, ce qui est simple à suivre puisque le volant est à droite. Il est plus simple de ne pas se prendre les trottoirs avec une voiture française mais le placement sur la chaussée sera tout de même à surveiller…

7

Les ronds-points : l'épreuve des ronds-points était de loin la plus difficile pour moi. Tout le monde pense alors : ah oui, il ne faudrait pas tourner dans le mauvais sens ! C'est certain mais normalement cela ne vous traversera pas l'esprit puisque tout le monde tourne dans le sens des aiguilles d'une montre, vous le ferez aussi. Non, la difficulté c'est que les gros ronds-points sont bien trop organisés pour moi ! Il y a des files et il faut bien suivre la bonne – je préfère le flou de positionnement des ronds-points en France… Après, il y a des gens qui préfèrent le style anglais. Heureusement, les Anglais conduisent plutôt en gentlemen donc ça aide si jamais on doit changer de file parce qu'on s'est trompé dans notre positionnement. L'autre chose surprenante c'est qu'il y a des feux au milieu des ronds-points mais pour le coup cela m'aide à prendre mon temps pour trouver où je dois aller ;-). En terme de priorité, avant de rentrer sur le rond-point vous laissez passer les voitures qui sont déjà dans le rond-point (même règle qu'en France). La photo ci-dessous c'est pour rire : il n'y a qu'un seul rond-point aussi dingue dans le pays (du côté de Cirencester) ! Les autres ont certes plusieurs voies mais pas plusieurs cercles !

[photo]

Crédit photo : Wired

8

Avec tous ces conseils, je ne veux surtout pas donner l'impression que c'est compliqué : même moi j'y arrive alors vous y arriverez ! De nombreux amis sont venus nous voir depuis Paris en voiture et ont trouvé qu'on s'y habituait très bien.

9

Informations pratiques pour voyager en voiture au Royaume-Uni

Bonne nouvelle : toutes **les autoroutes sont gratuites !**
Les autoroutes sont en bon état mais pas aussi bien qu'en France (peut-être à cause de la gratuité…).
Les autoroutes sont indiquées avec la lettre **M** puis un numéro (ex: M32). Les routes nationales ou régionales sont des **A** suivis d'un numéro (ex: A3).
Il y a peu d'aires de service par rapport à la France : c'est ennuyeux pour les pauses pipis des enfants ! Il faut donc tenir longtemps, anticiper ou sortir de l'autoroute !

10

Il y a souvent pas mal de **sections en travaux**, avec des plots de partout…
La vitesse est limitée à 70 miles/h (environ 110km/h) par défaut sur les autoroutes mais il y a de nombreuses sections à 50 miles/h (environ 80km/h). Pour les autres types de routes, c'est 60 miles/h (environ 100km/h) si rien n'est indiqué (c'est rare), sinon il sera indiqué 50 (le plus fréquent sur les nationales) ou 40. Tout ça pour dire qu'on roule moins vite au Royaume-Uni et c'est tant mieux !

11

Votre permis de conduire français suffit.
Prix de l'essence : ici l'essence sans plomb (*unleaded*) est un peu moins chère que le Diesel et légèrement moins chère qu'en France (cela peut changer selon le cours de la livre sterling bien sûr).
Rappel : **1 mile = 1.6 km** environ**.**
La nuit, **attention aux renards** ! Il y en a beaucoup dans le pays ! J'en ai croisé pas mal sur la route en rentrant du cinéma. C'est impressionnant mais j'avoue qu'ils ont l'air rusé et réagissent efficacement en voyant arriver une voiture mais les accidents arrivent…

12

Il y a beaucoup de coins qui n'ont pas d'autoroutes. Ainsi, à partir de chez nous, si nous souhaitons conduire vers l'ouest, vers le Dorset, le Devon, les Cornouailles, cela prend du temps… Moi j'aime bien car j'aime conduire tranquillement et profiter du paysage mais il faut en tenir compte pour planifier son itinéraire.

Le concept de priorité à droite/ou gauche n'existe pas. Les priorités sont clairement indiquées par des marquages au sol.
Les parkings sont souvent très chers. Rappelez-vous alors que vous n'avez pas payé l'autoroute ;-). Afin de régler les parkings, prévoyez d'avoir de la monnaie sur vous ou utilisez les paiements par téléphone mais cela prend du temps de télécharger les applis. Dans les parkings couverts, c'est plus simple car on paye en carte bleue.

13

Les feux des phares éclairent différemment sur les voitures anglaises pour s'adapter à la conduite à gauche. Vous pouvez acheter des auto-collants que vous placerez sur vos feux français afin d'éclairer aux mêmes endroits que sur les voitures anglaises (pas obligatoire – nous l'avons fait sur notre camper car nous vivons ici).
Côté GPS nous utilisons tout simplement Google Maps sur notre mobile.
Pour la musique : la radio passe de la bonne musique anglaise ;-)… J'aime bien la station *Smooth* (autour de Londres) ou encore *Sam FM*dans mon coin (le sud). Parmi les plus grosses stations radios que l'on capte partout, il y a : *Capital*, *Heart* ou les stations de la *BBC*. De plus, écouter les news vous fera progresser en anglais !

14

Louer une voiture an Angleterre ou venir avec la vôtre ?

Les avantages de louer en Angleterre :
Vous aurez une voiture 100% adaptée à la conduite à gauche donc **un meilleur champ de vision** aux intersections.
Vous pourrez avoir une voiture de loc **automatique** pour ne pas vous embêter avec la boîte de vitesse manuelle. Personnellement, je n'aimerais pas devoir changer les vitesses de la main gauche (ma voiture anglaise est donc une automatique) mais à part moi, ça ne semble pas déranger les autres Français que j'ai questionnés sur le sujet. Donc disons que la boîte automatique est un plus mais pas un incontournable. Je vous conseille de ne pas cocher « automatique » lors de votre réservation (car cela coûtera presque deux fois plus cher !) or dans la plupart des cas, les voitures de location sont automatiques ! Donc vous ne dites rien et normalement vous aurez la chance d'avoir une automatique.

15

Vous pourrez opter pour **une petite/moyenne voitur**e, ce que je trouve plus simple sur les routes de province qui ne sont pas bien larges. En même temps, beaucoup d'Anglais ont de grosses voitures et s'en sortent grâce à leur galanterie… « allez, passez,…non vous, passez…sorry… please…sorry »
Selon où vous habitez en France et où vous souhaitez vous rendre au UK, venir avec votre voiture n'est pas une option à cause de la distance donc combiner avion+location de voiture peut être le meilleur choix pour vous.

16

Les avantages de venir avec votre voiture :

Vous la connaissez bien ! C'est clairement un plus ! Et conduire à gauche c'est peut-être déjà assez nouveau pour vous. Vous ne souhaitez pas en plus conduire une voiture étrange où tout est à l'envers ;-). Attention : avec une voiture française, vous aurez parfois un angle mort quand vous serez à une intersection et que vous souhaitez vérifier qu'aucun véhicule n'arrive sur votre droite.

17

C'est souvent plus économique : si vous venez du nord de la France, de la Normandie, de la Bretagne et même de l'île de France, je trouve que c'est l'option la moins chère. De l'ouest, vous pourrez prendre un ferry ; de Calais, le moins cher et le plus rapide est souvent l'Eurotunnel. Parfois, les prix entre les ferries et le tunnel sont équivalents mais avec le tunnel, il y a plus de souplesse sur la logistique. Par contre, côté paysage c'est glauque dans le tunnel en comparaison de la vue sur la mer en bateau. L'embarquement et le départ d'un bateau c'est plus long. A noter que dans l'Eurotunnel, vous payez un tarif par véhicule quelque soit le nombre de personnes. Vous rentrez avec votre véhicule dans un train qui fait la traversée sous la Manche en parallèle de l'Eurostar. Le seul cas où c'est une option galère ce sont les dates de gros départ (samedi matin au début des vacances scolaires) car il y a de l'attente pour rentrer dans les trains.

18

Précision : ce que j'ai raconté dans cet article est valable pour tout le Royaume-Uni donc au Pays de Galles, en Ecosse et Irlande du Nord.

La partie sur la conduite à gauche est également valable si vous souhaitez conduire en République d'Irlande, en Australie (attention non pas aux renards mais aux kangourous !), en Nouvelle-Zélande, au Japon (le copilote a intérêt à bien déchiffrer l'écriture sur les panneaux !), à Ile Maurice, à Bali (voir mon article conduire à Bali), etc.

19

Enfin, certains d'entre vous seront peut-être tentés de **voyager au UK en campervan**. J'écrirai un article sur le sujet puisque, comme vous le savez, nous avons un camper VW et que nous nous en servons aux beaux jours. C'est très sympa mais je vous expliquerai qu'il y a moins d'options gratuites qu'en France… A suivre !

20

***
J'espère que cet article vous encouragera à découvrir l'Angleterre en dehors de Londres. Malgré l'aspect exotique de la conduite à gauche vous apprécierez le savoir-vivre des Anglais qui sont souvent très polis sur la route !

21

Si vous avez déjà testé la conduite en Angleterre, laissez votre témoignage en commentaire ! Merci !

[Facebook] [Tweeter] [Pinterest] [courriel]

[zone d'articles similaires]

[zone de commentaires]

C1. [pseudonyme] [date/heure] [répondre]
Oui, conduire à gauche ça se fait (dit celle qui a laissé son mari conduire tout le temps [émoticône clin d'œil])
Par contre, on appréciait être 2 pour gérer l'ensemble des infos, des files sur les rond-points au début, le GPS, les autres voitures… Mais ça l'a fait. 2 petits ratés : la sortie du ferry : on était les derniers et il n'y avait personne sur la route, mais on s'en est rendu compte très vite. Et sur une petite route le soir. En changeant de direction après un stop aussi, en tournant à droite, les premiers trajets il fallait se concentrer. Mais, partant de Bretagne et avec 3 enfants, on a apprécié avoir notre voiture avec tout notre bazar!
Pour la petite histoire, quand on est arrivés en Angleterre et que les enfants ont entendu la radio en Anglais, ils se sont demandés si leurs cd français allaient aussi passer en Anglais.

R.C1. Christine [date, heure] [répondre]
Merci pour ton témoignage et j'adore l'anecdote des enfants [émoticône clin d'œil]

C.2. [pseudonyme] [date, heure] [répondre]
Rouler à gauche, ça marche aussi à Chypre, on en revient juste ! Et d'ailleurs, à Chypre nord aussi, et on peut passer de l'un à l'autre avec une voiture de location, moyennant l'achat d'une assurance voiture complémentaire à la frontière. Par contre, moi je panique plutôt à l'idée d'une automatique! Tout le monde m'assure que c'est plus simple qu'une manuelle, mais je ne trouve pas, même pour la conduite à gauche…

R.C2. Christine [date, heure] [répondre]
C'est vraiment simple une automatique ! D'ailleurs, souvent, les gens qui aiment conduire n'aiment pas les automatiques car c'est trop facile ! Pas le plaisir de changer les vitesses !
Sympa votre voyage à Chypre !

5.24. B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites

Date de consultation : consulté entre le 27 avril 2020 et le 11 mai 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 19 octobre 2019.

Commentaires associés : 25 (date du 11 mai 2020).

Source : https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/

1

Italie | Un road-trip de rêve dans les Dolomites

Par B7 | [date] | Dolomites, Italie, Road-trip | 25 commentaires.

[image]

Sud-Tyrol

ROAD-TRIP DANS LES DOLOMITES

2

Le Sud Tyrol, petite région tout au nord de l'Italie où l'on parle aussi bien allemand qu'italien, où l'on mange autant de spaghettis que de knoedels ! **Les Alpes italiennes** à la touche méditerranéenne. Un mélange aussi improbable que réussi, plutôt méconnu des Français.

3

C'est pourtant un des coins d'Europe avec les paysages les plus grandioses qu'on ait vu, puisque c'est là bas qu'on trouve le massif des Dolomites, classé à l'UNESCO.

4

Un road trip durant lequel les mots nous manquent et nos émotions sont décuplées. Un voyage dans les Dolomites, au cœur du Sud Tyrol, comblera de bonheur tous les amoureux de nature, d'outdoor et de montagnes mais pas que. C'est aussi la destination idéale pour se faire plaisir, prendre soin de soi et se retrouver en amoureux dans de belles adresses avec des spas / boutique hotels et une gastronomie d'exception.

Récit de notre **itinéraire d'une semaine** à parcourir les routes sinueuses des **Dolomites**, à nous perdre dans ses vallées et alpages verdoyants et à nous émerveiller de la couleur de ses lacs, forêts et pics acérés.

On vous glisse également, tous nos conseils ici sur le blog pour visiter au mieux le Sud Tyrol et les Dolomites afin de réussir votre voyage dans cette belle région d'Italie.

[carte]

5

Que faire et que voir dans les Dolomites?
Voici nos 14 incontournables pour une première fois aux Dolomites dans le Sud Tyrol

(Vous pouvez cliquer directement sur l'étape qui vous intéresse ou alors faites dérouler pour lire l'article au complet. Pas de classement en fonction de nos préférences mais lieux cités dans l'ordre où nous les avons visités durant notre circuit dans les Dolomites)

6

1. Mérano
2. Lago di Carezza / Karersee
3. Pyramides de Renon
4. Alpe di Suisi/ Seiser Alm
5. Seceda
6. Val di Funes/ Santa Maddalena
7. Col Passo Erbe / Würzjoch
8. Plan de Corones / Kronplatz
9. Cascade di Riva
10. Lago di Braies / Pragser Wildsee
11. Prato Piazza
12. Lago di Dobbiaco / Toblach see
13. Lago di Landro
14. Tre Cime di Lavaredo / Drei Zinnen

Nos belles adresses hébergements aux Dolomites

7

[vidéo YouTube « Sud Tyrol Dolomites »]

« Le Sud Tyrol et les Dolomites en pratique »

NOTRE VOYAGE: 7 jours / 6 nuits : au 6 au 12 octobre 2019
OÙ ? Région la plus au nord de l'Italie, à cheval avec l'Autriche, dans les Alpes orientales
SUPERFICIE: 7389km2 dont 6% seulement habitable et 80% de montagnes avec plus de 350 sommets culminant à plus de 3000m !!

8

QUAND FAIRE UN ROAD TRIP DANS LES DOLOMITES ? À QUELLE SAISON PARTIR ?

PRINTEMPS: peut être la saison qu'on recommande le moins même si pas testé! C'est juste qu'avec la fonte des neiges en montagnes, avant juin, il est difficile de prévoir des randonnées …

ETE: Une destination très fréquentée en été, ce que nous en avions lu sur les blogs et entendu de la part de nos copains voyageurs nous avait d'ailleurs découragé d'y aller en haute saison (juillet-août-mi septembre) !!

9

AUTOMNE : Nous avons choisi l'automne, en octobre pour avoir plus de tranquilité et de belles couleurs flamboyantes. On recommande plutôt à la mi/fin octobre, car les arbres n'avaient pas encore leurs plus belles couleurs en début de mois. >>En se levant tôt et en randonnant à des horaires décalés (début ou fin de journée), nous étions quasiment seuls dans des lieux emblématiques autrement pris d'assaut.

HIVER: Une destination qui doit être incroyable en hiver pour les plaisirs de la neige & du ski, plus de 1000 km de pistes! Et avec tous les spas pour récupérer après une journée au froid, ça doit être magique!

10

COMBIEN DE TEMPS Y ALLER ?

5 jours sur place sont vraiment un minimum, 8/10 jours si l'on randonne serait l'idéal.
En 7 jours avec le temps de trajet (1 journée aller/1 journée retour), nous avons déjà eu un bel aperçu. Il est important de se garder une marge de liberté/flexibilité sur place car un jour de mauvais temps peut tout faire basculer. Pouvoir décider la veille pour le lendemain des activités est l'idéal pour aviser en fonction de la météo et des envies du moment. Aller au Tre Cime alors que le temps est tout bouché…c'est dommage par exemple…

11

COMMENT ALLER DANS LES DOLOMITES ? Avion, Train, Voiture ?

En AVION: le plus simple, moins cher et rapide : **vols low cost** depuis de nombreuses villes d'Europe pour **Venise ou Munich** (en fonction de vos préférences et envies de découvrir en chemin), puis location de voiture et road trip avec une boucle de 1000km environ.
>> Comparez et réservez vos billets au meilleur prix pour Venise [hyperlien vers une plateforme de réservation « Skyscanner »] ou vos vols pour Munich [hyperlien vers une plateforme de réservation « Skyscanner »]

>> Trouvez votre voiture de location à Venise au meilleur tarif [hyperlien vers une plateforme de réservation « rental cars »] ou location depuis l'aéroport de Munich [hyperlien vers une plateforme de réservation « rental cars »].

12

En TRAIN: train de nuit Thello de Paris à Venise (14h environ), puis location de voiture à l'arrivée et boucle de 1000 km environ.

En VOITURE: nous avons pris notre voiture depuis Lyon pour être plus autonomes, mais nous nous étions clairement pas rendus compte des distances et du coût des péages… En passant par le tunnel de Fréjus, c'est de l'autoroute tout du long pour aller au plus vite et il a fallu débourser 250€ de péages/tunnel aller retour pour un trajet de 8h (allez simple), assez fatigant, sans compter les 200€ d'essence. On ne recommande que si vous avez le temps de faire des étapes en chemin, de programmer des vacances plus longues en s'arrêtant en Suisse, Liechtenstein, Autriche, Allemagne, à Milan, Bergame sinon ce n'est pas intéressant, ni plaisant.

13
ROAD TRIP SUR PLACE, NOS CONSEILS

C'est une région très montagneuse, ce qui veut dire routes sinueuses, cols d'altitude et donc du temps à passer dans la voiture pour aller d'un point A à B, d'où l'importance de bien choisir ses hébergements et étapes.
Sujets au mal des transports, n'oubliez pas vos cachets !

14
GUIDE DE RANDONNEE/OUTDOOR

Si vous cherchez un guide pour vos activités de plein air (été comme hiver) lors de votre voyage aux Dolomites, on nous a recommandé:
Globoalpin.com [hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités de montagne]
AlpinSchule_Drei Zinnen [hyperlien renvoyant vers un voyagiste proposant des activités et des guides de montagnes].
Sachez qu'il existe aussi une application spéciale outdoor à télécharger sur vos smartphones. [hyperlien vers un site de présentation de l'application]

15
BILINGUISME : ALLEMAND / ITALIEN

Le Sud Tyrol (nom germanique, Alto Adige en italien) est une destination unique avec un mix de cultures et de langues qui peut déboussoler le visiteur !
Appartenant à l'Autriche jusqu'en 1918, 70% de la population parle allemand, 26% l'italien et 4% le ladin (langue rhéto-romane). Résultat, les locaux parlent a minima deux langues couramment et tout est traduit en allemand et en italien partout.
Pour un Français qui débarque, cela peut porter à confusion. Un même lieu peut avoir des noms aux consonances très différentes, ex: le lago di Braies (italien) est aussi le Pragser Wildsee (allemand), les Alpe di Siusi sont la même chose que Seiser Alm. Dans notre article, nous avons mentionné le nom italien suivi du nom allemand pour chaque lieu incontournable des Dolomites.
Hormis cela, le mélange de cultures apparemment opposées se complètent bien pour former un ensemble très original avec un style de vie et une gastronomie à part. Une destination très intéressante et culturellement riche !

16
LE BUDGET (hébergements, restaurants, activités)

Au niveau hébergement:

Tout dépend de votre mode de voyage (en camping/van aménagé) ou de la catégorie des hôtels choisis. Il y en a pour tous les portefeuilles mais sachez que c'est une destination formidable pour se faire plaisir en amoureux dans des hébergements fabuleux avec spas exceptionnels, de la haute gastronomie et des vues incroyables ! Une région où le bien être et la bonne cuisine font parties de l'art de vivre. Nous avons testé de nouvelles adresses très cocooning dont on vous parle tout à la fin de l'article (encadré où dormir dans les Dolomites?).

17

>> Réservez maintenant votre hôtel aux Dolomites [hyperlien vers la plateforme de réservation booking]. Envie d'hébergements stylés, ne manquez pas notre sélection de boutiques hôtels dans le Sud Tyrol [hyperlien vers site de réservation d'hôtels].
>> Adeptes de **AirBnB**, pensez également que vous pouvez bénéficier de -34€ sur votre première réservation [hyperlien vers la plateforme de réservation Airbnb] sur Airbnb avec notre lien de parrainage en créant un nouveau compte avec un nouvel email [émoticône souriante].

18

Le budget total dépendra si vous décidez de beaucoup marcher ou alors d'emprunter les télécabines et parking payants pour limiter les distances à pieds. L'accès à la nature n'est pas gratuit dans la plupart des sites afin de réguler la fréquentation touristique et de participer à leur conservation, il faut l'anticiper pour son enveloppe globale ! Pour notre séjour, nous avons payé 150€ pour les remontées mécaniques et les stationnements payants. On vous donne les infos accès et prix détaillés pour chacun des lieux cités dans cet article dans la box « infos ».

19

Au niveau des restaurants, on y trouve la plus forte concentration de chefs étoilés de toute l'Italie, on y mange de manière générale très bien. On peut aussi trouver des petits restos et pizzerias où il ne vous coûtera pas cher de déjeuner/diner (-10€ une pizza).

Au niveau des activités: si vous n'avez pas de voitures pour vous rendre sur les départs des marches, que vous souhaitez un transfert ou alors être accompagné dans un groupe, faire une via ferrata avec un guide, sachez qu'il est possible de pré-réserver des packages, voici un aperçu d'activités à faire aux Dolomites.[hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités touristiques – getyourguide].

20
TÉLÉPHONE & INTERNET

Roaming en Europe : plus de hors forfait désormais, les pays de l'Union Européenne sont inclus comme chez Free et SFR Red.
À vérifier chez votre opérateur pour être sereins.

21
NE PAS OUBLIER DANS SA VALISE...

Destination de montagne, il faut prévoir des vêtements techniques et chauds en toute saison car le temps peut changer très vite. On prend une bonne paire de chaussures de randonnée, les fameuses 3 couches (polaire, doudoune, coupe vent), chapeaux/ bonnets gants (plus ou moins chaud en fonction de la saison) et on avise pour le reste en fonction du mois.

22

En octobre, il faisait froid dans les vallées le matin au réveil et le soir (10°ou moins), dans les hauteurs, le vent pouvait être glacial. Il faut prévoir un pull en laine chaud et une bonne veste. Crème solaire, en octobre, on a pris de méchants coups de soleil au visage… on ne s'est pas méfié du tout… pas bien !

23

POURQUOI ALLER AU SUD TYROL?

Pour voir les DOLOMITES*:* merveilles de la nature, classées à l'UNESCO, ces montagnes sont parmi les plus belles du monde ! Un terrain de jeu inépuisable pour les amateurs de randonnées, de VTT, de via ferrata, de ski en saison etc.

24

Pour *l'ART DE VIVRE UNIQUE*: ce mélange italien/autrichien nous a surpris au départ puis nous a conquis ! C'est l'Italie moins chaotique et plus eco friendly, avec une sensibilité environnementale clairement visible. Les panneaux solaires sont partout, 40% de leurs besoins énergétiques sont couverts par des énergies renouvelables. C'est le coté du Tyrol à l'influence méditerranéenne. On y mange de délicieuse pasta, pizzas et les amateurs de vins seront comblés.

25

Pour les *SPAS**:* on ne rigole pas avec le bien être, les saunas et piscines sont world class ! On devrait s'en inspirer en France!

Pour le *SOLEIL**,* le Sud Tyrol bénéficie d'un climat privilégié avec en moyenne 300 jours ensoleillés par an!

26

UNE DESTINATION AVEC LES ENFANTS?

Nous ne voyageons pas personnellement avec des enfants, mais c'est une région qui peut tout à fait être visitée en famille. Les randonnées incontournables (comme les Tre Cime, Seceda, Alpe di Suisi) sont étonnamment faciles (en payant les parking/ télécabines on s'enlève beaucoup de dénivelé!!). Nous ne voyons pas de problèmes particulier d'y aller avec des enfants.

27

La Carte de notre Road-Trip dans les Dolomites

[carte Italie – Sud Tyrol & Dolomites – by BESTJOBERS]

28

1. LA VILLE THERMALE DE MERANO AUX AIRS DE MEDITERRANEE & SES ALENTOURS

[photo]

Château de Lebenberg près de Merano

29

Le Sud Tyrol est un mix d'alpin et de méditerranéen.

Mérano (Meran) est un stop très agréable avec de nombreuses sources thermales et des hôtels spa magnifiques. Des vignes en côteaux, des vergers de pommes partout et des **châteaux perchés**, comme celui de **Lebenberg** (on vous glisse une idée de rando [hyperlien vers une plateforme de réservation de randonnées] qui passe vers le château) ou encore **Tirolo** dans les environs.
Si vous n'êtes pas à la course, cela peut être sympa de s'y arrêter le temps d'une escale pour découvrir un autre aspect de la région du Sud Tyrol.

30

On a séjourné à la « **Villa Arnica**« , une ancienne villa superbement rénovée et design [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking] appartenant à l'hôtel Schwarzsmied [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking] très axé yoga et spa. Un lieu idéal pour se ressourcer. Et la brasserie « **Luce** » de l'hôtel est top!

[photo] [photo] [photo]

[photo]

[photo]

[photo] [photo]

31

2. LAGO DI CAREZZA / KARERSEE: UN LAC D'UNE BEAUTÉ RARE

[photo]

Les lacs magnifiques sont nombreux dans le coin, vous allez vite vous en rendre compte! On commence par en prendre plein les yeux avec le petit **lago di Carezza.** Oui je souligne sa taille, car ce fut notre grande surprise à notre arrivée sur le site, on s'attendait sûrement à quelque chose de plus étendu. Il faut dire aussi qu'en octobre, après une année bien sèche, le niveau du lac était très bas…

32

Mais peu importe, les nuances de vert n'y étaient que plus intenses ! Les nuages dansaient dans le ciel et c'est en faisant preuve de patience que les montagnes en contre fond se sont dévoilées. Sublime!

[photo] [photo]

33

INFOS PRATIQUES | Lago di Carezza, Dolomites
BON À SAVOIR

Fin 2018, une tempête violente a déraciné une grande partie de la forêt environnante, le paysage dénudé de ses arbres ne peut que surprendre le visiteur.

34
ACCÈS / PARKING (cliquez pour ouvrir)

Le tour du lac se fait rapidement (- de 30min) et sans difficulté. Le plus beau point de vue est au final sur le ponton à l'entrée mais en faire le tour permet de s'éloigner de la foule qui s'aglutine au départ. Des barrières en bois protègent le site, pourtant de nombreuses personnes s'en fichent et les franchissent… Arrêtons de ne rien respecter pour une photo !

35

On ne conseille pas la balade pour **le lago di Medio** car la majorité de l'année, il est totalement asséché… (On l'a cherché un moment pour être honnête..! haha)
PARKING payant de quelques € par heure (une heure est largement suffisante sur place).

36

3. PYRAMIDES DE TERRE de RENON/RITTEN

Un des *fails* durant notre road trip. Les pyramides de terre de Longomoso [hyperlien vers le site touristique officiel du Sud Tyrol] pourtant situées à coté d'un de nos hébergements (NDLR le sublime Adler Lodge Ritten [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking], on vous en parle plus bas) étaient bien sur notre itinéraire des Dolomites le matin de notre départ du lodge, cela était sans compter sur un brouillard à couper au couteau qui nous a empêché de les voir…

37

4. ALPE DI SIUSI / SEISER ALM : L'ALPAGE CARTE POSTALE

[photo]

Ce jour où nous aurions aimé tout quitter pour venir s'installer ici, dans un des des 365 chalets de l'alpage !

38

Un de nos coups de cœur durant ce séjour dans le Sud Tyrol. Plus grand alpage d'Europe, l'Alpe di Siusi est un lieu de randonnée idyllique avec des vues grandioses sur les imposants sommets des Dolomites, comme le Sassolungo et le Sassopiatto. Le bétail et les chevaux broutant dans leur pâture complètent la carte postale. A pied ou en VTT, c'est un pur bonheur à ne pas manquer !

39

Nous sommes sortis un peu des sentiers pour se retrouver totalement isolés et profiter d'un calme magique le temps d'un pique-nique champêtre.

40

[photo] [photo] [photo]

[photo]

INFOS PRATIQUES | Alpe di Siusi/Seiser Alm, Dolomites
ACCÈS

Nous n'arrivions pas à comprendre comment nous rendre à l'Alpe di Suisi avant d'être sur place!! Il y a deux accès, voici nos infos pratiques pour vous aider à organiser votre randonnée là bas. On vous explique ci dessous les deux accès possibles en détails pour rejoindre l'alpage Alpe di Siusi.

41
ACCÈS depuis la ville d'Ortisei/St Ulrich (en allemand). Le plus simple, rapide (et plus cher) (cliquez pour ouvrir)

Via la petite ville d'Ortisei , vous prenez les **télécabines de Mont Seuc**, qui vous couteront 20€ par personne pour un A/R. En 10 min, vous arrivez au sommet et avez des paillettes dans les yeux face à la beauté du paysage. Nous avons pris la première télécabine à 8h30 le matin et étions tout seuls ou presque. De là, des balades de 20 min à 6 heures s'offrent à vous, les sentiers sont bien balisés. Comme nous dormions au Adler Ritten lodge, nous nous sommes arrangé pour prendre le petit déjeuner dans le lodge du même groupe en contrebas des télécabines, le Adler Mountain Lodge Alpe, la vue est à tomber, un beau moment avant de randonner et pique niquer dans l'alpage (oui pensez à prévoir votre pique-nique c'est le lieu idéal s'il fait beau).

42

Bon à savoir : S'il n'y avait personne le matin au télécabine, à notre départ vers 16h, cela était bien différent. Du monde de tout horizon était amassé, c'était assez impressionnant de voir tous ces gens qui ne venaient que pour une photo, habillés en tenue de ville pas du tout adaptée à ce décor montagne et champêtre. Pour du calme, il faut impérativement s'éloigner et marcher un peu!

43

ACCÈS depuis Compatsch, plus compliqué mais moins cher (cliquez pour ouvrir)

Via Compatsch :
La route menant à la zone de conservation de l'alpage Alpe di Suisi / Seiser Alm est fermée au trafic privé de 9h00 à 17h00. Pendant ce temps, vous devez pour vous rendre à l'alpage, prendre les télécabines [hyperlien vers la localisation via google map] ou le bus pour Seiser Alm [hyperlien vers un site d'information et de réservation des bus de la destination] (Payant). Vous vous exposez à une amende salée si vous vous engagez en voiture durant ce laps de temps (un d'entre vous à payer 115€ cet été..). .

44

L'intérêt d'accéder à Alpe di Suisi par Compatsch est d'y aller tôt pour ne pas payer les télécabines et de pouvoir faire un lever de soleil par exemple ! Rejoindre Comptasch est possible avant 9h et après 17h seulement. Garez vous sur le premier parking de Compatsch [hyperlien vers la localisation du lieu sur google map] (gratuit aux dernières nouvelles) absolument avant 9h, puis partez à pied dans l'alpage. En 1h vous pouvez par exemple arriver au Adler Lodge Alpe [hyperlien vers la localisation du lieu sur google map] pour vous donner un ordre d'idée de distance. Vous pouvez ensuite redescendre de Compatsch à tout moment avec votre voiture pour repartir.

45

NB: si vous réservez un hôtel dans l'alpage, vous aurez alors une autorisation spéciale pour accéder et repartir de votre hébergement. L'hôtel vous informera de tous les détails.
>> À refaire on choisirait cette option de se garer au parking et de poursuivre à pied pour profiter des paysages apparemment sublimes et nous permettre d'être dans l'alpage au lever du soleil. Car les télécabines n'ouvrent pas avant 8h30…

46

RANDONNEES POSSIBLES ALPE DI SIUSI (cliquez pour ouvrir)

Paradis de la rando, pour toutes les difficultés et variant de 20min à 6h. Tous les circuits balisés en détails ici. [hyperlien vers un site d'informations touristiques sur le lieu]

47

5. LES CIMES AFFUTÉES DE SECEDA

[photo]

Toujours à Ortesei, à quelques minutes des télécabines de Mont Seuc, se trouvent les remontées mécaniques de Val Gardena. En 15 minutes et deux bennes différentes, on passe de 1230 à 2520m. Autre montagne, autre point de vue, mais une chose ne change pas, c'est toujours aussi époustouflant !

48

[photo] [photo] [photo]

INFOS PRATIQUES | Seceda

ACCÈS pour Seceda

En télécabine: Val Gardena à Ortesei, c'est un budget à prévoir de 32€ par personne pour un A/R, ouvert de 8h30 à 17h30, la dernière télécabine pour redescendre part à 17h30 de Seceda.
À pied: les plus sportifs prendront l'ascension, 1275m de dénivelé positif, sur 8km, ça pique…Peut se faire en redescendant aussi.

49

Randonnées: beaucoup de gens prennent les télécabines pour ensuite randonner sur le plateau, de nombreux chemins balisés partent des remontées mécaniques. Nous avons manqué de temps pour explorer mais vous pouvez y passer une belle journée avec pique nique et pourquoi pas un petit bivouac un soir (toléré).

50

6. VAL DI FUNES/SANTA MADDALENA : L'EGLISE LA PLUS PHOTOGENIQUE DES DOLOMITES ?

[photo]

Pour l'avoir vu en photo de nombreuses fois, nous avions forcément envie de la contempler en vrai.

51

Sachez déjà qu'il y a deux églises, celle de Santa Maddalena (dans le petit bourg du même nom) puis à quelques minutes dans la même commune, celle de San Giovanni in Ranui (photo), de style gotique construite à la fin du 19e siècle lorsque la région était autrichienne et non pas italienne. Difficile de faire plus pittoresque. Tel un joyau dans son écrin, en lisière de forêt et au pied des montagnes de l'Odle, la petite église en jette.

52

NFOS PRATIQUES | Église de Santa Maddalena, Dolomites

BON À SAVOIR

Victime de son succès, les locaux ont pris des mesures strictes pour se protéger du raz de marée touristique de ces dernières années. Barrière en bois empêche l'accès aux champs alentours et interdiction claire de faire voler un drone. Nous y sommes allés au premières lueurs du jour et encore une fois, étions seuls sur la plateforme en bois.Ce n'est cependant pas forcément le meilleur moment pour la photographier car le soleil prend son temps pour sortir des montagnes.

53

7. COL PASSO ERBE/ WÜRZJOCH

La grande déception de notre road trip !
Le jour où nous devions rejoindre le **parc naturel de Fanes-Sennes-Prags** plus à l'Est, un brouillard très dense s'était emparé des lieux… Nous avons pris la route panoramique passant le col Passo de Erbe à 2000m pour ensuite prendre la direction de Brunico… Sans voir à 10m… Une frustration palpable à bord de la voiture…

54

Il paraît que c'est splendide, nous devrons y retourner pour le voir de nos yeux ! Envoyez nous des photos sur les réseaux sociaux si vous y passez [émoticône souriante]

55

[photo]

8. PLAN DE CORONES / KRONPLATZ: UNE JOURNEE ENTRE GASTRONOMIE, CULTURE & DESIGN

[photo]

Un sommet (et domaine skiable en hiver) parmi tant d'autres dans les Dolomites, pas tout à fait ! En haut du Plan de Corones, à 2275m, on peut y passer une journée parfaite et unique, mêlant expériences culturelles, culinaires et outdoor. Un ancien bâtiment des remontées mécaniques construit en1963 fut restauré et converti en 2018 en un lieu design et épuré, dédié à la montagne et à la photographie.

56

C'est **le musée Lumen,** 1800m2 en quatre étages, pour revivre l'essor de la photographie et de l'alpinisme, nés et développés en parallèle. Si nous n'avions pas pensé de prime abord à visiter un musée lors de notre road trip dans les Dolomites, nous devons bien admettre avoir adoré cette pause culturelle ! Une scénographie moderne, interactive et surprenante, le tout avec des photos sublimes.

Un ode très réussi à l'appel des montagnes au fil des siècles.Deux heures se sont écoulées sans qu'on voit le temps passer !

[photo]
[photo]
[photo]
[photo]
[photo]
[photo]
[photo]

57

Dans le même bâtiment, le **restaurant AlpiNN** nous a réservé une autre belle surprise, délicieuse cette fois-ci. Tout en verre, la vue sur les Dolomites participe totalement à l'expérience de ce lieu à part. Tout comme la décoration très réussie du talentueux designer Martino Camper mêlant tradition et modernité. Au delà d'un restaurant classique, on goûte ici dans cette salle à manger en verre, à un concept culinaire tout entier développé par le chef étoilé Norbert Niederkofler. Nous avons aussi apprécié leur démarche responsable.

58

De la montagne à l'assiette, avec des produits locaux, de saison, rigoureusement sélectionnés pour offrir une expérience inédite. Un déjeuner qui ravira vos sens.

[photo] [photo] [photo]

59

Si le temps vous reste avant la dernière télécabine à 17h, faites quelques pas sur la montagne pour rejoindre un autre endroit ne pouvant vous laisser indifférent, le **MMM.** Tel un ovni de béton, **le Messner Mountain Museum** ne passe pas inaperçu là haut perché à flanc de pente. Une architecture remarquable signée par la célèbre architecte Zaha Hadid. N'ayant pas eu l'occasion d'y entrer faute de temps, on s'est délecté de son look depuis l'extérieur.

[photo]

60

Au plan de Corones, il est aussi possible de s'envoler pour un tandem de parapente [hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités], ou de descendre en été, en VTT les pistes de ski. Bref, une superbe journée !

INFOS PRATIQUES | Kronplatz / Plan de Corones, Dolomites
61

BON À SAVOIR

La dernière télécabine pour redescendre est à 17h, les musées acceptent leurs dernières entrées à 15h30. Le MMM et le Lumen ferment à 16h. Ne faites pas comme nous, prévoyez plus de temps au sommet surtout si vous souhaitez déjeuner à l'AlpiNN. On vous conseille de monter en télécabine à 11h maximum pour avoir le temps de faire les 3 sans stress.

62

ACCÈS parking des télécabines de Riscone à coté de Brunico pour monter au plan de Corones.
PRIX achetez aux caisses des remontées mécaniques, un pass A/R avec les entrées aux deux musées pour 43,50€ par adulte.

63

Menu bistronomique à l'AlpiNN à partir de 48€, possible de manger à la carte (snack à partir de 8€, plat principal entre 16 et 26€, dessert à 8€).
Musées Messner Mountain : 6 musées, joyaux d'architecture, sont répartis dans tout le Sud Tyrol, dont celui à Plan de Corones. (Reinhold Messner est un alpiniste de la région connu pour avoir grimpé et survécu à quatorze sommets de plus de 8000m!).

64

9 LE PLEIN DE FRAICHEUR AUX CASCADES DI RIVA, CAMPO TURES

[photo]

Proche du parking pour plan de Corones (30 min), un autre spectacle à Campo Tures de Dame Nature est à découvrir. Une succession de trois belles cascades, rafraîchissant en toute saison !

65

[photo] [photo]

INFOS PRATIQUES | Cascate di Riva / Reinbach-Wasserfälle
BON À SAVOIR

Plusieurs accès possibles:
Se garer au parking Cantuccio/Winkel et marcher 1h pour aller de cascade en cascade, jusqu'à la troisième, la plus jolie.
Se garer sur le parking de l'auberge Toblhof, payer 3€ au bar du restaurant et marcher seulement 5 minutes pour rejoindre la 3e et plus impressionnante cascade.

66

10. LE SUBLISSIME LAGO DI BRAIES / PRAGSER WILDSEE

[photo]

Star d'Instagram, nous avons pourtant failli ne pas nous y arrêter tant ce qu'on avait lu sur le comportement des visiteurs nous avait désolé… Violation de propriété privée, vols intempestif de drones, « défilés de mode » au bord de l'eau, attroupement général, etc etc. Le lieu de tous les débordements…

67

Et puis, le hasard a fait que nous sommes passés devant une fin d'après midi brumeuse et pluvieuse d'automne. Le parking était presque vide et la curiosité l'a emporté. En quelques pas, nous étions là au pied de ce chalet sur pilotis louant des barques, que nous avions vu tellement de fois sur les réseaux sociaux. À la différence qu'aujourd'hui, le niveau du lac est extrêmement bas (comme partout dans la région en ce mois d'octobre) et que le brouillard cache les montagnes environnantes.

68

Mais cela a tout de même un avantage, il n'y a personne ou presque (aussi incroyable que cela puisse paraître !). Et il faut l'avouer, ce lac mérite vraiment le détour, mais venez y tôt!

[photo] [photo]

69

INFOS PRATIQUES | Lago di Braies

BON À SAVOIR

Accès très règlementé, il faut se garer sur le parking payant en face de l'hôtel historique du site. Le tarif n'est pas cadeau. 6€ par heure entre 9h et 17h de mémoire, arrivés après 17h, nous n'avons payé « que » 4€ l'heure. En haute saison, le parking est souvent surchargé et il faut se garer parfois très loin du site et venir à pied ou prendre une navette. Un conseil, venir très tôt (avant le lever du soleil) notamment en été.A noter qu'il est possible d'y passer la nuit en van pour la somme de 20€.

70

11. UNE RANDONNEE HORS SENTIER BATTUS, PRATO PIAZZA POUR UN LEVER DE SOLEIL À 360° SUR LES DOLOMITES

[photo]

Ce matin là, nous n'allons pas vous mentir, nous nous sommes fait violence pour nous réveiller à 4h30 dans le froid glacial de l'automne! Partis à 5h pour rejoindre le parking du Prato Piazza, à 30 min de route de là où nous dormions, nous avons attaqué la randonnée, dans la nuit noire, sous un ciel étoilé magnifique.

71

Frontales vissées, c'est parti, il faut réchauffer le corps ! L'heure bleue nous a ensuite offert un spectacle saisissant de beauté en nous dévoilant petit à petit les montagnes. Peu à peu, nous commencions à discerner les paysages nous entourant, jusqu'à arriver 1h30 plus tard en haut du **Mont Specie à 2300m.** Juste à temps pour voir les premiers rayons du soleil percer derrière les célèbres Tre Cime (cf n° 14).

72

A cette heure bien matinale, nous n'étions que deux couples courageux (et récompensés) à s'être sortis du lit !

Le meilleur était encore pourtant à venir. Redescendre à travers l'alpage, le soleil inondant les prairies et les couleurs flamboyantes de l'automne, restera un doux souvenir de ce séjour dans les Dolomites. Tout à fait le genre d'endroit où nous pourrions nous imaginer habiter, face à la montagne avec les chevaux dans le pré.

73

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]

INFOS PRATIQUES | Mont Specie, Prato Piazza

BON À SAVOIR

Accès : se rendre au parking du Prato Piazza est très réglementé, voici le détail tarif/ horaire [hyperlien vers un site d'information] : De juin à mi octobre : il faut monter en voiture avant 10h ou après 15h, entre les deux, l'accès est fermé et il faut se garer à Ponticello puis prendre un bus (toutes les 20 min environ de 8h45 à 17h50). Notez que la redescente en voiture est quant à elle toujours possible.

74

PRIX 8€ et 5€ après 15h pour monter et accéder au parking de Prato Piazza.

NB en faisant le lever de soleil, nous n'avons pas été embêtés car sur place bien avant 10h ! D'ailleurs nous sommes même redescendus avant 10h!Ne pas oublier les frontales pour un départ aux aurores, il y a plusieurs sentiers, nous sommes montés sur le chemin le plus large et facile et à la redescente avons pris une alternative.

75

Nous étions accompagnés de Florian, travaillant au bureau du tourisme du Sud Tyrol, cela était plutôt rassurant car au départ et pendant les 30/40 premières minutes, nous ne voyions rien.. ! Si vous souhaitez prendre un guide, on vous a glissé des contacts dans les infos pratiques au début de l'article de blog.

76

12 LAGO DI DOBBIACO / TOBLACH SEE : UNE COULEUR SUBLIME

[photo]

Et oui encore un (beau) lac ! Le Sud Tyrol n'en manque pas ! Parce que nous dormions juste sur ses berges, dans le camping du même nom, nous avons pu profiter pleinement de sa beauté. Une adresse à retenir si vous voyagez en van ou avec une tente, **le Toblacher See camping** est super bien situé au bord du lac et bien aussi pour visiter les alentours, ils sont sympas et ceux voulant voyager avec du confort pourront choisir l'option glamping avec les SkyView Chalets. Restaurant traditionnel (pizzeria / pasta maison) avec vue sur place. On vous a glissé quelques photos et on vous en reparle tout en fin d'article aussi.

77

Au lever d'un jour gris, enveloppé dans la brume pour une ambiance très mystérieuse ou encore en fin d'une radieuse matinée d'automne où les couleurs étaient étincelantes. Le spectacle est toujours changeant.

[photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo]

78

INFOS PRATIQUES | Lago di Dobbiaco

BON À SAVOIR

Au bord de la route SS51 comme le Lago di Landro, il y a un grand parking vers l'Hotel Baur am See proche de la route. Il y a aussi le parking du camping et du restaurant (bonne pizza et pâtes) pour un petit arrêt bref… mais petit…
Le tour du lac prend une bonne trentaine de minutes
Une bonne étape en van avec le camping!

79

13 LAGO DI LANDRO / DÜRRENSEE : UN AIR DE ROCHEUSES CANADIENNES

[photo]

Promis on arrête avec les lacs après celui-ci ! Bien moins célèbre que le Lago di Braies, nous sommes passés un peu par hasard devant le **lago di Landro en nous rendant au Tre Cime**. Je peux vous dire qu'on a vite freiné pour le voir de plus près !

80

C'est la couleur qui nous a tout d'abord interpelés. Pour replacer un peu le contexte, ce jour là, la brume avait du mal à se lever, nous perdions un peu patience. Quand soudain la magie opèra et des montagnes grandioses surgirent en arrière plan. Nous croyions être transportés dans les Rocheuses canadiennes ! La ressemblance était frappante (même si nous devons avouer n'y être jamais allé, mais comme tout le monde, nous en avons vu de nombreuses photos :-D).

81

Encore un lieu époustouflant où règne une quiétude apaisante même en bord de route, surtout lorsqu'on se promène sur ses berges. Une balade facile lorsque le niveau d'eau est bas comme cet automne là en octobre.

[photo] [photo]

82

INFOS PRATIQUES | Lago di Landro

BON À SAVOIR
Très facile d'accès, il est au bord de la route SS41 entre les petites villes de Dobbiaco et Cortina d'Ampezza.
Le parking le long du lac n'est pas payant!

Il y a une auberge à coté pour manger un morceau/ boire un café (pas testé par contre)

83

14. TRE CIME DI LAVAREDO / DREI ZINNEN: UNE RANDONNEE QUI VOUS LAISSERA SANS VOIX !

[photo]

Vue depuis les caves, facilement accessibles depuis le refuge Locatelli

Tout le monde est unanime, c'est un incontournable dans la région des Dolomites, et même avec des attentes élevées, nous n'avons pas été déçus par la grandeur des Tre Cime ! Une randonnée facile et très accessible à tous (ce qui en fait son gros succès aussi, cf notre box pratique ci dessous pour tous les détails). On ne peut qu'en avoir plein la vue tout simplement ! **Véritable emblème des Dolomites**, les Tre Cime, mastodontes acérés en imposent, culminant à près de 3000m pour la Cima Grande, 2999m pour être précis.

84

Il est plutôt rare de voir des paysages d'une telle échelle en Europe, les comparaisons fusent avec Torres del Paine en Patagonie ou encore les 3 Sisters en Australie.
Peu importe, elles se dressent devant nous avec majestuosité et on ne peut que s'incliner devant leur aura. Si elles sont les stars incontestées du spectacle, n'oublions pas cependant les chaines de montagnes environnantes qui contribuent elles aussi à la magie du lieu. Sur notre retour, nous assistons au lever de lune sur les sommets, le ciel rosit au fond, Dieu que c'est beau ! Le genre de moment où tu remercies la vie te t'offrir de telles expériences.

85

[photo] [photo] [photo] [photo]

INFOS PRATIQUES | Tre Cime di Lavaredo

ACCÈS

Le plus rapide pour limiter le temps de marche et le dénivelé (on s'enlève 1000m+) est de se garer sur le parking du refuge Auronzo. Attention, précisons tout de même que ce dernier coûte la modique somme de 30€ la journée par véhicule (15€ supplémentaire si l'on reste dormir sur place à payer en redescendant).

86

Départ de la randonnée qui peut s'effectuer soit en boucle soit en A/R sur le chemin le plus large menant au refuge Lavaredo puis Locatelli qui est le but de votre randonnée à 1h30 de marche, là où on découvre en pleine face les Tre Cime. Comptez 3/4h pour la Rando entière. Vous verrez c'est facile, tout est bien indiqué et on voit bien le sentier principal.

87
CONSEILS et INFOS RANDONNÉE (cliquez pour ouvrir)

Bon à savoir : par son caractère facile, cette randonnée peut vite se transformer en une autoroute à randonneurs d'après vos retours d'expériences !! Nos conseils pour éviter d'être sur le site durant la pleine affluence et pouvoir profiter du calme dans ces paysages mythiques.

88

Partir soit très tôt le matin (en aviser en fonction de l'heure du lever de soleil durant votre visite, mais prévoir d'être en place au refuge Locatelli en haut un peu avant les premiers rayons, cela peut donc faire un départ très très matinal à la frontale).

89

Soit comme nous **partir pour le coucher de soleil**. Début octobre, nous avons commencé la rando à 15h, les gens redescendaient quasiment tous. Nous étions au refuge Locatelli de 16h30 à 17h30 environ avec seulement quelques photographes et randonneurs. Nous n'avons pas attendu le coucher du soleil en haut car il ne faut pas oublier la redescente d'1h30 jusqu'au parking Auronzo, nous ne voulions pas terminer dans la nuit noire et avions aussi de la route à faire ensuite pour rejoindre notre hébergement pour la nuit. Il faut savoir s'arrêter et partir, le pus difficile dans de tels lieux !!

90

Soit partir en randonnée en fin d'après midi et **dormir dans le refuge Locatelli** ouvert de juin à fin septembre (attention il faut réserver des mois et des mois à l'avance) ou alors faire un **bivouac** qui sont tolérés lorsque la tente est plantée à proximité du refuge. En octobre, une quelques tentes s'installaient lorsque nous y étions, la météo était superbe. La prochaine fois, c'est ce que nous ferons pour assister et au coucher de soleil et au lever de soleil dans cet endroit magnifique !

91

Un parcours de **via ferrata** est aussi accessible sur le site, pour une prochaine fois !

Ne pas oublier : se couvrir et prévoir de bonnes chaussures de randonnée! Le sentier et la marche aussi facile soient ils, se passent en montagne, à une altitude de 2000m et plus. La météo peut très vite changer, le vent peut souffler fort et être glacial. Bref en octobre, nous étions ravis d'avoir nos maillots thermiques, fines polaires, doudounes et coupe vent, ainsi que nos bonnets et gants légers.

92

Cette liste est le reflet de notre expérience personnelle, elle n'est en aucun cas exhaustive. D'ailleurs, si nous avions eu plus de temps, nous serions aussi allés du coté de la Vénétie pour faire également **la randonnée des Cinque Torri et du lago di Sorapi** qui ont l'air tout autant magnifiques !

93

[image]

Où dormir dans le Sud Tyrol et les Dolomites?
Nos plus belles adresses.

Parce que ce séjour dans les Dolomites était axé sur le bien être, nous avons eu la chance de tester de beaux hôtels spa, pour certains de nouveaux établissements, ouverts en cours d'année (2019).
Etat des lieux.

94

Le Adler Lodge Ritten [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking].

[photo]

Attention adresse d'exception ! Ouvert en juin 2019, à Ritten/Renon (proche de Bolzano) ce nouvel établissement du groupe Adler Spa Resort & Lodges, est tout simplement fabuleux ! Il est très rare que nous n'ayons rien à redire sur les prestations d'un hôtel.
Proposé en pension complète, ce lodge luxueux est une pause cocooning en amoureux de haut niveau. Logés dans les petits chalets en bois ultra cosy, nous avons plus qu'apprécié nos bains dans la piscine à débordement avec vue sur la montagne après une journée d'exploration. Les saunas traditionnels dans la forêt permettent de déconnecter, la gastronomie haut niveau avec des menus accords mets et vins inclus délectent les papilles, tout comme le petit déjeuner gargantuesque.

95

Un hôtel destination en soi où il ne faudrait ne pas avoir à en sortir pour pouvoir profiter des activités proposées sans frais additionnels (yoga, randonnées guidées, observation commentée des étoiles etc.). On ne vous cache pas que ce n'était pas évident de quitter notre nid douillet les matins. Bémol? L'hôtel n'était pas le plus idéalement situé pour une première fois dans les Dolomites.

[photo]
[photo]
[photo]
[photo]
[photo]

96

Villa Arnica [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking].

Très belle villa d'époque comptant dix chambres, rénovée et meublée de manière design. Bordée d'un jardin avec piscine, on se croirait sur la riviera italienne. On ressent ici les influences méditerrannéennes du Sud Tyrol dans le petit bourg de Lana, à coté de Mérano. Ce n'est pas les montagnes, mais la plaine, les températures sont bien plus douces (chaudes en été). Juxtaposée à l'hôtel spa et yoga Schwarzsmied, du même propriétaire, on peut passer de l'un à l'autre sans souci en traversant le petit chemin les reliant. Une autre très belle adresse,

au charme intimiste où l'on a aimé l'accent mis sur le yoga avec des cours en libre accès pour les guests.

[photo]
[photo]
[photo]

97

Drumlerhof Hotel [hyperlien vers le site internet de réservation de l'hôtel]

[photo]

Appartenant au **groupe Vitalpina**, des établissements indépendants à la gestion familiale, portés par des familles sud tyroliennes unies par l'amour de leur territoire et de la montagne. Le respect de l'environnement est ici une priorité avec la mise en place d'une démarche écologique qui commence par la construction durable des hôtels.

98

Economes en énergie et exempt de polluants, nombreux membres du groupe Vitalpina ont fait l'objet d'une certification environnementale et ont déjà reçu le label écologique européen. Les déchets sont minimisés, les bouteilles en plastique ont été, par exemple, remplacées par des bouteilles en verre réutilisables d'eau de source filtrée sur place.

99

Au restaurant, on y sert une cuisine à base d'ingrédients biologiques et locaux. L'accent est mis sur la gestion du stress et la recherche de la vitalité. Le bar à fruits frais du petit déjeuner est plutôt mémorable ! L'hôtel Drumlerhof produit même son propre jus de pomme et son sirop de sureau, je suis fan ! Et puis encore et toujours un espace wellness de grande qualité. Tourné vers la montagne, des guides diplomés accompagnent les hôtes pour des sorties randonnées plusieurs fois par semaine.

100

Dans la chambre, on y trouve même un sac de randonnée mis à disposition le temps du séjour ! L'attention dans les moindres détails, on aime. Un hôtel et un groupe avec une belle philosophie durable comme on les aime. N'hésitez pas à séjourner dans un des 31 établissements lors de votre séjour dans le Sud Tyrol.

[photo] [photo] [photo] [photo]

101

Skyview Chalet [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking]

Le camping du lac Tobbiaco a voulu se diversifier et proposer une **alternative glamping** à ses visiteurs. En juin sont alors nés les Skyview Chalets, petits mobile home tout en bois avec

toit végétalisé à la mode nordique. Le design a été travaillé pour un résultat unique. Le plus ? S'endormir la tête dans les étoiles dans la chambre toute vitrée. Se réveiller et découvrir un panier petit déjeuner gourmand à déguster en terrasse ou au lit en fonction du temps !(pour nous ce fut la deuxième option).

102

Même dans quelques 20m2, l'impasse n'est pas faite sur le bien être. C'est là bas que nous avons testé une séance de sauna infrarouge, cela ne nous a pas trop convaincu par contre. Les plus classiques se prélasseront dans le jacuzzy sur la terrasse. Un bémol, les chalets sont très rapprochés, vous êtes au camping. Le lieu est parfait pour explorer le coté Tre Cime et Lago di Braies.

[photo] [photo] [photo]

103

Ces adresses sont assez haut de gamme, sachez qu'il est cependant possible de trouver des hébergements de toute catégorie dans les Dolomites, et pour les plus petits budgets, pensez aussi au camping.

104

>> Trouvez les meilleures offres d'hébergements aux Dolomites [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking].

Le plus difficile fut bien de rentrer à la maison. Combien de fois en une semaine, nous sommes tombés amoureux des paysages montagneux des Dolomites, à un point où nous nous sommes dit que nous pourrions vivre ici !

105

Cette région est un concentré de tout ce que nous adorons : grands espaces naturels préservés, lacs aux couleurs à la limite du réel, terrain d'activités outdoor à couper le souffle, montagnes spectaculaires ainsi qu'un art de vivre unique et agréable avec une gastronomie délicieuse et une culture du bien être très poussée (un paradis du spa!). On y retournera avec grand plaisir à toute les saisons !

106

Et vous, vous connaissez le Sud Tyrol et les Dolomites ?
N'hésitez pas à nous partager en commentaire votre ressenti et expérience dans cette belle région italienne.

107

Nous avons découvert le Sud Tyrol et les Dolomites en collaboration avec Visit Sud Tyrol.[hyperlien vers le site officiel du tourisme dans le Sud Tyrol] Nous tenons à les

remercier pour cet itinéraire « bien-être et randonnée » élaboré ensemble. Comme à notre habitude, nous partageons avec vous notre expérience personnelle, nos ressentis, coups de coeur et bonnes adresses pour vous offrir un moment d'évasion, du rêve ou toutes les clefs pour vous aider à planifier vos futures vacances dans les Dolomites !

108

Des Bises,
Elisa & Max
[Facebook] [Instagram] [Twitter] [YouTube]

[Zone de commentaire]

C1. [photo] prénom][nom de blog voyage] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
Les paysages sont vraiment à couper le souffle ! Malgré le succès fulgurant de certains spots (merci Instagram), cela donne envie d'y aller direct [émoticône souriante].

R.C1. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse] Merci Céline, et oui les Dolomites sont victimes de leur succès sur certains spots, mais au final en hors saison, un road trip dans le Sud Tyrol est super agréable, sinon comme partout dans le monde, visiter à des heures décalées est la clef pour la tranquillité:-) Les Dolomites valent vraiment le détour pour une escapade en montagne!

C2. [photo] [prénom] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
C'est vrai que les lacs ont un petit quelque chose de l'ouest canadien [émoticône clin d'œil] En tout cas, je rêve des Dolomites depuis mon plus jeune âge, quand j'ai découvert les photos de mes grands-parents devant leur ferme, quelque part dans ces montagnes. Je me suis dit qu'un jour j'irai à la recherche de ces fameuses fermes <3

C3. [image] [prénom nom] [date] [réponse]
Magnifique ça donne envie d'y aller.
Merci de me faire rêver [main serrée – remerciant] [main serrée – remerciant] [main serrée – remerciant].

R.C3. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
merci! Les Dolomites c'est vraiment sublime , des montagnes uniques [émoticône souriante] bon dimanche!

R.C2. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
merci Amélie de confirmer pour les lacs [émoticône souriante] Les Dolomites, une alternative plus proche à l'ouest canadien !C'est génial que tes grands parents avaient une ferme dans le Sud Tyrol; c'est tellement joli et tranquille! Il va falloir y aller en effet! Un road trip nature rando dans les Dolomites, ça vous plairait trop !!

C4. [image] [prénom] [date] [réponse]
Merci pour ce magnifique blog qui me donne encore plus envie d'aller dans les Dolomites. Nous pensons y aller en caravane en été 2020. Pensez vous que c'est faisable? Les routes sont elles praticables pour voyager en caravane ? Merci de votre réponse.

R.C4. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
certaines routes de col sont vraiment étroites et de montagnes, du coup en caravane, on ne pense pas que ça soit adapté, mais après tout dépend des endroits où vous voulez aller dans les Dolomites. On a jamais voyagé avec une caravane, on ne se rend pas trop compte. En van et petit camping car, ça se fait beaucoup par contre.

C5. [image] [prénom] [date] [réponse]
Merci pour ce bel article très complet, ça donne vraiment envie!

R.C5. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
avec plaisir! on a tellement aimé notre séjour dans les Dolomites et la découverte du Sud Tyrol qu'on voulait partager tout cela sur le blog! De quoi donner un peu d'inspiration ! Bon dimanche

C6. [image] [prénom] date] [réponse]
Merci pour ce superbe article plus que complet! Est ce que vous savez s'il est possible de faire un roadtrip dans cette région si pas véhiculée ? (Bus par exemple)
Merci d'avance [émoticône clin d'œil]

R.C6. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
merci à toi, sans véhicule, toujours un peu plus compliqué, nous savons qu'il existe des excursions à la journée pour visiter des coins majeurs des Dolomites, comme sur ce site par exemple http://www.affikeys.com/AF/107/italie/dolomites-activites-a-faire , après il y a aussi des liaisons de bus en local, nous ne l'avons pas pris mais nous savons qu'il y a un réseau développé. Enfin, possible de faire du stop aussi, on a d'ailleurs pris des auto stoppers à un moment du voyage [émoticône souriante].

C7. [image] [prénom] [date] [réponse]
Merci pour ce superbe reportage ! Je rêve des dolomites depuis plusieurs années, et cette fois c'est décidé, je le ferai en van à l'automne 2020. [image montagne] [image sapin] [image van] [image nuage].Continuez tels que vous êtes [image - pouce levé].

R.C7. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse] génial , Bonne décision de partir aux Dolomites en automne, tu prévois une bonne couette pour être au chaud à l'intérieur du van et ça sera magnifique [émoticône souriante].

C8.[image] [prénom] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
Merci pour ce bel article qui nous rappelle notre voyage de l'hiver dernier. D'ailleurs pour ajouter aux attraits de l'hiver que vous mentionnez, il faut rappeler que tous les sommets sont accessibles même en hiver et que la vue est tout aussi époustouflante.
Mais il faut dire que cette région est totalement impressionnante

R.C8. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
oulala cela nous donne encore plus envie d'aller dans les Dolomites lorsque tout sera blanc!

C9. [image] [prénom] [hyperlien vers un site internet] [date] [réponse]
Merci beaucoup pour ce beau partage.

C10.a. [image] [pseudonyme] [date] [réponse]

Les Dolomites italiennes ne se limitent pas au Haut-Adige/Südtirol autonome(trilinguisme italien, allemand, ladin).
Il y a aussi le Trentin autonome et la province de Belluno en Vénétie (Cortina d'Ampezzo).
Mais enfin à l'est du massif le parc naturel régional des Dolomites frioulanes, dans la région autonome du Frioul-Vénétie Julienne (où l'on parle l'italien et la langue minoritaire le frioulan).

R.10.[photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
merci pour les précisions, oui effectivement nous le savons, notre article n'est axé que sur la partie Sud Tyrol qui est la seule que nous ayons visité cette fois-ci.

C10.b. [image] [pseudonyme] [date] [réponse]
Oui, ce sera pour la prochaine fois, avec les Alpes carniques limitrophes de l'Autriche et les Alpes juliennes limitrophes de la Slovénie.

5.25. B7 – A2 – Suisse | Le train rapide le plus lent du monde – le glacier express

Date de consultation : le 27 avril 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 24 février 2018.

Commentaires associés : 13 (date du 28 avril 2020).

Source : https://www.bestjobersblog.com/suisse-le-train-rapide-le-plus-lent-du-monde-le-glacier-express/

1

SUISSE | LE TRAIN RAPIDE LE PLUS LENT DU MONDE: LE GLACIER EXPRESS

[photo]

« Le glacier express – le train rapide le plus lent du Monde, Suisse »

Toujours prêts pour une épopée en train, encore plus lorsqu'il est panoramique, on s'est empressé de monter à Davos à bord du **train le plus célèbre des Alpes, le Glacier Express**. Après avoir vécu l'expérience de son cousin, le Bernina Express, qui nous mena en mai dernier (2017) des glaciers aux palmiers (de Coire à Lugano) pour un voyage époustouflant inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco, c'est les yeux pétillants qu'on embarque dans le Glacier Express ce matin de février!

2

Après une semaine au cœur de la station de ski de Davos Klosters où on a pu profiter au maximum des joies de la neige et des montagnes (et même se faire peur et dépasser nos limites) on est rentré à la maison avec le Glacier Express qui traverse toutes les Alpes Suisses. Récit d'une expérience impressionnante et relaxante à la fois, où on prend le temps de s'installer confortablement et de regarder par la fenêtre.

3

[encart – texte]

« Le Glacier Express en chiffres
291 km de Saint Moritz (ou Davos) à Zermatt
1 journée à bord
3 cantons parcourus : les Grisons, Uri et le Valais
8h environ pour la totalité du trajet
291 ponts & 91 tunnels traversés
2033m : point culminant : col de l'Oberalp

1930 : première année de liaison estivale entre St Moritz et Zermatt »

4

BIENVENUE À BORD DU GLACIER EXPRESS

Un voyage tout de blanc…

[photo]

Pour rejoindre le Glacier Express, on prend un train régional (Rhaetishe bahn [hyperlien vers le site officiel de la compagnie ferroviaire]) jusqu'au village de Filisur à 30 minutes de Davos. C'est dans une ambiance toute mystique que le train panoramique arrive dans la vallée. Le clocher de l'église accroche les derniers nuages de brume, le soleil brille sur les sommets, le temps est magnifique et nous promet de belles vues sur les montagnes suisses.

[photo] [photo] [photo]

5

À peine montés qu'il faut se tenir prêts à dégainer l'appareil photo! Max capture de peu l'emblème du voyage, **le célèbre viaduc de Landwasser**, un ouvrage imposant et terriblement photogénique avec ses 5 arches qui dessinent une courbe sur un rayon de 100m. Les plus belles photos se font de l'extérieur du train avec le train passant dessus, mais on ne peut pas être partout^^.

[photo] [photo]

6

La neige réapparait vite, le Glacier Express enclenche le système à crémaillère pour gravir **le col de l'Oberalp, le point culminant du voyage à 2033 m.** On s'émerveille devant le paysage immaculé. Des murs de neige impressionnants longent les rails. Pour que le train puisse circuler toute l'année, il faut faire appel à des chasse-neige géants pouvant déblayer 19 tonnes de neige à la minute!
De part et d'autre de la vallée blanche, des coulées de neige. Nous ne le savions pas encore, mais c'est la dernière fois que nous verrions le soleil de la traversée…

7

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo]

De l'autre côté du col, la météo n'est pas au beau fixe, c'est le moins que l'on puisse dire. La neige se transforme vite en pluie à mesure qu'on redescend jusqu'à Brig à 670 m.
Forcément le voyage n'a pas la même saveur lorsqu'il ne fait pas beau. Le spectacle n'est pas aussi époustouflant quand les montagnes sont engouffrées dans le brouillard !

En remontant sur le dernier tronçon, de Brig à Zermatt, à 1604m, il neige de nouveau mais la visibilité ne s'améliore pas. On s'estime déjà chanceux d'avoir pu profiter des vues sur la première partie du voyage.

8

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]

En arrivant à Zermatt, le Cervin joue à cache cache, heureusement nous dormons sur place pour une nuit, on vous raconte notre escapade à Zermatt tout bientôt… Avons-nous pu voir le Cervin?!?

9

[encart]

INFOS PRATIQUES | Glacier Express

Comment et où prendre le Glacier Express?
Il circule de Zermatt à Saint Moritz, on peut le faire dans les deux sens et qu'en partie en choisissant son tronçon. Il fait de nombreux stops tout au long du trajet.

10

Combien de temps prévoir pour faire le Glacier Express?
Le trajet dure **8h** pour relier Saint Moritz dans le canton des Grisons à Zermatt, dans le Valais. Depuis Davos, c'est 7h. Il est possible bien sûr de le faire sur plusieurs jours en s'arrêtant en chemin et en le reprenant le lendemain par exemple.
Sur un week end, ça peut être une belle idée. Nous avions offert cette expérience à mes parents (Elisa) qui l'ont fait au départ de Genève avec une nuit à Saint Moritz, journée à bord du train puis une nuit à Zermatt et retour le soir d'après sur Genève, ils habitent dans le Jura donc c'est à coté et pratique.

11

Combien coûte le trajet en Glacier Express?

Il est donc possible d'acheter le voyage par tronçon:
Trajet complet St Moritz – Zermatt: 153 CHF (132€ environ) en 2nde classe et 269 CHF (232€ environ) en 1ère classe.
Attention, il faut noter que le Glacier Express fonctionne sur un système de réservation de siège. Une surcharge s'applique à chaque ticket payé, celle ci assure la place et comprend les écouteurs, le magazine et documentation à bord du train. La surcharge varie de 23 CHF à 43 CHF pp en fonction de la saison (plus cher en été). Prix à additionner obligatoirement au coût de base du billet.

12

Restauration à bord

Il y a un Panorama Bar très sympa!
Si vous voyagez en 1ère Classe, un service de restauration à la place est proposé. Nous vous conseillons de commander à la carte plutôt que de choisir la formule du jour (environ 40€ pour Entrée/Plat/Dessert) qui nous a déçu (présentation et saveur nous ayant rappelé la cantine de la fac)! Mais on a eu d'autres retours dans ma famille que les plats à la carte étaient bons! (comptez 23-30€ pour un plat).
Vous pouvez également apporter vos petits en-cas si vous ne souhaitez pas déjeuner dans le train.

13

[encart]

BON PLAN

Pour voyager en Suisse, et avoir accès à tout le réseau de transports publics suisses, y compris le Bernina et le Glacier Express (auquel il faut ajouter la surcharge pour la réservation du siège), il y a possibilité d'acheter un **SWISS TRAVEL PASS, le *billet tout compris*** pour les visiteurs étrangers en Suisse. C'est que qu'on a à chaque fois et c'est ultra pratique et économique. On peut prendre tous les trains, les bus en ville et même les bateaux!

14

Le **Swiss Travel Pass** peut se réserver pour 3, 4, 8 ou 15 jours et offre une flexibilité tout inclus très pratique. On adore voyager avec ce pass, on a pu monter dans n'importe quel train à Genève pour se rendre à Davos, puis pour rejoindre Filisur et monter dans le Glacier Express. Les trains classiques, même les TGV appelé IC en Suisse n'ont pas besoin de réservation. Il en passe très souvent, les connections sont toujours très bien étudiées sur tout le réseau suisse, c'est vraiment un plaisir comparé au cauchemar de la SNCF… où si tu n'as pas acheté le bon billet pour tel train, tu ne peux pas monter… Bref, royal avec le Swiss Travel Pass, Il faut donc faire juste attention à la résa préalable pour les trains panoramiques et payer ce petit supplément.

15

Les jeunes de moins de 26 ans disposent de 15% de réduction sur le prix de leur pass.
Et ce n'est pas fini, il y a même des réductions et des gratuités sur 500 musées dans tout le pays pour les détenteurs d'un pass [émoticône souriante]

16

TARIFS (2018)
En 2 eme classe:
3 jours: CHF 225.00 (- 200€) / 4 jours: CHF 270.00 (230€) / 8 jours: CHF 398.00 (345€) / 15 jours: CHF 485.00 (420€). Prix par adulte.

17

> Plus d'infos, tous les tarifs et réservation d'un Swiss Travel Pass
sur www.swisstravelsystem.com [hyperlien vers le site internet de la compagnie]

N'hésitez pas à consulter le site officiel pour plus d'infos sur le Glacier Express [hyperlien vers le site internet de la compagnie]

18

Si vous aimez le train, la contemplation et la Suisse, ne manquez pas cette expérience inoubliable.

On vous recommande aussi la lecture de notre article sur le Bernina Express qui offre un autre itinéraire.

19

[photo]

« Le Bernina Express – Un train pas comme les autres, Suisse ».

20

Un grand Merci à nos partenaires: MySwitzerland [hyperlien vers le site internet de la compagnie] & Rhätische Bahn [hyperlien vers le site internet de la compagnie] pour ce voyage panoramique! Toujours un plaisir de voyager à bord des trains suisses.

Embarquez dans l'aventure Bestjobers:
Instagram | Facebook | Snapchat | Twitter

[ZONE DE COMMENTAIRES]

C1. [photo] [prénom] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
Quelle jolie balade, je la colle direct dans ma bucket list ! 8h avec un tel panorama, ça change du Vannes / Paris en TGV !

R.C1. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
oui c'est sûr que le panorama te changera! une bonne idée pour découvrir la Suisse.

C2. [prénom] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
Les paysages et vos photos sont magnifiques, c'est vraiment un beau pays ! Moi qui adore le train, je le mets sur ma wishlist, merci pour cette belle découverte !
Sans comparaison, mais très sympa aussi, il y a le train des merveilles qui parcourt l'arrière pays niçois [émoticône souriante] Ça fait une jolie escapade au départ de Nice.
Bon dimanche !
[prénom C2]

R.C2. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]

merci Céline, on te le conseille, autant le Glacier Express que le Bernina, les deux sont top!
On ne connait pas le train des merveilles, merci pour le conseil, c'est un coin qu'on ne connait pas bien du tout.

C3. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
Les 2 donnent très envie !! Direction ma to do list [émoticône souriante]

R.C3. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
C'est à faire oui, magnifique et en toute saison:-)

C4. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
J'adooooore ! Les paysages sont magnifiques *o*
Je ne pensais pas adoré autant les voyages en train jusqu'à ce qu'on découvre les trains asiatiques (et leur lenteur haha), celui-ci semble plus confortable tout de même XD

R.C4. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
oui celui là c'est la grande classe, les vitres sont canons!

C5. [image] [nom de blog] [hyperlien vers un blog voyage] [date] [réponse]
Les paysages sont magnifiques !!! Bravo pour votre article et vos informations précieuses [émoticône souriante].

R.C5. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]

merci c'est une très belle balade contemplative:-)

C6. [pseudonyme] [date] [réponse]
Merci de ce recit poetique en même temps pratique simple et clair.De plus il me deculpe l'envie d'aller faire ces deux grands trains panoramique
Metci pour tous les conseils que je dirais exhaustifs la lecture de vos recits sont une veritable promenade voire voyage avec vous et quelles belles. .photos vraiment classe des images d'art
Hout est a present clair
Bises de tunisie

R.C6. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
avec plaisir ! oui belle expérience que de circuler à bord de ces trains panoramiques <3

R.C6. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
avec plaisir ! oui belle expérience que de circuler à bord de ces trains panoramiques suisse <3

5.26. B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 13 juillet 2018.

Commentaires associés : 43.

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr/ouest-americain/

AMÉRIQUE AU BOUT DU MONDE OUEST AMÉRICAIN VOYAGES

ROAD-TRIP DANS L'OUEST AMÉRICAIN

Posted on 13 juillet 2018

[photo paysage d'un désert, une grande route menant à deux montagnes typiques des westerns américains une photo d'une jeune femme de dos avec un drapeau américain volant au vent]

17 jours dans l'Ouest Américain en amoureux, 17 jours de rêve, 17 jours de dingue à traverser 4 régions des Etats Unis : la Californie, l'Arizona, l'Utah & le Nevada ! On en rêvait de ce voyage et on ne pensait pas le faire à notre âge. En octobre 2017 nous voila donc partis à réserver la première étape qui fixera l'avenir de notre voyage, les billets d'avion. Et une fois les billets d'avion pris, à nous de nous organiser au mieux pour payer le voyage au fur et à mesure et ne pas être appelés par notre banquier…

Beaucoup d'entre vous nous ont posé des questions sur l'organisation du voyage, les bonnes adresses ou bons-plans à noter. Vous retrouverez tout cela dans notre récit ci-dessous ainsi que dans les box grises que vous pouvez dérouler en cliquant dessus [émoticône clin d'oeil]

On vous raconte notre vadrouille dans l'Ouest Américain ? C'est parti les vadrouilleurs !

Pourquoi choisir de voyager dans l'Ouest Américain ?

Tout à commencé sur **un coup de tête**. Chaque année désormais, on essaye de faire au moins un GRAND VOYAGE si notre compte en banque nous le permet. S'il y a 2 ans nous avions fait 7 jours de rêve à New York, l'année dernière nous n'avions pas pu aller plus loin que l'Europe (mais ce qui est très bien aussi). Pour 2018 on s'est dit « c'est bon, on peut en faire un ! ». C'était donc parti pour les grandes discussions autour DU GRAND VOYAGE DE L'ANNÉE : « Et si on allait en Indonésie, c'est à la fois loin, on peut visiter plein de choses et aussi se reposer en mode farniente ! » ou « On choisit le Canada plutôt c'est moins cher non ? » Ou sinon « on fait des petites villes d'Europe non ? » Et puis en fait non ! On est parti du postulat : **vivons nos rêves**, cassons la tirelire, organisons nous et on fait **ce qui nous attire depuis des années**, depuis notre rencontre même : **l'Ouest Américain**.
L'Ouest Américain on en parle depuis qu'on est ensemble, depuis 6 ans donc. **On a toujours admiré les paysages** en les voyant en photos ou même en vidéos dans les films/séries. **Les paysages légendaires, les routes impressionnantes, une nature mythique…** l'Ouest américain nous fascinait et il nous manquait plus qu'à sauter le pas. Voyager dans l'Ouest Américain, pour nous c'était aussi : **voir des panoramas uniques, voyager à la lueur des rivages ensoleillés, parcourir les déserts peuplés de cactées, discuter et partager avec des**

américains et autres voyageurs du monde entier, manger pas mal de hamburgers et avoir encore et toujours de supers souvenirs dans la tête. C'était ça notre rêve américain et désormais ce rêve est devenu réalité.

Que voir et que faire dans l'Ouest Américain en 2 semaines ?

Beaucoup d'entre vous nous l'ont demandé, alors la voici, la **carte de notre Road-Trip dans l'Ouest Américain**. Pour aller de destination en destination comptez 4 ou 5h de route. Eh oui on dirait pas comme ça mais les routes sont longues et très droite. Le temps de route peut vite sembler long mais à l'arrivée, les endroits magnifiques qui vous attendent vous font oublier le trajet.
Vous trouverez donc ci-dessous notre carte ainsi que **notre itinéraire détaillé jour par jour de notre Road-Trip dans l'Ouest Américain et autres conseils pratiques**.

[image de la carte de l'itinéraire du road trip]

Budget pour un Road-Trip dans l'Ouest Américain
Voici le détail de **nos dépenses pour un Road-Trip de 17 jours dans l'Ouest Américain en mai 2018*** :
Billets d'avion : 1 250€ pour 2 personnes A/R avec Air France dans l'A380
Location de voiture : 1 000€ pour un modèle SUV, toutes options et toutes assurances chez Hertz
Frais d'essence : à peu près 400€
Hôtels / Hébergements pour 17 jours : 1953€ (hôtels entrée et milieu de gamme)
Nourriture : 600€ pour deux pour 17 jours, soit à peu près 35€ par jour pour deux
Activités : 296€ pour 2 billets coupe-file aux studios Universal de Los Angeles, 100€ la visite de Lower Canyon pour 2 personnes, 350€ pour 1 personne pour un tour d'hélicoptère au dessus de Grand Canyon, 80€ l'American Beautiful Pass pour visiter les parcs nationaux américains.
Total : environ 6000€ pour deux personnes soit 3000€ par personne.
**Budget à titre indicatif selon notre mode de voyage – tarifs mai 2018.*
**Budget sans compter le shopping et autres souvenirs.*

Notre Road-Trip dans l'Ouest Américain jour par jour

Jour 1 & 2 de notre Road-Trip dans l'Ouest Américain : Los Angeles

Pour nous, Los Angeles rimait avec extravagance, luxe, gloire et mirages hollywoodiens. Et c'était ça mais avec plein de points supplémentaires ! **Los Angeles nous a complètement surprise** de part ses **endroits charmeurs**tels que **Venice Beach et Santa Monica**, ses endroits célèbres comme **Hollywood Boulevard, son street art hors norme** ou encore ses adresses tendances.
Jour 1 : Venice Beach, Santa Monica et Street Art à Los Angeles

Après presque 12h de vol dans le fameux A380 d'Air France, nous voila arrivés à Los Angeles, la cité des anges. Nous avons atterris aux alentours de 13h heure locale ce qui nous a permis dans un premier temps de récupérer notre voiture chez Hertz (Je vous donne un peu plus d'informations dans la box grise ci-dessous) et de visiter une petite partie de la ville de Los Angeles.
Nous sommes donc partis du côté de **Venice Beach en passant par Santa Monica**. Nous avons eu un véritable coup de coeur pour Venice beach, son ambiance bohème, ses canaux et ses maisons fabuleuses au bord de l'eau. On a poursuivi notre vadrouille par un peu de shopping non loin de la plage. Une première journée à flâner donc car nous étions debout depuis plus de 24h.

Jour 2 : Devant et derrière Hollywood Signs + Hollywood Boulevard

Eh bien on s'en souviendra de cette deuxième journée à Los Angeles et plus précisément à Hollywood ! Nous avions pour ambition de commencer la journée par une **randonnée qui menait derrière le Hollywood Signs**. Alors op dès 8h nous étions d'ores et déjà garés sur **Lake Hollywood Drive** (gratuit à partir de 6h du matin) et **prêts à commencer le Tree Of Life Trail.** Nous avions presque tout prévu : au moins deux grandes bouteilles d'eau, des vêtements légers, lunettes de soleil mais nous avions oublié nos chaussures de randonnée et nous l'avions bien regretté. Le Trail qui commence à la fin de la **Wonder View Drive** commençait à nous emmener dans les herbes hautes et à grimper bien comme il faut ! Le **chemin est très rocailleux**, grimpe énormément et le moindre faux pas peut vite vous faire mal si vous tombez vu les cailloux que vous avez sous vos pieds. Bref, il est 9h30, il commence à faire chaud, on a jamais fait de randonnée de notre vie et on se dit qu'on est bien fou d'avoir fait ça. Au final, au bout d'une heure de randonnée intense (surtout pour nous qui ne sommes pas sportifs pour un sous), on arrive à côté du **Tree Of Life** et pouvons enfin admirer la **vue sur Los Angeles**. C'est exceptionnel. On y croit pas d'avoir monté tout cela en voyant notre voiture toute petite en bas des collines. Pour se rendre derrière le **Hollywood Signs** il faut encore marcher/escalader pendant 20 minutes nous dit-on… allez on y va ! La suite de la randonnée était encore plus rocailleuse et le chemin encore plus étroit mais nous avons rencontré beaucoup de randonneurs américains/espagnols ou autres et on s'entraidait tous pour grimper ou pour descendre les pentes pleines de cailloux. **Une fois arrivés derrière le Hollywood Signs une nouvelle vue s'offre à nous avec les lettres juste devant nous**. On y est, on s'émerveille et on reste assis là pendant de longues minutes à contempler (mais aussi à se reposer car on en pouvait plus avec cette chaleur et ce Trail de malade !). Voir le signe d'Hollywood de devant c'est déjà impressionnant mais se trouver de l'autre coté, derrière lui, nous a donné la sensation d'avoir vu ce signe que tout le monde connait d'une autre manière, d'avoir fait et vu son côté insolite.
Il est plus de 11h et la journée est loin d'être finie. **Nous redescendons les collines par la route** ce qui nous a permis de voir les **quartiers pavillonnaires d'Hollywood** ainsi que ses **maisons luxueuses**. Comme l'impression d'être dans les films avec ses maisons typiques et ses voitures de luxe. Par ailleurs, la voiture nous semblait encore assez loin. Et en effet, après avoir regardé sur **Maps Me**, il nous restait encore plus d'1h30 de marche avant de la retrouver ! Nous avons finalement fini par appeler un Uber car la chaleur et la fatigue nous ont totalement crevé et il fallait continuer le reste de l'après-midi à visiter la ville.
Une fois la voiture retrouvée, nous sommes allés en direction d'**Holywood Boulevard**. Bien sûr nous avons marché sur la célèbre avenue **Hollywood Walk of Fame**, visité le centre commercial juste à côté puis nous sommes repartis du côté de **Melrose Avenue pour admirer quelques spots de Street Art à Los Angeles**.
Bientôt un article « Que voir et que faire à Los Angeles en 2/3 jours »

Où se loger à Los Angeles et quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Louer sa voiture à Los Angeles. Nous avions réservé notre voiture de location type SUV chez Hertz pour un total d'un peu plus de 1000$ pour 17 jours avec toutes les assurances comprises car les américains ne rigolent pas lorsque vous avez un accrochage avec eux (on est un peu des flippettes ahah mais bon mieux vaut prévenir que...). Nous avions eu une voiture extra clean et avec toutes options, le top. De plus ils disposent de navettes gratuites qui viennent vous chercher à l'aéroport ou vous y déposent pour votre avion retour. Vous avez

aussi d'autres organismes de location comme Alamo, Avis... à vous de comparer les prix en amont et de voir celui qui vous convient le mieux.
Codes promotionnels pour louer votre voiture dans l'Ouest Américain : Chez **AVIS**, le code qui fonctionne est J046307. Vous devez rentrer ce code dans le champs AWD en bas du formulaire de recherche. Chez **Hertz**, le code à saisir est 510000. Vous devez le rentrer dans le champs CDP en bas du formulaire de recherche. Un autre code qui peut offrir une remise plus importante chez Hertz est le 22754. Ce sont des codes de réduction générique, qui marchent pour tout le monde (pas besoin d'être membre de quelque chose ou de fournir un justificatif).
Se déplacer à Los Angeles. C'est bien connu qu'à Los Angeles il y a plein d'embouteillages mais comme les métros et bus n'étaient pas bien commentés sur internet, nous nous sommes quand même déplacés en voiture pour chaque point d'intérêt que nous souhaitions voir. Nous nous sommes beaucoup garés dans des rues adjacaentes en faisant attention de ne pas nous garer sur les trottoirs rouges qui sont interdits et parfois même nous nous sommes garés dans les parkings des centres commerciaux. Les parkings des centres commerciaux sont vraiment un bon-plan car ils vous permettent d'être certains de trouver de la place à Los Angeles et sont parfois gratuits ! Nous avons fait le parking du centre commercial d'Hollywood Boulevard qui est payant mais abordable et celui de Santa Monica qui est gratuit pendant une heure ou deux il me semble.
Se loger à Los Angeles. A Los Angeles il y a un large choix d'hôtels ou d'AirBnB. Pour notre part nous avions réservé des hôtels dans le quartier d'Hollywood pour être plus près des centres d'intérets que nous voulions absolument visiter dans la ville. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Los Angeles [hyperlien vers le site internet de booking.com]
D'autres **bons-plans pour Los Angeles** à réserver en avance comme les studios Hollywood ou Warner Bros :

[encarts promotionnels tous sponsorisés par Getyourguide.fr]

[publicité de « Get your guide »]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

Jour 3 : Direction Las Vegas (4h30 de route)

Réveil à 7h du matin pour notre premier départ en **direction de Las Vegas** ! Plus nous avançons, plus le désert montre le bout de son nez et la température ne cesse d'augmenter d'heure en heure. A la moitié du voyage nous nous sommes arrêtés au **restaurant Peggy Sue's**. Diner-restaurant, dinersaurpark, magasin de souvenirs… ce restaurant haut en couleur et non loin de la route 66, était une **pause idéale pour se plonger dans les souvenirs de l'Amérique d'autrefois**. On a pu y déguster de fabuleuses omelettes bien garnies (assiettes bien garnies comme toujours aux Etats Unis) et de très bon milkshake. Une fois nos ventres bien remplis, on repart en direction de Las Vegas. La route nous semble longue et nous avons **l'impression de suivre une grande ligne droite ou quelques cactus se battent en**

duel sur les bas côtés. 2h plus tard on distingue enfin les célèbres **hôtels du Strip de Las Vegas** ! On jète un coup d'œil sur le thermomètre de la voiture, il fait plus de 105°F soit plus de 40 degrés et il n'est que 13h ! Lorsqu'on sort de la voiture la chaleur nous tombe dessus et c'est l'horreur. Comme l'impression d'étouffer mais il fallait vraiment qu'on bouge et qu'on visite la ville.
Nous avons donc commencé par prendre **le bus en direction du fameux panneau « Welcome to Fabulous Las Vegas ».** Une fois arrivés nous voyons des personnes faire la queue avant d'être pris en photo et on commence à se dire « malin ! si on doit payer pour prendre des photos partout… ». Mais en fait non ! La ville de Las Vegas a mandaté une personne pour prendre en photo les touristes avec en fond le fameux panneau. Il prend donc les gens en photo gratuitement (vous avez tout de même la possibilité de laisser un pourboire, ce qu'on a fait) et en prend même plusieurs en vous proposant des poses que vous pouvez réaliser. Une fois notre photo souvenir réalisée, nous avons repris le bus car **la chaleur écrasante nous a pas du tout donné envie de marcher** ! Il s'avère que le bus était une très bonne idée car en plus d'être climatisé, ils nous a déposé devant tous les beaux hôtels que nous voulions voir. Gros **coups de cœur pour les Hôtels « Paris Las Vegas »** et **l'architecture intérieur comme extérieur du « Venetian »**. Ce que nous retiendrons donc de Las Vegas c'est la chaleur écrasante, l'architecture des casinos et surtout **le spectacle des fontaines du Bellagio. Ce spectacle est complètement dingue !** Il nous a tellement impressionné que nous en avons regardé 4 ! (Il y en a toutes les 15 minutes à partir de 20h)

Où se loger à Las Vegas et Quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer à Las Vegas : N'hésitez pas à prendre le bus ou le monorail de Las Vegas (cliquez pour réserver en avance) [hyperlien vers getyourguide.fr] pour aller d'un point à un autre surtout si vous n'aimez pas la chaleur ! Ainsi vous arriverez plus vite à chaque point sans risquer d'avoir une insolation lol.
Se loger à Las Vegas : Pour notre part, nous étions logés au Bally's hotel [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] qui se situe juste en face du Bellagio et pour un prix plus qu'abordable car nous avions payé que 80€ la nuit. Nous avions également pu profiter de la piscine de l'hôtel à ce prix la et bien sur d'une vue de notre chambre sur le Flamingo. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Las Vegas [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].
Pour avoir moins chaud à Las Vegas : Profiter de la clim des hôtels. A Las Vegas vous pouvez rentrer dans les hôtels comme dans si c'était des magasins. On peut y jouer au Casino mais aussi se rafraichir un peu grâce à la clim des magasins. Dans certains casinos vous aurez même le droit à une boisson gratuite si vous vous asseyez pour jouer au casino (ou faire semblant lol).
D'autres **bons-plans pour Las Vegas** à réserver en avance : [encarts promotionnels tous sponsorisés par Getyourguide.fr]

[publicité de « Get your guide »]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

Jour 4 : Direction le Grand Canyon par la route 66 (4h20 de route)

Une fois de plus nous nous sommes réveillés assez tôt afin de profiter au maximum de nos journées dans l'Ouest Américain. A l'issue de cette 4 ème journée de notre Raod-Trip nous avons donc **pris la route en direction du Grand Canyon pour 2 jours**. Même si nous avons passé une partie de l'après midi dans le parc du Grand Canyon, nous dédions quand même cette partie de l'article à la route 66. **Un peu d'histoire sur la route 66** : La fameuse **Route 66** (**officiellement US Route 66**) est une ancienne route américaine qui reliait Chicago (Illinois) à Santa Monica (Californie), entre les années 1926 et 1985 aux États-Unis… Elle fut d'ailleurs la **première route trans-continentale goudronnée en Amérique** ! Que de frissons en parcourant donc quelques portions de cette route. Nous l'avons parcouru de la **ville de Kingman à Seligman** et avons pu découvrir des villes aux couleurs de la route 66 et typiques des Etats Unis. Une superbe expérience où nous avions l'impression d'être dans la peau de vrais américains ou même parfois dans des films.

Où se loger au Grand Canyon et quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer au Grand Canyon South et East Rim. La partie Sud et Est du par du Grand Canyon est très bien aménagée. Vous pouvez utiliser les bus gratuits pour vous rendre d'un point à un autre ce que nous avions fait en partie. Pour la partie Est du Parc nous l'avions fait en voiture en suivant la route de la "Desert View Drive" jusqu'à la "Desert View Watchtower". Sur cette portion de route nous avions pu nous arrêter à notre guise car il y avait pas mal d'endroits aménagés pour se garer.
Se loger au Grand Canyon. Difficile de se loger au Grand Canyon même surtout si vous ne vous y prenez pas à l'avance. Nous avions réservé nos hôtels 2 mois à l'avance et la ville la plus près que nous avions trouvé était la ville de Williams située sur la route 66 et à un peu plus de 30 minutes du Grand Canyon. Nous avions trouvé un très bon hôtel, l'hôtel La Quinta Inn & Suites Williams-Grand Canyon Area [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] et cela nous a permis de découvrir la petite ville typique de Williams avec son ambiance route 66. Finalement c'était un bon compromis car la ville était super agréable et dans l'ambiance de la route 66. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à côté du Grand Canyon. [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com]
Comme vous le savez, j'avais réservé un tour d'hélicoptère d'une heure au dessus du Grand Canyon pour Micka. Si vous avez la possibilité de la faire, sautez le pas ! La vue est exceptionnelle comme vous avez pu le voir sur nos photos et les souvenirs sont indélébiles. D'autres **bons-plans pour le Grand Canyon** : [encarts promotionnels tous sponsorisés par Getyourguide.fr]

[publicité de « Get your guide »]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

Jour 6 : Monument Valley (2h30 de route)

Depuis notre visite au Grand Canyon nous avions vraiment l'impression d'être dans l'Ouest Américain car même si nous sommes heureux d'avoir visité des villes comme Los Angeles ou Las Vegas, pour nous, **l'Ouest Américain rime surtout avec paysages démesurés**. Et ce 6 ème jour de Road-Trip a confirmé cela ! Monument Valley, parc naturel situé à la frontière entre l'Arizona et l'Utah, nous a literralement scotché par ses **formations géomorphologiques hors normes !** Cette « vallée des rocs » comme la surnomme les Navajos est extraordinaire et un de nos **coup de cœur de ce voyage dans l'Ouest Américain**. Le parc se visite en voiture ou même en randonnée. Nous avions opté pour la voiture et nous étions bien **contents d'avoir choisi de louer un SUV** car pour visiter le parc de part et d'autre c'est un **chemin non goudronné, plein de cailloux et de sable aussi** (notre voiture était très sale en sortant du parc). On a d'ailleurs vu des voitures basses comme des Mustangs, rebrousser chemin car la route abimait le bas de leur voiture. Nous avons visité le parc pendant plus de 3h à contempler ces fameux rochers extraordinaires et comme « posés là ». Nous avons aussi pû prendre une photo en mode « western » sur un cheval au bord d'un gros rocher avec un fond magnifique. Nous avions pris **l'hôtel du parc, THE VIEW** et nous n'étions pas mécontents d'avoir (une fois de plus) cassé la tirelire car **se coucher et se lever avec une vue sur Monument Valley c'est inoubliable, magique** et on le fera probablement qu'une fois dans notre vie. Au coucher de soleil, nous sommes restés à contempler les couleurs changeantes lorsque le soleil et la nuit tombaient et c'était totalement extraordinaire. Les rochers passent du marron clair au marron foncé et la couleur du ciel devient rosé ou même parfois rouge feu. **Certainement le plus bel endroit que nous ayons vu jusqu'à maintenant et surtout le plus marquant de ce Road-Trip dans l'Ouest-Américain.**

Où se loger à Monument Valley et quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer dans Monument Valley. Cette fois-ci pas de bus dans ce parc mais la possibilité de le visiter avec votre propre voiture (enfin si vous avez un SUV car sinon le bas de votre voiture risque d'être abimé). Pour ceux qui ont des voitures basses vous avez tout de même la possibilité de vous faire emmener dans des 4x4 ou bien de faire le tour en marchant mais la chaleur est vite écrasante...
Se loger à Monument Valley. Comme vous l'avez vu, nous étions logés dans le seul hôtel en plein cœur du parc : The View. Les chambres sont disponibles à partir de 150$ la nuit et plus vous y mettez le prix, plus vous avez une meilleure vue bien-sûr mais comme indiqué c'est exceptionnel de manger, se coucher et se lever en face de ces rochers incroyables et si célèbre. Sinon vous avez aussi la possibilité de loger dans les hôtels dans les alentours comme le Goulding's Lodge [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] par exemple. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à côté de Monument Valley [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

Jour 7 : Page, Antelope Canyon, Horseshoe Bend, Lake Powell (2h30 de route)

Après un levé en face de Monument Valley, on se disait qu'on ne verrait pas d'endroit plus beau dans l'Ouest Américain ! Mais c'était sans compter sur cette **journée à Page à la découverte d'Antelope Canyon, de Horseshoe Bend ou encore du Lake Powell**. Nous sommes arrivés vers 12h à Antelope Canyon pour une **visite guidée OBLIGATOIRE au Lower Antelope Canyon (visiter Upper Antelope Canyon est également obligatoire avec un guide)** avec la compagnie Dixie Ellies Tour. Il y avait un monde fou ! On nous appelle à 12h30 dans un groupe d'une dizaine de personne avec un guide dédié et on va vite comprendre pourquoi les visites guidées sont obligatoires… On commence à marcher 10 minutes puis on arrive en haut d'un escalier qui semble nous mener dans le canyon juste en bas. L'escalier est très étroit et tout le monde se tient. Arrivés en bas, **la magie commence dès le début du Lower Canyon** ! **Les couleurs orangées s'entremêlent et le canyon nous offre de magnifiques palettes tout le long de la visite**. Notre visite dans le canyon a duré un peu plus d'une heure avec un super guide de chez Dixie Ellis qui nous a raconté plein d'anecdotes/histoires sur le canyon et qui prenait même le temps de nous prendre en photo pour que l'on garde de bons souvenirs. On recommande vraiment cet organisme ! Une fois cette fabuleuse visite terminée, nous sommes partis **en direction de Horseshoe Bend**. Et là on a pris une nouvelle claque une fois de plus après 10 minutes de marche seulement. **Ce magnifique rocher entouré d'eau ou les couleurs de l'eau s'entremêlent également nous a ébloui !** Par contre faites attention à vous, il n'y avait pas encore de barrière quand nous y sommes allés (ils sont en train d'en installer car il y a beaucoup d'accidents mais ils étaient même pas à un quart du site) et c'est très dangereux de s'approcher. Les gens vont au bord du précipice pour THE photo à leur risque et péril sachant que 2 jours avant notre visite une personne était tombée et décédée à cause de ça !! Pour finir la journée, nous sommes allés directement à notre **hôtel en plein coeur du parc du Lake Powell** pour finir la visite à contempler ce **lac artificiel qui a émergé suite à la construction du barrage Glen Canyon Dam en 1964**.

Où se loger à Page / Antilope Canyon / Horsehoe Bend et quels sont les autres plans ?

Se déplacer à Page de Antelope Canyon, Horseshoe Bend ou du Lake Powell. Pas de panique tout est à côté ! En effet pour visiter Antelope Canyon en passant par Horseshoe Bend et pour finir au Lake Powell, tout est à plus ou moins 30 minutes en voiture maximum.

Se loger à Page ou dans les alentours. Nous avions pris un super hôtel juste en face du Lake Powell, avec piscines extérieurs et bien-sûr la super vue sur le lac : le Lake Powell Resorts and Marinas [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com]. Attention cependant si vous souhaitez loger dans l'enceinte du parc du Lake Powell car vous devrait payer l'admission comme dans les autres parcs nationaux ou bien vous servir de la American Beautiful Pass pour rentrer. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Page [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].

Ou réserver pour visiter Antelope Canyon ? Il existe beaucoup de sites sur internet et vous avez bien-sûr le choix entre Lower ou Upper Antelope Canyon. Comme vous le savez nous avions réservé pour le Lower Antelope CAnyon car même 2 mois avant il ne restait plus de place pour le Upper Antelope Canyon. Mais le Lower Antelope Canyon était génial aussi et nous avions adoré notre visite avec Dixie Ellis Lower Canyon [hyperlien vers un site d'organisation de visites] car le guide était disponible, il donnait énormément d'explications et prenait même le temps de nous prendre en photo. Voici cependant une liste de sites ou vous pourrez réserver vos billets en avance (en on vous le conseil car les places partent vite même plusieurs mois avant !) :
Sites internet pour réserver Lower Antelope Canyon : Dixie Ellis Lower Canyon[hyperlien vers un site d'organisation de visites] ou Ken's Tours Lower Canyon [hyperlien vers un site d'organisation de visites].
Sites internet pour réserver Upper Antelope Canyon : Antelope Canyon Tours [hyperlien vers un site d'organisation de visites], Antelope Canyon Navajo Tours [hyperlien vers un site d'organisation de visites] ou encore Antelope Slot Canyon Tours [hyperlien vers un site d'organisation de visites].

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

Jour 8 : Bryce Canyon (2h30 de route)
Après de très jolies palettes de couleur découvertes durant la journée précédente, on part en direction de Bryce Canyon en 2h30 de route. On ne s'attendait pas à ça non plus ! Bryce Canyon ne figurait pas dans nos coups de coeur de base car beaucoup moins connu de tous et beaucoup moins d'infos mais c'est aussi pour cela que ce site qui nous a bien surpris. Notre première surprise fut d'ailleurs la température. Le parc de **Bryce Canyon se situe à plus de 2500 mètres d'altitude** et il faisait beaucoup plus froid (15° pour plus de 25 avant) que dans les autres parcs que nous avions visité quelques jours auparavant. Ce parc est totalement unique ! **Bryce Canyon se caractérise par un amphithéâtre qui compte une centaine de tourelles et d'aiguilles rocheuses incroyables**. une fois de plus nous avions utilisé le service de navettes à l'intérieur du parc pour visiter l**es points d'intérêts importants comme Sunrise Point, Queen's Garden Trail, Sunset Point, Bryce Point ou encore Inspiration Point**. nous sommes tout de même allés en voiture jusqu'à Rainbow Point car aucune navette allait à ce point.

Où se loger à Brice Canyon et quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer à Bryce Canyon. Une fois de plus, c'est un parc très bien organisé. Vous avez des bus navettes qui vous emmènent à plusieurs points d'intérêts du parc. Nous avions également pris la voiture pour une autre partie du parc qui n'était pas déservi par les bus mais les routes sont très bien et en plus on a croisé pleins d'animaux [émoticône souriante].

Se loger au Bryce Canyon. Nous **étions** logés à quelques minutes du parc dans le Bryce Canyon Resort [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] et non loin des commerces. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à côté du Bryce Canyon [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo]

Jour 9 : Zion (1h30 de route)

Zion, le parc paradisiaque ! Après une bonne nuit de sommeil et seulement 1h30 de route de Bryce Canyon, on débarque dans ce **canyon tapissé de frênes et de peupliers entourés de monolithes de grès et leurs strates de différentes couleurs variant entre le banc, le rose, l'orange et le rouge**. Dans ce parc c'est service de navette uniquement ! Il y a des parkings a coté du Visitor center mais les places sont très limitées et il faut arriver très tôt dans le parc pour être sûr d'en avoir une. On a eu une place de parking en tournant uniquement 5 minutes ce qui n'était pas le cas des autres voitures lol. Nous nous sommes donc arrêtés dans les différents points de vues du parc mais nous avions surtout décidé de faire une **randonnée tranquille et sympathique : The Narrows**. **The Narrows est la partie la plus étroite du canyon, là où les falaises se rapprochent** et au bout du sentier on arrive les pieds dans l'eau pour une randonnée pas comme les autres. **Nous avions loué des équipements spéciaux dans le parc de Zion pour cette randonnée dans l'eau** : chaussures spéciales, chaussettes spéciales et bâton pour se tenir. On vous conseille vraiment de louer ces équipements si vous avez pour ambition de faire la randonnée The Narrows car avec des chaussures basiques vous n'irez pas bien loin (on a eu de l'eau jusqu'aux fesses parfois et le courant de l'eau peut aussi vous faire perdre l'équilibre). **C'était une expérience génialissime !** En plus de voir des paysages magnifiques, on était comme des enfants à marcher dans l'eau du canyon a 22°. Nous n'avons pas fait la randonnée **Canyon Overlook Trail** car même si elle offre un point de vue incroyable sur Zion, sa hauteur et ses passages dangereux avec seulement une corde pour descendre et ne pas tomber nous a pas donné envie. Par contre nous avions fini le parc par la **Zion Mount Carmel Highway** en voiture, une des plus belles routes panoramiques de tout l'Ouest Américain avec de magnifiques points de vue sur le parc de Zion.

Où se loger à Zion et quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer à Zion. Le parc est desservi par de nombreux bus qui vous déposerons aux différents points d'intérêts. Par ailleurs, lorsque vous quittez le parc, de bons points de vues vous attendront également grâce à la Zion Mount Carmel Highway !

Se loger à Zion. Nous avions trouvé un hotel à quelques kilomètres de l'entrée du parc : le Best Western Zion Plus [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com]. Notre hôtel se situait à 25 minutes du parc de Zion et nous avions pas mal de commerces/restaurants juste à côtés. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Zion [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].

Un conseil principal si vous allez visiter le parc de Zion, allez y de bonne heure ! En effet les parkings ne sont pas grands et il y a énormément de monde dans ce parc, on ne s'y attendait pas. Nous sommes mêmes restés bloqués plusieurs minutes avant de pouvoir nous garer par chance !

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo]

Jour 10 : Death Valley (5h de route)

La Vallée de la Mort… un nom à donner froid dans le dos alors qu'il y fait plus de 40° ! On avait tellement entendu parler de cette endroit que notre excitation était à son comble malgré 5h de route en partant de Zion. Une fois arrivés dans le parc de Death Valley on a bien rigolé en voyant les routes vallonnées de part et d'autres. Puis une fois sur place c'est **un endroit plein de charme et très mystérieux qui s'offrait à nous entre ces montagnes, ses canyons, ses dunes de sable et ses mers de sel**. A notre période il faisait plus de 40° sur place mais la chaleur était tellement étouffante qu'on avait bien l'impression qu'il faisait plus de 50°. Nous avons également été surpris de voir les longues distances parcourues en voiture pour aller d'un point d'intérêt à un autre comme **Badwater, Artist's Palette, Zabriskie Point, Devil's Golf Course ou encore Dante's View**. Nous avons terminé la journée par **Rhyolites, la ville située à l'extérieur du parc créée en 1904 et abandonnée en 1908**pour des raisons économiques. Cette ville est désormais **une ville fantôme** où des constructions en pierre datant de cette époque y sont toujours.

Où se loger à Death Valley et les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer à Death Valley. Pas de navette disponible dans ce parc il faudra donc vous déplacer en voiture. Attention car les distances sont parfois très longues dans le parc donc regardez bien ce que vous voulez voir pour optimiser vos trajets en fonction de la route à faire d'un point d'intérêt à un autre. Prévoyez aussi une glacière avec beaucoup d'eau car dès que vous sortez de votre voiture la chaleur est écrasante.

Se loger à Death Valley. Nous étions logés dans une ville juste à côté de l'entrée du parc de Death Valley dans l'hôtel Death Valley Inn & RV Park [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com]qui était très bien entretenu et pas très cher. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Death Valley [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo]

Jour 11 : Mammoth Lakes (3h30 de route)
On ne pensait pas voir de la neige durant ce road-trip dans l'Ouest Américain ! **Mammoth Lakes est une destination de choix souvent sélectionnée pour couper la trop longue route entre Yosemite et Death Valley**, ce que nous avions fait. Une destination rafraichissante qui nous a impressionné par ses spectaculaires paysages de montagne de la Sierra Nevada, son épaisse foret et ses somptueux lacs. C'est vraiment le paradis pour les amateurs de plein air

quelle que soit la saison car le ski de fond, le ski alpin, le vélo montagne ou encore les randonnées sont de mise. Nous avions voulu voir les **Devil Postpile National Monument (colonnes de basalte de 60 pieds de haut)** mais la route pour y accéder était fermée à cause de la neige. Nous nous sommes donc rendus aux **Hot Creek Geological Site pour admirer la géologie en pleine action avec des sources d'eau chaudes aux eaux bouillantes, éruptions de geysers, fumerolles et cratères**, le tout à moins de 5 kilomètres au-dessus du magma chaud d'un ancien volcan ! Nous avons également vu **Mono Lake, ancien lac salé avec des formations calcaires pittoresques** à seulement quelques kilomètres de Mammoth lakes.

Où se loger à Mmanoth Lakes et quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer à Mammoth Lakes. Voiture bien sur car ce n'est pas un parc mais une ville. Avant de vouloir voir un point d'intérêt regardé bien si celui-ci est ouvert (pas comme nous lol) car en fonction du temps et de la période les accès peuvent être bloqués.

Se loger à Mammoth Lakes. Nous avions pris le Holiday Haus [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com] qui était parfait, entouré de grands sapins. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Mammoth Lakes [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].

[photo] [photo]

[photo] [photo]

Jour 12 : Yosemite Park (1h30 initialement mais 4h à cause des déviations)

On a bien cru que cette 12ème journée dans l'Ouest Américain n'allait jamais se terminer. En effet, la veille nous avions appris que **la route directe (US route 120) d'1h30 pour aller à Yosemite Park était fermée** (ce qui arrive souvent apparement à cause de la neige) et qu'il fallait donc contourner la montagne avant d'y arriver… On nous parle de 8h ou 5h de route et on commence à flipper. Le soir même nous étions en stress et avons essayé de nous renseigner au mieux pour la route du lendemain. Le lendemain matin on se dit qu'on avait pas le choix de toute façon et qu'au pire on suivrait les déviations. Nous voila donc à tenter de contourner la montagne, à parfois avoir l'impression d'être encore plus en altitude et de voir encore plus de neige mais au fil des heures on est soulagé. On suit les déviations comme il faut et nous avions finalement mis **4h pour arriver à Yosemite** ce qui nous a laissé le temps de visiter le parc :). Une fois arrivés dans le parc et après avoir tourné plusieurs minutes pour trouver une place de parking, on change pas les habitudes, on prend la navette du parc pour visiter les points d'intérêts de Yosemite Park. **Encore un parc américain qui nous a surpris par sa grandeur (3079 km2) et ses paysages à couper le souffle avec ses gigantesques falaises de granit et ses puissantes chutes d'eau.** Petite déception tout de même lors de notre visite de ce parc car plusieurs points d'intérets célèbres comme les séquoias géants étaient fermés au public pendant plusieurs jours/mois.

Où se loger à Yosemite park et quels osnt les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer à Yosemite. Un parc qui bénéficie aussi de navette gratuite. Petit conseil tout de même avant d'aller d'un point d'intérêt à un autre : regarder si les travaux sont terminés. Pour notre part il y avait plusieurs points d'intérêts fermés comme séquoias park pour cause de travaux...

Se loger à Yosemite. Nous avions pris un hôtel en dehors du parc (30 minutes de route), le Best Western Plus Yosemite Gateway Inn [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com]et nous vous le recommandons car il était très propre et très agréable. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à Yosemite [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo]

Jour 13 & 14 : San Francisco (4h de route)

ENFIN nous allions découvrir la fameuse ville de San Francisco que l'on avait l'impression de déjà connaître grâce à tous les films/séries/photos qui la mentionne. 4h de route à partir de Yosemite pour enfin faire connaissance avec le **Golden Gate Bridge de San Francisco, la célèbre prison d'Alcatraz, les Painted Ladies, Fisherman's Wharf et son fameux ponton Pier39 avec les otaries ou encore son fameux Cable Car**. On avait jamais connu une **ville aussi grimpante avec des dénivelés impressionnants d'une rue à l'autre**. On a **particulièrement aimé la visite de la prison d'Alcatraz** qui était passionnante et totalement immersive grâce à l'audioguide et les explications inédites ennoncées. On a moins aimé notre hôtel Super 8 extrêmement bruyant car à côté de la route principale menant au Golden Bridge et assez mal entretenu.
Bientôt un article « Que voir et que faire à San Francisco en 2/3 jours »

Oú se loger à San Francisco et quels sont les bons plans ? [menu déroulant]

Se déplacer à San Francisco. Un peu comme à l'image de Los Angeles, c'est compliqué de se déplacer à San Francisco en voiture ! Nous avions privilégié nos déplacement en bus pour nous rendre dans les points d'intérêts principaux et c'était très pratique.
Se loger à San Francisco. La encore vous aurez le choix en hôtel. Comme indiqué notre hôtel Super 8 by Wyndham San Francisco/Near the Marina n'était vraiment pas terrible donc on ne vous le recommande pas. Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à San Francisco. [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com]
N'oubliez pas de réserver à l'avance certaines attractions comme la visite de la Prison d'Alcatraz via le site officiel [hyperlien vers le site de réservation du lieu]. N'hésitez pas à prendre le plus tôt le matin possible pour éviter la foule. D'autres **bons-plans pour San Francisco** : [encarts promotionnels tous sponsorisés par Getyourguide.fr].

[publicité de « Get your guide »]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo]

Jour 15 & 16 & 17 : Los Angeles (6h de route)
La fin du Road-Trip arrivait… il fallait que l'on regagne Los Angeles pour nos 3 derniers jours. Après 6h de route nous sommes arrivés à Los Angeles et en avons profité pour flâner dans les magasins et nous promener à Santa Monica tout en observant le couché de soleil. Le lendemain nous avons passé la journée entière dans **le parc Universal Studios d'Hollywood**. Dernière petite folie de ce voyage, nous avions réservé des billets coupe-fil pour Universal Studios Hollywood [hyperlien vers le site du voyagiste getyourguide.fr] afin de ne pas top patienter dans chaque attraction. Encore une fois nous étions bien contents de les avoir pris car quand les autres faisaient plus d'1h de queue pour chaque attraction, nous n'en faisions en moyenne que 5 minutes. Grâce à ces billets que nous avions réservé plusieurs jours avant sur Get Your Guide [hyperlien vers le site du voyagiste getyourguide.fr] nous avons pu faire toutes les attractions du parc. **Coups de coeur pour l'attraction d'Harry Potter en 3D ou l'on a cru qu'on volait sur des ballets avec lui, l'attraction Transformers et celle de Jurrasic Park**.

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo]

Un Couple en Vadrouille
Mylène & Mickaël

Partager :
[Facebook] [twitter] [Pinterest] [WhatsApp]

WordPress :
[j'aime]

Autres articles similaires :
[Aller à New York à bas prix] [Idée cadeaux pour voyageurs] [Barcelone en quelques jours]

43 comments

[COMMENTAIRES]

43 COMMENTS

1. [photo] [nom de blog] [hyperlien vers le blog de la commentatrice]
14 juillet 2018 at 13 h 21 min
Quelle joie de revoir tous ces lieux qui me rappellent de beaux souvenirs
Super trip

2. [photo] [nom de blog voyage] [hyperlien vers un blog voyage inactif]
14 juillet 2018 at 16 h 46 min
Nous y serons 3 semaines en septembre et allons suivre le même parcours que vous ! J'ai tellement hâte d'y être [émoticône souriante] Votre article m'impatiente encore + !! [émoticône souriante] Facile de s'arrêter sur les routes pour prendre des photos ? Notamment vos photos sur la route 66 (mais aussi les autres :))

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE
*14 juillet 2018 at 16 h 49 min*Oui très facile ! Il y a de la place pour se garer sur le bas côté à chaque fois, comme si la route vous attendait ahah. Vous allez adorer ! Hâte de re-vivre ça a travers vous [émoticône souriante].

[photo] [nom de blog voyage] [hyperlien vers un blog voyage inactif]
14 juillet 2018 at 16 h 54 min
Parfait ! J'ai prévu activité photos route : trop mythique !
J'espère faire d'aussi belles photos donnant envie que les vôtres ! [émoticône souriante]. RDV dans 2 mois !!

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE*14 juillet 2018 at 16 h 55 min*Yeahhh le compte à rebours est lancé ! [émoticône souriante].

3. Pseudonyme – [hyperlien vers un blog voyage et lectures]
15 juillet 2018 at 9 h 43 min
Super reportage qui fait trop rêver ! Bravo!

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE*15 juillet 2018 at 9 h 48 min*Merci à vous pour ce message <3

4. [image] - Prénom masculin – nom de blog voyage [hyperlien vers un blog voyage]
Reply *18 juillet 2018 at 15 h 35 min*
Vous avez fait un super séjour et vu des choses/paysages très variés ! C'est cette variété qui m'avait plus aussi lors de mon séjour en 2014. A bientôt !

5. [photo] [prénom féminin]
Reply *23 juillet 2018 at 9 h 16 min*

Magnifique. Les USA c'est mon prochain voyage, je me pose la question du budget. Vous avez abordé ce sujet ? Si vous pensez le faire ça m'intéresse

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE *23 juillet 2018 at 9 h 39 min* Oui on prépare un article reprenant tous ces éléments mais en vrai ça nous a coûté 3000€ par personne environ.

6. [image] Reply - Prénom féminin *28 juillet 2018 at 3 h 39 min*
Je reste bouche bée devant la beauté de tous ces paysages. Des grands espaces, une géologie fascinante, la nature joue le grand jeu là-bas. Plus je vois des récits de blog trips dans l'ouest américain, plus j'ai envie de prendre le prochain avion et d'y aller. Vos photos sont à tomber.

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE *28 juillet 2018 at 9 h 11 min* Coucou ! Merci à toi pour ce retour c'était un voyage inoubliable ! J'espère que tu auras l'occasion de le faire un jour

7. [photo] [prénom féminin] [site internet piraté]
Reply *11 septembre 2018 at 18 h 38 min*
J'ai un peu de retard dans mes lectures et venir sur votre blog est toujours un plaisir. D'abord parce qu'on a tous envie de partir ou de repartir lorsque l'on vous lit et regarde vos photos. Mais bien sur je regarde aussi le blog en lui même et j'adore : votre façon de raconter, les menus déroulants… bref, continuez ainsi [émoticône souriante]

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE *11 septembre 2018 at 19 h 22 min* Merci beaucoup pour vos messages Hélène ! On a beaucoup de retard aussi mais on devrait pouvoir passer sur le vote dans les deux semaines à venir [émoticône souriante].
A très vite !

8. [image] [prénom]
Reply
26 octobre 2018 at 9 h 36 min

Merci pour ce très bel article qui me projette dans quelques mois puisque j'ai réservé mes billets Paris/LA pour 17 nuits sur place… je me disais que c'était trop juste de passer par San Fransisco en faisant les principaux parcs, ceux que vous mentionnez… mais apparemment, c'est faisable… je voyage seule avec mes deux ados, pensez vous que ça ne sera pas trop speed si je réalise le même parcours que vous? Merci pour vos conseils!!!

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE *26 octobre 2018 at 9 h 40 min* Coucou Aniel !
Vous nous emmenez dans vos valises ?
17 jours c'est génial ! Les journées sont bien remplies et c'est un peu speed parfois mais vous aurez le temps de visiter à votre rythme tout de même. Vous pourrez certes pas tout voir mais la plus grande partie sera possible [émoticône souriante]

9. [photo] [prénom féminin] [hyperlien vers un blog voyage]
Reply
8 novembre 2018 at 13 h 07 min
Ce road trip de dingue… c'est vraiment le combo dont tout le monde rêve dans l'Ouest americain je pense! Perso Monument Valley et Antelope Canyon me donnent des frissons à chaque fois que je vois des photos, mais le Yosemite n'est pas loin non plus! J'espère qu'un jour j'aurais l'occasion de vivre ce même rêve [émoticône souriante]

UNCOUPLEENVADROUILLE *8 novembre 2018 at 13 h 39 min* Coucou ! Oh oui c'était un voyage de rêve qu'on a peaufiné rien que pour nous en fonction de nos rêves et envies lol. On te souhaite de réaliser ce rêve aussi ! [émoticône souriante]

10 [image] [prénom féminin] Reply *14 décembre 2018 at 17 h 28 min*
Je rêve de faire ce voyage en couple à l'été 2019 – merci d'avoir partagé votre expérience unique ! Juste une question, quel était votre budget ? Couchage ? Vol ? Mille merci de votre retour !

Reply UNCOUPLEENVADROUILLE *14 décembre 2018 at 17 h 30 min*

Hello !
Merci à toi pour ton retour. On a dépensé environ 3000€ par personne en tout. On a réservé nos vols plusieurs mois à l'avance et du coup chaque mois on réservait des hôtels ou autre pour échelonner le budget et pour que ça soit moins lourd. Les vols c'était 600€ par personne il me semble. J'espère avoir pu t'aider [émoticône souriante].

5.27. B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne - Voyages] – Un week-end à Berlin

Date de consultation : consulté le 23 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 30 août 2017.

Commentaires associés : 21.

1.

ALLEMAGNE EUROPE VOYAGES

UN WEEK-END À BERLIN
Posted on 30 août 2017

[photo et légende « un week-end à Berlin »]

2.

Ich bin ein Berliner ! … après un week-end de 3 jours en immersion totale dans la capitale Allemande, on peut le dire [émoticône souriante].

3.

Si Berlin n'est pas une des destinations les plus touristiques, elle vaut le coup d'être vue sous toutes ses coutures. **Visiter la capitale allemande c'est découvrir une ville pleine d'Histoire** autour du Mur du Berlin, de la Seconde et Première Guerre Mondiale, c'est aussi flâner dans les multiples bars, cafés, clubs, restaurants et boutiques indépendantes de la ville tout en découvrant une ville où l'on se sent à l'aise et pas à l'étroit, loin de la foule ambulante des capitales du Sud telles que Barcelone, Rome ou Lisbonne par exemple.

4.

A l'occasion des 28 ans de Mickaël, j'ai décidé de lui offrir un **week-end surprise à Berlin**. Lui qui voyait un carton emballé depuis plusieurs jours dans la chambre ne s'attendait pas à ce qu'il y ait uniquement des billets d'avion dans celui-ci. (J'avais mis des poids à l'intérieur pour pas qu'il se doute #maligne).

Le lendemain matin de son anniversaire nous partions donc en direction de l'aéroport de Roissy pour nous rendre à Berlin.

5. Allez op **Un couple en Vadrouille** vous y embarque en images et en impressions [icône coeur].

6. [icône information] À savoir avant d'aller à Berlin

Monnaie : Euro (€)
Langue : allemand et anglais couramment parlé
Formalités : carte d'identité ou passeport pour les citoyens UE
Heure locale : heure d'Europe centrale
Prises et adaptateurs : prises comme en France
Hôtels et hébergements : Cliquez ici pour voir les établissements disponibles à Berlin [hyperlien vers la plateforme de réservation booking.com].
Les activités à faire à Berlin et à réserver à l'avance : Afin d'être certains d'avoir de la place et surtout pour gagner du temps sur place, on réserve toujours nos billets à l'avance que ce soit pour des billets coupe-file ou non. Rendez-vous directement sur le site de GetYourGuide pour voir les activités que vous pouvez réserver en avance pour Berlin.

[publicité de GetYourGuide sur Berlin avec hyperlien vers la plateforme commerciale]

7.

[Icône cœur] Notre avis général sur la ville de Berlin

Si comme nous vous aimez **vous replonger dans l'Histoire** en découvrant les moments clés des époques précédentes alors la ville de Berlin est faite pour vous. Entre **prestigieux musées et fascinants monuments imprégnés d'histoire**, vous ne serez plus ou donner de la tête. A chaque recoin de la ville nous avions l'impression de **revivre l'Histoire du Mur de Berlin et de la Seconde guerre Mondiale** en passant devant des restes du Mur, en visitant les Mémorials et en parcourant les différents sites dédiés et imagés en plein centre ville de Berlin. **On a aimé découvrir des parties de l'Histoire que nous ne connaissions** par forcément et des **photos, reportages ou autres objets inédits** à ce sujet. On a également apprécié la **simplicité et la générosité des habitants de la ville.** On a aussi noté que Berlin était **une ville très propre et très bien desservie par les transports en commun (Bus, Tram, Métro, Train)** un vrai plus quand on veut naviguer d'un point à l'autre de la ville.

8

C'est bête mais on a trouvé que **la ville manquait de supermarché** [émoticône souriante bouche ouverte]. **.**Pour limiter les frais, nous aimons bien aller au supermarché pour trouver notre casse-croûte du soir par exemple, or à Berlin, nous avons dû tourner longtemps voir prendre le métro pour en trouver un**.** Mais on pense aussi que nous étions tellement crevés à force de déambuler dans la ville et qu'on ne comprend tellement pas l'allemend qu'on a pas su trouver. [émoticône souriante bouche ouverte].

9.

Autre point qui nous a étonné, beaucoup de monuments ne sont pas restaurés et sont noirs. C'est vrai que c'est presque la première fois qu'on en voit autant dans une ville ou alors nous avons l'habitude de voir des villes qui justement restaurent sans arrêt leur monument…

10.

[Icône fourchette et couteaux] On mange quoi à Berlin / en Allemagne ?

Une chose est sûr, on mange bien (et gras) en Allemagne ! Comme à notre habitude, nous aimons tester au moins un restaurant typique du pays/de la capitale que nous visitons. En Allemagne, les spécialités sont à base de porc, foie de veau, saucisses, chou, pommes de terre, fromage… C'est donc lors de notre dernier jour dans la capitale Allemande que nous partions à la recherche d'un fameux restaurants qui nous permettrait de gouter leurs spécialités culinaires. Nous nous sommes arrêtés dans le restaurant traditionnel allemand (on vous laisse vous amuser à le prononcer hein) : Schwarzwaldstuben.

11.
Quel merveilleux choix nous avions fait là ! En plus d'être super mignon, on a extrêmement bien mangé car c'était super copieux, riche et surtout savoureux. Pour ma part j'avais pris des **Kässpätzle** (pâtes fraîches aux oeufs avec une abondance de fromage) et Micka avait pris **Badisches Schäufele** (épaule de porc braisée avec purée allemande).

12.

Vous vous doutez bien qu'après un plat aussi riche nous n'avions plus faim ! Dommage car on aurait bien mangé un dessert typique. En attendant on a quand même noté les autres spécialités pour une prochaine visite en Allemagne : **Sprotten** (anchois et harengs), **KartoffelSalat** (salade de pomme de terre), **Eisbein** (jarret de porc servi avec de pommes de terre et une purée de pois), **Schweinbraten** (rôti de porc servi avec une sauce bien épaisse faites de vin rouge, prunes, moutarde et bière), **Knödel** (boules faites à partir de pain ou de pomme de terre, de fécule de pomme de terre, d'oeuf, de farine, de crème fraîche et d'oignon), **Currywurst** (saucisse bouillie servie en petits morceaux accompagnée de ketchup, sauce Worcestershire et poudre de curry, généralement accompagnée de frites), **Käsekuchen** (fromage blanc, plus léger que le cheesecake américain à base de fromage frais), **Strudel** (chausson roulé généralement garni de pommes et de fruits secs)…

[photo]

13.

[Icône appareil photo] Ce qu'il faut absolument voir à Berlin

La porte de Brandebourg

Monument emblématique de la ville, cette porte de **style néoclassique autrefois confinée à l'Est du mur de Berlin** est aujourd'hui le symbole de l'Allemagne réunifiée et sert de décor pour de nombreux évènements. Nous avons pris notre temps sur **la place Pariser Platz** en admirant cette place qui est bordée par les ambassades américaine, britannique et française comme à la grande époque du XIX siècle.

[photo]

[photo]

14.

La Reichstag et quartier du Gouvernement

Etonnamment (ou pas) on a trouvé que c'était le monument le plus restauré de la ville. Ce quartier qui est le véritable coeur du pouvoir politique allemand où l'on peut admirer le panorama depuis la passerelle spirale en haut de l'édifice. Pour notre part nous ne l'avions pas visité car il y avait un monde de dingue et surtout car nous avions pour ambition de visiter les musées et autres monuments emblématiques sur l'Histoire de l'Allemagne et du Mur en général (voir la suite de notre liste).

[photo]

[photo]

15.

Le Mémorial de l'Holocauste

A quelques pas seulement de la porte de Brandebourg et du Reichstag, **2711 stèles aux allures de sarcophages à la mémoire des juifs assassinés d'Europe**, sortent du sol dans un sombre silence. Plus on avance au centre du mémorial, plus l'on a l'impression de se perdre dans ce grand labyrinthe qui se referme sur nous de part la grandeur des stèles qui augmentent de taille dès que l'on avance. Plonger dans ce **labyrinthe avec d'étroits passages** nous a littéralement fait ressentir la désorientation, la confusion voir la claustrophobie… Impressionnant et émouvant.

[photo]

[photo]

16

Topographie de la Terreur

Cette excellente exposition en pleine air se tient à l'endroit même où siégeaient autrefois les institutions les plus redoutées de l'Allemagne nazie. Images, récits, témoignages… mettent un visage sur les acteurs et détaillent l'impact qu'eurent ces sinistres institutions sur toute l'Europe.

[photo]

[photo]

17.

Siegessäule (Colonne de la Victoire)

On s'en souviendra toute notre vie de ce monument car il nous a bien fait souffrir avec ses **285 marches** ! Mais ne vous découragez pas car c'est un super bon-plan que nous avez conseillé Nuage Nomade qui connait très bien Berlin et l'Allemagne de manière générale Admirez cette **vue sur la belle capitale Allemande** ! Pas mal hein [émoticône souriante].

[photo]

[photo]

18.

Hackesche Hofe & Hackesche Markt
Coup de cœur pour ce quartier devenu depuis la Chute du Mur un **point central de distraction** aussi pour les amateurs de clubs que pour les visiteurs de Berlin. Dans de nombreuses arrières-cours berlinoises, on trouvait un mélange de bureaux, de commerces et de fabriques (surtout dans les premières cours) et d'appartements. Endroits super sympas pour s'arrêter boire un verre et écouter les artistes de rues jouer un peu de musique en plein air.

[photo]

[photo]

[photo]

19.

Alexanderplatz

Ce **secteur central et historique abrite l'île des musées** dont les œuvres couvrent 6000 ans d'Histoire (Musée de Pergame, musée de la RDA…). C'est aussi dans ce quartier que s'élève **l'édifice le plus haut d'Allemagne, la tour de Télévision** que vous pouvez visiter. Nous ne l'avons pas fait car d'après ce que nous avions vu sur internet, celle-ci ne valait pas trop le coup et d'autres édifices tels que la colonne de la victoire ou le Reichstag offraient de meilleurs vues sur l'ensemble de la ville. Dans ce quartier vous trouverez **également de nombreux magasins et une place** ou de nombreux évènements ont lieu chaque année. Durant notre séjour, nous avions eu le droit à des stands Vegan…

[photo]

[photo]

20.

Cathédrale de Berlin
La cathédrale de Berlin qui surplombe le quartier de Mitte, en allemand **Berliner Dom**, achevée en 1905, est la plus vaste et plus importante église luthérienne de Berlin, également crypte de la dynastie prussienne des Hohenzollern.

[photo]

21.

Musée de l'Histoire Allemande

Comme vous l'aurez compris désormais, il y a une multitude de musées à Berlin. Pour notre part nous avions décidé de faire le musée sur l'histoire allemande pour une **immersion totalement germanique** durant notre week-end de 3 jours. Quel bon choix nous avions fait la ! Nous étions plongés dans les **deux derniers millénaires de l'Allemagne (du Ier siècle à la réunification)** avec à la fois des récits, photos, vidéos et objets inédits des différentes époques. Une très belle découverte qui nous a aussi montré que l'Histoire Allemande est quelque peu similaire à la notre…

[photo]

[photo]

22.

Checkpoint Charlie

Le Checkpoint Charlie est l'un des **postes-frontières de Berlin qui, lors de la Guerre froide, permettait de franchir le mur qui divisait la capitale allemande entre le secteur Ouest et le secteur Est**. Cet endroit est un peu un attrape touriste puisque 2 personnes vous attendent en costumes de l'époque pour prendre des photos payantes avec eux et vous pouvez aussi faire tamponner vos passeport avec Berlin Est et Berlin Ouest mais nous n'avons pas été tenté car ce n'est pas très officiel tout cela… lol

[photo]

23

Mémorial du Mur de Berlin

A la fois à l'intérieur et à l'extérieur, ce mémorial est clairement **le meilleur endroit pour s'informer sur l'Histoire du Mur de Berlin**. Un couloir de la mort est d'ailleurs reconstitué avec son mirador et l'exposition qui s'étire sur 1,4km de long intègre une partie du Mur originel, des vestiges des bâtiments frontaliers et des installations multimédias très bien détaillées.

[photo]

[photo]

24.

East Side Gallery

L'East Side Gallery est la plus grande section du mur de Berlin de 1,3 km de long encore debout, situé près du centre de Berlin, qui sert de support pour une exposition d'œuvres de street art. Constituée de **118 peintures d'artistes de 21 pays**, du côté Est du mur de Berlin, elle est peut-être la plus grande galerie permanente en plein air dans le monde.

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

25.

Et vous, vous connaissez Berlin ? Quelles impressions en avez-vous eu ?

Un Couple en Vadrouille
Mylène & Mickaël

[boutons de partage Facebook, twitter, Pinterest, WhatsApp]
[suggestion d'articles similaires]

ZONE DES COMMENTAIRES

21 comments [boutons de partage Facebook, twitter, Pinterest, google+] [by uncoupleenvadrouille]

1. [image] Prénom féminin [hyperlien vers un blog voyage]
30 août 2017 at 17 h 50 min

Sympa la surprise et bravo pour la feinte [émoticône clin d'oeil].
Je suis allée deux fois à Berlin et j'en aime bien l'ambiance, je trouve que c'est une ville « à vivre » plus qu'à visiter comme un forcené [émoticône souriante].

2. [image du blog] Prénom féminin [hyperlien vers un blog voyage]
30 août 2017 at 20 h 28 min

j espère pouvoir y aller 1 de ces 4, 2018 ou 2019

3. [image] Prénom masculin [hyperlien vers un blog voyage]
30 août 2017 at 21 h 20 min

On y est allés en Novembre dernier et on a adoré ! Pourtant on est plus nature, grands espaces que ville ! Cette ville a cette âme, ce petit quelque chose, on a dormi en auberge de jeunesse sur une péniche à east side gallery, c'était idéal et génial comme emplacement et après on a visité la ville à vélo… sous la pluie [émoticône souriante bouche ouverte

[logo blog 8] UNCOUPLEENVADROUILLE

30 août 2017 at 21 h 22 min
On a longuement hésité à faire pareil et à visiter la ville à vélo mais on en avait plein les pattes déjà lol.

4. [image du blog] Nom du blog [hyperlien vers un blog voyage mort]

31 août 2017 at 14 h 59 min
Merci pour la mention c'est réellement adorable! <3
Je suis super contente que vous en ayez bien profiter. Pour les supermarchés, tu me l'aurais demander je t'aurais donner les adresses et où en trouver, il y en a partout partout surtout vers Alexplatz ! [émoticône souriante].

[logo blog 8] UNCOUPLEENVADROUILLE
31 août 2017 at 15 h 12 min

Je crois qu'on était tellement crevé et qu'on comprenait tellement pas les noms de magasins allemands qu'on s'est complètement paumés lol.
C'est bien normal en tout cas merci encore pour ton aide et ta réactivité !

5. [photo] Nom du blog [hyperlien vers un blog voyage]
30 septembre 2017 at 14 h 45 min

J'ai adoré Berlin. Je l'avais fait durant 3 jours aussi . l'east side gallery et alexander platz reste un super souvenir! Avez vous vu le Badeschiff? Superbe article! Merci du partage!

[logo blog 8] UNCOUPLEENVADROUILLE
30 septembre 2017 at 15 h 02 min

Merci pour ton retour [émoticône souriante]
Non malheureusement nous n'avons pas eu le temps de voir cette piscine sur l'eau :,(

6. Titre d'un billet [hyperlien vers un billet d'un blog voyage]
29 octobre 2017 at 13 h 10 min

[…] ça vaut absolument le coup, c'est sans nul doute la plus chouette vue de Berlin.
Demandez à Un couple en Vadrouille […]

7. [photo d'une dame] [hyperlien vers un blog piraté]
15 novembre 2017 at 18 h 03 min

Bonjour , J'ai beaucoup de retard dans mes lectures mais petit à petit cela va se faire ! Mon mari rêve de Berlin alors que moi, pas du tout [émoticône souriante] Je ne sais pas pourquoi, j'ai l'impression que c'est une ville triste, grise… Ma fille y est allée en voyage scolaire, elle a beaucoup aimé. Donc, un jour peut-être … Votre article, toujours de qualité, m'a donné une autre vision de cette ville (sans me convaincre tout à fait [émoticône souriante].

[logo blog 8] UNCOUPLEENVADROUILLE
15 novembre 2017 at 18 h 27 min

Hello Hélène ! C'est marrant j'avais le même ressenti que toi ! Mais j'ai étais éblouie pas tant d'histoires et de culture. Après oui les monuments sont pas colorés comme en Italie mais ça va aussi avec l'emplacement du pays et finalement ça a du charme aussi.
Je te le souhaite de visiter cette ville d'autant plus que les prix sont attractifs donc idéal pour un week-end découverte sans se ruiner [émoticône sourire bouche ouverte].

8. [pseudonyme]
17 novembre 2017 at 13 h 20 min

Bonjour,
J'ai regardé beucoup d'articles de votre blog et je les trouve très intéressants ! J'hésite entre deux destinations pour mon prochain voyage (en amoureux), que me conseillez vous entre Berlin ou Venise ????? Je vous remercie [émoticône clin d'œil].

[logo blog 8] UNCOUPLEENVADROUILLE
17 novembre 2017 at 13 h 38 min
Bonjour à toi !
Merci pour ton retour [émoticône souriante].
Au premier abord je dirais Venise car c'est la ville des amoureux par excellence et les couleurs, l'ambiance et le fait d'être au bord de l'eau c'est vraiment plaisant.
Berlin est aussi très sympa surtout pour un week-end autour de l'histoire car la ville est encore ancrée là dedans (2 guerre mondiale, guerre froide, Mur de Berlin…). On y mange très bien également et beaucoup d'endroits pour s'amuser.

9. [image] Prénom féminin [hyperlien vers un blog voyage]
21 mai 2018 at 11 h 16 min

Hello !
Tu m'as donné envie de visiter Berlin [émoticône souriante].
Tes photos sont jolies et ton blog une belle découverte.

[logo blog 8] UNCOUPLEENVADROUILLE
21 mai 2018 at 15 h 47 min

Coucou Céline, merci pour ton commentaire

10. Prénom féminin – nom du blog [hyperlien vers un blog voyage]
20 juin 2018 at 17 h 41 min

Merci pour cet article très complet. [émoticône souriante] Il m'a donné envie de découvrir cette ville et son histoire.
Je me suis permise de le partager dans un article que j'ai écrit sur les destinations idéales à faire en été : https://geonautrices.com/ou-partir-en-ete/

[logo blog 8] UNCOUPLEENVADROUILLE
20 juin 2018 at 18 h 13 min

Coucou Énora ! Merci beaucoup pour ton partage

5.28. B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York

Date de consultation : le 23 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 25 sept 2016.

Commentaires associés : 24.

1

AMÉRIQUE AU BOUT DU MONDE NEW YORK VOYAGES

7 JOURS DE RÊVE À NEW YORK

Posted on 25 septembre 2016

[photo et légende « 7 jours de rêve à New York]

2.

Même si cela fait déjà une semaine que nous sommes rentrés, nous sommes encore de l'autre côté de l'Atlantique. New York we miss you ! Une semaine (du 10 au 17 septembre 2016) de découvertes, de surprises, d'étonnements, d'émotions mais surtout une semaine complètement WAAAAOUUUU. **Une semaine à New York ça ne suffit pas**, il faudrait au moins une semaine de plus pour pouvoir complètement visiter la ville. En attendant, découvrez notre **programme sur-mesure pour visiter les principaux endroits de New York en 7 jours**. Vous retrouverez dans cet article uniquement notre planning et endroits à visiter, un deuxième article sur » Où manger à New York » vous permettra de connaître de bonnes adresses. **En attendant, programme sportif garanti** ! Attention article long avec descriptions, photos, coups de cœur ♥ et bons-plans sur New York.

3.

Note à nous même pour notre prochaine fois à New York : faire un tour d'hélicoptère [hyperlien vers le site de GetYourGuide.fr] au dessus de la ville ♥

Pour les billets coupe file et autres tickets pour les visites dans New York, nous avions tout réservé à l'avance sur GetYourGuide. Vous trouverez plus d'infos sur chaque visite dans le descriptif ci-dessous.

[publicité de GetYourGuide.fr sur New York]

4.

Jour 1 : Lower Manhattan – Financial district, Tribeca, Civic Center, Wall Street, Liberty Island

Nous sommes arrivés le samedi 10 septembre dans la nuit et nous sommes directement partis nous coucher (Cliquez ici pour voir les hôtels disponibles à New York sur Booking.com). Notre première journée à New York à donc commencé le dimanche 11 septembre 2016.

5.

Nous avons commencé notre séjour en visitant Lower Manhattan, soit le quartier financier de New York. Nous avons dû changer un peu l'ordre de notre programme en raison des 15 ans de commémorations du 11 septembre ce jour là car Ground Zero et le One World Trade Center étaient accessibles qu'à partir de 15H. Nous avons donc commencé par visiter le City Hall Park et admirer les buildings aux alentours (Woolworth Building, World Financial Center…) puis nous avons **longé et descendu Battery Park pour prendre le Ferry** et **nous rendre sur Liberty Island** avec nos billets New York City Explorer [hyperlien vers la plateforme commercial de GetYourGuide.fr] (BON-PLAN : à réserver absolument avant de partir à New York car vous pouvez choisir les endroits à visiter à prix carrément réduits !), pour voir, bien sûr, la fameuse statue de la liberté.

6.

Le temps de revenir sur Manhattan, de **manger et de faire un tour chez Century 21 pour un peu de shopping**, il était déjà 15h et quelques. **Nous sommes donc montés dans la nouvelle tour, la One World Trade Center** [hyperlien vers la plateforme commercial de GetYourGuide.fr]**, avec nos billets coupe-fil** [hyperlien vers la plateforme commercial de GetYourGuide.fr] **qui était bien utile vu le monde**, et qui nous a **littéralement bluffé** et j'en ai encore des frissons rien que de vous en parler ♥.

7.

De l'extérieur cette tour est splendide mais à l'intérieur vous serez complètement séduis de votre entrée dans l'ascenseur jusqu'à la découverte d'un panorama spectaculaire de 360 degrés sur New York. (Je ne vous en dit pas plus mais elle vaut plus que le détour malgré ses 34$ pour la visiter). Une fois a peu près remis de nos émotions lors de cette visite et de ce panorama, nous **nous sommes rendus à Ground Zero** ♥♥.

8.

L'émotion était plus que palpable en ce jour de 11 septembre et nous étions très émus de voir autant de policiers, de pompiers ou même de personne lambdas déposés des fleurs ou autre symbole sur les plaques ou sont disposées les noms des victimes. **Le soir, juste à côté de Ground Zero, policiers, pompiers, militaires et New Yorkais se sont regroupés dans les rues alentours pour passer un moment unis et surtout ensemble**. Après plusieurs heures de détente entre eux ils ont entamés des chants américains et des prières **en ce jour des 15 années de commémorations du 9/11**. Une fois la nuit tombée, nous pouvions voir deux faisceaux verticaux de lumière dans le ciel, rappelant les Tours.

9.

En bref, 3 mots pour décrire cette première journée à New York : fascination, étonnement & émotion.

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

10.

Jour 2 : Theater District & Midtown

Pour notre deuxième jour, nous avons visité les quartiers de Theater district et de Midtown. Là encore beaucoup de surprises et de découvertes. Pour commencer nous sommes montés dans le fameux Empire State Building. Et la encore une vue époustouflante sur Manhattan et aussi sur une partie de Central Park.

11.

Par la suite **nous nous sommes rendus dans Grand Central Terminal**, la plus grand gare de New York que l'on voit notamment dans beaucoup de films cultes ♥ (La Mort aux Trousses, Armageddon, Avengers…). Pour continuer notre balade, nous sommes allés **visiter la bibliothèque publique de New York** mais malheureusement nous n'avons pas pu visiter la fameuse salle « Rose Reading Room » qui est en cours de rénovation.

12

Une prochaine fois je l'espère car pour avoir vu des photos sur internet elle valait le détour, on se serait presque cru dans Harry Potter (La fan inconditionnelle se réveille). Pour finir cette journée, **nous nous sommes rendus sur Time square**. Shopping et lumières plein les yeux toute la fin de journée.

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo]

13

Jour 3 : Soho – Little Italy & Chinatown – Mémorial du 9/11 (gratuit le mardi – bon plan à lire !)

Le mardi 13 septembre, soit notre 3ème jour dans New York, c'était plutôt balades tranquilles dans les quartiers de Soho, Little Italy & Chinatown. Personnellement **nous avons préféré le quartier de Soho**, ses petites rues et son street art à chaque coin de rue. Le quartier de Chinatown nous a déçu.

14

On a trouvé qu'il n'y avait pas grand intérêt, que ce n'était pas très beau comme quartier. **Le Chinatown de Londres est dingue à coté de celui de New York**. Dans le quartier de Little Italy un événement sur plusieurs jours se préparait donc guirlandes et stands étaient en cours d'installation. Ce quartier était sympa mais nous ne sommes pas tombés amoureux pour autant. C'était sympa mais sans plus. **En bref Soho on a adoré, Little Italy et Chinatown beaucoup moins**.

15

Pour finir notre vadrouille de la journée, nous sommes allés au Mémorial du 9/11 gratuitement (BON-PLAN) ♥. Il faut savoir que le mardi à partir de 17h c'est gratuit mais il y a un nombre limité de places. Conseil pour être certain d'y accéder : réserver gratuitement vos places la veille à partir de 9h sur leur site internet. Si vous avez oublié ou autre, je vous conseille d'arriver 30 minutes voir une heure avant afin de pouvoir espérer avoir des places qu'ils distribuent gratuitement devant l'entrée du mémorial.

16

Ce mémorial nous a foutu des frissons. On avait l'impression de revivre cette horreur et même d'être à la place des New Yorkais. Le musée est très beau et très grand. Nous y sommes restés un peu plus de 2 heures et nous n'avons pas eu le temps de tout voir. L'ambiance dans le musée est très calme, il n'y a presque aucun bruit et on y chuchote tout naturellement tellement tout ce que l'on voit nous glace le sang, comme il y a 15 ans.

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

17.

Jour 4 : Central Park à vélo – Upper East Side & Upper West Side

Pour notre 4ème jour, c'était journée sportive à vélo dans Central Park ♥ puis visite des quartiers de l'Upper East et West Side. Mais bon sans acheter quoi que ce soit car les prix ne concordent (pas encore) à nos comptes en banque… On regardait donc uniquement avec les yeux.

18

Pour finir la soirée en beauté, **nous sommes allés sur Time Square ♥** pour admirer le quartier de nuit et c'est encore plus époustouflant qu'en journée et avec encore plus de monde. De nuit, vous avez l'impression d'être encore en pleine journée tellement les lumières vous éclairent. Une dinguerie comme dirait l'autre.

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo]

19.

Jour 5 : Williamsburg – Brooklyn & Brooklyn Bridge

Petite escapade en dehors de Manhattan pour ce 5ème jour à New York : Williamsburg et Brooklyn. Vrai coup de cœur inattendu, surtout pour Williamsburg ♥. Mais avant de commencer notre shopping nous nous sommes rendus dans Bushwick Inlet Park afin d'admirer une vue incroyable de Manhattan entre sable et mer.

20.

Par la suite, **nous avons parcouru toute la rue de Bedford Avenue à la découverte de l'ambiance cosy et tellement mignonne de Williamsburg**. Après le déjeuner, nous sommes allés du côté de Brooklyn pour traverser le fameux pont. Le traversée est vraiment impressionnante et dure environ 30 minutes à pied (sans faire de selfies – pas comme nous quoi). Une fois le pont traversé, nous nous sommes rendus dans le City Hall Park pour nous poser un peu. **Nos amis les écureuils étaient de la partie**.

21

Comment ne pas craquer devant ces petites boules de poils qui viennent presque sur vous assez simplement (ok j'avoue on leur a donné à manger pendant une heure au moins tellement on a craqué).

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

22

Jour 6 : Brooklyn Heights de jour comme de nuit – Flatiron Building – Rockefeller Center (Top Of The Rock)

Pour cette avant-dernière journée nous souhaitions avoir des points de vue de jour et de nuit de Manhattan. **Nous nous sommes donc rendu dans Brooklyn Heights et nous avons longé les bords de l'eau**. Je vous avoue que durant cette journée nous avons pris notre temps car avec les jours précédents et tous les kilomètres parcourus, la fatigue commençait à se ressentir.

23

Par la suite Micka a absolument voulu voir **le Flatiron Building** (surtout parce qu'on le voit dans le film de Spiderman m'a-t-il dit… (Grand fan des Marvel ? Non pas du tout…), puis nous nous sommes rendus **au Rockefeller Center ♥** pour à la fois admirer le coucher de soleil et la vue de nuit. **SPLENDIDE vue à la fois sur l'Empire State Building et aussi sur Central Park ♥♥♥**.

24

A noter que pour aller au **Top Of the Rock** il vous faudra de la patience car il y a beaucoup de monde, surtout pour voir le coucher de soleil donc n'hésitez pas à y aller une heure voir une heure et demie avant le coucher de soleil le temps que vous puissiez monter en haut…

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

25

Jour 7 : Long Island & The MET

Comme vous l'aurez compris, les 2 derniers jours étaient un peu désordonnés et plus improvisés. Pour ce dernier jour à New York city nous avons suivi mon ancien collègue Mickael qui vit à New York (la chaaaaaance) pour une pause déjeuner à Long Island avec vue bien sûr :). Par la suite **nous nous sommes rendus au MET**.

26

Sachez que pour visiter ce musée il n'y a pas de tarif de base, c'est à vous de donner ce que vous souhaitez. Nous avons visité le MET assez rapidement car notre heure de vol approchait… Ce musée est très grand, vous y trouverez de nombreuses œuvres célèbres et de cultures très différentes.

27

Pour terminer notre visite nous **nous sommes rendus sur le rooftop du MET** pour **admirer la vue sur Central Park**.

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

[photo][photo]

[photo] [photo]

28

NEW YORK, WE LOVE YOU ♥
Mylène & Mickaël

[boutons de partage Facebook, Twitter, Pinterest, WhatsApp]

[suggestion d'articles similaires]

zone des commentaires

1. [image] Pseudonyme.
25 septembre 2016 at 16 h 47 min
Parfait, plein d'humour et de précision. Les photos sont magnifiques. Bravo !! [émoticône cœur] [émoticône cœur]

2. [image] Prénom féminin
4 octobre 2016 at 14 h 04 min
J'adore !!!
Nous y allons pour la 2eme fois lundi … l'excitation monte deja !!! Merci pour les photos [émoticône souriante]

[logo B8] UNCOUPLEENVADROUILLE 4 octobre 2016 at 14 h 07 min Quelle chance ! Nous avons qu'une hâte, c'est d'y retourner également. Merci pour le commentaire, très bon voyage et à bientôt [émoticône souriante]

3. [titre de billet de B8] IDÉES DÉCO POUR UN ANNIVERSAIRE RÉUSSI ! - UN COUPLE EN VADROUILLE
5 octobre 2016 at 14 h 02 min
[…] une semaine passée à New York, j'avais envie de renouveau et de déco. L'anniversaire de ma sœur (Mylène's […]

4. [photo] Prénom [hyperlien vers un blog voyage]
5 octobre 2016 at 15 h 59 min
Les photos sont top ! J'espère découvrir cette ville prochainement, j'en rêve!

[logo B8] UNCOUPLEENVADROUILLE 5 octobre 2016 at 17 h 55 min
Merci pour ton retour ! J'espère pour vous car New York c'est dingue ! On va certainement aller en Thaïlande en 2017 donc je pense que ton blog va trop me servir [émoticône souriante]. Je vous dirai ou en pense aller et tu me diras si c'est bien ou pas. Sait-on jamais lol.

5. [photo] nom de blog personnel [hyperlien vers un blog personnel]
6 octobre 2016 at 22 h 06 min
Je découvre votre blog et moi qui aime par dessus tout les voyages, courts ou longs, je suis tombée sous le charme de cet article. Vos photos sont belles, votre mise en page me plait beaucoup, bref, je m'en vais vous découvrir un peu plus et je sens que cela va me plaire. Je suis déjà allée à New Yyork, les twins étaient encore là… Sur les photos il y a comme un manque…. C'est curieux, je me demande si lorsque l'on ne connaissait pas avant, on peut vraiment ressentir la différence ? Je n'y suis pas encore retournée, cela ne saurait tarder et j'aurais ma réponse. Bravo, continuez …

[logo B8] UNCOUPLEENVADROUILLE 6 octobre 2016 at 22 h 14 min Bonsoir Hélène ! Waou merci pour votre commentaire qui fait chaud au cœur. Jusqu'à

présent nous avons visité plusieurs villes d'Europe (articles à venir car le blog est encore très jeune) mais New York est vraiment notre plus beau voyage jusqu'à présent. Effectivement on ne ressent pas la différence lorsque l'on ne connaissait pas les tours avant mais on ressent la tristesse et parfois même la peur face aux 2 trous qui représentent les anciennes tours. En visitant le mémorial on a l'impression de connaître et de ressentir cette différence mais je pense qu'elle sera toujours bien moindre que vous surtout si vous y retournez à présent. En tout cas merci encore pour votre retour ça donne envie de poursuivre ainsi [émoticône souriante] en plus bientôt nous allons publier une vidéo de notre séjour là bas pour encore plus de souvenirs et de découvertes en images. A bientôt !

[photo] nom de blog personnel [hyperlien vers un blog personnel] 6 octobre 2016 at 22 h 21 min Oh, ravie de vous avoir fait plaisir, c'est vraiment sincère. Et comme je vous comprends, moi aussi je débute et même si je n'écrit pas que sur les voyages pour le moment, c'est mon objectif premier. J'ai hâte de voir votre vidéo (ce que je ne fais pas du tout pour le moment). Je pars bientôt pour une nouvelle destination et j'espère faire aussi bien que vous. A bientôt donc.

[logo B8] UNCOUPLEENVADROUILLE 7 octobre 2016 at 7 h 37 min Je vais faire un tour sur votre blog également hier je l'ai parcouru rapidement car pas chez moi mais j'ai vu que vous êtes allée à Lisbonne. Cette ville est très belle et interessante.

6. a. [photo] Pseudonyme [hyperlien vers un blog voyage]
10 février 2017 at 14 h 20 min
tu as fait un guide trés excellent de NY [émoticône souriante] PedroL

[logo B8] UNCOUPLEENVADROUILLE 10 février 2017 at 14 h 21 min Merci beaucoup pour ton retour [émoticône souriante].
A très vite !

6.b . [photo] Pseudonyme [hyperlien vers un blog voyage] 10 février 2017 at 14 h 37 min [émoticône souriante]

7. Pas de nom Titre d'un billet d'un entretien des auteurs du blog B8 pour expedia.fr [hyperlien vers la plateforme commercial d'expedia.fr].
[…] 3 articles les plus populaires sont : notre voyage à New York, celui sur notre Road Trip en Normandie et celui intitulé 48h […]

8. [photo] Prénom féminin – Nom de blog [hyperlien vers un blog personnel – voyage]

31 août 2017 at 21 h 17 min
Hâte d'y retourner!! Top l'immersion en photos [émoticône souriante]

9. [photo d'un homme] Nom de blog [hyperlien vers un blog]
15 janvier 2018 at 21 h 58 min
Quel article! Ca sent le véçu! Merci beaucoup pour ton partage! Je dois repartir découvrir la grosse pomme dans qlq mois avec des amis, nous serons 3 au total.
Du coup je suis à la recherche de nouvelles infos car j'y suis déjà allé, mais il y a 2 ans. Du coup je me dis que cette ville bouge tellement qu'il doit y avoir d'autres choses à voir!

Tu nous conseilles un quartier en pariculier pour loger car j'ai bien une idée (que j'ai mis sur mon propre blog) mais j'aimerai avoir ton avis à toi si possible.
Merci à toi
Maxence

[logo B8] UNCOUPLEENVADROUILLE 28 janvier 2018 at 12 h 13 min Hello Maxence !

Dur dur de choisir ! Pour notre part nous étions dans le Queens et c'était déjà bien mais sinon on a beaucoup aimé Brooklyn, Williamsburg et surtout Manhattan mais les prix ne sont plus les mêmes…

10. [image] Prénom.
26 février 2018 at 21 h 27 min
Bonjour,
Je viens de découvrir votre blog en cherchant des renseignements sur New York pour un voyage prévu du 8 au 17 mai prochain. Je suis ravie de cette découverte, je vais mettre en pratique vos conseils en ce qui concerne les réservations des sites et l'organisation des journées de visite. Merci à vous et continuez à nous faire partager vos beaux voyages.

[logo B8] UNCOUPLEENVADROUILLE 26 février 2018 at 21 h 29 min Bonjour Bernadette ! Merci beaucoup pour ce retour ! J'espère qu'on a pu vous aiguiller dans vos recherches et j'espère aussi que cette ville vous rendra autant enthousiaste que nous [émoticône].

Le départ approche c'est top ! À très bientôt ! Mylène.

11. [image] nom de blog [hyperlien vers un blog voyage]
5 mars 2018 at 13 h 24 min
Super article, ça donne envie de retourner à NY pour en prendre une nouvelle fois plein les yeux ^^

5.29. B8 – A4 – Section [Europe – Belgique] – Bruxelles Ma Belle

Date de consultation : Consulté le 26 sept. 2019.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 30 oct 2016.

Commentaires associés : 10.

1
BELGIQUE EUROPE VOYAGES

BRUXELLES MA BELLE
Posted on 30 octobre 2016

[photo avec légende « Bruxelles ma belle »]

2
Hello les voyageurs ! Aujourd'hui on vous fait découvrir **la ville de Bruxelles que l'on a découvert en novembre 2013**. Destination parfaite pour une escapade lors d'un week-end prolongé ou non, **Bruxelles se découvre d'étapes gourmandes en lieux culturels, de boutiques en bars à bière.**

3.

Transports
Pour vous rendre à Bruxelles vous avez plusieurs solutions à des prix bien différents :
En voiture : au départ de Paris vous n'avez que 3h30/4h de route pour vous rendre à Bruxelles avec un coût estimé à 44.48 € dont 13.90 € de péage et 30.58 € de carburant.
En bus : différents réseaux de bus tels que Ouibus ou Flixbus font désormais des trajets Paris-Bruxelles à petits prix, soit à partir de 12€ pour 5h de trajet.
En train : pour 1h22 de trajet vous pouvez vous rendre à Bruxelles en train pour un montant moyen de 100€ aller/retour avec Voyages SNCF.
En avion : pour uniquement 55 minutes de vol, prenez l'avion à Paris pour aller à Bruxelles pour un montant moyen de 160€ aller-retour.

4.
Que voir et visiter à Bruxelles en 2-3 jours ?

La Grand place : elle est la place centrale de la Ville de Bruxelles. Mondialement renommée pour sa richesse ornementale et esthétique, elle est bordée par les maisons des corporations, l'Hôtel de Ville et la Maison du Roi. Depuis 1998 elle a été inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO et il elle est considérée comme l'une des plus belles places du monde.

Manneken-Pis : juste à côté de la Grand-Place, ce tout petit bonhomme (eh oui le mythe s'effondre un peu…) est la gracieuse représentation en bronze d'un petit homme (Manneken),

occupé à pisser, et produisant ainsi un filet d'eau limpide. Pour le Manneken-Pis, la patrie c'est le coin de la rue de l'Etuve et de la rue du Chêne, à Bruxelles.

5

Jeanneke pis : la copine du monsieur ci-dessus, d'une taille semblable, en train d'uriner nue et accroupie entre les numéros 10 et 12 de l'impasse de la Fidélité à Bruxelles, impasse donnant sur la rue des Bouchers.

6

Monument à Éverard t'Serclaes : ce monument au coin de la rue Charles Buls et de la Grand-Place évoque la libération de la ville par Éverard t'Serclaes. D'innombrables touristes passant par la Grand-Place s'arrêtent pour frotter le bras de l'oeuvre. La légende voudrait que l'on puisse alors faire un vœu ou que l'on est ainsi assuré de revenir à Bruxelles.

La place de la Bourse : depuis le nouveau millénaire, cette place constitue un des points névralgiques de la ville.

7.

Palais royal de Bruxelles : situé place des Palais. Né de la réunion de quatre hôtels particuliers construits au xviii^{e} siècle : Walckiers, Bender, Belgiojoso et Belle-Vue, il abrite aujourd'hui le bureau du roi des Belges où il accorde ses audiences et exerce ses activités officielles

8.

Place royale : place de Bruxelles à laquelle on accède par la rue Royale, la rue de Namur, la rue de la Régence, la rue du Musée et la rue Montagne de la Cour. Réalisée entre 1775 et 1782 dans le cadre d'un projet urbanistique comprenant le parc de Bruxelles, il s'agit d'une place de style néoclassique, rectangulaire et symétrique.

9.

Atomium : construit à l'occasion de l'Exposition universelle de 1958 et représentant la maille conventionnelle du cristal de fer, elle est située à Laeken sur le plateau du Heysel où eut lieu cette exposition.

10.
Cathédrale Saints-Michel-et-Gudule de Bruxelles : la cathédrale possède un passé archéologique remarquable, dont les origines remontent vraisemblablement avant le 10e siècle.

11

Place de l'Albertine : située au pied du Mont des Arts, elle offre une vue imprenable sur le quartier des arts.
Galeries Royales Saint-Hubert : forment un complexe de trois passages commerciaux couverts sur toute leur longueur par un vitrage en arcades. Boutiques, restaurants et cinéma à votre service.

12

Quartier des Marolles : quartier populaire, historique et touristique de Bruxelles qui s'étend du palais de justice à l'église de la Chapelle est bien connu pour son marché aux puces qui a lieu tous les matins.

13

[Publicité de GetYourGuide.fr sur Bruxelles]

14

Les spécialités de Bruxelles
Si vous allez à Bruxelles, impossible de ne pas passer devant les fameuses frites et gaufres bruxelloises. Voici ce qu'il faut absolument goûter lors de votre week-end à Bruxelles :
Les gaufres de Bruxelles : avec du chocolat, de la chantilly, des fraises… elles vous feront toutes saliver. Vous trouverez différents points de vente dans la ville, dont beaucoup dans les rues qui entourent la Grand place.

15

Les frites : généralement cuites à la graisse de bœuf elles sont aussi emblématiques que les gaufres.
La bière : une autre spécialité par excellence ! La bière est partout : à l'apéro, sur une terrasse, en famille, après le sport, devant la télé, lors d'une réunion, avant, pendant et après les repas.
Le chocolat : tout comme les 3 autres spécialités ci-dessus, vous en trouverez partout. vous trouverez des chocolatiers à tous les coins de rues et la renommée du chocolat n'est bien sûr plus à faire. Un délice.

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

[photo] [photo]

Mylène & Mickaël

BOUTONS DE SUIVI [FACEBOOK] [TWITTER] [PINTEREST] [WHATSAPP]

ARTICLES SIMILAIRES

10 COMMENTS / BOUTONS DE SUIVI [FACEBOOK] [TWITTER] [PINTEREST] [GOOGLE+]

YOU MIGHT ALSO LIKE

ZONE DES COMMENTAIRES

C1.a [photo] nom de blog voyage [hyperlien vers un blog voyage]
5 novembre 2016 at 18 h 24 min
Je vous avais laissé un petit commentaire pendant mes vacances, mais j'ai du faire une mauvaise manip et il n'est pas passé. Votre article est très sympa, c'est une destination que j'aime bien, nous y allons régulièrement, car mon mari à de la famille là-bas. C'est très dépaysant et pas loin. (mais au fait, d'où êtes-vous ?)
De mon côté, j'étais à l'île Maurice, et j'espère que vous viendrez jeter un coup d'œil à mes articles sur cette destination sur mon blog. Le premier est en ligne : http://www.nomdeblogvoyageC1/2016/11/tres-jolie-ile-maurice.html
A bientôt peut-être.

[logo B8]
Reply Un couple en vadrouille
5 novembre 2016 at 18 h 28 min
Hello Hélène ! Merci pour ce commentaire c'est toujours un plaisir de vous lire. Nous sommes d'Ile de France, à côté de Cergy Pontoise et vous ? Oui Bruxelles est vraiment très sympa culturellement et culinairement. Wawwww l'Ile Maurice ah oui c'est encore un cran au dessus lol. Je vais aller voir vos articles dès aujourd'hui pour nous faire rêver. J'imagine que vous avez des souvenirs plein la tête. Les voyages sont vraiment quelque chose de reposant et d'incroyable.

C1b. [photo] nom de blog voyage [hyperlien vers un blog voyage]
6 novembre 2016 at 9 h 38 min
Bonjour, J'ai longtemps vécu par là et travaillé à Saint Leu La Forêt, mes meilleurs amis habitent Pontoise. Maintenant, je suis dans le sud des Yvelines, à Saint Arnoult en Yvelines (connue pour son péage, mais ce n'est pas que cela heureusement!), tout près de Rambouillet, en Vallée de Chevreuse. Bonne journée [émoticône souriante]

C2. [photo] [prénom féminin] [hyperlien vers un compte personnel hébergé chez Google+]
17 novembre 2016 at 14 h 43 min

Bruxelles est une ville que j'aime beaucoup! Tout est dit dans cet article [émoticône clin d'œil]

C3. [photo] [prénom / nom de blog voyage]
27 décembre 2016 at 13 h 47 min
Bruxelles est une très jolie ville, idéale pour être dépaysée sans trop de transport (depuis Paris). Et en plus, les frites sont excellentes !
En tout cas, c'est un article très pratique pour visiter la capitale belge !

C4. [photo] [prénom / nom de blog voyage]
24 janvier 2017 at 14 h 41 min
ha, j'y suis passée il y a peu à Bruxelle, et j'ai tout comme c'est écrit ! J'ai mangé des gaufres, du chocolat, des frites et j'ai bu de la bière [émoticône clin d'œil] C'était une visite express mais j'ai beaucoup aimé le centre historique [émoticône souriante].

[logo B8] Un couple en vadrouille
24 janvier 2017 at 14 h 48 min
Vous nous en redonnez l'eau à la bouche rien que d'en parler ! Effectivement ce qui est bien à Bruxelles c'est que même pour une visite express on a le temps de faire pas mal de chose étant donné que les coins sympas ne sont pas très loin les uns des autres [émoticône souriante]

C5. [image] [nom de blog voyage]
9 novembre 2017 at 23 h 26 min
J'ai déjà visité Bruxelles mais j'ai bien envie de la redécouvrir plus en profondeur. Il y tant à voir que j'ai dû rater beaucoup de détails.
J'aime beaucoup vos photos !
@ bientôt
Guillaume

[logo B8] Un couple en vadrouille
10 novembre 2017 at 6 h 39 min
Merci beaucoup pour ton retour Guillaume [émoticône souriante]

C6. [image] [pseudonyme] [hyperlien vers un site de recettes français]
10 mai 2018 at 11 h 27 min
Votre article m'a beaucoup intéressé car nous partons le week end prochain. biz

5.30. B7 – A4 – Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller !

Date de consultation : le 29 avril 2020.

Étape de documentation : transcription et mise en format Word.

Date de publication : 10 décembre 2019.

Commentaires associés : 9 (date du 29 avril 2020).

Source : https://www.bestjobersblog.com/miami-et-nous-qui-pensions-ne-jamais-y-aller/

1

MIAMI, ET NOUS QUI PENSIONS NE JAMAIS Y ALLER !

[photo]

« Miami, Florida, USA »

2

Il y a des endroits comme ça qui n'inspirent pas, Miami en faisait partie pour nous. Une ville qu'on était persuadé de ne jamais visiter, pour toutes les connotations qu'on lui connait : superficielle, bruyante, bling bling, vulgaire, dangereuse et j'en passe… Notre tableau était plutôt sombre pour être honnête ! Et pourtant, novembre 2019, nous nous laissons embarquer dans cette aventure avec des amis voyageurs (Florie des Editions Nomades [hyperlien vers un blog voyage] et Marion & Maxime de Nos Curieux Voyageurs) [hyperlien vers un blog voyage] pour la capitale de la Floride pendant une petite semaine.

3

Si nous atterrissons plein de doutes, nous repartons 5 jours plus tard, en parlant même de revenir !
Miami fut (contre toute attente) une bonne surprise, il y a bien plus que des *pool party* par ici *!* Au delà du soleil et de la plage, c'est une ville aux contrastes intéressants. Troisième place financière des Etats-Unis, métropole multiculturelle, station balnéaire, quartiers en plein développement, Miami est un voyage dans le voyage qui en a pour tous les goûts !

4

Récit de notre escapade entre Miami et Miami Beach, avec au programme la crème de la crème du street art mondial, de l'architecture, du design, des couleurs, de l'authentique avec Little Haïti et Little Havana, sans oublier des belles plages, des coins de nature inattendu et beaucoup d'*avocado toasts*! Suite à notre expérience sur place, nous avons repensé un programme jour par jour pour vous proposer un itinéraire optimisé à Miami.

5

QUE FAIRE ET QUE VOIR À MIAMI EN 5 JOURS ?

Notre itinéraire à Miami en 1 semaine :

1. Wynwood & Art District
2. South/Mid Beach & Ocean Drive
3. Little Havana & Downtown Miami
4. Key Virginia & Key Biscayne
5. Little Haïti & survol en avion de la ville
> MIAMI en Pratique Nos Infos et conseils pour visiter Miami

6

JOUR 1 | Wynwood & Miami Design District pour faire le plein de street art, de design et de luxe !

[photo]

Je dirais que c'est le street art qui nous a donné envie d'aller à Miami ! Les **fresques colorées de Wynwood** ont su nous convaincre. Avec 40 blocks contre seulement 6 à Bushwick (New York), Wynwood est aujourd'hui le plus grand quartier street art au monde, c'est aussi le plus hype. Mais tout n'a pas toujours été rose par ici.

7

Difficile d'imaginer qu'avant 2007, ce quartier fait d'entrepôts était très dangereux et malfamé. Maintenant, c'est un des plus côtés de tout Miami, les constructions sont partout, les boutiques sont ultra tendance. C'est le développement du street art qui a changé le visage de Wynwood. Des artistes parmi les plus connus sont venus et viennent graffer à Wynwood. Certaines oeuvres restent, d'autres sont éphémères, le concept même de cet art de rue.

8

Les inconditionnels diront que maintenant Wynwood tend à s'aseptiser. En tout cas, avec nos yeux de simples amateurs, on a adoré. Par une belle journée ensoleillée, on s'est baladé des heures dans ses rues où les oeuvres sont partout. Les couleurs pop, les licornes nous ont donné le smile! S'il faudrait des jours pour en faire le tour, y consacrer une bonne demi journée est un minimum.

9

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo]

Ne manquez pas de passer par la boutique bien trop stylée **Walt Grace Vintage** (300 NW 26th Street), où guitares et voitures de collection sont réunies dans un univers très à l'américaine. Pause gourmande à **Zak the Baker** (295 NW 26th Street) ou **Salty Donut** , les plus *famous* de la ville (50 NW 23rd Street).

10

On a terminé notre tour à l'endroit le plus connu, **Wynwood Walls** qui offre une concentration d'œuvres super chouettes**.** Mais vraiment graviter tout autour en fonction de votre temps.

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo]

11

ART DISTRICT
La journée s'est poursuivie par une pause déjeuner *healthy* à Pura Vida histoire de recharger les batteries avant de poursuivre avec une balade dans le quartier **Art District** où le riche Bernard Arnault s'est associé à un promoteur immobilier pour créer un ensemble qui a de l'allure. Place au faste et aux boutiques les plus luxueuses ici.

12

Chanel, Prada & Co revêtent leur plus bel écrin, chacune de manière totalement unique. Si l'on y vient pas pour faire du shopping, l'art est partout et ça fait rêver ! Après une pause sur la jolie place centrale (**Palm Court)** coiffée temporairement d'hamacs roses, on file sur le toit du psychédélique **Museum Garage**, car oui à Miami même les garages se visitent! Celui-ci particulièrement car c'est une véritable œuvre d'art innovante construite sur le concept du cadavre exquis. Chaque artiste a pu ajouter sa touche à l'édifice sans savoir ce que les autres avaient fait, dessiné auparavant. (5 étages et 5 artistes ont participé au projet) Résultat: une œuvre architecturale moderne et unique! Ça vaut le détour!

13

Lorsque les couleurs du ciel s'embrasent depuis le rooftop de ce garage arty, nous sentons déjà que Miami a réussi l'improbable avec cette première journée… nous séduire!

14

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]

Nos Conseils pour visiter WYNWOOD & MIAMI DESIGN DISTRICT
1. *Vous pouvez faire la* ***visite guidée avec [hyperlien vers un site de réservation de visites guidées]*** **Miami en français** *(que nous n'avons pas testé), une super solution pour se laisser guider et découvrir l'histoire derrière les œuvres, les artistes et comment ce quartier est devenu ultra tendance.*
2. *En mode solo, c'est tout à fait possible, il faut juste prévoir du temps (au moins 3h) et repérer quelques rues en amont pour vous faire itinéraire. NW 2nd avenue est le boulevard principal avec de nombreuses boutiques et restos. C'est très grand, vous ne verrez pas tout !*

15

JOUR 2 | South / Mid Beach & Ocean Drive pour le style !

[photo]

Miami c'est quand même des kilomètres de plages de sable blanc et une ville connue mondialement pour son *beach lifestyle* alors pour cette deuxième journée, on profite du soleil et de la douceur du climat (On a pas quitté la grisaille et le froid de novembre pour rien !).

16

YOGA SUR LA PLAGE (GRATUIT)

Quoi de mieux que de commencer par une séance de yoga? Et c'est encore mieux quand elle se passe sur la plage et est gratuite! Oui oui c'est aussi comme ça à Miami. Tous les jours de la semaine des profs bénévoles donnent des cours gratuits (se renseigner sur 3rd Beach Yoga [hyperlien vers le site internet de 3rd Beach Yoga], les pourboires sont coutumes à la fin du cours).

17

Agréable de prendre la pose sur le sable au lever du soleil et de méditer au son des vagues et des mouettes. En vrai, pas tout à fait évident de se concentrer et de garder l'équilibre quand on a jamais testé sans tapis dans un tel terrain. Mais si on vivait à Miami, je sens qu'on serait souvent dans les parages, difficile de mieux débuter sa journée !

18

[photo]

MIAMI BEACH

Après un petit déjeuner *avocado toast* dans un coffee shop du long de la plage, on décide de **louer un vélo** et de seulement se laisser aller à notre rythme en redescendant toute l'avenue du bord de mer, cheveux au vent et regard plongé dans le turquoise de l'océan. Les pauses sont fréquentes, mais comment résister au charme des jolies **cabines de sauveteurs de Miami Beach**? Et puis certains hôtels chic (comme **le Delano**) méritent bien une petite pause photo. La piste cyclable (boardwalk) rend la balade vraiment cool et sans souci.

19

Pour le déjeuner, on ne peut que vous recommander le restaurant Essensia [hyperlien vers le site internet du restaurant] de l'Hotel The Palms & Spa. Délicieux dans un cadre très agréable ou aussi le Malibu Farm [hyperlien vers le site internet du restaurant] pour une jolie vue. Ces deux adresses ont tout ce qu'on aime manger (pizza à l'avocat oui oui, salades super fraiches, options vegan et végétariennes parfaites.)

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]

[photo]

20

MIAMI BEACH, OCEAN DRIVE

On poursuit ensuite par **Ocean Drive**, l'avenue mythique du front de mer. Flashback dans les années 1920 et **bienvenue dans le Miami des films & séries TV** ! Ici chaque hôtel aux couleurs pastel et néons est un magnifique exemple de **style Art Deco**, d'ailleurs tout le boulevard est classé aux monuments historiques. Quelques noms, le Avalon au numéro 700 de l'avenue, le Carlyle au 1250 ou encore la villa Versace au 1116, maison du célèbre styliste, tué en 1997 devant son portail !

21

Tout l'ensemble est très chouette et on ne peut qu'être séduit par ce style architectural qui redevient très tendance. On prend la pose devant les hôtels iconiques décorés de leur voiture de collection qui le sont tout autant. On vous déconseille par contre de déjeuner, diner ou même loger sur Ocean Drive, trop touristique et pas le meilleur des plans! Cependant, on vous invite à venir vous y balader en journée et en soirée. Les ambiances sont totalement différentes, mais les lieux sont toujours autant photogéniques.

22

[photo] [photo] [photo]
[photo]
Nos Conseils pour visiter SOUTH & MID BEACH

1. *Vous pouvez le faire dans le cadre d'une* ***visite guidée en vélo avec*** ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées en vélo]*** **Miami en français** *(que nous n'avons pas testé car nous voulions aller à notre rythme).*

2. *En mode solo, c'est tout à fait possible, en louant un* ***City Bike*** *presque sur le même système que dans nos grandes villes. A louer aux bornes avec une CB, à l'heure ou à la journée, les prix sont made in US: 25$ la journée, possible de louer à l'heure aussi).*

3. *S'il y a bien une chose qu'on a retenu de nos voyages aux US, c'est qu'il faut oser ! Rentrer à l'intérieur des hôtels, promenez vous, poussez des portes, monter sur les rooftop. En demandant gentiment aux hôtesses d'accueil ça passe toujours pour faire une photo et jeter un œil.*

23

JOUR 3 | Visite guidée de Little Havana & Downtown pour saisir toute la diversité de Miami

[photo]

Nouvelle journée, nouveau voyage ! Avec **Little Havana**, c'est embarquement immédiat pour un mini Cuba ! Lors de l'avènement au pouvoir du dictateur Fidel Castro, c'est plus de 250

000 Cubains qui fuient le communisme pour s'installer à Miami. Aujourd'hui, cette communauté ethnique est très bien intégrée à la société américaine, ne vous attendez pas à un quartier pauvre. Beaucoup ont très bien réussi dans la ville et votent Républicain aux élections.

24

Si le quartier est devenu très touristique, c'est même un incontournable de tout séjour à Miami, on est surpris d'y trouver encore des cafés à 75 centimes et des jus de fruits frais pressés à 3$ le long de la **Calle 8** ! Prix imbattables ! L'authenticité est encore là, à travers les « ventanas » des petits kiosques de rues, tout comme sur la place du club de joueurs de domino, où rien ne semble avoir changé depuis 1975 !

25

Il ne faut pas hésiter à rentrer dans les fabriques de cigares qui font l'animation, mais aussi dans les bars. **Ball & Chain** est bien connu pour ses tacos mais surtout ses concerts live tous les après midis. Regarder les musiciens jouer et gens danser, nous ont donné de l'énergie pour le restant de la journée. Plus discret, **le Cuba 8 Museum** est à ne pas manquer, un vrai joyau dans le quartier. A l'intérieur, on admire la plus grande collection personnelle d'art cubain de tout le pays. Un lieu plutôt incroyable avec une décoration folle (les lustres viendraient de chez Frank Sinatra lui même).

26

Si cette balade peut se faire seul, nous avons suivi Alex, guide pour Miami en Français ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français]*** . Après New York, Alex a choisi Miami pour s'installer et il ne ferait pas marche arrière ! Grâce à lui, on apprend l'histoire du quartier, écoute les anecdotes et nous sommes sûrs de ne passer à coté de rien. On se laisse porter et on le suit maintenant à travers les rues, à bord d'un trolley et du métro aérien qui nous amènent dans un tout autre décor, le quartier des affaires de la ville, Miami Downtown.

27

[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo]

Au bord de la Miami river, un lamantin (*manetee*) nous fait la joie de passer par là. C'est aussi devant cette vue imprenable qu'Alex nous raconte comment s'est fait Miami. On ne voudrait pas casser le suspense, mais le récit depuis les tribus amérindiennes jusqu'à l'empire de la drogue de Pablo Escobar est fascinant!

28

[photo]

Nous n'avons pas pu le faire ce jour là, mais ça doit valoir le coup de passer voir de plus près le centre commercial **Brickell City Centre** (station Eight street en MetroMover), plus que pour faire du shopping, regarder l'architecture de ce complexe incroyable mêlant boutiques, bureaux et hôtel. Le design est parfait et surtout écologique avec un toit en forme de « vague » (le ruban climatique) qui rafraîchit par sa forme à lui seul le bâtiment. Pas mal. Rassurant de voir que le coté eco responsable s'impose peu à peu dans des projets urbains d'une ville telle que Miami.

29

Il y a aussi le **roof top Sugar** (on vous l'a noté dans Mapstr [hyperlien vers une application géolocalisant les points d'intérêt recommandés par les blogueurs B7]). avec une déco de style indonésien qui apparemment vaut le détour à 150m de haut au coeur du Downtown.

Si la visite dure 3h30, il y a largement matière à prolonger la balade seuls sur les conseils et adresses données par Alex. Malheureusement notre timing était trop serré!

30

Nos Conseils pour visiter Little Havana & Downtown

1. *Vous pouvez le faire comme nous dans le cadre d'une* ***visite guidée en français avec l'agence*** ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français]*** **Miami en français** *. Elle dure 3H30 pour un groupe de 4 à 12 personnes max, au prix de 45€ par adulte / 35€ pour les enfants de 6 à 11 ans.*

31

2. *En mode solo, c'est tout à fait possible bien sûr, pour Little Havana, la majeur partie se trouve sur la Calle 8 ensuite il faut se débrouiller pour se balader dans le Downtown.*

32

JOUR 4 | Virginia Key & Key Biscayne: place à la nature!

[photo]

À Miami, vous verrez qu'il n'est pas toujours facile de se repérer ! Des routes extra larges sur des ponts relient Miami beach à la ville de Miami, mais aussi **Virginia Key et Key Biscayne, où nous allons passer une superbe journée, entre cocotiers et « crustacés »**, dans cet écrin de nature, bien loin des tours du Downtown, à seulement une vingtaine de minutes du centre ville ! Que demander de mieux ?

33

Cap sur la pointe Sud de Key Biscayne tout d'abord avec le **State Park Bill Baggs Cape Florida** pour monter en haut des 29 mètres du **phare Bill Baggs**, un emblème historique local construit en 1825. Le nombre de marches ne suffit pas à nous fatiguer, mais ça tombe bien, nous venons surtout pour la vue qui en jette! Le turquoise de l'eau émerveille et le panorama à 360° est grandiose. C'est peut être notre jour de chance (ou peut-être est-ce habituel?), nous

voyons un puis deux, puis trois et même quatre lamantins juste en bas du phare. L'eau est tellement claire qu'on ne peut les manquer. Génial.

34

Petit tour à la jolie plage au pied du phare pour un pique nique entre potes et un moment farniente, la vie est quand même plutôt pas mal sous le soleil ! Les ratons laveurs amusent la galerie dans le parc mais s'ils sont absolument trop mignons, il est vraiment important de ne pas les nourrir! Ces petites bêtes sont des vrais gloutons capables d'avaler tout et n'importe quoi… et de tomber bien malades… En les nourrissant, on les empoissonne à petit feu, on les rend dépendant et ils deviendront agressifs envers les humains, les associant à une source de nourriture. Dommage que peu de gens arrivent à respecter ça… malgré les panneaux de vigilance et d'interdiction.

35

[photo] [photo]
[photo] [photo]
[photo] [photo]
[photo]

En route pour notre prochaine destination, Virginia Key, on s'arrête à **Crandon Park** pour faire le plein de palmiers! Une autre jolie plage [émoticône souriante] Puis on file au **Key Virginia outdoor center. pour une petite virée en kayak.** En quelques instants, nous nous retrouvons au coeur d'une forêt de mangrove sur le lac Lamar, où pélicans, iguanes et lamantins vivent leur vie !

36

Tout le groupe a du mal à réaliser le calme et la nature qui nous entoure, pourtant si proche du centre ville et de ses tours. Quelques coups de pagaies et c'est une vue immanquable sur la baie, Fisher island (île privée pour milliardaires) et South Beach qui s'offre à nous. La météo ne nous a pas permis de voir le coucher de soleil depuis l'eau ce jour-là mais ça doit être bien sympathique.

37

[photo] [photo]
[photo]

Pour conclure une si belle journée, on trinque devant la Skyline au **Rusty Pelican**, une adresse à tester pour boire un verre au coucher du soleil et diner avec une vue grandiose (l'adresse est notée dans notre Mapstr, abonnez -vous à notre carte [hyperlien vers une application géolocalisant les points d'intérêt recommandés par les blogueurs B7]).

38

[photo]

Nos Conseils pour visiter Key Virginia & Biscayne

1. *Vérifiez bien les horaires d'ouverture du phare Bill bags cela change en fonction des saisons / jours de la semaine, ça serait dommage de ne pas pouvoir y monter.*
2. *Pensez à l'antimoustique pour le kayak dans les mangroves.*
3. *Le kayak se loue 25$ l'heure au Virginia Key Outdoor center . Sachez qu'il est possible d'y réserver une sortie guidée privée avec Miami en Français* ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français]*** *sur demande uniquement.*

39

JOUR 5 | Little Haïti pour un dépaysement garanti !

[photo]

Pour conclure ce séjour à Miami, on s'offre un dernier voyage. Après Cuba, on retrouve Alex notre guide expatrié pour une visite au cœur de l'histoire et de la culture haïtienne ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français].*** Miami, ses paillettes et son bling bling sont très loin ! Des poules et des coqs se courent après sur un trottoir, des botanicas (sorte d'épicerie bric à brac où l'on trouve absolument tout si l'on sait chercher!) vendant des élixirs d'amour et des poupées vaudous et des gens nous interpellant en français, bonjour comment ça va? .

40
Ca, c'est **Little Haïti**. Ici les fresques murales racontent l'histoire (souvent dramatique) de cette île caribéenne et avec Alex, on découvre en quoi la France a une part de responsabilité dans leur destin. D'églises au marché couvert, en passant de petites maisons colorées en bois typique, nous nous croyons dans les Caraïbes.

41

Puis la visite prend une autre tournure lorsque nous pénétrons dans une demeure coloniale pas vraiment comme les autres. Nous ne le savons pas encore, mais la Villa Paula est (sérieusement) classée parmi les maisons les hantées des Etats-Unis, oui ils ont un classement et elle arrive en 8e position..! Le lieu est assez fou d'autant plus que nous avons la chance d'y rencontrer son propriétaire, un collectionneur d'art. Je ne vous en dis pas plus…

42

C'est grâce à Alex que nous avons eu accès à une telle expérience, cette villa étant privée, nous n'en aurions pas eu connaissance sans la visite guidée. On se rappellera de ces moments.

43

[photo] [photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo] [photo]
[photo] [photo] [photo] [photo]
[photo] [photo]

Pour continuer la journée, on flâne à **Upper Buena Vista**, autre bonne adresse d'Alex. Un petit quartier hyper sympa qui vient d'éclore , avec un resto, bar autour duquel gravitent des concepts stores tous plus chouettes les uns que les autres.

44

[photo] [photo] [photo] [photo]

SURVOL DE MIAMI
Si l'envie vous en dit de prendre de la hauteur pour terminer votre voyage, **survolez Miami** pour revivre tout du ciel à bord d'un petit avion de type Cessna (4 places dont le pilote).

45

[photo] [photo] [photo]

Nos Conseils pour visiter Little Haïti

Une visite guidée d'une demi-journée ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français]*** *(3h30) qu'on vous recommande vivement pour découvrir un autre visage de Miami, bien loin des a-priori que l'on peut avoir sur cette ville. D'après nous, Little Haïti est plus délicat à saisir et à apprécier seul par rapport à Little Havana par exemple, alors si vous ne deviez en choisir qu'une, on vous conseille Little Haïti, pour cette immersion authentique.*

46

Nos Conseils pour un survol panoramique de Miami
Réservez 1 heure de vol scénique ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français]*** *au dessus de la ville et la plage, 145€ par personne (1 à 3 personnes max par avion). A noter que des tours privatifs à la demande peuvent être fait.*

47

Si vous hésitez sur l'heure de la journée, optez pour le midi milieu de journée (pas trop tard en fonction de la saison à laquelle vous visitez Miami) pour pouvoir apprécier toutes les nuances de turquoises de la mer.
48

Voilà, le séjour à Miami touche à sa fin!

Pour une première, nous avons eu un superbe aperçu de la diversité de la ville et le plus important je dirais, c'est qu'il nous ait donné envie de revenir ! Ce qui n'était alors pas du tout gagné au départ !! Et oui, nous n'aurions pas pensé dire cela un jour, mais j'ai bien l'impression qu'il faudra un deuxième voyage pour profiter davantage de la ville, prendre le temps et aussi faire un **road trip en Floride**, dans les Keys jusqu'à Key West ou bien sûr visiter les Everglades.

49

Pour cette fois-ci, nous avons fait le choix d'un combiné avec les Bahamas, juste à côté, avec l'île de Cat afin de nous retrouver très au calme en pleine nature sur une île Robinson. C'était sublime aussi!

50

Vous recherchez plus d'idées d'activités / sorties à faire à Miami?

On a testé une soirée match de basket des Heats (NBA) [hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités touristiques - Ceetiz] à L'American Airline Arena. Un véritable show avec les cheerleaders, du bruit et de l'action !

51

[photo] [photo]

Passer voir l'hôtel historique Biltmore [hyperlien vers le site internet de l'hôtel], un icône à Miami, ouvert en 1926, dans le quartier excentré de Coral Gables (proche de l'aéroport), on se croit dans une hacienda mexicaine à la sauce US avec une piscine énorme ! Il est possible d'ailleurs possible d'y réserver un cabanon privatif avec transats pour s'y prélasser quelques heures et profiter du cadre.

52

[photo] [photo] [photo]

Sur la **plateforme d'activités Ceetiz** vous trouverez les choses incontournables et les plus populaires à faire à Miami [hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités touristiques - Ceetiz] mais aussi dans ses alentours. C'est un site sérieux, en français que nous n'hésitons pas à utiliser. L'avantage de réserver en amont de votre voyage est bien sûr de vous assurer de la dispo des activités lorsque vous serez sur place.

53

« Miami en pratique »
NOTRE VOYAGE: 5 jours + 1 pour les vols : 11 au 17 novembre 2019
DECALAGE HORAIRE ? – 6h
SUPERFICIE: moitié plus grande que Paris, pour 5 fois moins d'habitants (44e plus grande ville des US, une « petite » ville en fait).

54

MONNAIE dollars américain (USD$) taux de change (approx) : 1€ = 1,10 USD (en novembre 2019)
MODE DE PAIEMENT Attention aux commissions que vous paierez avec votre banque traditionnelle pour chaque retrait et paiement aux US, sauf si vous avez une carte Revolut [hyperlien vers le site internet de Revolut] comme nous (retraits gratuits plafonnés à 200€/mois puis au-delà moins coûteux qu'une banque classique et pas de frais appliqués lors des paiements en CB à l'étranger). Petit aparté pour préciser que la Floride est un des Etats le

moins taxé des US (7.5%), du coup c'est idéal pour faire du shopping et c'est pour ça que les magasins outlets sont nombreux! Par contre, comme partout aux US, n'oubliez pas d'ajouter les fameux ***tips*** aux restos, dans les bars etc , en général 15% de votre note.

55

VISA il vous faut obligatoirement l'ESTA [hyperlien vers le site internet des autorités américaines] pour prendre l'avion pour les Etats-Unis, faites votre demande en ligne quelques jours avant votre départ (mais n'attendez pas la veille non plus!), il est valable 2 ans et coûte 14$ en ligne

56

QUAND PARTIR A MIAMI? Toute l'année, sauf durant la période des ouragans (disons de mi-août à mi-octobre surtout). Novembre, le pied d'y voir le soleil avec l'arrivée du froid chez nous !

57

COMMENT ALLER A MIAMI?

Nous sommes partis avec la compagnie française Corsair [hyperlien vers le site internet de la compagnie aérienne] proposant plusieurs vols directs par semaine de Paris Orly à Miami à des prix très intéressants (à partir de 320€ AR pour 9h30 de vol). À l'aller, nous avons pu accéder à leur Salon Grand Large à Orly puis voyager en classe Premium Eco le bonheur pour les jambes car l'espace y est impressionnant par rapport aux sièges éco classiques.

58

Corsair n'a pas été élue Meilleure Premium Économique au monde sans raison. (source : Flight-Report). Nous avions déjà volé avec Corsair pour aller en Martinique et à la Réunion et toujours aussi contents de cette compagnie. Notez qu'en juin 2020, ils ouvrent New York à des prix très compétitifs :-). Petit plus à noter aussi, Corsair propose l'option « ***Un temps de réflexion*** » *pour laisser la possibilité de poser une option avant de confirmer l'achat en ligne plus tard.*

59

[photo] [photo]

NAVETTE AEROPORT: organiser en avance votre transfert d'arrivée et de départ. [hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités – Ceetiz]

OU DORMIR A MIAMI? On vous recommande le secteur de **Mid Beach / South Beach** plutôt central pour visiter Miami, avec le coté sympa d'être à la plage, nous avions loué une maison dans le quartier résidentiel de Surfside, au nord de Miami Beach, tranquille mais un peu loin des principaux lieux d'intérêts (il faut absolument une voiture .

60

HOTEL OU VILLA?
Entre amis, c'était très cool de partager une villa avec piscine, nous l'avions trouvé sur le site Abritel HomeAway [hyperlien vers le site internet de réservation Abritel]. Cela nous a permis de faire des petits déjeuners dans le jardin, pouvoir se poser quand nous voulions.

[photo] [photo] [photo] [photo]

61

Si vous préférez l'hôtel, on a visité le Circa 39 [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking] et il est plutôt cool, bien situé aussi.
>> Trouver d'autres hôtels disponibles à Miami au meilleur prix [hyperlien vers la plateforme de réservation Booking]

[photo] [photo] [photo] [photo]

62

CIRCULER A MIAMI: VOITURE OU TAXI? Bonne question! Tout dépend où vous logez et combien vous êtes (solo, couple ou entre amis). Les applis type **Uber et Lyft** fonctionnent très bien, proposent des trajets pour relativement pas trop cher et c'est donc très fréquent de les utiliser à Miami. Mais si votre logement est excentré comme nous, ça sera un certain budget au final.

63

Louer une voiture offre la liberté de bouger partout, à 5, c'était vraiment l'idéal pour nous, mais attention cela vous coûtera au delà du prix de la location: les parking en ville sont à 15, 20 ou 30$ en fonction de l'heure, du jour de la semaine.

64

On vous conseille de télécharger l'application Pay by Phone pour régler votre stationnement directement sur votre smartphone. Attention, ne jamais vous garer sur une place avec des lignes jaunes ou lorsqu'il est indiqué « Tow Away »… C'est la fourrière assurée !! Si vous voulez faire la fête, sachez que la tolérance est zéro pour l'alcool à Miami. Mieux vaut alors prendre un taxi.

65

>> Trouver votre voiture de location au meilleur prix [hyperlien vers la plateforme de réservation Rentalcars].

PERMIS INTERNATIONAL ? Pour louer une voiture à Miami et (Floride), pas besoin de permis international pour une durée de moins de 3 mois. Un permis français suffit. Si vous comptez faire un road trip en Floride, pensez au SunPass [hyperlien vers une plateforme de réservation] pour éviter les mauvaises surprises avec les télépéages automatiques. Les loueurs le proposent en général.

66

QUID DES TRANSPORTS EN COMMUN? Ils sont très mal faits à Miami et le réseau n'est pas assez dense pour vous permettre de circuler partout. Pour le fun, on vous recommande de tester le MetroMover dans le Dowtown et les Trolley (tous deux gratuits) mais ça se résume à peu près à ça malheureusement.

67

NOS BONNES ADRESSES A MIAMI: rejoignez nous sur Mapstr, une application gratuite qui va changer vos voyages et votre quotidien! Où que vous soyez dans le monde, rentrez y vos meilleurs restos, bars et lieux testés/visités. Découvrez toutes nos bonnes adresses testées à Miami sur notre carte Mapstr [hyperlien vers une application géolocalisant les points d'intérêt recommandés par les blogueurs B7].

68

TEL / WIFI avec nos forfaits Free (19,9€/mois) et RED by SFR (15€/mois), les Etats Unis sont inclus avec 25Go/15Go d'internet et appels gratuits vers la France.
ELECTRICITE Prises électriques de type A, deux fiches plates, prévoir un adaptateur et une multiprise.

69

SECURITE Miami était réputée pour être une ville qui craignait (drogues notamment) cela a énormément évolué ces 10-15 dernières années. Des quartiers totalement ghettos sont désormais parmi les plus en vues aujourd'hui (Wynwood est l'exemple parfait). Nous avons ressenti aucune insécurité durant notre séjour car nous sommes restés dans les coins touristiques et n'avons pas trainé la nuit. Certains quartiers restent à éviter mais ce n'est pas là où vous irez dans tous les cas car excentrés et rien à y faire concrètement (Overtown).

70

ASSURANCE VOYAGE & RAPATRIEMENT Pour voyager en toute sérénité, on vous recommande de souscrire une assurance voyage pour la durée de votre séjour à Miami et en Floride. Un réflex pour nous à chaque destination et voyage. Nous utilisons en général ACS et la formule Globe Partner [hyperlien vers une compagnie d'assurance] ou encore Chapka assurances [hyperlien vers une compagnie d'assurance]. Toutes deux très bien et avec un bon rapport qualité/prix.

71

CONSEIL POUR VISITER MIAMI On vous recommande vivement de faire une visite guidée en français ***[hyperlien vers la plateforme de réservation de visites guidées Miami en Français]*** au tout début de séjour pour mieux comprendre la ville et avoir les bons plans d'un expatrié dès le départ.

72

BUDGET VOYAGE MIAMI Même si Miami est moins chère que NYC, cela reste les US, donc un certain budget. Voici un récap de nos principales dépenses:

Billets avion : 320€/pp | Villa : 2500€/5 nuits pour 5 | Restaurant : en fonction des adresses 25-40$€ pp | Location de voiture: moins de 200€ pour un modèle économique

73

LES CITY PASS POUR ECONOMISER A MIAMI Une Go Card Miami [hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités – Ceetiz] peut être intéressante si vous prévoyez quelques grosses attractions typiques, sur Ceetiz [hyperlien vers une plateforme de réservation d'activités – Ceetiz] vous les trouvez à très bon prix et tout le fonctionnement y est bien expliqué, en français.

74

QUEL GUIDE POUR ORGANISER SON VOYAGE A MIAMI? On vous conseille de glisser le petit guide de poche Miami l'Essentiel [hyperlien vers la plateforme d'achats Amazon] (Editions Nomades) pour retrouver tous les bons plans et bonnes adresse d'une expatriée à Miami, Stéphanie Smadja, une fille super chouette qu'on a eu la chance de rencontrer durant notre aventure en Floride.

75

[photo] [photo]

MIAMI, notre BILAN (très personnel)

On a aimé son ambiance multiculturelle(2/3 des habitants sont hispanophones, l'espagnol y est donc la langue la plus parlée! On dit d'ailleurs que Miami est une ville d'Amérique Latine! Son atmosphère décontractée est aussi très appréciable.Ici le rythme est plus lent (on est loin de la frénésie de NYC),le soleil, le climat, la plage contribuent beaucoup à cet esprit « vacances toute l'année ».

76

Que dire de son architecture, son design et le fait que l'art soit partout dans les rues ? Rien que pour le street art, Miami vaut le détour. En quelques jours nous avons vécu des contrastes permanents d'un quartier à l'autre ! La sensation de faire plusieurs voyages en un, une manière de vivre la ville en fonction de son humeur et envie. Miami a su nous surprendre et si nous nous attendions à de l'extravagance, c'est plutôt l'authenticité au cœur des rues de Little Haïti et Little Havana qui nous a frappés !

77

On a PAS aimé les distances parfois longues pour rejoindre un point à un autre (d'où l'importance de bien organiser son séjour), le tout aggravé par les bouchons qui peuvent être violents et le fait que les transports en commun soient mal foutus, bref il faut vous attendre à perdre du temps. J'ai (en tant que fille frileuse) mal vécue la clim' partout! Ce n'est pas propre à Miami, mais les autres rigolaient de me voir toujours avec ma micro doudoune et mon écharpe dès qu'on était à l'intérieur d'un hôtel, bar, resto.!

78

Autre point qui n'a pas gâché notre séjour (la ville est bien assez grande) mais on le précise. Miami est une destination majeure de croisières, les paquebots ne sont jamais bien loin, surtout le week-end. Je mentionnerais aussi le gros bémol des aquariums et parcs aquatiques renfermant orques, dauphins en captivité, activité que l'on ne cautionne pas du tout. Alors qu'il est plutôt simple de voir les lamantins en liberté et même peut être des dauphins lors d'un tour en bateau.

79

[photo]
Et vous, Miami est sur votre liste?
Si vous y êtes déjà allé ou si vous en revenez, laissez nous un commentaire avec vos impressions.

N'oubliez pas d'épingler l'article sur Pinterest [hyperlien vers le site des blogueurs sur Pinterest] pour le retrouver plus facilement [émoticône clin d'œil].

[photo]

80

Nous avons découvert Miami pour la première fois entre amis. On remercie nos partenaires qui ont soutenu notre voyage, ***Corsair*** *pour les vols,* ***Abritel*** *pour la maison bien sympa et* ***Voyage en Français*** *pour les visites guidées super intéressantes. On espère vivement que cet article, avec notre vision personnelle et nos conseils, bonnes adresses vous aidera à préparer au mieux votre séjour à Miami!*
N'hésitez pas à partager votre expérience, vos bonnes adresses, vos bons plans en commentaire [émoticône clin d'œil] On est curieux ! Et puis ça sera pour notre prochaine fois maintenant qu'on est tombé sous le charme de Miami !

A très vite pour de nouvelles aventures,
Elisa & Max
Facebook – Instagram – Twitter – YouTube

[ZONE DES COMMENTAIRES]

C1. [pseudonyme] [date] [réponse]
Bonjour, vos photos sont superbes comme toujours!
Après m'être inspirée de votre voyage au Mexique où nous avons passé 15 jours en février, nous avons réservé des billets pour une grosse semaine en Floride en février 2020, et là surprise aujourd'hui, je vois votre post!!!! Alors je me décide à vous poser quelques questions si vous le voulez bien. Par contre, nous voyageons en famille avec nos deux enfants de 9 et 12 ans [émoticône souriante] Pourriez-vous me dire avec quelle agence vous avez fait les visites guidées svp?
Merci beaucoup!

R.C1. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]

bonjour , super! merci pour la confiance [émoticône souriante] 1 bonne semaine vous permettra de faire Miami et les Keys ou Everglades du coup? Pour les visites, tu trouveras toutes les infos et les liens pour réserver dans les encarts en bleu en dessous de chacun de nos paragraphes [émoticône souriante] Merci et belle journée! n'hésites pas si tu as d'autres questions

C2.a. [pseudonyme] [date] [réponse]
Bonjour, nous ne serons que 2 jours à Miami, 3 nuits sachant qu'on arrive par Corsair une fin d'après-midi, ensuite nous partons dans les everglades et les Keys.
Que ne doit-on pas rater à votre avis, 2 jours ça passe vite, nous sommes 4.
Merci.

R.C2.a. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
bonjour Vanessa, merci pour ton message, oui en effet, il faut bien organiser 2 jours à Miami, c'est court. Le premier soir il sera difficile de faire quelque chose, vous serez bien fatigués, diner et au lit! Le lendemain attaquez tôt la journée et découvrez la plage en vélo, océan drive etc. Enchainez avec une visite de Wynwood absolument.
le jour 2, plongez vous dans Little Havana et Downtown, un peu de shopping ou plage et voilà c'est réglé:-) Si le budget vous le permet faites des visites guidées en français pour aller à l'essentiel et vous laisser porter. Ca va être top!

C2.b. [pseudonyme] [date] [réponse]
Super, merci beaucoup pour votre repose si rapide!!!
On a hâte, J – 15…

R.C2.b. . [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
Génial, ça va être top! profitez bien de la chaleur et du soleil de Miami [émoticône souriante]

C3. [photo] [nom de site internet] [hyperlien vers un site internet de chirurgie esthétique]
Un article exceptionnel, bonne continuité !

C4. [image] [prénom] [date] [réponse]
Bonjour et merci pour se reportage, je savais que Miami était cool! mais hélas une virée sur OCEAN DRIVE en plein spring break plus une pluie torrentielle et notre voiture à la fourrière on a décidé de vite partir dans les keys! j'espère à convaincre mon mari d'y retourner dans de meilleures conditions. Surtout pour le quartier du street art qui était ma priorité!

R.C4. [photo B7] Bestjobersblog [date] [réponse]
aie m….pas de chance…comme partout, le timing est crucial quand on visite…il faudra y retourner dans de meilleures conditions car oui Miami vaut le coup! et Wynwood, c'est juste géant. à bientôt!

6. Nombre de mots du corpus

	Nom du document	Nombre de mots
B1	B1 - P1 - Bandeau horizontal des posts [Prénom B1]	98
	B1 – P2 - Section [ABOUT] – « Qui suis-je ? »	3070
	B1 - A1 - Section Vis ma vie d'expatrié – « Les questions qui fâchent quand on s'expatrie »	1212
	B1 – A2 - Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon	5971
	B1 – A3 - Section [Rhode Island, Summer series] - Summer series n°2 des vacances à Block Island »	352
	B1 – A4 - Section [Différences culturelles France – États-Unis] – Sourire extra-fresh »	1723
B2	B2 - P1 « Grille d'analyses - B2 - P1 - Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? »	499
	B2 - P2 « Grille d'analyses B2 – P2 - Bandeau [à propos] »	28
	B2 – A1 - Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire »	1199
	B2 – A2 - Section [République Tchèque] - République Tchèque : Česky Kumlov, au cœur de la bohême du sud »	686
	B2 – A3 - Section [Expatriation] – « Journal d'expatriation - février 2019 »	904
	B2 – A4 - Section [Autriche] - « À la découverte de la belle et impériale Vienne »	904
B3	B3 - P1 - Section [À propos] – « Jordy Meow »	84
	B3 - P2 - Section [À propos] – « Biographie »	305
	B3 - P3 - Section [À propos] – « Contact »	79
	B3 - P4 - Bandeau de présentation	34
	B3 - P5 - Bandeau de présentation interne aux billets	51
	B3 – A1 - Section [les derniers articles] – « Les Monstres de Neige de Zao »	716
	B3 – A2 - Section [hiver] – « Yamanouchi - Chihiro, Singes & Onsen »	1492
	B3 – A3 – Section [Japon] – « Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura »	1253
	B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – « Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon »	2984
B4	B4 - P1 - Section [À propos] – « Gaijin au Japon »	437
	B4 - P2 - Section [À propos] – « À propos d'Aala »	2216
	B4 - P3 - Bandeau horizontal	73
	B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – « Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon »	1253
	B4 – A2 – Section [Voyage au Japon] – « Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi »	907
	B4 – A3 – « Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté »	1062
	B4 – A4 – « Tokyo Guest House - OAKHOUSE »	2328

	Nom du document	Nombre de mots
B5	B5 – P1 – [qui suis-je] – « Qui suis-je ? »	1594
	B5 – A1 – « Comment préparer son road trip aux USA »	2416
	B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles	866
	B5 – A3 – Section [Ouest américain -USA - Voyages] – « Grand-Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose »	1427
	B5 – A4 – Section [Afrique du Sud - Voyages] – « {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland »	1308
B6	B6 - P1 « Grille d'analyses B6 – P1 – [À propos] – À propos »	913
	B6 – A1 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – « Visiter Portsmouth en famille »	2338
	B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – « Récit d'une belle journée improvisée à Gand »	676
	B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – « Conduire en Angleterre »	2431
B7	B7 – P1 – « À propos »	393
	B7 – A1 – « Italie - Un Road-trip de rêve dans les Dolomites »	8580
	B7 – A2 - « Suisse | Le train rapide le plus lent du monde - le glacier express »	1917
	B7 – A4 – « Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller ! »	6 476
B8	B8 – P1 - Section [À propos de nous] – « À propos de nous »	188
	B8 – P2 - Encart module vertical [À propos de nous]	69
	B8 – A1 - Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain	8207
	B8 – A2 - Section [Europe – Allemagne - Voyages] – « Un week-end à Berlin »	2950
	B8 – A3 - Section [Au Bout du Monde - Amériques – New York - Voyages] – « 7 jours de rêve à New York »	3113
	B8 – A4 - Section [Europe – Belgique] – « Bruxelles Ma Belle »	1532

47 documents (billets et bandeaux) soient 79 314 mots.

7. Les chiffres du sous-corpus 1

Univers de blogs retenus : 33.
Nombre de blogs analysés : 8.
Nombre de pages d'accueil, billet de présentation et contenu : 55 documents.
Nombre de pages du corpus : 279 pages.
Nombre de photos : 87.
Nombre de commentaires : 345 posts retenus dont 199 *posts* de lecteurs et 146 réponses des blogueurs.
Dates de publication des billets : De 2011 (1 seul billet) à 2020. Les billets ont été publiés du 14/09/2016 au 01/03/2020.

8. Les adresses des sites internet

B1 : Le blog de Mathilde
https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=le+blog+de+mathilde&ie=UTF-8&oe=UTF-8

B2 : Nuage Nomade
https://www.nuagenomade.fr

B3 : Japon Secret
https://japonsecret.fr

B4 : Un Gaijin au Japon
https://www.gaijinjapan.org

B5 : The Daydreameuse
https://www.thedaydreameuse.com

B6 : Maman Voyage
https://www.mamanvoyage.com

B7 : Bestjobers
https://www.bestjobersblog.com

B8 : Un Couple en Vadrouille
https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=un+couple+en+vadrouille&ie=UTF-8&oe=UTF-8

9. Documents composant le sous-corpus 2 (sur clé USB)

9.1. B1 – A5 – (Boston, Etats-Unis) Journal de bord en temps de Covid-19 #1 | Le blog de Mathilde

9.2. B1 – A6 – Mars 2020 sur le blog de Mathilde | Le blog de Mathilde

9.3. B1 – A7 – J'ai plein de choses à vous raconter ! (et si vous deveniez mécène du blog ?) | Le blog de Mathilde

9.4. B1 – A8 – Quotidien d'un guide touristique à Boston | Le blog de Mathilde

9.5. B1 – A9 – Couper ses cheveux pendant le confinement, une bonne idée ? | Le blog de Mathilde

9.6. B1 – A10 – Une semaine aux Bahamas en catamaran #1 – Des préparatifs au départ depuis Nassau | Le blog de Mathilde

9.7. B1 – A11 – 3 objets qui égayent mon chez moi (et leur histoire) | Le blog de Mathilde

9.8. B1 –A12 – Ce qui me rend heureuse cette semaine | Le blog de Mathilde

9.9. B1 – A13 – Santé mentale et confinement | Le blog de Mathilde

9.10. B1 – A14 – Le Vermont en hiver en 12 photos | Le blog de Mathilde

9.11. B1 – A15 – What's making me happy this week #3 | Le blog de Mathilde

9.12. B1 – A16 – Ask me anything! | Le blog de Mathilde

9.13. B1–A17 – What's making me happy #4 | Le blog de Mathilde

9.14. B1 – A18 – (vidéo) Suivre son conjoint à l'étranger / un cadeau empoisonné pour sa carrière professionnelle ? | Le blog de Mathilde

9.15. B1 – A19 – Avril 2020 sur le Blog de Mathilde | Le blog de Mathilde

9.16. B1 – A20 – Mon expérience de coaching professionnel | Le blog de Mathilde

9.17. B1 – A21 – La grange aux livres au milieu des bois | Le blog de Mathilde

9.18. B1 – A22 – What's making me happy this week #5 | Le blog de Mathilde

9.19. B1 – A23 – Ode à la randonnée | Le blog de Mathilde

9.20. B1 – A24 – Le meilleur (et le pire) de mes premières expériences de camping aux Etats-Unis | Le blog de Mathilde

9.21. B1 – A25 – What's making me happy this week #6 | Le blog de Mathilde

9.22. B1 – A26 – Camping dans l'ouest américain et en Nouvelle Angleterre / le meilleur du pire des expériences #2 | Le blog de Mathilde

9.23. B1 – A27 – Que reste-il du resto en temps de Covid 19 ? | Le blog de Mathilde

9.24. B1 – A28 – What's making me happy #7 | Le blog de Mathilde

9.25. B1 – A29 – Block Island, l'île oubliée par le temps | Le blog de Mathilde

9.26. B1 – A30 – (vidéo) Pour ou contre une visite guidée virtuelle de Boston ? | Le blog de Mathilde
9.27. B1 – A31 – Journal de bord d'une semaine aux Bahamas, avant la pandémie | Le blog de Mathilde
9.28. B1 – A32 – What's making me happy this week #10 | Le blog de Mathilde
9.29. B1 – A33 – A la recherche d'un appartement… en temps de pandémie | Le blog de Mathilde
9.30. B1 – A34 – What's making me happy this week #11 | Le blog de Mathilde
9.31. B1 – A35 – Ask me anything #3 | Le blog de Mathilde
9.32. B1 – A36 – Juin 2020 à Boston et les environs | Le blog de Mathilde
9.33. B1 – A37 – Eternal Summer #2 – Mon été côté professionnel | Le blog de Mathilde
9.34. B1 – A38 – Journal de chantier | Le blog de Mathilde
9.35. B1– A39 – Les beaux hôtels / une yourte à Moab | Le blog de Mathilde
9.36. B1– A40 – What's making me happy this week #16 | Le blog de Mathilde
9.37. B1– A41 – Septembre 2020 à Boston et dans les environs | Le blog de Mathilde
9.38. B1 – A42 – L'automne s'installe à Boston… On fait quoi dans cette version 2020 ? | Le blog de Mathilde
9.39. B1 – A43 – What's making me happy this week #18 | Le blog de Mathilde »
9.40. B1 – A44 – Un week-end aux couleurs de l'automne en Nouvelle Angleterre | Le blog de Mathilde
9.41. B1 – A45 – What's making me happy this week #19 | Le blog de Mathilde
9.42. B1 – A46 – Les beaux hôtels / Un hôtel discrètement chic à Nantucket | Le blog de Mathilde
9.43. B1– A47 – Octobre sur le blog, à Boston et dans les environs | Le blog de Mathilde
9.44. B1 – A48 – What's making me happy this week #24 | Le blog de Mathilde
9.45. B1 – A49 – Novembre sur le blog, à Boston et dans les environs | Le blog de Mathilde
9.46. B1 – A50 – Bonne année 2021 ! et message (important) de service | Le blog de Mathilde
9.47. B1 – A51 – La reprise de Boston le nez en l'air | Le blog de Mathilde
9.48. B1 – A52 – (Boston, Etats-Unis) Journal de bord en temps de Covid-19 #2 | Le blog de Mathilde
9.49. B1 – A53 – Tout ce qui me rend heureuse cette semaine #1 | Le blog de Mathilde
9.50. B3 – A5 – Aogashima / L'Île au Double Volcan | Japon Secret
9.51. B3 – A6 – Rebun / L'Île Flottante Fleurie | Japon Secret
9.52. B4 – A5 – Journal d'un confiné au Japon / jour 1 | Un Gaijin au Japon

9.53. B4 – A6 – Journal d'un confiné au Japon / jour 2 | Un Gaijin au Japon

9.54. B4 – A7 – Voyage au Japon en 2020 / possible ou pas ? | Un Gaijin au Japon

9.55. B4 – A8 – A la découverte du thé de Sayama | Un Gaijin au Japon

9.56. B4 – A9 – Fin d'état d'urgence au Japon, comment je l'ai vécu ! | Un Gaijin au Japon

9.55. B6 – A4 – [Expatriation - Angleterre] « Notre vie en Angleterre #57 : au temps du coronavirus…

9.56. B6 – A5 – Merci d'avoir été là en 2020

9.57. B6 – A6 – Voyager au Royaume-Uni après le Brexit

9.58. B6 – A7 – Livres anglais et américains pour les 7 - 11 ans

9.59. B6 – A8 – Notre vie en Angleterre #81 / le bel automne

9.60. B6 – A9 – Des livres photos pour nos souvenirs de voyages

9.61. B6 – A10 – Notre vie en Angleterre #80 / Halloween et confinement... Même pas peur !

9.62. B6 – A11 – Notre vie en Angleterre #79 / l'école est finie !

9.63. B6 – A12 – Ma balade artistique dans Londres au temps du coronavirus

9.64. B6 – A13 – Notre vie en Angleterre #78 / un vent d'octobre

9.65. B6 – A14 – Le casse-tête des vacances de la Toussaint !

9.66. B6 – A15 – 5 randonnées en famille dans le Val d'Aoste

9.67. B6 – A16 – Notre vie en Angleterre #76 / et un bras dans le plâtre !

9.68. B6 – A17 – Notre vie en Angleterre #75 / déjà notre 3iè rentrée ici !

9.69. B6 – A18 – Notre vie en Angleterre #77 / les 11 ans de Ticoeur !

9.70. B6 – A19 – Randos en famille dans le Dartmoor National Park

9.71. B6 – A20 – Notre vie en Angleterre #73 / quand la France vient à nous, c'est chaud !

9.72. B6 – A21 – Notre vie en Angleterre #72 / quand la Sicile débarque à la maison !

9.73. B6 – A22 – Notre vie en Angleterre #71 / fin de l'année scolaire anglaise et les re-premières fois

9.74. B6 – A23 – Prendre l'avion au temps du coronavirus

9.75. B6 – A24 – Notre vie en Angleterre #70 / déconfinement et fin de quarantaine !

9.76. B6 – A25 – 10 idées de sorties à Stuttgart en famille

9.77. B6 – A26 – Notre vie en Angleterre #69 / comme un air de vacances !

9.78. B6 – A27 – Notre vie en Angleterre #68 / aujourd'hui l'été, demain l'école !

9.79. B6 – A28 – 10 idées d'hébergements insolites en famille

9.80. B6 – A29 – Vacances en France / 10 destinations testées et approuvées pour se mettre au vert cet été

9.81. B6 – A30 – Notre vie en Angleterre #67 / le temps des roses, toujours pas d'école et la New Forest

9.82. B6 – A31 – Grandes maisons de vacances pour se retrouver en famille ou entre amis

9.83. B6 – A32 – Notre vie en Angleterre #66 / comment nous avons retrouvé les grands-parents en Allemagne !

9.84. B6 – A33 – 5 balades nature à moins de 100 km de Paris

9.85. B6 – A34 – Notre vie en Angleterre #65 / nous sommes sortis de notre village !

9.86. B6 – A35 – Notre vie en Angleterre #64 / We'll meet again!

9.87. B6 – A36 – Voyage en van / nos expériences en famille à bord de notre VW California T6 !

9.88. B6 – A37 – L'album photo de notre première année en Angleterre

9.89. B6 – A38 – Notre vie en Angleterre #63 / l'école à distance, humeurs et bluebells

9.90 B6 – A39 – 4 jours à Naples en famille

9.91. B6 – A40 – Notre vie en Angleterre #61 / recette du lemon curd, des scones et du fudge pour voyager dans son assiette !

9.92. B6 – A41 – Notre vie en Angleterre #60 / The Secret Garden

9.93. B6 – A42 – Notre vie en Angleterre #59 / notre déménagement...

9.94. B6 – A43 – Notre vie en Angleterre #58 / à 6 pieds les uns des autres...

9.95. B6 – A44 – Notre vie en Angleterre #62 / nos premières vacances de Pâques à la maison !

9.96. B7 – A6 – Que faire aux Dolomites hors sentiers battus

9.97. B7 – A7 – Week end spa et montagne proche de Lyon en Auvergne

9.98. B7 – A8 – Visiter Bourges & Sancerre pour un week-end à côté de Paris

9.99 B7 – A9 – La Martinique en 12 jours, notre itinéraire

9.100. B7 – A10 – Visiter les châteaux de la Loire/ nos idées week end & conseils visite

9.101. B7 – A11a – Biscarrosse la destination parfaite des Landes !

9.102. B7 – A11b – Que visiter à Bordeaux pour un week-end en amoureux ?

9.103. B7 – A12 – L'expérience éco-tourisme en Corse Orientale

9.104. B7 – A13 – Location Combi/Camping Car / où et combien ça coûte ?

9.105. B7 – A14 – Road-trip en van dans la Loire à coté de Lyon

9.106. B7 – A15 – Où voyager en France cet été ? Notre top 10 destinations

9.107. B7 – A16 – Visite de la casa Bestjobers & Inspirations déco voyage

9.108. B7 – A17 – Voir les tigres en Indes, nos conseils safari

9.109. B7 – A18 – Choisir son assurance voyage, nos conseils

9.110. B7 – A19 – Hello 2021 (et bilan 2020)

9.111. B7 – A20 – Le Kerala, une région à ne pas manquer en Inde

9.112. B7 – V1 – Le divan des Bestjobers | On répond à vos questions ! (https://www.youtube.com/watch?v=HxGUqk_ep-A&t=459s)

9.113. B7 – V2 – 6 Cabanes insolites en France | Le Divan des des Bestjobers (https://www.youtube.com/watch?v=vAOiOmfD9ok&t=2s)

9.114. B7 – V3 – 5 Moyens pour partir à l'aventure | Le Divan des des Bestjobers (https://www.youtube.com/watch?v=99rq0QYkfcA&t=3s)

9.115. B7 – V4 – Notre Top 10 pour Voyager en France | Le Divan des des Bestjobers (https://www.youtube.com/watch?v=2rJvg4dvtFA)

9.116. B7 – V5 – Où dormir en van en France ? | Vanlife (https://www.youtube.com/watch?v=jsP6IxI2Fvk&t=80s)

9.117. B7 – V6 – France | 3 Destinations à voir en Nouvelle Aquitaine (https://www.youtube.com/watch?v=cXglwotMvKA&t=41s)

9.118. B7 – V7 – 10K - 10 anecdotes en voyage qu'on n'a jamais racontées | Le Divan des Bestjobers (https://www.youtube.com/watch?v=QAlDrMJ0UCg&t=133s)

9.119. B7 – V8 – 12 Idées cadeaux pour voyageurs | Le Divan des Bestjobers (https://www.youtube.com/watch?v=SSyu-Rp82hk&t=5s)

9.120. B7 – V9 – Dolomites / Sud Tyrol : Pourquoi il faut y aller absolument | Le Divan des Bestjobers (https://www.youtube.com/watch?v=JfcgciG6dXs&t=8s)

9.121. B8 – A5 – Visiter Verdun - Un couple en Vadrouille

9.122. B8 –A6 – Un jour à Bar-le-Duc - Un couple en Vadrouille

9.123. B8 – A7 – Visiter la ville de Troyes - Un couple en Vadrouille

9.124. B8 – A8 – Une semaine à Dubaï et Abu Dhabi - Un couple en Vadrouille

9.125. B8 – A9 – Visiter Gran Canaria, une des îles Canaries - Un couple en Vadrouille

10. Documentation du sous-corpus 1(sur clé USB)

10.1. Support de documentation B1 – A1 – Awkward questions : Les questions qui fâchent quand on s'expatrie | Le blog de Mathilde

10.2. Support de documentation B1 – A2 – Un road trip americain / l'Oregon | Le blog de Mathilde

10.3. Support de documentation B1 – A3 – Summer Series n°2 // Des vacances à Block Island | Le blog de Mathilde

10.4. Support de documentation B1 –A4 – Sourire extra-fresh | Le blog de Mathilde

10.5. Support de documentation B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire

10.6. Support de documentation B2 – A2 – Section [République Tchèque] – République Tchèque : Česky Kumlov, au cœur de la bohême du sud

10.7. Support de documentation B2 – A3 – Section [Expatriation] – Journal d'expatriation – février 2019

10.8. Support de documentation B2 – A4 – Section [Autriche] – À la découverte de la belle et impériale Vienne

10.9. Support de documentation B3 – A1 – Section [les derniers articles] – Les Monstres de Neige de Zao

10.10. Support de documentation B3 – A2 – Section [hiver] – Yamanouchi - Chihiro, Singes & Onsen

10.11. Support de documentation B3 – A3 – Section [Japon] – Yoshinoyama, la Montagne aux Sakura

10.12. Support de documentation B3 – A4 – Section [Découvrir – les lieux abandonnés] – Les Parcs d'Attractions Abandonnés au Japon

10.13. Support de documentation B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon

10.14. Support de documentation B4 – A2 – Section [Voyage au Japon] – Houraikan, le souriant ryokan à Kamaishi

10.15. Support de documentation B4 – A3 – Chichibu Yomatsuri, un festival de nuit de toute beauté

10.16. Support de documentation B4 – A4 – Tokyo Guest House – Oakhouse

10.17. Support de documentation B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA

10.18. Support de documentation B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles

10.19. Support de documentation B5 – A3 – Section [Ouest américain – USA - Voyages] – Grand-Canyon ou comment se sentir toute petite face à une nature grandiose

10.20. Support de documentation B5 – A4 – Section [Afrique du Sud - Voyages] – {Afrique du Sud} Petite escapade au Swaziland

10.21. Support de documentation B6 – A1 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Visiter Portsmouth en famille

10.22. Support de documentation B6 – A2 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Récit d'une belle journée improvisée à Gand

10.23. Support de documentation B6 – A3 – [Roadtrip – Voyages avec enfants – Voyages sans enfant] – Conduire en Angleterre

10.24. Support de documentation B7 – A1 – Italie – Un Road-trip de rêve dans les Dolomites

10.25. Support de documentation B7 – A2 – Suisse | Le train rapide le plus lent du monde – le glacier express

10.26. Support de documentation B7 – A5 – Usa – Road Trip de 15 jours dans le Grand Ouest Américain

10.27. Support de documentation B8 – A1 – Section [Au bout du monde – Amériques] – Road Trip dans l'Ouest Américain

10.28. Support de documentation B8 – A2 – Section [Europe – Allemagne - Voyages] – Un week-end à Berlin

10.29. Support de documentation B8 – A3 – Section [Au Bout du Monde – Amériques – New York – Voyages] – 7 jours de rêve à New York

10.30. Support de documentation B8 – A4 – Section [Europe – Belgique] – Bruxelles Ma Belle

10.31. Support de documentation B3 – P4 – Bandeau de présentation.

10.32. Support de documentation B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ?

10.33. Support de documentation B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ?

10.34. Support de documentation B4 – P2 – Section [À propos] – A propos d'Aala

10.35. Support de documentation B4 – P1 – Section [À propos] – Gaijin au Japon

10.36. Support de documentation B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ?

10.37. Support de documentation B6 – P1 – [À propos] – À propos

10.38. Support de documentation B7 – P1 – [À propos] – À propos

10.39. Support de documentation B7 – A4 – Miami, et nous qui pensions ne jamais y aller !

10.40. Support de documentation B1 – P1 – A propos de nous – Un couple en Vadrouille

11. Liste des blogs explorés hors corpus (Septembre 2015 – Janvier 2021)

11.1. B9 – 8 000 km (http://www.8000kilometres.com)

11.2. B10 – Madame Dree (https://www.madame-dree.com)

11.3. B11 – Corée et Cie (https://coreeetcie.wordpress.com)

11.4. B12 – Cups of English Tea (http://cupsofenglishtea.com)

11.5. B13 – WorldWildBrice (https://worldwildbrice.net)

11.6. B14 – Voilà Londres (https://www.voilalondres.com)

11.7. B15 – Romain & Austin in New York (http://romain-in-ny.over-blog.com)

11.8. B16 – Bird of passage America (https://birdofpassageamerica.com)

11.9. B17 – The travelling Petit Pain (https://travellingpetitpain.wordpress.com/category/syteme-d/)

11.10. B18 – Si on partait vivre au Brésil, ma chérie! (http://liliplumedobrasil.over-blog.com)

11.11. B19 – The Korean Dream (http://www.thekoreandream.fr)

11.12. B20 – Benefufuoka (http://www.benefukuoka.com)

11.13. B21 – Le Sac à dos (https://lesacados.com)

11.14. B22 – Blogtrotteuses (https://www.blog-trotteuses.com/voyage-deux-filles-en-couple/)

11.15. B23 – Misterband.com (https://www.misterbandb.com/fr/blog-gay)

11.16. B24 – Nikonkara (https://nihonkara.fr/blog-japon/)

11.17. B25 – Marciemonfret (http://marciemonfret.com)

11.18 –B26 – Votre Tour du Monde (https://www.votretourdumonde.com)

11.19. B27 – Alex Vizeo (https://www.vizeo.net)

11.20. B28 – Voyage etc. (https://www.voyagesetc.fr/a-propos/)

11.21. B29 – Travel me happy (https://www.travel-me-happy.com/blogueurs-voyage/)

11.22. B30 – Les vadrouilleurs (https://www.lesvadrouilleurs.net/partenariats/)

11.23. B31 – World Else (https://www.worldelse.com/a-propos/)

11.24. B32 – L'Oiseau Rose (https://oiseaurose.com)

11.25. B33 – Madame Oreille (http://www.madame-oreille.com)

12. Documentation des billets de blogs explorés hors corpus (2016 – 2022) (sur clé USB)

12.1. B9 – « 1 an d'expatriation au Canada / 10 choses qu'on adore – 8000 kilomètres »

12.2. B9 – « 8000 kilomètres - Le blog d'une expatriée à Seattle, aux USA – voyager et vivre aux Etats-Unis »

12.3. B9 – « Un mois avec nous #2 / mois de juin, wildlife, glaces et foot US – 8000 kilomètres 30 juin 2016 »

12.4. B9 – « Un mois avec nous #5 : mois de septembre, vacances avec maman – 8000 kilomètres »

12.5. B9 – « Observer des orques à Vancouver – 8000 kilomètres »

12.6. B9 – « On a testé le pumpkin carving pour Halloween – 8000 kilomètres »

12.7. B9 – « Brunch, jardin chinois et années 20 – 8000 kilomètres »

12.8. B9 – « Etre française à l'étranger – 8000 kilomètres »

12.9. B9 – « Faire ses courses à Vancouver – 8000 kilomètres »

12.10. B9 – « Se faire des amis et améliorer son anglais – Essai n°1 – 8000 kilomètres »

12.11. B9 – « Thanksgiving et couleurs d'automne – 8000 kilomètres »

12.12. B9 – « Visiter Seattle en 2 jours, les grands incontournables – 8000 kilomètres »

12.13. B9 – « Trouver un appart à Vancouver – 8000 kilomètres 16 sept 2015 »

12.14. B9 – bandeau de présentation « 8000 kilomètres - Le blog d'une expatriée à Seattle, aux USA – voyager et vivre aux Etats-Unis »

12.15. B9 – page d'accueil – « 8000 kilomètres - Le blog d'une expatriée à Seattle, aux USA – voyager et vivre aux Etats-Unis (2017-12-03) »

12.16. B9 – « Blogroll – 8000 kilomètres (2017-12-03) »

12.17. B9 – « A propos – 8000 kilomètres (2017-12-03) »

12.18. B10 – « A propos – Madame Dree »

12.19. B10 – « Blogroll – Madame Dree »

12.20. B10 – « Expat' en Angleterre / 6 choses auxquelles j'ai dû m'habituer – Madame Dree »

12.21. B5 – « Monument Valley / sur les traces des cowboys - The Daydreameuse - Blog Voyage & Lifestyle »

12.22. B10 – « Importer sa voiture en Angleterre / 2ème tentative (la bonne cette fois) ! - Madame Dree »

12.23. B10 – « Madame Dree - Expatriation, freelancing & bonne humeur Page Accueil du 19 mars 2019 »
12.24. B10 – « Nous nous marions en Juillet ! – Madame Dree »
12.25. B10 – « Partenariat - Madame Dree »
12.26. B11 – « [17/07 – 28/07] Semaines 1 & 2 – Corée et Cie »
12.27. B11 – « A propos – Corée et Cie »
12.28. B11 – « Contact – Corée et Cie »
12.29. B11 – « J'ai loupé un épisode ? – Corée et Cie »
12.30. B12 – « Cups of English Tea – À propos
12.31. B12 – « Cups of English Tea – « humeur Septembre 2017 »
12.32. B12 – « Cups of English Tea – « On parle de moi »
12.33. B12 – « Cups of English Tea – « Première visite »
12.34. B12 – « Histoires expatriées – la langue – Cups of English Tea »
12.35. B12 – « Cups of English Tea Pourquoi je suis devenue prof »
12.36. B12 – « Cups of English Tea - Un an comme professeur de FLE en Hongrie »
12.37. B12 – « Le mois de janvier 2019 – Cups of English Tea »
12.38. B13 – « Facebook – World Wild Brice / Voyager en travaillant ou travailler en voyageant – À propos »
12.39. B13 – « Le magnifique marché de YongLe à Tainan – WorldWildBrice »
12.40. B13 – « Présentation – Auteur – WorldWildBrice »
12.41. B13 – « WorldWildBrice – Expérience – Travailler pour une agence de voyage en Asie »
12.42. B13 – WorldWildBrice – Présentation – Comment fonctionne ce blog et qu'est ce qu'on y trouve ? »
12.43. B13 – « WorldWildBrice – Présentation – Le blog voyage pour découvrir l'Asie »
12.44. B13 – « WorldWildBrice – Tainan la nuit – Encore plus photogénique que Taipei ? »
12.45. B13 – « WorldWildBrice – Voyage à Téhéran en Iran – C'est pas comme tu croyais ! »
12.46. B14 – « A propos | Voilà Londres! »
12.47. B14 – « Bons Plans Londres & Londres Insolite-Blog Voilà Londres »
12.48. B15 – « En route pour New York » – Romain & Austin in New York »
12.49. B15 – « Premiers jours a New York » – Romain & Austin in New York »
12.50. B15 – « Romain & Austin in New York – L'aventure new-yorkaise d'une famille de français depuis 2007 »
12.51. B16 – « Bird of passage america – Vivre à Montréal │Voyager en couleurs »
12.52. B16 – « Bird of Passage America – Présentation des actes de partages réseau »

12.53. B16 – « Mais t'es qui toi ? – Bird of passage america »

12.54. B16 – « Mes collab' – Bird of passage America »

12.55. B17 – « The travelling Petit Pain – Blablatoscope »

12.56. B17 – « The travelling Petit Pain – Contact »

12.57. B17 – « The travelling Petit Pain – Expatriation »

12.58. B17 – « The travelling Petit Pain – On parle de moi »

12.59. B17 – « The travelling Petit Pain – Qui suis-je? »

12.60. B18 – « Si on partait vivre au Brésil, ma chérie! – 99 – premiers pas à Rio »

12.61. B18 – « Si on partait vivre au Brésil, ma chérie! – Une simple phrase... »

12.62. B18 – « Si on partait vivre au Brésil – Lili Plume, profil chez Overblog »

12.63. B19 – « The Korean Dream – Blog Corée du Sud – La Corée comme si vous y viviez! »

12.64. B20 – « Béné no Fukuoka ! | Blog d'une française dans le sud du Japon »

12.65. B20 – « Béné no Fukuoka ! Liens »

12.66. B20 – « Béné no Fukuoka ! – Qui se cache derrière Béné no Fukuoka ! ? »

12.67. B4 – A5 – « Nara : une journée entre temple, Bouddha, nature et daims »

12.68. B3 – A6 – « Nara Dreamland/ La Fin d'un Rêve | Japon Secret »

13. Documentation des images du Corpus 1

13.1. B1 – A2 – Section [Oregon – Road Trip] – Mes 15 jours de Road Trip sur les routes de l'Oregon – Images

Date de consultation : le 2 octobre 2020.

Étape de documentation : annotation des images du billet.

Date de publication : 13 novembre 2011 / réédité le 23 janvier 2020.

Source : https://www.maathiildee.com/road-trip-oregon-etats-unis/

B1-A2-I1

B1-A2-I2

B1-A2-I3

B1-A2-I4

B1-A2-I5

B1-A2-I6

B1-A2-I7

B1-A2-I8

B1-A2-I9

B1-A2-I10

B1-A2-I11

B1-A2-I26

B1-A2-I27

B1-A2-I28

B1-A2-I29

13.2. B1 – P1 – Bandeau de présentation [Mathilde] – Images

Date de consultation : 26 février 2019 / le bandeau n'existe plus sous la même forme à la date de consultation du 5 novembre 2020. L'analyse du blog porte donc sur le premier bandeau. Le texte n'a pas changé, seulement la photo.

Étape de l'analyse : mise au format Word.

Description : encart de présentation de l'auteure du blog présent sur le bas de toutes les pages à la fin de chaque billet.

Date de l'analyse 26 février – 5 novembre 2020.

Source : https://www.maathiildee.com/boston-by-night-bar-resto-pier-6

B1-P1-I1

13.3. B1 – P2 – Section [ABOUT] – Qui suis-je ? – Images.

Date de consultation : 9 août 2019.

Source : https://www.maathiildee.com/about/

B1-P2-I1

B1-P2-I2

B1-P2-I3

B1-P2-I4

13.4. B2 – A1 – Section [Allemagne] – Un week-end en forêt-noire – Images

Étape de documentation : annotation des images du billet.

Date de publication : 26 févier 2019.

Source : https://www.nuagenomade.fr/un-week-end-en-foret-noire/ (consulté le 2 octobre 2020).

B2-A1-I1

B2-A1-I2

B2-A1-I3

B2-A1-I4

B2-A1-I5

B2-A1-I6

B2-A1-I7

B2-A1-I8

B2-A1-I9

Pas d’autres images sur le billet du blog.

13.5. B2 – P1 – Section [Qui suis-je ?] – Qui suis-je ? – Images

Date de consultation : enregistrement de la page web sur PDF le 5 novembre 2019.

Blog disparu du domaine le 5 novembre 2020.

Date de publication : non précisé.

B2-P1-I1.

13.6. B3 – A1 – Section [les derniers articles] – Les Monstres de Neige de Zao – Images

Date de consultation : le 12 octobre 2020.

Étape de documentation : annotation des images du billet.

Date de publication : 30 octobre 2019.

Source : https://japonsecret.fr/zao-onsen-monstres-neige/ (consulté le 12 octobre 2020).

B3-A1-I1

B3-A1-I2

B3-A1-I3

B3-A1-I4

B3-A1-I5

B3-A1-I6

B3-A1-I7

B3-A1-I8

B3-A1-I9

B3-A1-I10

13.7. B3 – P4 – Bandeau de présentation – Images

Date de consultation : 4 décembre 2019 / 5 novembre 2020

Date de publication : non précisée.

Source : https://japonsecret.fr

B3-P4-I1

13.8. B4 – A1 – Section [Voyage au Japon] – Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon – Images

Date de consultation :13 octobre 2020.

Date de publication : 18 novembre 2019.

Date de l'analyse textuelle : 9 janvier 2020.

Date de l'analyse visuelle : 13 octobre 2020.

Source : https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/

B4-A1-I1

B4-A1-I2

B4-A1-I3

B4-A1-I4

B4-A1-I5

B4-A1-I6

B4-A1-I9

B4-A1-I7

B4-A1-I10

B4-A1-I8

13.9. B4 – P3 – Bandeau horizontal – Images

Date de consultation : 12 décembre 2019, 5 novembre 2020.

Date de consultation pour l'analyse : 9 janvier 2020.

Date de publication : non communiqué.

Source : https://www.gaijinjapan.org/japonais-gens-normaux/

B4-P3-I1

13.10. B5 – A1 – Comment préparer son road trip aux USA – Images

Date de consultation : 14 octobre 2020

Date de publication : 27 janvier 2019

Commentaires : 8 octobre 2018.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/comment-preparer-son-road-trip-aux-usa/

B5-A1-I1

B5-A1-I2

B5-A1-I3

13.11. B5 – A2 – Dans les rues de Bruxelles – Images

Date de consultation : 14 octobre 2020.

Date de publication : 18 février 2016.

Commentaires : 8 commentaires.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/balade-dans-les-rues-de-bruxelles/

B5-A2-I1

B5-A2-I2

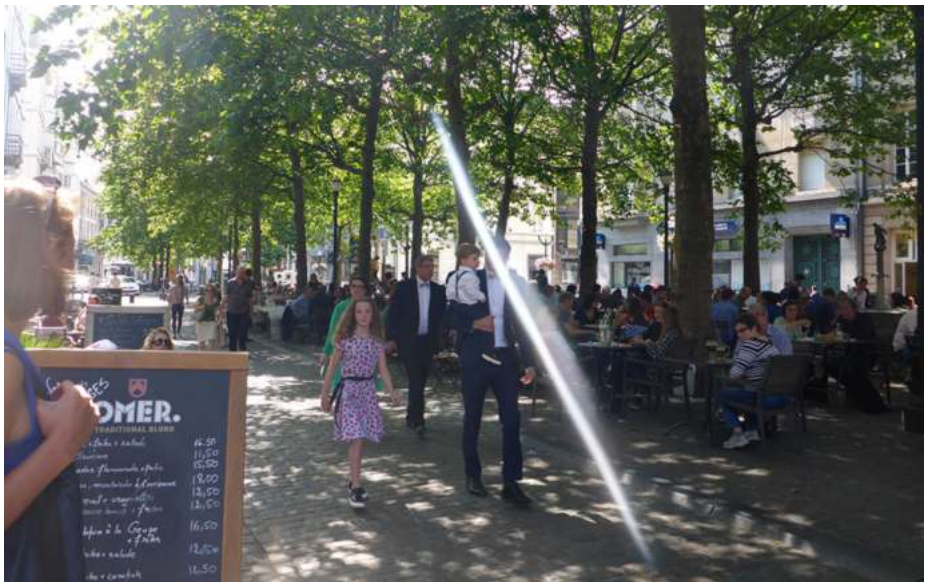
B5-A2-I3

B5-A2-I4

B5-A2-I5

B5-A2-I6

B5-A2-I7



13.12. B5 – P1 – [qui suis-je] – Qui suis-je ? – Images

Date de consultation : 6 février 2020 – 5 novembre 2020.

Date de publication : non précisée.

Commentaires : 16 commentaires postés entre 2014 et 2019.

Source : https://www.thedaydreameuse.com/about/

B5-P1-I1

13.13. B6 – A1 – [Citytrip – Voyages avec enfants] – Visiter Portsmouth en famille – Images

Date de consultation : 30 octobre 2020.

Date de publication : 9 février 2020.

Source : https://www.mamanvoyage.com/2020/02/visiter-portsmouth-en-famille/

B6-A1-I1

B6-A1-I2

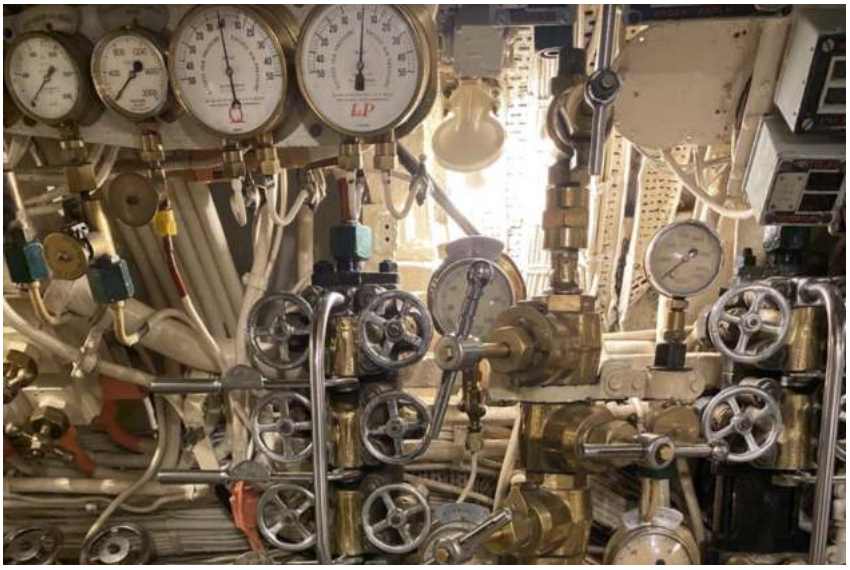
B6-A1-I3

B6-A1-I4

B6-A1-I5

B6-A1-I6

B6-A1-I7



B6-A1-I8

B6-A1-I9

B6-A1-I10

13.14. B6 – P1 – [À propos] – Images

Date de consultation : 23 mars 2020 – 5 novembre 2020.

Date de publication : non communiquée.

Commentaires : 0 commentaire.

Source : https://www.mamanvoyage.com/a-propos/

B6-P1-I1

13.15. B7 – A1 – Italie – Un road-trip de rêve dans les Dolomites – Images

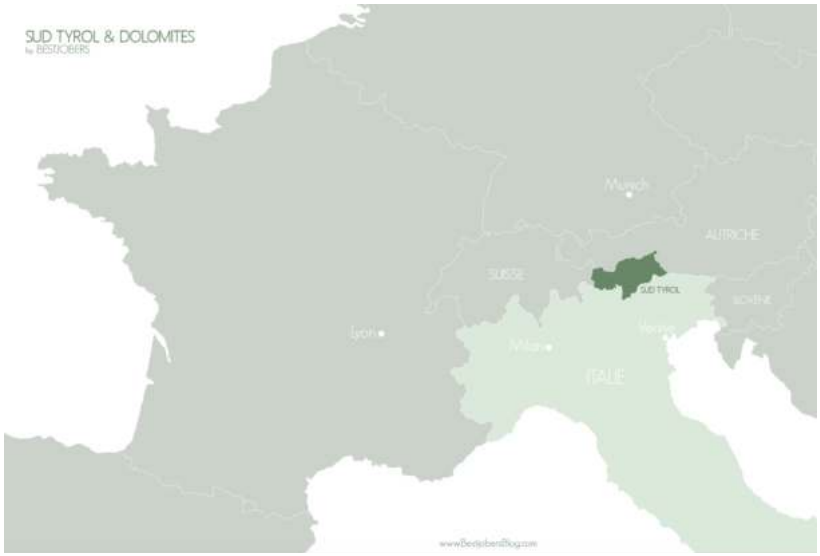
Date de consultation : 30 octobre 2020.

Date de publication : 19 octobre 2019.

Source : https://www.bestjobersblog.com/italie-un-road-trip-de-reve-dans-les-dolomites/

B7-A1-I1

B7-A1-I2



B7-A1-I3

B7-A1-I4

B7-A1-I5

B7-A1-I6

B7-A1-I7

B7-A1-I8

B7-A1-I9

B7-A1-I10

13.16. B7 – P1 – À propos – Images

Date de consultation : 30 avril 2020 – 5 novembre 2020.

Date de publication : Non précisée.

Commentaires : 0 commentaire.

Source : https://www.bestjobersblog.com/a-propos/

B7-P1-I1

13.17. B8 – A1 – Road Trip dans l'Ouest Américain – Images

Date de consultation : 25 septembre 2019 – 3 novembre 2020.

Date de publication : 13 juillet 2018.

Source : http://www.uncoupleenvadrouille.fr/road-trip-ouest-americain/

B8-A1-I1

B8-A1-I2

B8-A1-I3

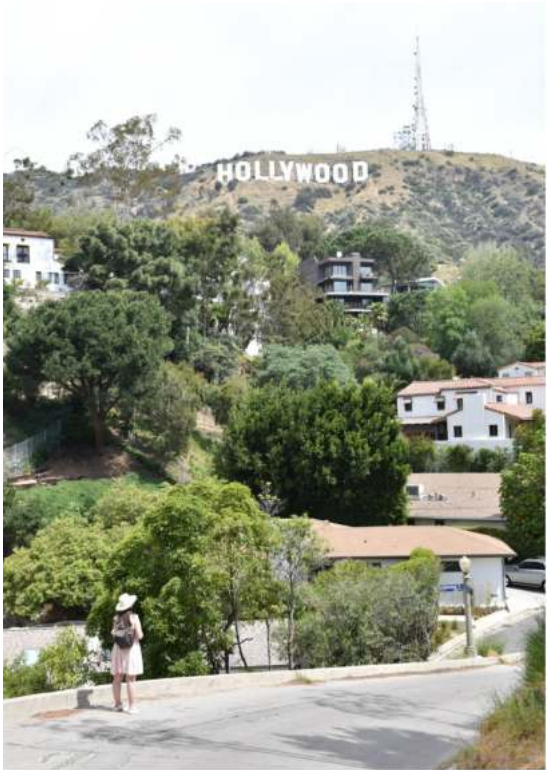
B8-A1-I4

B8-A1-I5

B8-A1-I6

B8-A1-I7

B8-A1-I8



B8-A1-I9

B8-A1-I10

13.18. B8 – P2 – Encart module vertical – Images

Date de consultation : 25 septembre 2019 – 5 novembre 2020.

B8-P2-I1

14. Grille d'analyses des images des blogs du sous corpus 1 (sur Clé USB)

14.1. Images des billets de blogs

14.2. Synthèse images billets

14.3. Images présentation de soi

15. Éléments d'analyse du sous corpus 2

15.1. Relevé des marques de la personne désignant le blogueur sur B4-A9

L'état d'urgence a pris fin le 25 mai 2020 pour nous à Chiba, la préfecture voisine de Tokyo, après 48 jours de mise en place. Même s'il a été levé, la reprise reste lente après une telle expérience que je vous raconte ici.

Le 7 avril 2020, le premier Ministre Japonais Shinzo Abe, déclarait l'état d'urgence dans 7 préfectures du Japon (Tokyo, Chiba, Saitama, Kanagawa, Osaka, Hyogo et Fukuoka) puis il l'étendait à tout le pays le 16 avril 2020.

Le 14 mai 2020, le Japon levait l'état d'urgence dans 39 préfectures (sur 47) avant de le lever dans les 8 préfectures restantes le 25 mai 2020. A ce moment-là, avec moins de 900 morts sur une population de plus de 126 millions d'habitants, le Japon estimait avoir passé la première grande étape de la pandémie de coronavirus – Covid19 qui frappe le monde depuis quelques mois. Et nous, nous sortons, dans notre quotidien, de cet état d'urgence que nous n'avions jamais connu auparavant.

J'ai, personnellement, vécu cet état d'urgence en 3 phases bien distinctes et je vais essayer de vous les décrire au mieux ici.

1ère phase : une prise de conscience

Le 7 avril, au moment de l'annonce de l'état d'urgence, on s'y attendait puisque la rumeur circulait depuis plusieurs jours. On s'était préparé, avec ma femme, pour passer au mieux cette épreuve et essayer de réduire au maximum les sorties et les prises de risques inutiles.

Déjà fin janvier, j'avais senti que cette « épidémie », qui sera décrétée comme une pandémie le 20 mars 2020 par l'OMS, allait avoir un impact sur nos vies et qu'il fallait prendre quelques précautions. Devant la **pénurie de masques** qui commençait à se faire sentir, à plusieurs reprises, tôt le matin, j'allais faire la queue devant des drugstores, comme des dizaines de Japonais, pour acheter des masques. Ces magasins les mettaient en vente dès leur ouverture, un paquet par client et il fallait attendre environ 30 à 60 minutes devant la boutique. Ainsi, j'ai réussi à nous sécuriser un stock de quelques centaines de masques qui nous permettraient de tenir plusieurs mois à 3 (ma femme, mon enfant en bas âge et moi-même).

Une fois l'état d'urgence officialisé, nous avons pris un nouveau rythme de vie. Mon enfant, qui devait faire sa rentrée en école maternelle la voyait reportée. Au lieu de l'envoyer à la garderie je préférais donc le garder quotidiennement à la maison, d'où je travaille en tant que **freelance au Japon**. Ma femme, elle, devait continuer à se rendre à son **travail à Tokyo**, tous les jours du lundi au vendredi.

On a donc pris un rythme de vie où je restais à la maison avec notre enfant, évitant au maximum de sortir, si ce n'est une sortie au parc pour « bébé » une fois de temps en temps et quand il n'y avait personne dedans. Ma femme faisait **les courses** si besoin, après le travail.

On a passé cette première phase à beaucoup parler du coronavirus, à regarder les informations quotidiennement, voir les compteurs de personnes infectées et décédées, au Japon mais aussi dans le monde, monter en flèche. Je suivais la situation au Japon mais aussi en France et en Tunisie ; où j'ai de la famille, ce qui entraina pas mal de comparaisons et me faisait sans cesse me demander « mais pourquoi en France ça « explose » de la sorte et beaucoup moins au Japon ou en Tunisie ? ». **Le coronavirus était devenu le quatrième membre de notre famille,**

invisible mais présent. On ne l'a pas côtoyé directement (à moins que l'on ait été asymptomatiques et qu'on ne le sache toujours pas) mais son esprit nous a côtoyé, hanté et s'est amusé à rythmer nos vies, les changer. Du moins, au moins pour les premières semaines de cet état d'urgence.

2ème phase : une normalisation de ce nouveau mode de vie

Plus nous avancions dans les jours du mois d'avril et plus notre nouveau rythme de vie devenait normal. On s'y faisait, on s'était adapté. Plus on s'approchait de la **Golden-Week au Japon** et plus nos sujets de conversations s'éloignaient du coronavirus et de la maladie qu'il cause, la Covid-19 !

Habituellement, pour la Golden-Week, avec ma femme, nous aimons **partir voyager** quelque part, au Japon où à l'étranger. En cette année 2020 on aurait dû passer quelques jours dans la **ville de Setouchi**(Okayama) avec notre enfant. Mais, à cause du coronavirus, on a annulé cela, bien évidemment. D'ailleurs, on a constaté, sur la NHK, que 95% des réservations de Shinkansen avaient été annulées pour suivre les recommandations du gouvernement japonais. Parce que oui, même si nous étions en état d'urgence, le Japon n'a aucun moyen légal pour forcer le confinement, au contraire de la France par exemple. **Le gouvernement comptait donc sur le civisme des Japonais et ils ont plutôt bien suivi les consignes.**

Cette année nous avons donc passé la Golden Week à la maison, à Matsudo – Chiba, en famille. Nous y avons aussi passé mon **anniversaire** et la **fête des mères**. Mais contrairement au début de l'état d'urgence, on ne parlait quasiment plus du coronavirus, nous ne prêtions presque plus attention aux statistiques et nous profitions au maximum de ces moments ensemble. Ma femme a pu commencer le télétravail à la fin de la Golden Week et cela nous a permis de nous adapter autrement.

On cuisinait ensemble, on s'occupait de notre enfant à tour de rôle, on discutait de tout et n'importe quoi et on travaillait autant que possible. On avait pris un nouveau rythme de vie. Mais même si une forme de routine était établie au sein de la maison, l'envie de reprendre certaines anciennes habitudes, celles de **l'an 1 avant Coronavirus**, nous titillaient de plus en plus.

3ème phase : une envie de reprendre un rythme de vie plus normal

C'est vers la mi-mai, quand le premier ministre Japonais Shinzo Abe annonçait la fin de l'état d'urgence dans 39 des 47 préfectures du Japon, que le bout du tunnel commençait à se montrer pour nous, mais seulement à se montrer, nous n'y étions pas encore. A partir de ce moment-là, on commençait de plus en plus à avoir envie de sortir, d'aller au restaurant, de voyager, de prendre le **shinkansen**, de dormir dans des **ryokan**, d'aller voir le **Mont Fuji**, de participer à des **Matsuri**, de se relaxer dans des **Onsen** … toutes ces activités que l'on faisait innocemment avant et qui aujourd'hui sont inaccessibles, du moins pour une période indéterminée.

Cette envie s'est installée et on a commencé à se dire *« une fois que ça ira mieux on ira ici, et là, on fera ça, on mangera tel plat, dans tel restaurant, … »* parce que c'est ce qu'on faisait avant et qu'inconsciemment ce serait une façon de se dire que la crise est passée.

Mais la réalité est là. Déjà, on est sorti de l'état d'urgence, dans la préfecture de Chiba, en dernier, le 25 mai 2020, parce qu'on est dans la préfecture voisine avec Tokyo et qu'à Kanagawa les chiffres n'étaient pas encore ceux espérés. Mais, on est quand même sorti de cet

état d'urgence avec quelques jours d'avance puisqu'il avait été, initialement, prévu pour le 31 mai 2020.

Mais, même une fois l'état d'urgence levé on ne s'est pas précipité dans « notre vie d'avant », bien au contraire, et ce, comme pour beaucoup de Japonais. On a commencé à « sortir » sur des petites distances, en prenant un maximum de précautions (port de masque, gel hydro-alcoolique, distanciation sociale, …). Notre enfant a repris l'école seulement le 1er juin, à raison de 2 jours par semaine. Sa cérémonie de rentrée a été annulée et modifiée pour qu'elle s'adapte aux nouvelles normes sanitaires. Et comme elle, notre vie aussi s'adapte.
On est allé manger une fois dans un **restaurant de sushi** qu'on adore et qui a ré-ouvert ses portes avec un maximum de précautions. J'ai emmené « bébé » prendre le Shinkansen entre Ueno Station et Tokyo Station, parce que ça lui manquait (bébé adore les trains) et vu qu'il n'y avait personne dedans le risque était très faible. On est, aussi, allé visiter un **appartement** parce qu'on aimerait déménager.
Maintenant, ce n'est plus tant les statistiques de personnes contaminées et décédées que l'on surveille, même si on les regarde de temps à autres, mais plutôt toutes les mesures qui sont prises pour relancer l'activité économique du pays et le **tourisme au Japon**, secteur dans lequel j'exerce **mon travail**. On observe, on attend, on fait des projections et on reprend un autre rythme de vie, une vie moins ralentie que pendant la première et la deuxième phase de cet état d'urgence, **mais une vie tout de même au ralenti**. On ne vit clairement plus comme avant et **ce qui est le plus difficile c'est de n'avoir aucune visibilité sur le futur, même proche.** Mais on s'habitude et on fait avec, en se disant qu'on est en bonne santé et que cela reste le principal.
Voilà, pour l'essentiel, comment nous avons vécu ces 48 jours d'état d'urgence au Japon. Maintenant tout se fait par étapes et on suit les consignes des autorités en espérant que tout aille pour le mieux. Et vous, comment vous l'avez vécu ce confinement et / ou état d'urgence ?

76 marques de la personne désignant le blogueur

15.2. Relevé des marques de la personne désignant le blogueur sur B4-A1

Source : https://www.gaijinjapan.org/megurun-agence-voyage/

Décompte des marques de la personne désignant le blogueur : 20

1

Megurun, une agence de voyage orientée nature au Japon

2
[Facebook share] [tweet] [share – more options]

[photo]

3

Je vous propose de découvrir l'agence de voyage Megurun, basée à Tsuruoka (préfecture de Yamagata) dont son coeur d'activité tourne autour de la nature et de sa relation avec les êtres Humains.

4

Depuis que le **tourisme a explosé au Japon** on voit apparaître des dizaines et des dizaines de nouvelles **agences de voyage**, à un rythme effréné. Il en devient difficile de faire un choix parmi toutes les offres, surtout quand elles commencent toutes à se ressembler. Mais, il existe quelques perles et je pense que **Megurun** est l'une d'entre elles.

5

Une agence locale, qui soutient les locaux

Lancée par Takeharu Kato-san, dans la ville de Tsuruoka (préfecture de Yamagata), cette petite agence locale a un concept assez original puisqu'elle fait **la promotion d'activités qui se déroulent dans la préfecture de Yamagata et qu'elle reverse 10% de ses ventes à la communauté locale.**

6

C'est une petite équipe mixte, dans tous les sens du terme (2 hommes / 2 femmes – 2 étrangers / 2 Japonais) qui gère l'ensemble des activités avec une bonne dizaine de guides locaux

spécialisés dans leur domaine d'activité. **L'équipe parle aussi bien le japonais que l'anglais et Kanae Soma-san parle même un peu de français.**

7

Des activités variées orientées nature, spiritualité et local

En ce qui concerne leurs activités, dont j'ai pu en tester quelques-unes (**voir ici**), elles sont orientées sur 3 axes qui sont :

- **La spiritualité :** ils veulent mettre en avant des activités qui permettent aux participants du monde entier de restaurer leur esprit et leur corps.

8

- **La culture locale :** ils veulent partager ce qui se fait de mieux à Yamagata, notamment tout ce qui a attrait aux Yamabushi et leurs pratiques centenaires, dans un but de partage avec le monde mais aussi de préservation des traditions locales.

9

- **La nature :** elle est importante dans la préfecture de Yamagata et aussi dans les activités proposées par Megurun, elle y est même centrale. L'agence propose aux participants de se (re)connecter avec la nature pour les aider à se (re)découvrir et voir ce qu'elle peut nous offrir.

10

J'ai testé quelques-unes de leurs activités

Au travers de ces trois axes ils ont créé un catalogue d'activités vraiment uniques et originales tout en étant typiquement japonaises, le genre d'activités qu'on ne trouve pas ailleurs. J'en ai testé cinq qui sont :

11

- **Trek d'une journée au Mont Haguro avec un Yamabushi :** le concept est simple et « puissant » à la fois. On passe la journée avec au moins un Yamabushi à faire le trek des 2.446 marches du Mont Haguro.

12

Les symboliques y sont fortes et sous la thématique du pèlerinage de Dewa Sanzan. C'était vraiment une expérience unique et prenante à la fois, sans non plus être très difficile. **Détails disponible ici [hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »]**

13

- **Zen au temple Zenpo-ji :** repas Bouddhiste, séance de zazen, calligraphie et prières avec lecture des sutras sont au programme. C'est la première fois que j'avais une expérience zen aussi complète et j'ai pu y apprendre beaucoup de choses. **Détails disponible ici [hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »]**

14

Cueillette de légumes de montagne à Dewaya : l'auberge Dewaya, dans la ville de Nishikawa, a la particularité de proposer des repas dont les ingrédients sont les légumes de la montagne.

15

- Et mieux encore, au travers de l'expérience proposée on peut aller cueillir les légumes avec un guide local, Shibuya-san, avant qu'ils ne soient cuisiné par le couple Sato devant nos yeux. Très belle expérience orientée sur la nature et ce qu'elle peut nous apporter. Détails par ici [hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »].

16

- **Passages secrets de Yamadera :** suivre la dynamique et souriante Mai Goto-san sur les chemins de Yamadera, mais pas les chemins habituels, plutôt ceux qui se trouvent à l'arrière du temple et que personne ne connaît, sauf les locaux. Superbe découverte à laquelle je ne m'attendais pas du tout. Détails par ici [hyperlien vers le site du partenaire « Megurun »]

17

- **Kyudo, le zen debout :** passer quelques heures avec Maitre Akino, un spécialiste du Kyudo, pour en apprendre les bases et se rendre compte à quel point il s'agit là du « zen debout ».

18

En ce qui me concerne, j'ai apprécié les activités que j'ai pu tester pour les raisons suivantes :

- **Découverte de nouvelles choses :** il y ici des expériences qui sont uniques (comme le Yamabushi) et d'autres qui sont très approfondies, notamment l'expérience zen au temple Zenpo-ji.

19

Malgré le fait que j'ai quand même acquis certaines connaissances au travers de mes nombreux **voyages dans le Japon**, j'ai ici pu apprendre de nouvelles choses et je pense que c'est important en voyage.

20

- **Présence d'une personne pour traduire :** autre élément qui est important, c'est qu'il y a toujours quelqu'un pour traduire tout ce qui se dit et se passe en anglais. Donc il n'y a pas nécessairement besoin de parler japonais pour profiter pleinement des activités.

21

- **Accueil chaleureux de tous :** le meilleur exemple reste Mai Gota-san qui sautait de partout pour nous dire « Good morning » de bon matin. Mais toutes les personnes que nous avons vues pendant les activités étaient vraiment chaleureuses et avaient vraiment envie qu'on découvre leur Yamagata, leur nature, leur Histoire, leur culture !

22

- **La possibilité de se reconnecter avec soi-même et la nature :** c'est vraiment le cœur de leurs activités et on le ressent bien. On se remet en question et on se cherche, on redécouvre la nature environnante et surtout on se rend compte qu'un mode de vie plus simple, plus spirituel et en harmonie avec la nature est tout à fait possible, même dans un pays comme le Japon. C'est certainement la partie que j'ai le plus apprécié.

23

En ce qui concerne l'agence et ses activités, **je dirais que je les recommande à ceux qui sont déjà venu au moins une fois au Japon et qui ont envie de découvrir autre chose que la célèbre Golden Route, de Tokyo à Hiroshima.**

24

Ceux qui veulent approfondir leurs connaissances du Japon, voir une autre facette moins connue, qui ont un peu de temps et qui veulent par la même occasion découvrir un autre mode de vie.

25

Pour ce qui est de leurs tarifs, selon les budgets de voyages à disposition, pour certains cela peut paraître élevé, mais je trouve, personnellement, que les activités en valent la peine et qu'au final, comparé à d'autres activités que l'on peut faire au Japon, ce n'est pas si cher que cela.

26

Après chacun doit juger par lui-même en fonction de ses moyens et de ses envies, mais en tout cas vous ne serez pas déçu d'aller tester cela par vous-même.

27

Si vous cherchez des activités originales au Japon, orientées culture, spiritualité et nature, avec une facette différente du pays du Soleil-Levant, la préfecture de Yamagata est un bon endroit pour cela et l'agence Megurun une bonne option à prendre en compte.

28

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo] [photo] [photo]

[photo] [photo] [photo]

[zone de partage]

16. Exemple de documentation de blogs inactifs à la date de rédaction de la thèse

16.1. A propos – Mom Everywhere (2017-12-08)

Le dernier article publié sur le site date de 2017.

Mom Everywhere

L'expatriation monoparentale made easy!

A propos

Une femme, une enfant, 2 chats: un monde de possibilités !

Prends un fauteuil, installe-toi confortablement: je te raconte l'histoire d'Alexa et Victoire (la brune et la blondinette), parties un beau jour tenter leur chance en contrée Lusophone. De nos grands bonheurs à nos petites joies, de nos certitudes renversées à nos surprises (hilares ?), de nos coups de coeur à nos coups de gueule ... voici le guide pratique de la monoparentale en expat'.

On embarque ? PNC aux portes !

Alexa.

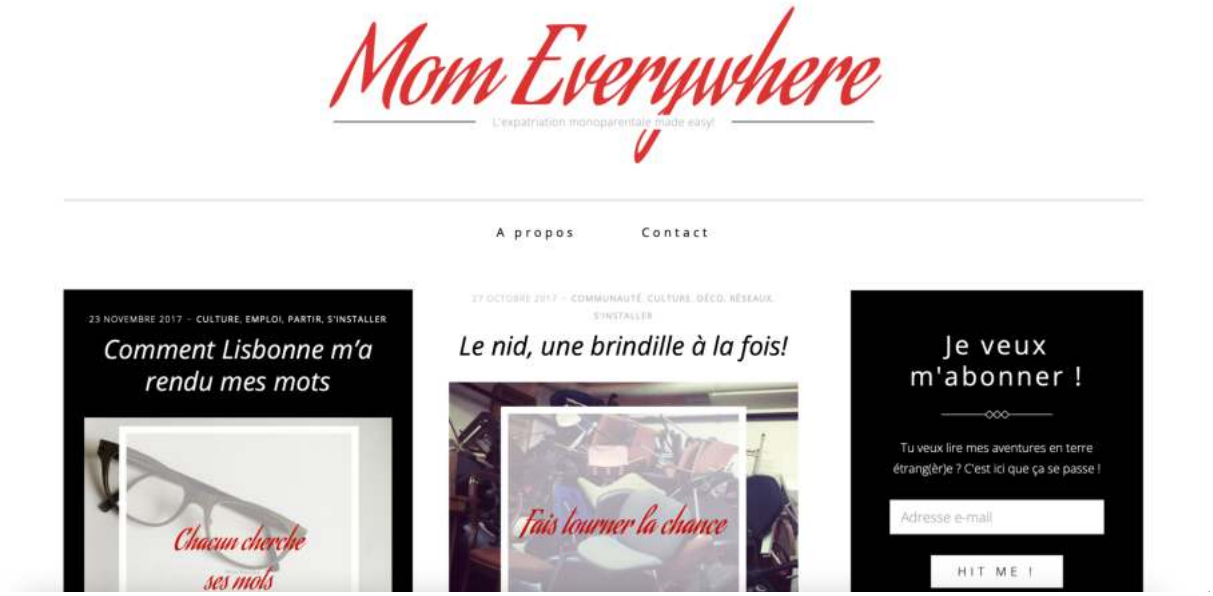
ARTICLES RÉCENTS: MOM EVERYWHERE

PARTIR SANS MON AMOUREUX-SE ... OU PAS ?

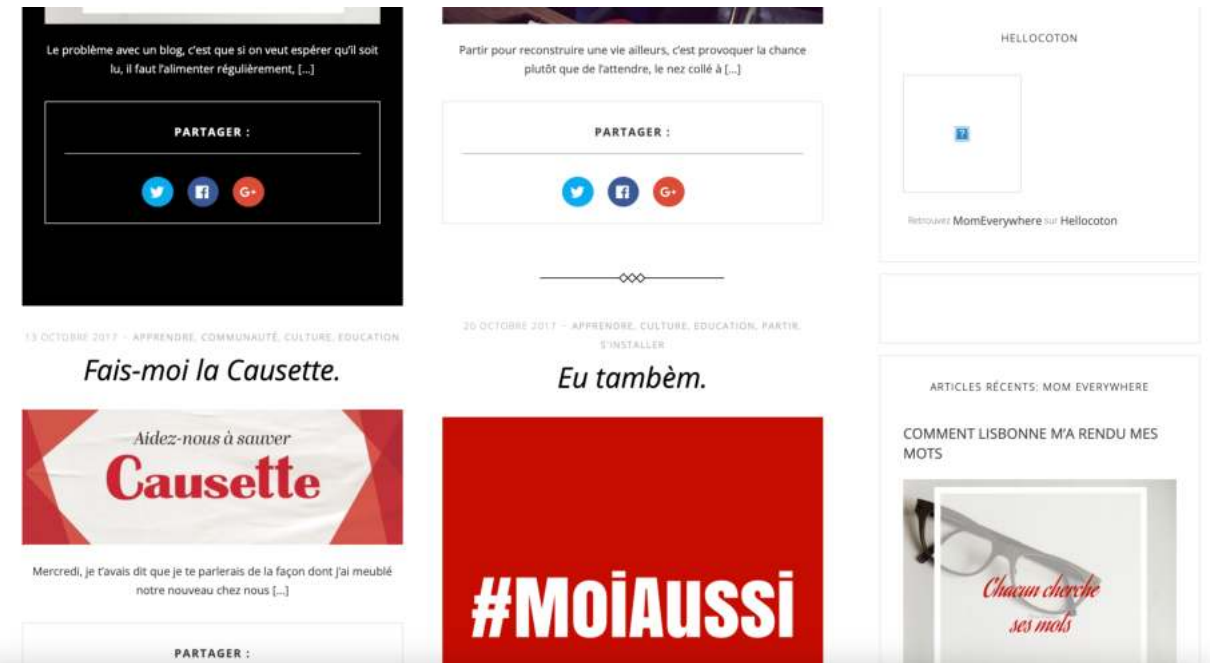
PARTIR ET RECRÉER SA VIE PROFESSIONNELLE ?

C'EST L'HEURE D'ALLER À L'ÉCOLE !

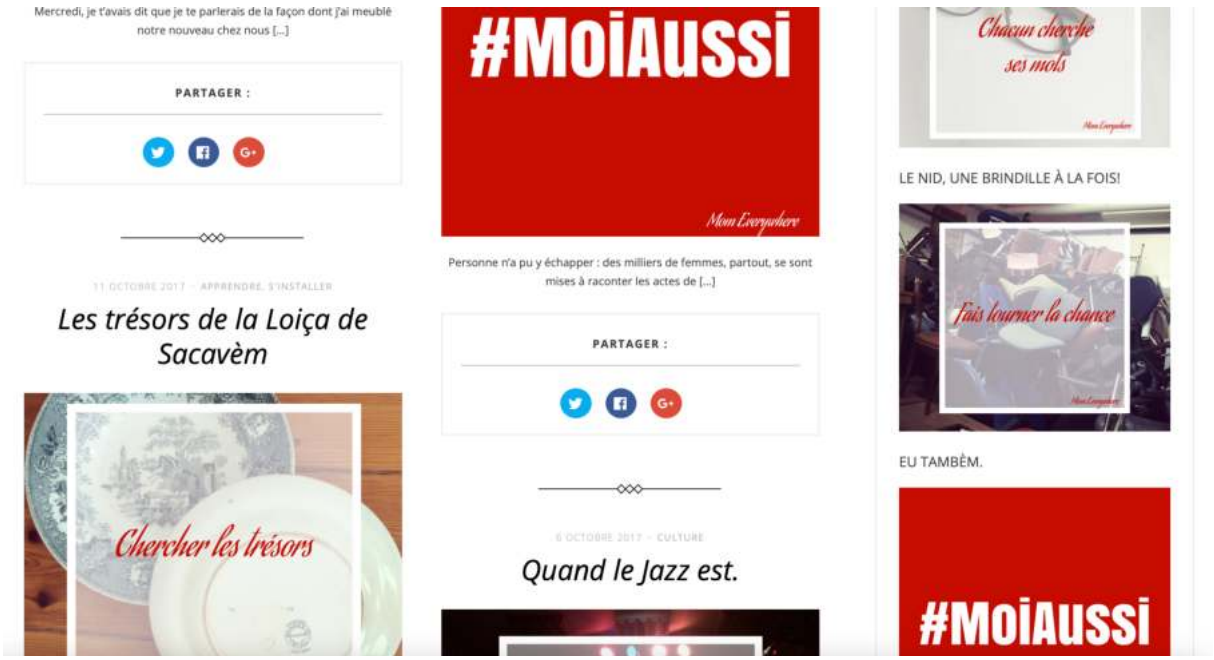
16.2. Mom Everywhere page d'accueil



(https://momeverywhere.com, consulté le 9 septembre 2022)

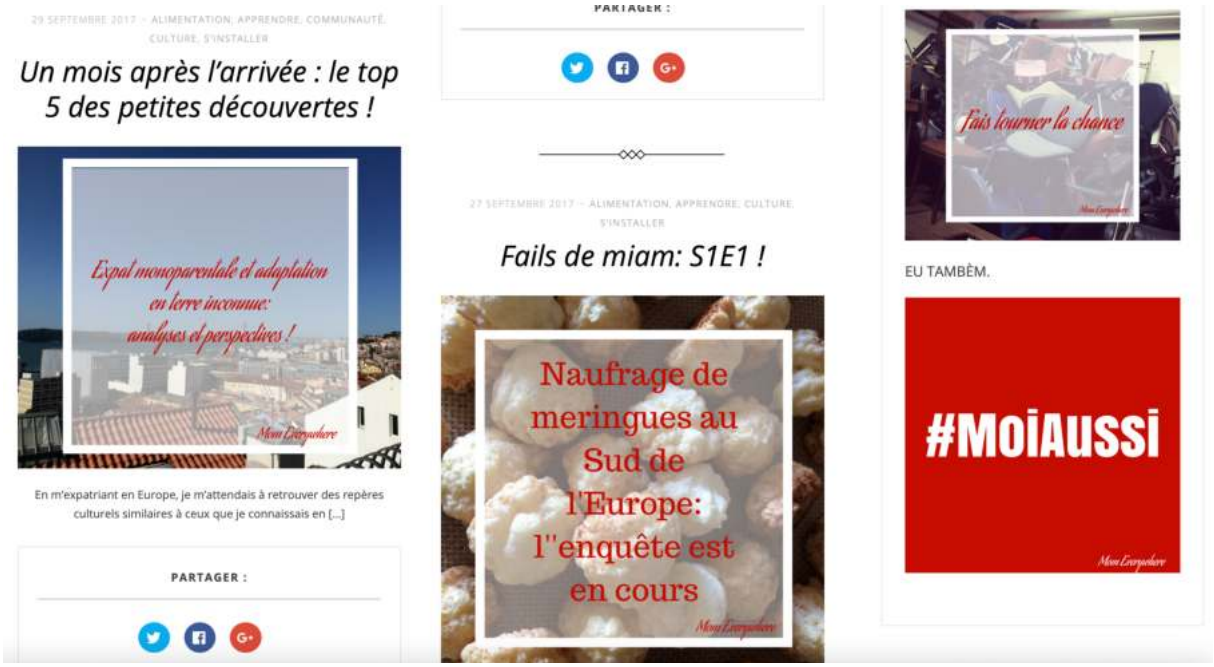


(https://momeverywhere.com, consulté le 9 septembre 2022)

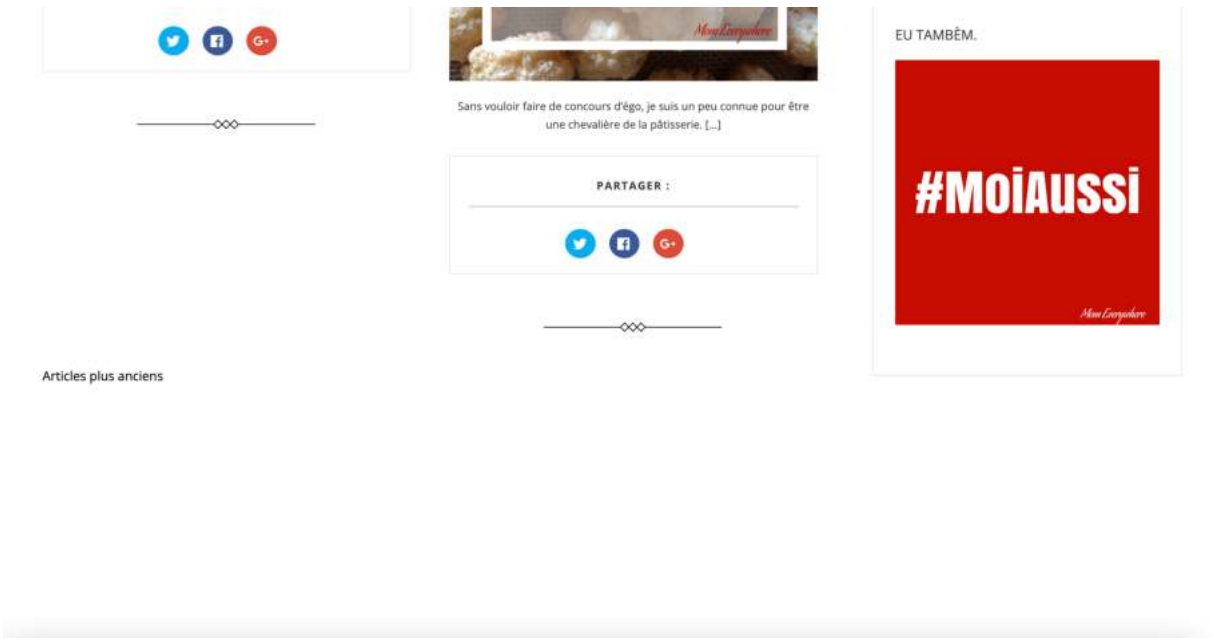


(https://momeverywhere.com, consulté le 9 septembre 2022)

(https://momeverywhere.com, consulté le 9 septembre 2022)



(https://momeverywhere.com, consulté le 9 septembre 2022)



(https://momeverywhere.com, consulté le 9 septembre 2022)

16.3. Qui suis-je ? – MumInLearning, une expat' à Singapour (2017-09-05 13-04-12)

Mum In Learning

Crédits Les Mamans Winneuses

Parisienne (d'adoption) de 34 ans, Montpelliéraine de cœur, expat' à Singapour depuis avril 2016, maman d'un petite fille (dénommée « petit paquet ») depuis le 8 mars 2014 et de jumelles (TwinA et TwinE) depuis le 11 mai 2017.

Adepte des marinières, gourmande, un peu (beaucoup) timide, curieuse avec un caractère bien trempé (ce n'est pas Mon Homme qui vous dira le contraire) !

APPRENTIE MAMAN

Pourquoi ai-je crée ce blog en mai 2014 ?

Pour plusieurs raisons :

– Parce que j'ai envie d'échanger avec des mamans, qui comme moi, un jour, sont devenues ou vont devenir des « mamans » à plein temps (parce qu'il ne faut pas se voiler la face, ça prend du temps !) ;

– Parce que j'aurais bien voulu être mieux renseignée avant de prendre certaines décisions que j'ai pu regretter par la suite ;

– Parce que j'ai envie de découvrir des bonnes adresses, de partager les découvertes que je fais et que je vais faire en tant que maman ;

– Parce que je pense qu'une fois qu'on devient maman, on en apprend tous les jours et qu'on reste « en apprentissage » toute sa vie même après plusieurs enfants ;

Bref, parce que j'aime mon nouveau statut de maman et que je souhaite échanger dessus !

Mais pas que !

Depuis fin avril 2016, nous nous sommes envolés tous les 3 pour une nouvelle vie à plus de 10 000 km, à Singapour !

Mais pas que !

Depuis fin avril 2016, nous nous sommes envolés tous les 3 pour une nouvelle vie à plus de 10 000 km, à Singapour !

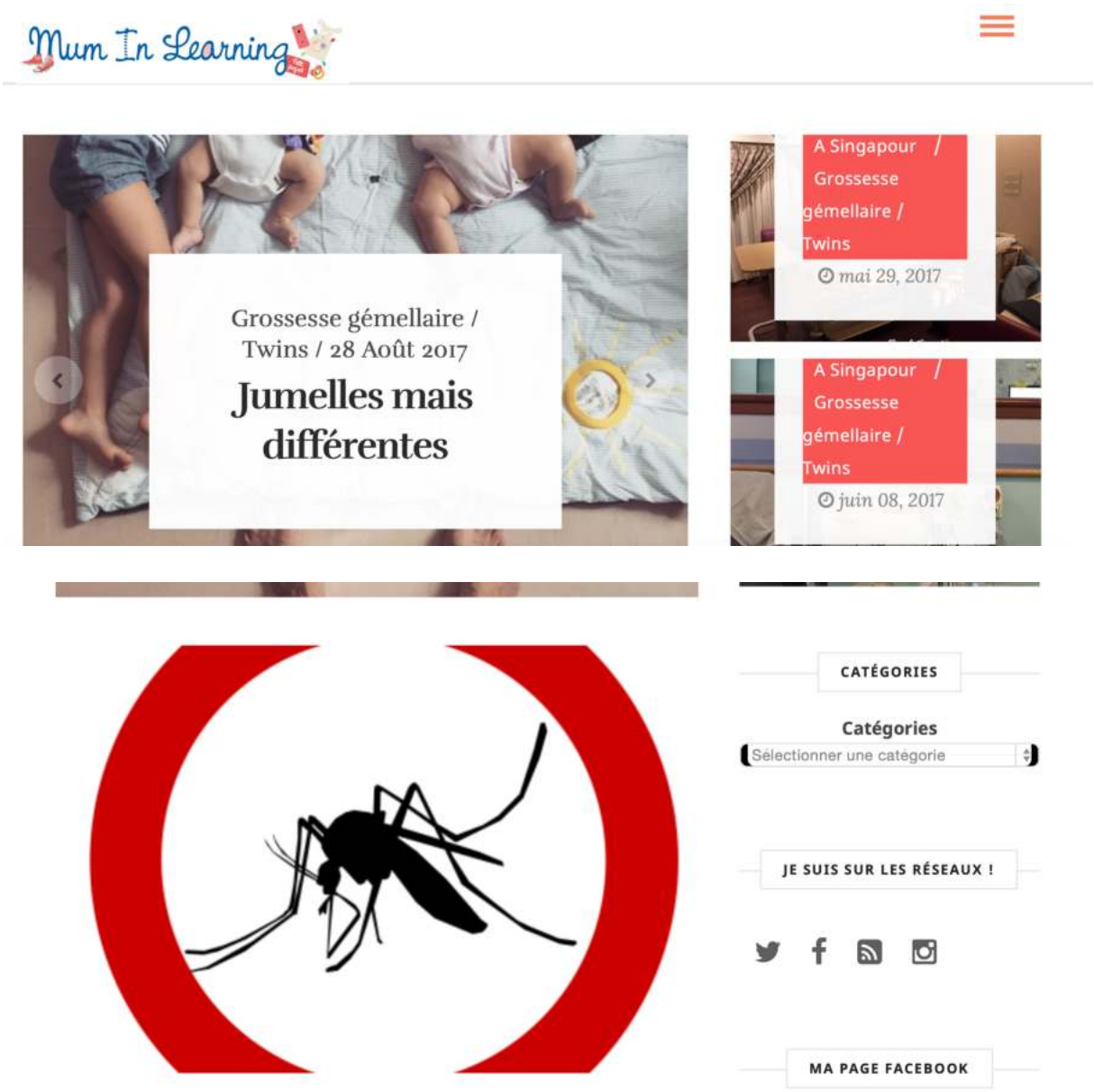
Nous rejoignons une autre grande famille, celle des expatriés !

Du coup, le blog va prendre une dimension un peu plus « internationale » par la découverte de ce pays dont vous pourrez suivre nos aventures dans la catégorie « Ma vie d'expat' ».

MUMINLEARNING, UNE EXPAT' À SINGAPOUR ON INSTAGRAM

Page d'accueil du site http://www.muminlearning.com consultée le 9 septembre 2022 :

16.4. MumInLearning, une expat' à Singapour (2017-09-05 13-03-09)



septembre 04, 2017

Brève d'expat': la visite de la National Environment Agency

Un lundi matin, vers 11h, une femme de la NEA (National Environment Agency) s'est présentée à mon domicile en me montrant son badge et en me demandant si j'avais des moustiques chez moi. Oui, de...

en A Singapour

août 28, 2017

Jumelles mais différentes

Des jumelles bien différentes sur certains points : Alors que l'une est menue, l'autre est plus en formes. Alors que l'une a une voix de soprano, l'autre ne fait que des pépiements d'oiseaux. Alors que...

en Grossesse gémellaire / Twins

août 21, 2017

MES PHOTOS SUR INSTAGRAM

@muminlearning_ir
✕ French mum ✕ Pe
(March 2014) ✕ Twins g

Voir plus ...

Suis moi sur Instagram !

NEWSLETTER (POUR RECEVOIR LES ARTICLES DÈS LEUR PUBLICATION !)

Email

Email

Subscribe

TU CHERCHES QUELQUE CHOSE ?

Entrez les mots clés

Sélectionner une langue

Fourni par Google Traduction

août 21, 2017

Vie d'expat' : croyances et superstitions

Lors de ma grossesse, j'ai découvert certaines croyances/pratiques locales (ou peut-être universelles, je ne saurais dire, n'y connaissant rien…), sujettes parfois à discussion mais pour lesquelles je n'ai pas voulu discuter (parfois), me suis pliée...

en A Singapour, Grossesse gémellaire / Twins

août 14, 2017

Le chassé-croisé estival des expat'

Pour notre deuxième été passé à Singapour depuis que nous avons quitté la France en avril 2016, je ressens fortement le fameux « chassé-croisé » d'expat'. Qu'est-ce que c'est ? Non, je ne parle pas des très...

en A Singapour

août 10, 2017

Fourni par Google Traduction

J'EN FAIS PARTIE !

JE SUIS UNE BLOGUEUSE
berceaumagique
ambassadrice

BLOG

DU MOIS
JUIN 2017
expat.com

TWINS MUM TEAM

JE SUIS UNE FLUENT MUM

août 10, 2017

Brève d'expat' : Din Tai Fung

Din Tai Fung, c'est une institution. Quand on ne vit pas en Asie, on ne connaît pas forcément le nom de cette chaîne taïwanaise de restaurants, célèbre pour ces fameux dumplings (ou Xia Long Bao)....

en A Singapour

août 07, 2017

Cette grossesse volée

Je fais partie des femmes qui ont adoré être enceinte. Un état unique, qui dure 9 mois (ou presque), éphémère, qui on le sait, ne se reproduira pas éternellement. Un petit être (ou deux !)...

en Grossesse gémellaire / Twins, Un peu de nous

juillet 31, 2017

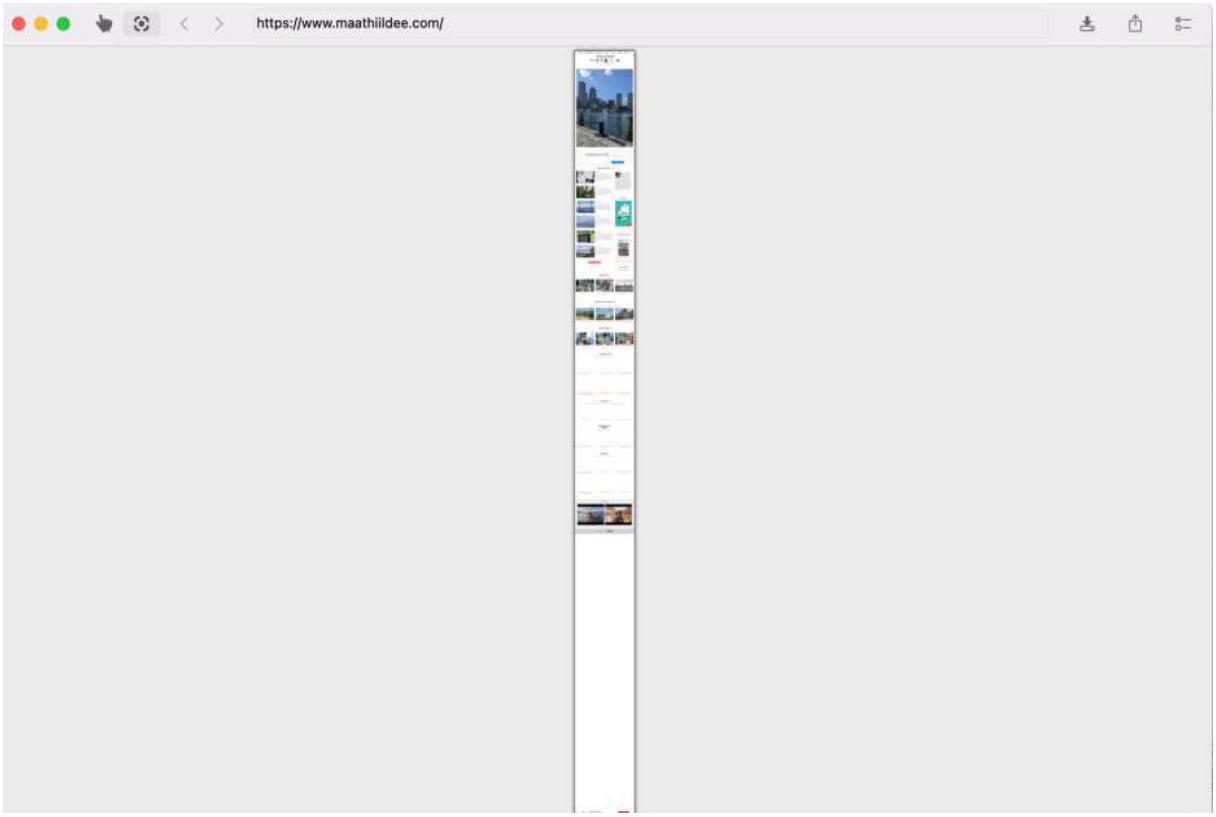
Différences culturelles

Avec une « helper« , « auntie« , « maid » ou « nanny » philippine à la maison, les différences culturelles qui peuvent exister entre nos 2 pays ou 2 continents sont inévitables. En vivant 24h/24 avec elle et en étant à...

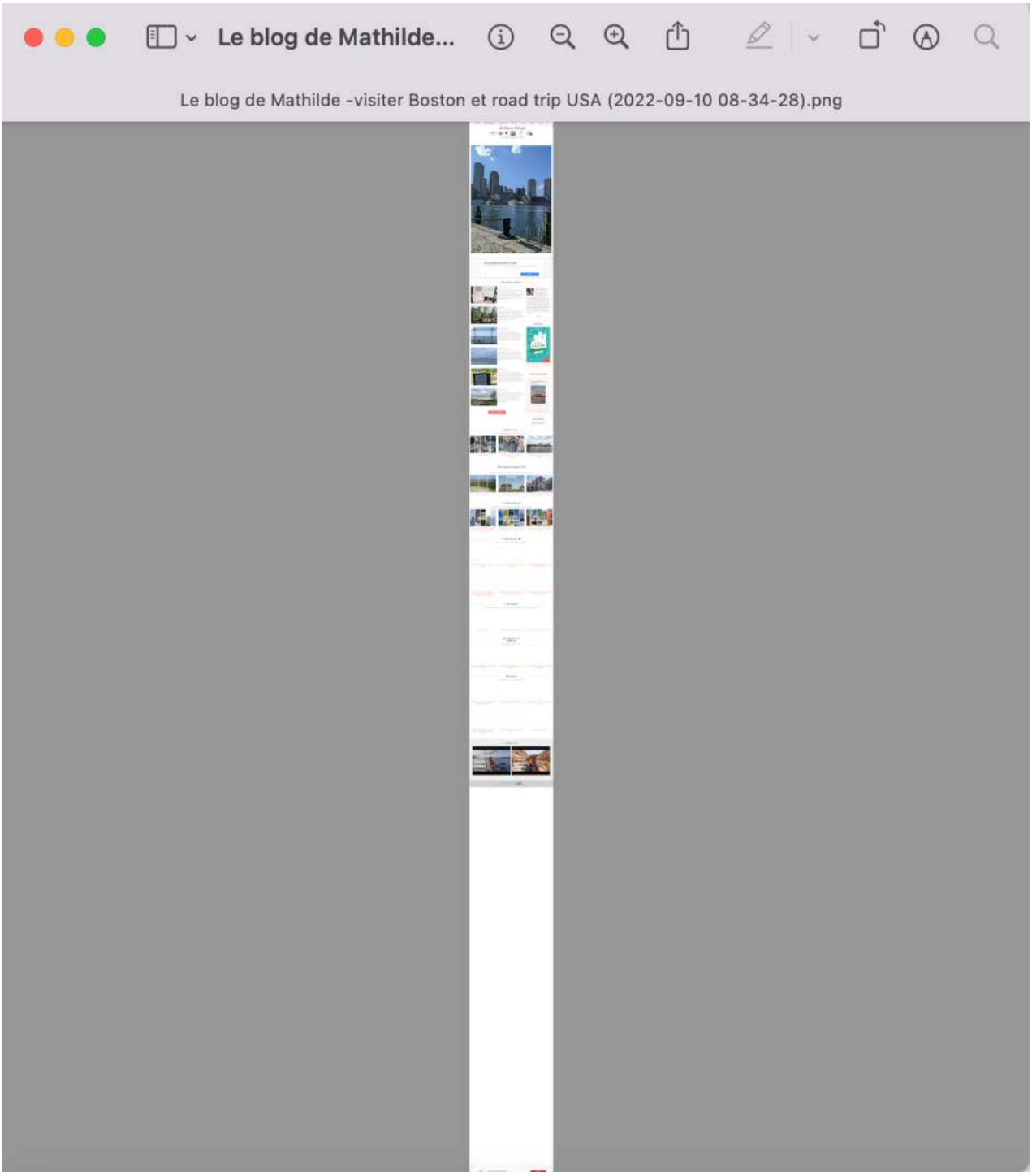
en A Singapour, Grossesse gémellaire / Twins

17. Exemple de fichier archivé par le logiciel Paparazzi

17.1. Capture d'écran de l'image du logiciel témoignant de la structure de la page d'accueil de Le Blog de Mathilde.



Capture d’écran de l’enregistrement réalisée le 10 septembre 2022



(https://www.maathiildee.com, le 10 septembre 2022)

17.2. Exemple de document enregistré sur PDF (sur Clé USB)

18. Anonymisation des données

18.1. Règle de transcription des données

Un ensemble de règles graphiques sera utilisé pour protéger l'anonymat des blogueurs et pour codifier certaines particularités liées aux discours natifs du web 2.0. (technosignes, hyperliens etc.) et pertinentes pour l'étude. Chaque « étiquette » attribuée sera présentée au singulier. Par exemple, l'étiquette [ethnonyme] correspondra indifféremment au syntagme « les Japonais » ou à l'adjectif de nationalité présenté au singulier ou au pluriel.

On distinguera deux types de billets en amont de la collecte des éléments pour l'analyse : les *posts* traitant de la présentation générale du blog ou du blogueur, tels que ceux inclus dans les sections « À propos » ou « Qui suis-je ? », et ceux sélectionnés de manière aléatoire parmi les billets composant le contenu du blog.

Ainsi, on pourra consulter le billet « BLOG B5 – Section [À propos] – « À propos » » qui présente un *post* de présentation du blog ou du blogueur de B5 ou bien le billet « BLOG B5– Section [Pratique] – [Trouver son stage en [nom de pays] – A1 » qui désigne le premier *post* sélectionné du blog B5 dans la section [pratique] et ayant pour objet des recommandations pour trouver un stage dans le pays cible.

Anonymisation des données

Titre du blog

Le titre du blog sera mentionné par son code dans le fichier de référencement des blogs du corpus.

Ainsi, si l'auteur du blog B4 mentionne expressément le titre de son blog il apparaîtra sous [B4].

Nom et prénom de ou des blogueurs

L'ensemble des données relevant de l'identité personnelle de l'auteur sera désigné par leur étiquette sémantique.

Le prénom « Eugénie » sera mentionné par exemple comme [prénom féminin].

Le prénom du commentateur C10 intervenant dans la section [COMMENTAIRES] sera présenté sous la forme [prénom masculin – C10].
Les prénoms qui pourraient être également un indicateur géographique seront mentionnés entre crochets [prénom de culture locale] par exemple.

Les pseudonymes

Les pseudonymes faisant partie de la construction sociale de l'identité des blogueurs dans le Web 2.0. seront notés sous la forme [pseudonyme].

Ensemble des ethnonymes

Les références aux noms de pays, de villes, de régions, de zones géographiques seront mentionnées entre crochets via les étiquettes [nom de pays], [nom de ville], [nom de région] au singulier.
Les références aux adjectifs de nationalité, aux noms des habitants etc., seront annotées par l'étiquette [adjectif toponymique] ou [ethnonyme].

Les points cardinaux seront mentionnés comme tel : « (...) vers le sud » => « (...) vers le [point cardinal] ».

Les dates et les durées ne seront pas mentionnées

Une date apparaîtra sous la mention entre crochets [date]. Un nombre d'années qualifiant une durée sera précisé [durée].

Nom de personnages historiques, de personnalités politiques ou publiques.

Les références aux personnages historiques seront notées [personnage historique]. Les noms des membres politiques du pays cible ou bien de leurs personnalités publiques seront notés [nom personnalité politique] ou [nom personnalité publique].

Les religions

Toute référence à des religions sera annotée [terme religieux] ou [adjectif religieux] ou [nom de religion].

La gastronomie

Les noms de plats locaux seront désignés sous la mention [plat local]. Par exemple, « tacos » sera noté [plat local].

Systèmes de mesures

Sur les mesures de distances : « miles » => [mesure locale] ;
Sur les distances : « à 480 km » sera noté « à [distance] » ;
Sur les prix et les monnaies locales : « 45 francs » sera noté « [chiffre] [monnaie locale] » ;
La référence à la monnaie européenne sera maintenue.

Les mots d'emprunt

Les mots d'emprunt seront notés [*mot d'emprunt*] en italiques.

18.2. Exemple de fichier transcrit « B1 – A2 – BLOG 1 – Section [nom de région] – Étiquette [road trip] »[5]

Document : BLOG 1 – Section [nom de région] – Étiquette [road trip] – A4.

Date de consultation : 26 février 2019.

Étape de l'analyse : mise au format Word.

MES 15 JOURS DE ROAD TRIP SUR LES ROUTES DE L'[NOM DE RÉGION]

[photo]

J'ai été absente pendant longtemps du blog, plus de 3 semaines, c'est un record ! Je me rattrape avec un très long article. Prévoyez un café, un biscuit et 20 minutes de votre temps.

Et pourquoi pas l'[nom de région] ?

J'aurais voulu aller en **[nom de région]**– mais ça se prépare – ou dans le **[nom de région]** – mais pour voir quoi ? ou juste passer 10 jours au **[nom de lieu]** pour être super tranquille – mais où est le dépaysement ? **L'appel de l'[point cardinal] [adjectif toponymique] a eu raison de nos tergiversations.** Finalement, quand on s'est décidé pour une destination, ça a été **l'[nom de région]**. En regardant sur ma carte des voyages aux [nom de pays], c'était un « trou » dans les endroits jamais visités.

[carte]

L'[nom de région] est aussi traversé par un célèbre chemin de randonnée, le **[nom de chemin]** *([nom de chemin])*, dont parle le **livre *[nom de livre]* de [nom d'auteur]**. Et me frotter ne serait-ce que quelques heures au [nom de chemin] (à dire *[mot d'emprunt]*) me faisait envie, juste pour faire semblant d'être une vraie *[mot d'emprunt]* (randonneuse).

[photo]

Mais tout ça, je ne le savais pas vraiment avant de partir : **j'ai très peu préparé ce voyage** et à vrai dire, je déconseille de préparer aussi peu. J'ai embarqué dans l'avion avec un guide à lire, et j'ai passé les 6 heures de vol à regarder la télé. Avoir une idée de ce qu'on va voir et faire, crée une **anticipation** enthousiaste à l'idée du voyage, et je l'ai négligée cette année pour cause de « j'ai plein de boulot ». Avant de partir, 3 nuits étaient, heureusement, déjà réservées : 2 à notre arrivée à [nom de ville], puis celle la veille du départ. **Le reste était à décider**. C'est un mode de voyage qui laisse pas mal de liberté, a priori, mais qui concentre aussi l'attention sur la question du « où on va dormir ce soir » tous les jours.

[photo]

[5] Le document n'avait pas encore fait l'objet d'un traitement concernant les hyperliens.

Bon, eh bien la veille on a établi le camp pour la nuit au pied des montagnes. Pas grand monde à l'horizon

Planifier,* or not *planifier ?

Mes indispensables de road trip en [nom de région]

Certes, la **planification** se faisait au jour le jour, mais pas sans outil, et quoi de mieux que des guides et des cartes routières pour savoir où aller et que faire… On a eu très, très peu de connexion internet au fil du voyage, et le papier a encore de beaux jours devant lui en road trip dans les grands espaces.
Bien sûr, il y a toujours les *[mot d'emprunt]* dans les parcs traversés, qui sont là pour donner pas mal de renseignements pratiques au jour le jour, mais tous les [mot d'emprunt] ne se valent pas… mieux vaut arriver avec quelques questions, ou au moins une idée de ce qu'on aime faire comme par exemple « marcher » ou « voir la nature ». Oui… ça reste vague.

Côté planification, l'autre « souci » de notre road trip cette année a été qu'on n'est pas passé par de nombreux parcs nationaux, comme les années précédentes, et qu'aller dans ce genre de parcs simplifie les choses : à l'entrée, on a droit à une carte, des chemins bien indiqués, des endroits où dormir clairement indiqués. **Hors des parcs nationaux, c'est tout de suite plus *[mot d'emprunt]*…**

[photo]

Pour un point de vue général sur l'[nom de région] uniquement : [nom de guide de voyage] [lien internet vers le site du guide] (en [nom de langue]). Suffisamment complet pour avoir des infos sur différents lieux, avec seulement quelques randonnées suggérées. C'est un bon guide pour se donner une première idée de l'[nom de région]

Sur [nom de ville] et la côte : le [nom de guide de voyage] sur le [nom de région] [adjectif toponymique] [lien internet vers le site internet du guide], en français cette fois, qui m'a surtout servi pour ses bonnes adresses à [nom de ville] et sur la côte de l'[nom de région] (hôtel génial à [nom de lieu], j'aurais l'occasion d'en reparler) et sa présentation de [nom de ville].

Des cartes routières, car le GPS n'est pas toujours fiable et qu'une carte permet de mieux choisir les routes scéniques et de voir où sont les campings : (1) un atlas de l'[nom de région] uniquement, et (2) une carte routière plus globale de la [nom de région] et de l'[nom de région], pratique pour planifier en ayant une vue d'ensemble.

 Pour aller plus loin dans les randonnées, le site Outdoor Project est parfait. Description super des randos. Certaines n'étaient pas à jour… mais on laissera un commentaire sur ce site communautaire ! En prévoyant à l'avance, il est possible de télécharger des plans des marches. (c'est un site qui ne couvre pas que l'[nom de région])

Combien a coûté ce road trip dans l'[nom de région] ?

Le BUDGET

Contrairement aux autres années, je n'ai pas fait le décompte précis de combien ce voyage nous a coûté : j'ai eu la flemme de collecter chaque ticket de caisse. Je suppose que ça nous a coûté environ [prix] [monnaie locale] pour 2, pour un peu plus de 15 jours. Voici une idée de comment se répartissent les dépenses :

[photo]

Pour l'avion, et bien ça dépend bien sûr du lieu de départ et du confort souhaité (escale ou pas) [nom de ville] est une destination relativement chère au départ de [nom de ville], plus chère que ses voisines *(relatives voisines)* [nom de ville] et [nom de ville]. Coût : environ [chiffre] [monnaie locale]/personne aller-retour (en s'y prenant 1 mois à l'avance, fin juillet)

Le logement : du côté *[mot d'emprunt]* de la force, on a fait pas mal de **camping**, mais moins que l'an dernier… la nuit de camping a varié entre [chiffre] et [chiffre] [monnaie locale] la nuit (sans douche ni toilettes « flush ») ; certes, le camping, c'est tout de même un certain investissement avant de partir, [prénom du mari de B1] aime se faire plaisir avec du matériel de geek de camping ; on a aussi eu l'occasion de faire de chouettes **hôtels**, dont le prix a varié de [chiffre] à [chiffre] [monnaie locale] la nuit (en moyenne [chiffre] [monnaie locale])

Pour les repas, j'aime bien la liberté d'avoir de quoi faire salades et sandwichs nous-mêmes sur des tables de pique-nique, en faisant une fois les **courses** au début du voyage ; pour ranger tout ça dans la voiture, on a 2 petits bacs, et une glacière souple pour tout ce qui est périssable. Mais on aime bien se faire plaisir quand on a l'occasion avec des restos et sorties, surtout quand on était à [nom de ville], réputé pour ses bons restos. Hélas, contrairement aux autres années, on n'a pas trouvé l'endroit où manger un [plat local] au four, malgré la quantité de vaches vues dans les pâtures et de petits villages « dans leur jus » traversés.

La location de voiture est aussi un gros budget du voyage, on tient à notre 4×4 avec *[mot d'emprunt]* pour pouvoir aller sur toutes les routes possibles, les plus cabossées et les plus inaccessibles : pas de Ford Mustang pour pour les photos Instagram, on préfère une Jeep de Mac Gyver (version contemporaine). Avec l'assurance, ça a coûté environ [chiffre] [monnaie locale]/semaine. Par rapport aux autres années, nous n'avons pas eu les [chiffre] [monnaie locale] de frais d'abandon, en ayant pris et rapporté la voiture dans la même agence de location à [nom de ville]. Comme toujours, l'essence n'est pas chère aux [nom de pays], sauf au fin fond de la campagne, où il n'y a parfois qu'une seule pompe aux [distance] à la ronde.

Une fois sur place, il faut ajouter **le prix des activités :** il y a bien sûr la carte annuelle des parcs nationaux ([chiffre] [monnaie locale]), une carte des parcs de l'Etat, et toutes les folies de sorties possibles – ski sur le [nom de lieu], [mot d'emprunt] dans les dunes de sable, *[mot d'emprunt]*, etc. Encore plus qu'ailleurs dans l'[point cardinal], l'[nom de région] m'a paru être l'Etat des sorties « [mot d'emprunt] », autrement dit de tout ce qui est plein air. Nous notre truc, c'est la randonnée, et ça, c'est souvent **gratuit**.

[photo] [photo] [photo] [photo]

On fait quoi pendant [chiffre] heures de voiture ? Un road trip, c'est long

On a roulé **[chiffre] heures**, pour **[chiffre] [mesures locales]** parcourus, soit **[chiffre] [mesure européenne]**. La voiture était quasiment neuve et bien blanche au départ, et les routes poussiéreuses l'ont vite rendue (et nous y compris) assez sale.

[photo]

Alors… on **regarde** le paysage, on **parle**, on **s'emmerde** un peu et puis on **écoute** de la musique mais surtout des **podcasts** et des **livres audio**, ça change des playlists, répétitives à la longue (mais la chanson motivante du matin est toujours la bienvenue), cette année, j'ai enfin pris le temps de télécharger la saison 1 de Serial, et le sort de Adnan Syed est désormais associé aux paysages de l'[nom de région]. On a aussi écouté Underground Railroad, qui était également le livre de l'été de Barack O. Livre absolument horrible et déprimant, mais lecture nécessaire.

☞ **Au programme également :** Bien sûr, on a écouté plein de This American Life, le podcast qui raconte des histoires, et aussi des conseils du Savvy Psychologist, quelques épisodes de Radiolab (notamment un sur Surya Bonaly). Quand j'avais le temps, j'ai lu aussi un livre sur Hillary Clinton, *My turn*, et j'ai quasiment fini les 800 pages de *City on Fire*, que j'ai adoré. A [nom de ville], j'ai pris le temps d'arpenter les allées de la **[nom de lieu]**, une halte incontournable pour les amateurs de bouquins (j'aurais une autre bonne adresse à vous donner pour les *book worms*).

Mais bon, je m'égare à raconter tout ça. Vous voulez sans doute voir du paysage qui claque, lire des histoires de routes des [nom de pays]. Voici.

[photo]

J'envisage de raconter les étapes du voyage au fil des mois à venir. [prénom du mari de B1] a comme d'habitude fait plein de belles **photos** et de **vidéos**, qu'il sauvegardait méticuleusement tous les 2-3 jours pendant le voyage (depuis notre expérience malheureuse de photos perdues à [nom de lieu] et [nom de lieu], on fait gaffe).

En attendant un récit plus complet, voici un aperçu **des 10 étapes de ce voyage dans l'[nom de région]** (avec de mini-incursions dans les [nom de région] voisins). Vous en avez déjà vu un petit bout sur [lien Instagram vers le profil de B1] et sur Snapchat quand j'avais du réseau (et que j'y pensais) sur [pseudonyme sur twitter[.

Mise en garde : en déroulant le contenu étape par étape, l'impression que ce voyage coule de source peut se produire : sachez que ce n'est qu'une illusion. Il y a eu beaucoup d'hésitations, jour après jour, sur le **circuit**, ce qui était possible de faire, si on avait du temps, l'envie de rouler plus ou alors de s'arrêter, de marcher, etc. avec toujours l'équilibre délicat entre profiter d'un lieu / voir plus de choses.

[photo]

Étape 1. [nom de ville] !

J'avais hâte de me faire mon propre avis sur cette ville que les gens adorent ou détestent, et qui a cet aura de « cool » pour quiconque à regarder la série [nom de ville]. Ce qui m'a fait super plaisir en arrivant là-bas, c'est que [prénom de blogueuse] une copine blogueuse [lien vers le

blog voyage de la blogueuse], est venue me chercher à l'aéroport et avait concocté un petit programme pour la matinée : vraiment sympa de sa part, et la rencontrer a confirmé ce que son blog dégageait d'elle : une personne chaleureuse et authentique. Merci [prénom de blogueuse] ! On s'est promené dans une rue commerçante, on a brunché, papoté. **Est-ce que [nom de ville] a tenu ses promesses de coolitude ?** Je vous dirai ça dans un prochain numéro. Je n'ai pas visité la ville comme je le fais quand je suis en mode auteure de guide de voyage, on a opté pour la solution flânerie à vélo. Relax.

Où dormir : j'avais réservé un Airbnb avant de partir, qui s'est avéré être un hybride entre la formule AirBnb et un hôtel, et c'était pas mal du tout, dans le quartier [adjectif toponymique], à deux pas du [mot d'emprunt]. Beaucoup de SDF le matin et le soir, ce qui donne un air *[mot d'emprunt]* au quartier, mais tout à fait ok pour 2 nuits. J'en reparlerai bientôt dans l'article dédié à [nom de ville] !

[photo]
L'un des nombreux ponts au-dessus de la rivière [nom de lieu]

[photo]
Vérité murale

[photo]
Instant zen dans le beau jardin japonais

[photo] [photo]
Un ancien entrepôt du quartier [nom de lieu] // Des [plats locaux] délicieux et encore chauds chez [nom de lieu].

Étape 2. La gorge de la rivière [nom de lieu] et ses cascades au bord de la route

[photo]

A peine [chiffre] heures à [nom de ville], qu'on *[mot d'emprunt]*. La première étape est une route scénique au cœur d'une **gorge**, avec de multiples arrêts où on peut admirer des **cascades**, directement au bord de la route. C'est beau sur les photos… mais beaucoup trop fréquenté à mon goût. Il y a des milliers de personnes (au moins) à chaque arrêt, les parkings sont complets, les gens sont partout sur les chemins, c'est tellement touristique que ça me gâche le plaisir. NEXT !
❣️
L'arrêt du soir : on aurait eu l'option de partir à ce moment-là pendant 3 jours sur le [nom de lieu] (le fameux chemin de randonnée) mais j'ai trouvé que c'était peut-être un peu tôt dans le voyage… vers 18h30, la motivation en berne pour chercher un camping dans cette zone trop touristique, je cherche un Airbnb à [nom de lieu], et une nana me répond dans les 5 minutes. Le AirBnb a une belle vue sur le volcan qu'on voudrait explorer le lendemain : parfait !

[photo]
[nom de lieu]

[photo]
Marcher au fond d'une gorge… remplie d'eau – [nom de lieu]

[photo]
Super contente de voir ce pont, [nom de lieu], pour ceux qui ont lu ou vu *[nom de film/livre]* de [nom d'auteur], ça leur rappellera des souvenirs

Étape 3. Randonnée sur [nom de lieu]

[photo]

What do you know exactly about [nom de lieu] ? Le **[mot d'emprunt]** avait l'air sceptique quand on lui a dit qu'on avait envie de randonner autour de ce volcan. Et finalement, on a marché 20km dans l'une des plus belles randonnées de l'[adjectif toponymique] que j'ai eu l'occasion de faire (j'écris ces mots en altitude, dans l'avion, j'ai de la *[mot d'emprunt]* qui coule dans les veines). J'ai tout de même surestimé mes capacités pour cette première marche qui a beaucoup monté, descendu, remonté : j'étais fourbue à la fin. On a aussi croisé plein de marcheurs du [nom de lieu]: maigres, très bronzés, poilus et barbus et légèrement *[mot d'emprunt]*…

"[citation en langue locale]"

Dixit un copain de randonnée, plein de sagesse, croisé ce jour-là et qui ressemblait à [nom de personnage] de [série américaine].

On s'arrête où ? indulgence suprême… on se fait plaisir dans la sublime lodge historique [nom d'hôtel]**, au pied de la randonnée. Le jacuzzi et le sauna, puis la fondue près du feu me feraient presque oublié les courbatures qui menacent déjà tout l'arrière de mon corps. Aïe.

[photo]

Magnifique randonnée, mais qui a été rude !

Étape 4. Bref passage par l'impressionnant [nom de lieu]
[photo]

On roule vers le [point cardinal]. Route ultra scénique, on croise des montagnes enneigées, des prairies fleuries, des rivières, des ranchs, des canyons. Les paysages transitionnent vers l'aridité… On arrive à **[nom de lieu]** : une sorte de **muraille** orangée au pied de laquelle coule une rivière. Sur les parois qui tombent à pic, des **grimpeurs** escaladent (innovation de ce voyage, [prénom du mari de B1] avait acheté des **jumelles**, j'ai l'impression d'avoir 75 ans quand je les utilise, mais *[mot d'emprunt]* que c'est pratique). Mais les courbatures de la veille ont eu raison de ma motivation : on a regardé, on a pique-niqué, et on est reparti. Ça avait des petits airs du canyon de Zion. Comprenez : c'était wahoo.
❦
L'arrêt du soir : On campe le soir dans les bois de [nom de lieu], pas très loin des [nom de lieu]. [prénom du mari de B1] fait un feu. C'est le premier camping de l'été !

Étape 5. Les collines peintes et la région de [nom de lieu] Let's the road trip begin !
On m'avait dit que c'était beau, mon esprit de contradiction en doutait. J'ai eu tort : c'était magnifique. Vraiment unique.
[photo]

Les [nom de lieu] sont étranges : leur apparition dans le paysage rocailleux est surprenant. D'un seul coup, une butte bien ronde est striée de couleurs vives, dans les tons ocres. On avait eu l'occasion de croiser des collines peintes notamment dans la [nom de lieu] et la [nom de lieu]. L'explication géologique aura (peut-être) lieu dans l'article dédié à cet endroit.

Après quelques kilomètres, on finit presque par s'habituer à **l'extraordinaire** des lieux, puis on se dit : *attends, s'il y avait ça à [nom de ville], ce serait incroyable, donc, c'est incroyable aussi ici*. On roule, on s'arrête, on marche, on se promène aussi du côté d'une paroi de pierre bleue. Yes, de la roche *bleu-gris*. Parait que c'est une zone de **fossiles** par là-bas.

L'arrêt du soir : on a beaucoup cherché dans ce coin, et pourtant il y avait beaucoup de choix (sans doute la raison pour laquelle on n'arrivait pas à se décider). On est entré dans deux campings : un sauvage qu'on trouvait vraiment bof (au bord d'une route), et un pas sauvage au bord d'un lac où un « camp de la Bible » s'était réuni. Avec [mot d'emprunt] et les drapeaux [adjectif toponymique], j'ai paniqué. On a fini dans un **motel** standard à [nom de lieu] [lien dirigeant vers un site de réservation d'hôtel en ligne]**, où une troupe de motards faisaient un road trip en grosse Harley Davidson.

[photo]

Bienvenue sur la planète Mars

Étape 6. A l'[point cardinal] de l'[nom de région] : le canyon de [nom de lieu]

[photo]

Ah les noms dramatiques ! Ils sont là pour nous conditionner à aimer un lieu, en laissant l'imagination vagabonder. Le canyon de [nom de lieu] est encadré par les montagnes du [nom de lieu], la Ferme du [nom de lieu], la [nom de lieu], la [nom de lieu]… Ambiance.
Le canyon de l'[nom de lieu], à la frontière avec l'[nom de région], c'est surtout le canyon le plus **profond** d'[nom de pays] du [point cardinal] (moi qui croyais que c'était le [nom de lieu] ou [nom de lieu] dans le [nom de région], on m'a menti). **Gros coup de cœur** pour cet arrêt de deux nuits où on a rencontré un [mot d'emprunt] un peu dingue qui a couru en une journée les [chiffre] [mesures locales] qui encerclent le mont [nom de lieu] (voir mention ci-dessus de la balade supra dure). On a aussi croisé un **ours** au camping. Camping sauvage. Camping dans la nature. Seuls. Avec l'ours. *Like no big deal.*

Le lendemain, on s'est promené cette fois sur les hauteurs du canyon en voiture, le long de routes scéniques dignes de westerns. Lors du pique-nique en haut du canyon, deux personnes se sont approchés de nous : [prénom] (le shérif), qui a demandé [prénom] (une sculptrice) en mariage, et nous a pris comme témoin du *[mot d'emprunt]*. C'était incongru… et émouvant !

Le seul regret de cette étape : ne pas avoir fait de bateau au fond de la [nom de lieu] (l'horaire était merdique), ni de randonnée pour prendre le temps de s'immerger plus dans les lieux (les randonnées étaient gigantesquement longues)

Les 2 nuits dans le canyon :

Le camping : [nom de lieu] : un îlot de verdure au bord de la [nom de lieu], au fond du [nom de lieu]. Superbe camp sauvage ! Cela dit, les animaux aiment aussi beaucoup cet endroit, on a

passé la nuit à entendre les poissons sauter dans la rivière (où je ne sais quel autre animal aquatique sauteur) et les biches aux délicats sabots. Et bien sûr, le [mot d'emprunt] qui fait peur la nuit.

Après la journée d'exploration en voiture et la nuit au camping, on était super *[mot d'emprunt]* (poussiéreux), et n'ayant pas trouvé de camping cool (comprenez : loin de tout), on a pris un hôtel, une **lodge** à nouveau, super apaisante au bord d'un lac dans la village de [nom de lieu] , au pied des « Alpes de l'[nom de région] »

[photo]
Premier aperçu

[photo]
Coucou l'ours

[photo]
Camping sauvage (mais autorisé), où des daims et un million d'autres animaux nous entouraient

[photo]
Grange de bord de route, façon western

[photo]
THE route en haut du canyon de l'[nom de lieu]

[photo]
En sortant du canyon, une autre jolie grange octogonale

Étape 7. A l'est de l'[nom de région] : le désert de [nom de lieu] et les montagnes [nom de lieu]

[photo]

C'est le deuxième **gros coup de cœur des vacances** (ou alors c'est déjà le troisième). J'ai adoré cette étape car il a fallu **beaucoup rouler** pour y arriver, et quand on est arrivé, on n'a croisé personne à part un cowboy dans son énorme truck. On a roulé sur un *[mot d'emprunt]* (un lac asséché) recouvert de sel, vu des **sources chaudes** toxiques, fait une randonnée de la *[mot d'emprunt]*, et croisé une station essence du bout du monde. Il a fait chaud. **Du pur road trip.**

J'aurais plein de choses à raconter sur cette étape, voici juste quelques images…
[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

Une route à plus de [chiffre] [mesure] d'altitude
❣️

2 nuits dans le désert de [nom de lieu] et les montagnes [nom de lieu] **:**

Camping au [nom de lieu], on était tout seuls, enfin avec 50 000 animaux qui ont tourné autour de la tente toute la nuit, mais un bon emplacement au bord d'un lac presque à sec à la fin de l'été.
C'est devenu un schéma presque malgré nous pendant ces vacances, on a alterné les nuits de camping et les nuits d'hôtels (pour le grand désespoir de [prénom du mari de B1] qui aurait voulu camper tous les soirs… moi j'étais contente du confort en alternance). On aurait adoré rester au [nom d'hôtel] mais il était complet ! On a dormi dans un « resort » de cabines.

Étape 8. Le bleu de [nom de lieu]

Hélas, toutes les bonnes choses ont une fin, et on a quitté à regret l'Est de l'[nom de région]. Après le road trip des déserts de l'an dernier, je crois que c'est le genre d'endroits qu'on préfère tous les deux en road trip…

[photo]

On repart vers l'[point cardinal] de l'[nom de région] : du côté d'endroits plus populaire et plus connus, avec le parc national de l'Etat, **[nom de lieu]**, connu pour son **bleu Harpic Gel**. Cela dit, la première impression du lac a été très **mitigée** : on nous avait promis (dans le film de présentation du parc) du Super Wahoo, mais en arrivant aux abords, le lac était enveloppé de fumée et de brouillard, à cause de deux feux de forêts voisins, et de l'absence de vent pour dégager la vue. Aucune visibilité sur le lac, on s'est même dit qu'on allait repartir ! Finalement on est resté, et tout s'est levé, on a fini par voir le beau bleu intense qui fait la réputation du lieu, et on a même fait une excursion en **bateau**, pour prendre un peu le temps.

[photo]

Où dormir ? Il faisait trop froid pour le camping ([chiffre]°[mesure] la nuit), on a pris la dernière chambre dans l'une des cabanes. La chambre n'avait aucun intérêt en soi, mais elle avait l'avantage d'être située à l'intérieur du parc : pratique pour être prêt tôt le lendemain matin.

Étape 9. Incursion en [nom de région] : le parc des [nom de lieu], ***les [nom d'arbres] géants***

[photo]

On quitte l'[nom de région] pour aller un tout petit plus au [point cardinal] : en [nom de région], pour voir une belle forêt de **[nom d'arbres] géants**, appelés les *[mot d'emprunt]*, pour leur écorce rouge. Un ajout bienvenu parce que les arbres, c'est beau *(oui, c'est beau les arbres)*. Le parc des [nom de lieu] était très fréquenté, surtout que c'était un long week-end férié, celui de « [mot d'emprunt] » (le jour du Travail).
❦
Où dormir ? On a fait du camping sauvage et le premier (et seul) bivouac des vacances, au [nom de lieu], le long du sentier dit des [nom de lieu]. On s'est enregistré le matin même auprès du [*mot d'emprunt*], c'était gratuit, et en pleine nature, ça c'est un grand OUI.

[photo]

Étape 10. Le long de la côte de l'[nom de région]

[photo]

C'est déjà presque la fin quand on remonte la route [chiffre] (prononcez la *[mot d'emprunt]* pour être pris au sérieux). On roule le long de la côte **[nom de lieu]** dans le sens [point cardinal]-[point cardinal], ce qui n'est pas super pratique pour les arrêts aux points de vue, qui sont de l'autre côté de la route. **Phares**, **plages**, **falaises**, **[animaux], grosses vagues**… la route le long du [nom de lieu] est magnifique, et n'a rien à envier à **[nom de lieu].**

Le seul regret : ce n'était plus la saison du [nom d'animal] *[mot d'emprunt]*. [prénom du mari de B1] était brisé.
🎈
Où dormir : On est allé dans un **super hôtel** dont chacune des chambres est décorée sur le thème d'un **auteur, c'est ça mon deuxième coup de cœur livres** des vacances ! J'avais repéré cet hôtel dans le [nom de guide de voyage] du [nom de région] des [nom de pays] [lien vers un site de vente en ligne] mais en arrivant tard, je doutais qu'il reste de la place (il n'y a que 20 chambres), et là miracle de La Chambre d'Hotel : la **réceptionniste** me dit que quelqu'un vient juste d'annuler et que la **chambre JK Rowling** est disponible. On monte la voir, la nana nous fait même un prix alors qu'on n'a rien demandé, et je dis : [*mot d'emprunt*]. Il y avait plein d'endroits [*mot d'emprunt*]pour lire, face à l'océan, la chambre était à la gloire du petit sorcier, et le petit déj était divin.

[photo]

[photo]

[photo]

[photo]

C'est déjà fini ? Le dernier jour, on continue la route le long de la côte jusqu'à [nom de lieu]… une belle station balnéaire qui rappelle la Côte [point cardinal] avec ses petites maisons de bardeaux bruns sur la plage, et puis on retourne à la case départ, **[nom de ville]**, juste pour une après-midi et la soirée. On repasse à [nom de lieu] *([mot d'emprunt] [nom de lieu])* rendre les bouteilles de gaz presque vides et le matériel de camping dont on ne veut plus, et puis après un dernier resto (l'heure du régime a sonné cela dit), on sort écouter de la musique au **[nom de lieu]**, on fait ami-ami avec 3 nanas avec qui on parle politique, marijuana (légale dans l'[nom de région]) et Paris *(I love it!)*.
Le soir, on passe une toute petite nuit dans une toute petite maison : on a loué une ***[mot d'emprunt] !*** Le départ pour [nom de ville] est chaotique, puisque l'avion a 5 heures de retard.
🎈
D'ailleurs, **j'écris cet article dans le vol du retour**, il est 23h50, on [*mot d'emprunt*]dans 20 minutes à [nom de ville]. Je travaille demain matin, et le rythme des visites et de la rédaction de guides et autres, va reprendre. A ma droite, [prénom du mari de B1] dort, et à ma gauche, une dame à la manucure parfaite griffonne dans un carnet. Je suis triste que ce soit terminé, car *à quand le prochain voyage de ce genre ?* et en même temps, je suis [*mot d'emprunt*] d'avoir eu la chance de faire ce voyage ; j'aime bien rentrer dans mon petit chez moi, remettre des habits pas de camping ni de road trip, enlever mes tongs, me prendre une douche tous les

soirs. Je me demande comment va notre Jeep qu'on a laissé ce matin à 6h à l'aéroport. Fidèle Jeep qui nous a accompagné sur toutes les routes, qu'on a tant aimé et qui nous a tant servi, et qu'on a laissé, ingrats, à l'aéroport avec seulement 0% d'huile, le bouton « [*mot d'emprunt*] » clignotant depuis déjà quelques [mesure locale].

☞ **Est-ce que j'ai aimé ce voyage ?** oui ! J'ai retrouvé **cette sensation unique de Road Trip**… les randonnées dans des décors wahoo, les routes scéniques, l'isolement de certains lieux hors du temps, la chaleur… Les nuits au camping dans des décors de rêve, et les nuits dans les hôtels de bord de mer ou à la montagne, la machine à gaufre du motel, les bières au coin du feu du camping sous un ciel noir étoilé. Bref, un voyage varié, riche en émotions et en parler, l'écrire, me fait me dire que oui, c'est bel et bien fini, et ça fait déjà partie des souvenirs de voyages aux [nom de pays].

[photo]

☞ **Si un road trip dans cette région du [nom de région] [adjectif toponymique]** (« le [nom de lieu] ») vous intéresse, regardez aussi du côté de celui fait en 2013 dans le **[nom de région], de [nom de ville] à [nom de lieu] en passant par le [nom de lieu] et [nom de lieu]**, et les divers voyages en **[nom de région]**.

☞ **Si cet article vous inspire**, laissez un message ou citez-le à l'occasion en référence sur votre blog : c'est toujours sympa d'avoir un peu de reconnaissance de la part de *fellow* blogueurs et de lecteurs ! *Much appreciated* comme on dit ici.

***liens d'affiliation, ce qui signifie que si vous réservez l'hôtel via ce lien ou achetez le livre via ce lien, je touche une commission. Vous ne payez rien en plus, vous avez juste bénéficié de ma recommandation, en passant par ce biais, c'est une façon de soutenir le blog ! CE voyage n'est pas sponsorisé, nous n'avons accepté aucune cadeau, aucune nuit d'hôtel gratuite, vous pouvez être assuré que tout a été choisi par nous-mêmes !*

[photo]

COMMENTAIRES 2016-2019.

63 réflexions au sujet de “Mes 15 jours de road trip sur les routes de l’[nom de région]”

1. [prénom féminin – commentateur 1] [date] [répondre]

Merci [prénom B1] pour nous avoir donné l’envie de faire ce Road trip dans l’[nom de région] , ce n’est pas la région des [nom de pays] à laquelle on pense forcément ,nous avons étonné beaucoup de monde .
Nous avons fait comme toi , nous sommes allés jusqu’au parc des [nom de lieu] et pas déçus .
Arrivant à [nom de ville] nous en avons profité pour faire la [nom de lieu] et là encore cela valait le coup.
La côte de l’[nom de région] superbe , [nom de lieu] , [nom de lieu] et [nom de lieu] sont vraiment à faire . Nous avons été moins emballés par [nom de lieu],y aller nous a fait faire beaucoup de route peu intéressante à notre avis..
Globalement ce fut un voyage très satisfaisant . Merci encore pour ce blog.

[prénom B1 – réponse à commentateur 1] [date] [répondre]

Hello [prénom féminin – commentateur 1], Je suis super contente de lire que vous avez aimé ce voyage. J’avais vu des voyages dans l’[nom de région] avant de partir, mais toujours uniquement sur la côte [nom de lieu], on avait envie d’explorer aussi les déserts et les canyons tout à l’[point cardinal].
Le passage par les [nom de lieu] était très sympa, c’est bête à dire, mais on adore les forêts !
Vous partez où la prochaine fois ?

2. [pseudonyme – commentateur 2] [date] [répondre]

Chère [prénom B1],
Je pars dans [durée] pour [durée] en [nom de région],avec [prénom B1] ma fille étudiante [chiffre] ans pour [durée] à [nom de ville].
Tu mets un 6 à la place du 2 et tu comprends pourquoi le camping sauvage c’est un peu compliqué en mode mensuel.
Avec [prénom du mari de B1],Vous avez fait un tour dans le sens des aiguilles d’une montre dans cet État immense et merveilleux pour nous qui aimons aussi la nature et la rando.
Dans le mode « conseils adaptés » je boirai tes recommandations matérielles,géographiques et pécuniaires.Mille merci pour ton blog et ton style.[prénom féminin]

3. [prénom masculin – commentateur 3] [date] [répondre]

J’ai dévoré votre séjour en [nom de région], ce qui m’a beaucoup aidé dans l’élaboration du mien l’année prochaine !
Fantastique road trip movie ! Good job !
Merci pour le coup de main ! 🙂

4. [pseudonyme– commentateur 4] [date] [répondre]

Ohlala je suis si contente de tomber sur cet article – et ton blog que je découvre du coup! Je prépare un roadtrip un peu chelou [nom de ville] > [nom de ville] pour février, et je pense trouver ici plein de chouettes infos!!! Merci <3

5. [pseudonyme– commentateur 5] [date] [répondre]

Bonjour [prénom B1],
Magnifique ton road à l'[nom de région] ça donne encore plus envie un jour je l'espère bien peut être faire un combiné [nom de région]+[nom de région] !!Qui sais, au tout cas j'adore vos articles merci de me faire encore rêver.
[prénom féminin]

[prénom B1 – réponse à commentateur 5] [date] [répondre]

Merci [prénom féminin-commentateur 5] ! C'était un superbe voyage.
Pour [nom de région], on avait opté pour un road trip qui allait vers l'[point cardinal] : de [nom de région] au [nom de région], puis descente vers [nom de lieu]. L'article récap est ici : **[lien internet vers l'article du blog]**

6. [prénom féminin – nom de famille– commentateur 6] [date] [répondre]

Bonjour [prénom B1], ton récit me rappelle des souvenirs. En effet [date], j'ai eu la chance de partir [durée] dans l'état de [nom de région] à [nom de lieu] où j'ai de la famille. J'ai amené ma grand mère de 83 ans revoir sa soeur qui fêtait ses 80 printemps. Elles ne s'étaient pas revu depuis depuis plus de trente ans. Je te laisse imaginer l'émotion de ses retrouvailles. Avec mon copain, nous avons pris les routes et direction l'[nom de région] en premier : [nom de lieu] avec cette rue typique de boutiques dont une 100 % de décorations de noel ouverte, [nom de lieu] gorge les vues tellement magnifiques (un regret on a pas trouvé de place sur le parking pour voir la cascade [nom de lieu]) [nom de ville], le [nom de site d'intérêt] également avant de faire l'état de [nom de région]. J'ai adoré les deux etats. On nous attends de nouveau là-bas j'espère que nous aurons la chance très bientôt d'y retouner. A bientôt.

7. [prénom féminin– commentateur 7] [hyperlien vers le blog de commentateur 7] [date] [répondre]

Bonjour [prénom B1],
Je voulais te remercier pour ton blog et pour tous les carnets de voyage que tu as publiés. Nous préparons notre voyage dans l'[nom de région] et l'état de [nom de région] cet été et ton blog est vraiment une mine de renseignements. Sans compter les superbes photos 🙂 J'ai vraiment hâte d'y être. Nous partons de Paris le [date] : première étape, [nom de ville].
Je te souhaite un bel été.
prénom féminin]

8. [prénom féminin– commentateur 8] [date] [répondre]

Bonjour [prénom B1]!

Tout d'abord ton blog, est géniale! Il est bien structuré et facile à lire!!

J'aimerais savoir pour un voyage d'une [durée] dans l'[nom de région], à faible coût, est-ce pertinent de rester à [nom de ville] pour tout le séjour? C'est-à-dire, est-ce qu'il y a suffisamment d'activités et d'attraits pour voyager qu'à un seul endroit. Sinon quelles seraient les destinations autour à ne pas manquer, considérant que nous sommes là [durée] jours?

Merci d'avance!
Au plaisir

[prénom féminin]
9. [pseudonyme– commentateur 9] [date] [répondre]

bonjour
votre blog est suuuuuper
Je vais a [nom de lieu] en [date], et de la j'aimerais faire un bout du [nom de randonnée], disons quelques semaines. J'ai été voir leur site, et mon [nom de langue] etant un peu succin, je ne comprends pas tout..avez vous des conseils en ce qui concerne les autorisations, les taxes eventuelles, les assurances? merci
[prénom masculin]

[prénom B1 – réponse à commentateur 9] [date] [répondre]

Hello [pseudonyme-commentateur9], je ne vais pas pouvoir vous aider directement mais je suis sûre qu'il y a plein de forums sur le [nom de randonnée] en français !

10. [prénom féminin – commentateur 10] [date] [répondre]

Si ca ne te dérange pas, qu'est-ce que tu nous conseillerais pour un Road trip [point cardinal] [nom de région] en partance de [nom de ville] et [point cardinal] [nom de région] ? Merci d'avance
[prénom féminin]

11. [prénom féminin – commentateur 11] [date] [répondre]

Bonsoir [prénom B1], je découvre ton blog et wow quelle bouffée d'oxygène. Nous préparons un Road trip pour début [date], donc nous mettons de l'argent de côté pour ce voyage car on est 5 avec les enfants. On aimerait visiter le [point cardinal] de la [nom de région] et le [point cardinal] de l'[nom de région]. On se tâte de savoir si on prend l'avion de [nom de ville] à [nom de ville] ou si on reste sur le [point cardinal] de l'[nom de région]. Ton blog est une pépite d'information je te remercie et à très vite car il va nous aider à préparer ce voyage.

12. [prénom féminin – commentateur 12] [date] [répondre]

Hello [prénom B1],
Quelle magnifique découverte ce road trip, ça y est j'ai des étoiles dans les yeux comme à chaque fois que je prépare un road trip pour les [nom de pays]. On se décidait pour l'Etat de [nom de région] pour notre 3ème road trip aux [nom de pays] mais tu as réussi à nous faire changer d'avis ce serait l'[nom de région] !!!! J'ai quelques questions sur l'ordre de ton road trip et les temps de voyage. Après avoir regardé sur google map [nom de ville] / [nom de site d'intérêt] et [nom de site d'intérêt] ne sont pas très proches, cela me semble être de très grandes distances combien de jours avez-vous mis pour ces 3 étapes. Merci de ton aide je suis un peu perdue en effet moins facile à organiser qu'avec des grands parcs nationaux !

[prénom B1 – réponse à commentateur 12] [date] [répondre]

Yep, les distances sont longues on a roulé toute la journée pour aller jusqu'au [nom de lieu], mais ça vaut le coup, on est resté 2 jours dans le [nom de site d'intérêt] puis 2 jours au [nom de lieu].

13. [prénom féminin – commentateur 13] [hyperlien vers le blog de commentateur13] [date] [répondre]

Bonjour [prénom B1],
Je découvre ton blog en pleine planification de notre future raod trip [nom de ville] à [nom de ville] (ou l'inverse, l'ordre n'est pas encore vraiment définitif), en passant par [nom de lieu] et [nom de ville] 🙂 On a hâte !
Tes articles me donne non seulement une foultitude de détails pratiques intéressants mais en plus ils me font déjà voyager un petit peu; bref je ne pouvais pas rêver mieux !
Du fond cœur un grand merci pour ces billets détaillés et ces magnifiques photos.
Nous souhaitons partir en [date] (contrainte boulot), penses tu qu'il soit plus prudent de réserver l'ensemble des logements ? Je penche pour cette solution mais c'est vrai que cela laisse moins de place à la spontanéité donc j'hésite…
Et sinon, as tu un sens de prédilection pour [nom de ville]- [nom de ville] ou [nom de ville] - [nom de ville] ?
Mille mercis pour ton aide précieuse et pour ton blog
[prénom féminin]

[prénom B1 – réponse à commentateur 13] [date] [répondre]

Hello [prénom féminin] !
Si tu veux avoir l'esprit tranquille, réserve à l'avance. Je ne réserve plus à l'avance car on vit aux [nom de pays], qu'on a l'habitude de voyager de cette façon mais ça peut être stressant (et il faut voyager avec tout l'équipement de camping !)
Je te recommande [nom de ville]-[nom de ville] car tu seras dans le « bon sens » c'est-à-dire côté Océan, plus simple pour se garer !
Enfin, si tu utilises les articles pour t'inspirer et construire ton voyage, n'oublie pas de le mentionner sur ton blog ! Un grand merci,

14. [prénom féminin – commentateur 14] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur13] [date] [répondre]

Très chouette article ! C'est une aventure différente, une expérience différente !
Vous avez fait de belles découvertes 🙂 [nom de lieu], je ne l'ai pas vu comme ça, nous avons eu la chance de l'avoir d'un bleu incroyablement éclatant. A vrai dire, on ne connaissait pas du tout et on ne savait pas à quoi s'attendre, donc quoi qu'il arrive on n'aurait pas été déçues ahaha !

15. [prénom féminin – commentateur 15] [date] [répondre]

Comme d'habitude, les photos et les récits ne donnent qu'une envie Y ALLER ……Merci pour tes récits toujours dans « le ton » ……

16. [prénom féminin – commentateur 16] [date] [répondre]
La photo du rocher dans le lac à l'étape 8 est tout simplement à couper le souffle !!!! 😮 😮 😮

Bon je ne parle même pas de l'envie que ça m'a donné de visiter ce coin des [NOM DE PAYS] :). super article et hâte de lire la suite

16. [prénom féminin – commentateur 16] [date] [répondre]

« avec toujours l'équilibre délicat entre profiter d'un lieu / voir plus de choses », c'est exactement ça le road-trip je trouve, la difficulté de choisir entre profiter du lieu et aller voir toujours plus de choses mais c'est aussi ça la magie!
Quand on a pas le temps, je me dis toujours qu'on reviendra 😉
L'article donne vraiment envie de découvrir l'[nom de région], merci +++
Et la machine à gaufres of course, j'ai aussi un souvenir magique de la machine à [plat local] du [nom d'hôtel] de [nom de pays] à l'entrée du [nom de lieu]…miss [nom de pays]

17. [prénom féminin – commentateur 17] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 17] [date] [répondre]

Hello [prénom B1],
Super article et très belles photos comme d'hab.
Tu es plus courageuse que moi, j'ai eu très peur des ours cet été au [nom de région] lorsqu'on campait! Impossible de fermer l'oeil! Tu parles de [nom de livre], et comme je te l'ai déjà dit (à propos de tes articles « lectures ») j'adore parler bouquins et lire des critiques de bouquins. J'avais vu l'auteur au Petit Journal en début d'année, j'étais tenté et puis j'ai oublié. Qu'est ce que tu en as pensé?

[prénom B1 – réponse à commentateur 17] [date] [répondre]

Merci [prénom féminin] ! J'ai bien aimé suivre tes photos récemment sur instagram btw.
J'ai beaucoup aimé [nom de livre], j'ai trouvé que c'était super bien écrit, et c'est l'un des premiers bouquins en [nom de langue] où j'apprécie vraiment la langue (certaines formulations me font voir les choses autrement, ce que je recherche – sans toujours bien le savoir – avec un bon bouquin). Par contre c'est terriblement long, et même si les personnages sont attachants, je l'ai rangé dans ma bibliothèque une centaine de pages avant la fin…

18. [prénom féminin – commentateur 18] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 18] [date] [répondre]

C'est juste magnifique!!!! [prénom de fille] m'avait déjà convaincue de visiter cet Etat, mais là, c'est bon! C'est le prochain voyage!! Tu crois que c'est jouable sans camping, en modifiant un par rapport à votre programme? Notre fils aura 2 ans si on le fait l'année prochaine, et puis je suis une vraie plaie en camping, alors le camping sauvage faut pas y penser!
Merci pour cet article!

[prénom B1 – réponse à commentateur 18] [date] [répondre]

oui bien sûr, le mode de logement est optionnel 🙂

19. [prénom féminin – commentateur 19] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 19] [date] [répondre]

Je n'imaginais pas que l'[nom de région] offrait autant de paysages variés. Pour être seulement allée dans l'Etat du [nom de région] j'avoue avoir apprécié la vue sur les montagnes au loin, la mer et les prairies vers la côte… J'ai hâte de lire sur [nom de ville] ! Une de mes amies y est allé et a adoré. Ca fait partie des villes que j'espère visiter tant que je suis sur [nom de ville].

20. [prénom féminin – commentateur 20 – B9] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 20 – B9] [date] [répondre]

Superbe article, et superbe séjour ! Je connais pas mal de ce que tu as fait, surtout vers [nom de ville] et [nom de lieu] et [nom de lieu] mais le reste comme le [nom de lieu], je ne connais pas. A revoir donc ! Cet état est vraiment magnifique. Nous avons frôlé l'[nom de région] cet été en y faisant juste une incursion dans la pointe [point cardinal] est, encore une région à voir aussi. Vraiment un beau coin qui sort des sentiers battus.

[prénom B1 – réponse à commentateur 20] [date] [répondre]

Oui je pense que la partie [nom de ville] et [nom de lieu] est clairement la plus populaire ([nom de label] oblige)… mais j'aime bien les endroits moins connus, enfin, quand ils sont sublimes ! Et la partie Est de l'[nom de région] est incroyable.
Bises !

21. [prénom féminin – commentateur 21] [date] [répondre]

Hello [prénom B1] ! Contente de pouvoir te lire à nouveau 🙂
Cet article nous fait encore rêver…
D'abord, le [nom de randonnée] : j'ai adoré le livre de [nom d'auteur] (un peu moins le film). Ce devait être une belle expérience de croiser le chemin de randonneurs aguerris…
Les paysages n'en parlons pas, bien sûr.
Et par la barbe de Merlin, quel est cet hôtel dans lequel on peut louer une chambre J.K. Rowling ? 0.0
Une question me taraude plus que tout : comment avez-vous géré l'ours ? Panique ? Émerveillement ? Les deux ? ^^
Dernier point : Photos vraiment magnifiques !

[prénom B1 – réponse à commentateur 21] [date] [répondre]

Hi back!
L'hotel est génial, tu peux aussi louer la chambre Jane Austen, Hemingway…
Pour l'ours, celui sur la photo, on l'a croisé en voiture, donc pas de souci, on s'est arrêté, on l'a regardé.
Au camping, on a pris les mesures nécessaires pour le camping sauvage : voiture loin de la tente, et rien d'odorant à l'intérieur de la tente (ni food, ni baume à lèvres ou savon).
Merci pour ton message !

22. [prénom féminin – commentateur 22] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 22] [date] [répondre]

J'ai fait tout comme tu as dis: café long, petit gâteau et j'ai même rajouté la musique folk/country nécessaire pour s'imaginer dans les grands espaces américains.

Super article, comme toujours il donne très envie de lire la suite et surtout très envie de faire à son tour ses bagages pour aller en [nom de région].
J'ai toujours eu envie d'y aller – je ne sais pas pourquoi l'[nom de région] mais c'est l'Etat que je voudrais vraiment visiter – et j'attends avec hâte ton article sur [nom de ville]. Est-ce aussi bien que ce que je m'imagine?

[prénom B1 – réponse à commentateur 22] [date] [répondre]

Merci [prénom féminin] 🙂
Hé bien pour [nom de ville], je ne sais pas ce que tu imagines ! C'est une ville qui peut sembler moche au premier abord, quoique très verte. Il y a plein de petits centres éparpillés partout avec restos/cafés/boutiques/vie de quartier, c'est ce qui la rend cool et unique à mon avis. Après, ce n'est pas flashy comme [nom de ville] ou [nom de ville]. Si tu aimes [nom de ville], [nom de ville], [nom de ville], ou les villes de l'[point cardinal] en général, ça devrait le faire !

23. [prénom féminin – commentateur 23] [date] [répondre]

C est un vrai plaisir a lire, les photos sont superbes. Ce n est pas sur ma to do list, elle deborde déjà mais pas grave, ca fait rêver. Merci [prénom B1]

24. [prénom féminin – nom de blog – commentateur 24] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 24] [date] [répondre]

Oh là là super article et super voyage ! C'est magnifique, ça fait tellement envie !
Merci pour ce partage. C'est « drôle » aussi de voir comment on voyage à 2, ça me rappelle de vieux souvenirs ! 😉
Nous on voyage très souvent à 4 (avec nos deux grandes ados) et donc ça change tout, pour le logement par ex. (plus risqué de ne pas réserver avant car les logements à 4 = moins courants et plus chers), pour les trajets aussi (pas de livre audio possible !)…
[nom de ville] et l'[nom de région] ça me fait vraiment envie… Mais à 4, ça n'est pas envisageable financièrement pour tout de suite. À bientôt [prénom B1] !

[prénom B1 – réponse à commentateur 24] [date] [répondre]

Hé oui, j'imagine que ça n'a rien à voir ! On a fait un seul road trip de copains, à 4 : quand personne ne veut dormir au camping, faire de longues randonnées, et manger des bugers à midi, ça fait un différent voyage 😉

25. [prénom féminin – commentateur 25] [date] [répondre]

Wow ! En effet, cet article était bien fourni 🙂 Jolies photos, ça donne envie d'aller randonner par là-bas…

26. [prénom masculin – commentateur 26] [date] [répondre]

Salut [prénom B1] !
Bon après avoir lu un bon nombre de tes articles pour préparer mes périples depuis mon [nom de ville] d'adoption, celui-ci m'a particulièrement marqué car on avait hésité entre [nom de lieu] / [nom de lieu] / [nom de ville] et un périple en [nom de région] (en descendant la

[numéro de route] cependant, et en poussant ss doute moins loin, 10 jours obligent). On s'est finalement décidé sur le premier mais à te lire on fera certainement le second l'été prochain ! Merci pour ce post.
Et à l'occasion je m'inscrirai à [nom d'entreprise de B1], les avis TA sont dithyrambiques.

[prénom B1 – réponse à commentateur 26] [date] [répondre]

Le premier est plus classique et facile puisque vous traverserez des parcs nationaux, et tout est bien encadré (sans dire en plus que c'est absolument magnifique). Je recommanderai l'[point cardinal] de l'[nom de région] pour un 3è ou 4e road trip…
A bientôt à [nom de ville] 😉

27. [prénom féminin – nom de blog – commentateur 27] [hyperlien vers le blog de commentateur 27] [date] [répondre]

Oh la la ces paysages… Vous avez du en prendre plein les yeux !!!

28. [prénom féminin – nom de blog – commentateur 28] [hyperlien qui ne fonctionne plus] [date] [répondre]

OH GOD. L'[nom de région], c'est un peu mon rêve ultime (et [nom de ville] m'attire depuis tellement longtemps) et tes photos me donnent mille fois plus envie, merci du partage, je vais suivre ça de près pour éventuellement préparer le mien… :))
Quelle épopée en tout cas !
Belle soirée à toi,
[prénom féminin]

29. [prénom féminin – nom de blog B2 – commentateur 29] [hyperlien qui ne fonctionne plus] [date] [répondre]

J'attendais ton article avec grande impatience, je ne connais pas l'[nom de région], mais je ne suis pas très loin, alors ça peut facilement être une de nos prochaines destinations. [nom de ville] en revanche, je ne sais pas, ça ne m'attire pas trop, mais le reste à l'air magnifique !
J'attends donc la suite des articles avec autant d'impatience, tes articles m'avaient manqué !

30. [prénom féminin – commentateur 30] [date] [répondre]

Quel plaisir de lire ce récit ! Superbe voyage qui pourrait bien m'inspirer un de ces jours !
Welcome back.

31. [prénom féminin – commentateur 31] [date] [répondre]

Waouh ! Quel plaisir de vous retrouver avec un article pareil ! Cela présage de belles futures lectures de vos pérégrinations ! Hâte d'avoir vos avis sur [nom de ville], qui est une ville culte pour moi au même titre que [nom de ville] ou [nom de ville], grâce à Gus Van Sant notamment…
Je ne m'attendais pas à voir un canyon et un désert en [nom de région] !
Bref, quel avant goût ! Et comme d'habitude, c'est tellement bien écrit que l'on ressent ton blues de fin de vacances…

[prénom B1 – réponse à commentateur 31] [date] [répondre]

Salut [prénom féminin],
Hé oui ! c'est la magie de l'[nom de région] cette diversité des paysages. Aimant particulièrement les endroits désertiques, j'avais peur qu'il n'y ait que de la forêt par là-bas, j'ai été servi avec de la poussière, des canyons and cie 🙂
Bises,

32. [prénom féminin – commentateur 32] [date] [répondre]

[prénom B1], ton article tombe vraiment a pic, je pars le [date] en vacances/lune de miel entre [nom de ville] et [nom de ville], et 2/3 de notre voyage se fera en [nom de région]! Je regrette deja de ne pas avoir le temps d'aller a l'interieur des terres en voyant tes photos… J'attends la suite avec impatience 😉
Merci!

[prénom B1 – réponse à commentateur 32] [date] [répondre]

Le voyage le long de la côte est déjà super !
Bonne lune de miel 🙂

33. [prénom féminin – commentateur 33] [date] [répondre]

J'ai super hâte de lire les étapes une par une, avec plein de photos ! Une véritable mise en bouche qui donne envie de tout plaquer pour partir sur les routes.. Bon retour ! xx

34. [nom de blog voyage – commentateur 34] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 34] [date] [répondre]

Rahalalala tu confirmes mes envies d`[nom de région]…. Premiere etape : passez enfin ce foutu permis de conduire [adjectif toponymique] ! Je peux le faire 🙂 Bisous !

35. [nom de blog voyage – commentateur 35] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 35] [date] [répondre]

La chambre JK Rowling me fait rêver !
Moi aussi j'adore les noms « diaboliques » des canyons et autres trucs aux [nom de pays], c'est pareil à [nom de lieu], c'est pareil dans de nombreux coins d'[nom de région]… ça devient tout de suite plus mythique !
Magnifique article, superbes photos, voilà, je rêve d'embarquer pour l'aventure… Merci pour cette découverte !

36. [prénom féminin – commentateur 36] [date] [répondre]

Merci [prénom B1] pour cet article, j'adore te lire ! Ça m'a donné envie de visiter cette région des [nom de pays] et de dormir dans la chambre J.K.Rowling <3
Bon courage pour la reprise !
Bises de Paris

[prénom B1 – réponse à commentateur 36] [date] [répondre]

Héhé, j'étais surprise et émerveillée par cette petite chambre, la bibliothèque sous les combles, la vue sur la plage (soupir…)
Bises !

37. [prénom féminin – commentateur 37] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 37] [date] [répondre]

J'adore! Qu'est ce que c'est beau tout ces paysages, waouhhh!
Les photos sont juste magnifiques! j'ai hâte de lire les étapes!

38. [nom de blog – commentateur 38] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 38] [date] [répondre]

Vraiment magnifique! Je vais le mettre sur ma bucket list! 🙂

39. [prénom féminin– commentateur 39] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 39] [date] [répondre]

Super article qui donne vraiment envie ! Je n'aime pas conduire, mais la liberté que procure la voiture ajoute beaucoup au voyage, et quand je te lis je me dis qu'il faut que je fasse plus ce genre de road-trip !

[prénom B1 – réponse à commentateur 39] [date] [répondre]

Je n'aime pas conduire non plus… Aïe ! J'aime être en voiture, et je ne prends la place du chauffeur qu'en cas d'extrême nécessite :/

40. [prénom féminin– commentateur 40] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 40 – délaissé depuis 2016] [date] [répondre]

Merci pour cet article qui me renvoie à ces beaux souvenirs d'[nom de région]! 🙂

41. [prénom féminin– commentateur 41] [date] [répondre]

Super article! Et que dire de toutes ces magnifiques photos!
Waouh!!
Par contre, le blues de fin de voyage, je le connais parfaitement à chaque fois que je quitte les [nom de pays] et que je remets les pieds en France!
Du coup je pense sans cesse à mes prochaines vacances!
Bon courage pour la reprise!
Keep smiling!

42. [prénom féminin– commentateur 42] [date] [répondre]

Merci pour cet article !
Tu décris très bien le blues de la fin de voyage. Pour moi, le pire est quand je monte dans l'avion qui nous ramène définitivement au bercail. Je suis d'un côté contente de retrouver mes habitudes, mais d'un autre je songe au fait que trois semaines par an de « wilderness », c'est beaucoup trop peu. Vient ensuite le questionnement existentiel sur une variation type « Dois-

je aller vivre dans une cabane au milieu de la forêt ? », puis le retour à la raison, généralement synchronisé à atterrissage de l'avion…
Meilleures pensées d'[nom de lieu] et bon courage pour la reprise !

[prénom B1 – réponse à commentateur 43] [date] [répondre]

Hey [prénom féminin] ! [nom de lieu] ?! Trop bien !
En effet, parfois on caresse l'idée de devenir ranger dans un parc national et vivre en harmonie avec la nature #namaste
mais bon, je ne sais pas si vraiment je renoncerais à la vie urbaine dans un futur proche…

43. [prénom féminin associé au nom de blog B8 – commentateur 44] [hyperlien vers le blog voyage de commentateur 44] [date] [répondre]

Magnifique ton article, tu donnes vraiment envie. J'adore les road-trip et surtout quand l'imprévu est de mise pour pouvoir trouver de pépites. Je suis revenue il y a peu d'un road-trip de [durée] jours en faisant une boucle [nom de lieu]-[nom de lieu] - [nom de lieu]-[nom de lieu]-[nom de ville] et [nom de lieu]. C'était juste splendide et on a pu voir aussi des ours mais pas au camping! Hâte de lire la suite

44. [prénom féminin– commentateur 44] [hyperlien vers un blog voyage et lifestyle] [date] [répondre]

super,
j ai hâte de lire la suite
déjà une belle mise en bouche
avec des photos extras
bonne nuit [prénom B1]

45. [prénom féminin– commentateur 45] [lien internet vers un blog qui n'existe plus et une redirection vers le compte YouTube et Instagram du blogueur] [date] [répondre]

Merci [prénom B1] pour cet article.
Je t'avoue que je n'avais pas du tout cette vision de l'[nom de région] ! Je ne pensais pas qu'il y avait tant de belles choses.
Merci pour ton temps de rédaction et tes conseils très précieux.
J'ai ajouté ton article sur ma TO DO OR 😀 et je n'hésiterai pas à te citer en tant voulu :).

19. Convention de transcription des données du corpus

Objectif : présentation sur traitement de textes des éléments du corpus numérique.

Organisation générale du document

Le document de transposition des données numériques à une version transcrite au sein du logiciel de traitement de texte Word est organisé pour chaque billet du sous corpus 1 en deux ensembles : une première partie est dédiée au billet et une autre intègre la section des commentaires. L'entrée dans cette dernière est précisée par l'étiquette [COMMENTAIRES].

Un ensemble de règles graphiques sera utilisé pour codifier certaines particularités liées aux discours natifs du web 2.0. (technosignes, hyperliens etc.) et pertinentes pour l'étude.

On distinguera deux types de billets en amont de la collecte des éléments pour l'analyse : les *posts* traitant de la présentation générale du blog ou du blogueur tels que ceux inclus dans les sections « À propos » ou « Qui suis-je ? » et ceux sélectionnés de façon aléatoire parmi les billets construisant le contenu du blog.

Éléments de documentation

Nom du Document à mettre en tête de la page :
« Document : BLOG B4 – Section [À propos] – « Prénom Surnom : Qui suis-je ? » »

Date de la consultation et/ou date de l'analyse en ligne à préciser :
« Date de consultation : 9 janvier 2019 »

Étape de l'analyse à préciser :
« Étape de l'analyse : mise au format Word »

Titre de l'article publié et datation :
L'article sera mentionné dans le nom du document sous forme de code. Ainsi le premier article posté et sélectionné pour faire partie de la section du blog « articles aléatoires » sera annoté A1.

Nous aurons donc par exemple :
Document : « B4–A1– Section [Découvrir] – sous-section [Nom de pays : tous les articles] – titre de A1 »

Traitement des signes plurisémiotiques et des éléments multimodaux

Les technosignes

Les émoticônes sont mentionnées comme telles. Une brève description de l'émoticône utilisée est désignée par sa nature puis par son action comme [émoticône – souriant la bouche ouverte] pour un « smiley » souriant la bouche ouverte, [émoticône – souriante] affichant un sourire bouche fermée par exemple.

Éléments iconiques

Les éléments iconiques sont notés selon leur nature et au moyen des étiquettes suivantes : [photo], [image] ou [carte].

À chaque photo publiée est attribuée une étiquette [photo]. Par voie de conséquence la publication de deux photos apparaît dans la structure du texte comme « [photo] [photo] » et ainsi de suite.

Dans les commentaires, la plateforme oblige les internautes à choisir un avatar par défaut ou une image ou bien propose de télécharger une photo personnelle. Il est nécessaire, ensuite, de préciser le prénom ou le pseudonyme de l'intervenant. Les photos montrant des visages ou des personnes de face ou de dos pourront être décrites dans l'encart [photo].

Prenons l'exemple du commentateur 1 dans un des billets de B6 :

« [photo d'une jeune femme] [prénom féminin – commentateur 1] [lien hypertexte blog voyage de commentateur 1] [date] [heure] ».

Vidéos

Les vidéos présentes sur les blogs sont mentionnées sous la forme [vidéo]. Leur finalité humoristique ou illustratrice est précisée. Ainsi, une vidéo relatant avec humour et en anglais les manies des adeptes du yoga est mentionnée comme [vidéo humoristique]. La plateforme choisie par le blogueur est également précisée. À cette même vidéo humoristique est attribuée l'étiquette [vidéo humoristique hébergée par YouTube].

Traitement des hyperliens

Les liens hypertextes seront systématiquement présentés entre crochets, soulignés et marqués de la couleur rouge ou bleue.
Une typologie de la « direction » du lien sera établie en fonction de la nature du site vers lequel l'internaute est dirigé. Ainsi, on différenciera deux grands types de lien : l'hyperlien interne (bleu) et l'hyperlien externe (rouge).

Hyperlien interne

L'hyperlien interne renvoie à un billet ou à une section de la structure du blog (concernant l'organisation ou la présentation du blog par exemple). Présenté entre crochets et souligné, il est différencié de l'hyperlien externe par la couleur bleue.

L'hyperlien interne renvoyant à un billet du blog B1 par exemple est noté [hyperlien vers billet B1] ;
L'hyperlien interne renvoyant à un billet lié à la présentation du blog B1 par exemple est noté [hyperlien vers présentation B1] ;
L'hyperlien interne renvoyant à une section ou un élément d'organisation textuelle lié à la structure du blog B1 est noté [hyperlien vers structure B1] ou [hyperlien interne].

Hyperlien externe

Si le lien renvoie vers tout autre site internet qui ne soit pas le blog étudié, la destination de l'hyperlien externe est mentionnée spécifiquement que cela soit vers un autre blog ou vers un partenaire commercial.

Les hyperliens externes apparaissent tout comme les hyperliens internes dans le corpus soulignés et entre crochets. Ils se distingueront de la couleur bleue de l'hyperlien interne par la couleur rouge.

On distingue selon la fonction remplie et leur site internet de destination différents types d'hyperliens :
L'hyperlien redirigeant l'internaute vers un autre blog voyage est noté : [hyperlien vers un blog voyage]. Si le blog voyage mentionné est un des blogs du corpus, par exemple B2, l'étiquette de l'hyperlien en fait mention de la sorte : [hyperlien vers le blog voyage B2] ;
L'hyperlien vers un partenaire commercial ayant un impact de rétribution sur l'activité du blogueur est noté : [hyperlien vers un site partenaire commercial] ;
L'hyperlien qui a une vocation informative (par exemple lorsqu'il s'agit d'une recommandation vers un site d'information publique et gratuit telle qu'un hyperlien dirigeant vers un site d'office de tourisme) est noté selon la norme suivante : [hyperlien vers un site informatif] ;
L'hyperlien à vocation de recommandation touristique (par exemple, lorsque le blogueur décide de promouvoir un lieu, un musée, un restaurant ou bien un hôtel en particulier) est annoté : [hyperlien de recommandation touristique].

La typographie interne au texte

Pour l'essentiel, la typologie en gras et en italique est respectée dans la mesure où elle dénote une volonté de l'auteur d'attirer l'attention du lecteur sur un groupe de mots. En revanche dans certains textes où le surlignement ou le soulignement est généralisé et rend flou la lecture du texte dans le corpus, cette typographie est supprimée. Les couleurs et le choix de la police (dans la mesure du possible du logiciel utilisé) sont respectés.

Dans une perspective d'homogénéisation de la typographie de présentation des billets constituant le corpus, la police Times New Roman et la taille 12 sont utilisées par défaut.

Les repérages au sein des échanges entre commentateurs

Les commentateurs seront désignés en tant que tel par leur ordre d'intervention dans l'espace de discussion.
C1 correspond au commentateur intervenant en premier.
RC1 correspond à la réponse de l'auteur du blog voyage au commentateur 1.

Annotation des objets / boutons numériques de partage

Les boutons de partage inclus systématiquement dans chaque intervention sont désignés par leurs symboles officiels ou bien par leur nom complet.

Ainsi, la mention écrite de « Reply » ou celle de « Share » est suivie d'un menu déroulant incluant les boutons logos de Twitter et de Facebook et est notée : « reply – share [Twitter] [Facebook] ».

Les publicités

Les encarts de publicités seront mentionnés dans la structure en vert et entre crochets. Le thème de la publicité sera précisé.
Ainsi : [encart publicitaire vers une agence de voyage pour le Japon] [hyperlien vers un blog voyage à vocation commerciale].