

MÉMOIRE

**Influence de la médiation auctoriale sur
le public d'un site d'auteur**

Master 2 mention Texte/Image : Arts, Lettres, Civilisation, Texte, Image
Spécialité : Livres et Médiations

Soutenu par Karl Forterre
sous la direction de Jean-François Cerisier
et la co-direction de Joachim Séné

Karl Forterre

L'influence de la médiation auctoriale du site d'auteur

**Sous la direction de Jean-François Cerisier et la
codirection de Joachim Séné**

Master 2 Livres et Médiations :
édition, commercialisation et vie littéraire

Université de Poitiers

Juin 2023

I. REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier mon directeur de mémoire Jean-François Cerisier ainsi que mon co-directeur Joachim Séné. Leurs conseils et leur soutien m'ont permis d'aborder ce travail de façon structurée et motivée.

Je souhaite également remercier mes professeurs et plus largement l'Université de Poitiers pour son accompagnement et son cadre d'étude. J'adresse plus particulièrement ma reconnaissance à Emilie Pezard qui a su susciter dès ma première année de licence en sciences du langage un engagement et un enthousiasme dans le travail littéraire, qui m'accompagne toujours aujourd'hui.

Merci à tous ceux et celles qui se sont rendus disponibles pour les interviews ainsi que le questionnaire.

Mes camarades de classe ont également été un soutien précieux et je les en remercie. Ensemble nous avons vécu des années riches et stimulantes.

Enfin je remercie profondément ma famille, ma mère m'a donné son soutien indéfectible dans les études. Mon grand-père m'a poussé autant moralement que dans un soutien matériel ponctuel, mais toujours plein de cœur. Leur patience, leur affection et leur compréhension ont été un vent qui m'a poussé jusqu'ici. Tenir le cap n'a pas été aisé, c'est un bonheur imbibé de sueur.

Merci également à mon amour. Notre soutien mutuel dans les études nous a portés bien au-delà de mes espoirs.

ABSTRACT

What influence does author mediation have on the audience of an author website?

Based on this question, this master memory explores the impact of authorial mediation on the audience of an author's website by examining the modalities of this mediation. A study was carried out to define this digital space, which has received little attention to date. A questionnaire was sent out to 102 people who had visited an author website, and interviews with people involved in the creation of author websites were recorded, transcribed and studied. The influence of mediation was explored through theoretical concepts raised by researchers such as Saussure, Barthe, Aristotle and Benjamin Hoffmann.

This work on several angles of the theme of digital mediation of the author and his auctorality is part of a study programme centred on books, their professions and mediation.

Related key words : Influence, authorial mediation, author's website, questionnaire, interviews, public, mediation, reception.

SOMMAIRE

I. REMERCIEMENTS	3
ABSTRACT	4
SOMMAIRE	5
II. INTRODUCTION	8
1) Cheminement vers ce sujet de mémoire	8
2) Présentation de la problématique	9
III. DÉFINITIONS	11
1) Définition de la médiation	11
2) Définition de l'auteur	12
3) Définition de la médiation auctoriale	13
4) Définition d'un site d'auteur	14
IV. HISTORIQUE PORTANT SUR LES SITES D'AUTEURS ET LA MÉDIATION	17
1) Depuis quand existe-t-il des sites d'auteurs et quelles ont été leurs évolutions ?	17
2) Depuis quand la médiation littéraire existe-t-elle et comment a-t-elle évolué ?	19
V. MÉDIATIONS ET VISÉES	21
1) Comment médier, pour qui et pourquoi ?	21
2) Visées du site d'auteur	23
3) Analyse par le modèle d'Engestrom	29
4) Médiation et interactions	32
VI. MÉTAPHORES : AUTEUR ET SITES D'AUTEURS	37
1) Positionnement dans le champ	39
2) Le site d'auteur : une métaphore à plusieurs visages	40
VII. SITE D'AUTEUR, POLITIQUE ET MÉDIATION	44
1) Schème herméneutique et fenêtre sur la vie publique de l'auteur	46
2) Postures d'écrivain	48

3) Partage du sensible	50
4) Storytelling : influences, marque et récits	52
5) Mémoire et transmission	55
VIII. UN AUTEUR EST-IL DAVANTAGE LU GRÂCE À SON SITE ?	57
1) Constitution d'une typologie de site	59
2) La recherche des sites	60
3) Processus de captation des sites d'auteurs	61
IX. QUI VISITE UN SITE D'AUTEUR ?	63
1) Définition de la cohorte	63
2) L'articulation du questionnaire	64
3) Préparation des entretiens	66
X. EXPLOITATION DES ENTRETIENS	69
1) Yves Aubard	69
2) Romain Naudin	72
3) Emmanuelle Pireyre	74
4) Jean-Charles Massera	78
5) Joachim Séné	85
6) Guillaume Teisseire	92
Grille d'analyse	99
Exploitation des données	102
1) Enquête par questionnaire	102
2) Analyse de la représentation des éléments sur le site d'auteur	108
FAIRE UN SITE D'AUTEUR, UNE APPROCHE LUDIQUE DE LA RECHERCHE	111
1) Pourquoi faire un site ?	111
2) Un site avec un visage	112
CHEMINEMENT EN TANT QUE FUTUR PROFESSIONNEL	115
1) Compétences acquises	115
2) Difficultés rencontrées	117

CONCLUSION	118
BIBLIOGRAPHIE	119
SITOGRAFIE	121
ANNEXE	128
1) Le guide d'entretien	128
2) Entretien de Yves Aubard	130
3) Entretien de Romain Naudin	142
4) Entretien avec Emmanuelle Pireyre	151
5) Entretien avec Jean-Charles Massera	163
6) Entretien avec Joachim Séné	178
7) Entretien avec Guillaume Teisseire	191
8) Questionnaire de l'enquête	210
9) Exemple d'analyse par dimensionnement des éléments	214
10) Page d'accueil du site d'auteur réalisé	215
11) Page auteur du site d'auteur réalisé	216
12) Page auteur des œuvres	217
13) Page des éléments graphiques	218
14) Page des mentions légales	219
15) Analyse proportionnel des éléments d'un site d'auteur	220

II. INTRODUCTION

1) CHEMINEMENT VERS CE SUJET DE MÉMOIRE

Dans mes premières réflexions autour de mon futur sujet de mémoire, j'ai eu comme première intention d'aborder une thématique en lien avec les auteurs. La place qu'ils occupent dans le processus de création précède l'ensemble des autres maillons de la chaîne du livre. En partant de l'auteur et de son produit fini, le livre, je me suis interrogé sur ce qui l'entoure. Mes cours sur la médiation ont eu comme effet d'orienter ma pensée vers la médiation auctoriale. Celle-ci a comme cible privilégiée le lecteur et ce lien polymorphe qui passe au travers de tant de médias m'a intrigué. Des signatures en librairie, aux passages sur les plateaux télé en passant par les podcasts ou encore les ateliers d'écriture, l'expression des auteurs m'a semblé être un espace ouvert et varié. La recherche d'un directeur de mémoire m'a conduit à la rencontre du directeur de l'unité de recherche Techné¹ et ancien vice-président de l'université de Poitiers, Jean-François Cerisier. Cette rencontre a été une opportunité d'échanges qui ont affiné mes idées et précisé la thématique de ce travail de recherche et sa problématisation. Le site d'auteur en tant que support à la médiation s'est imposé rapidement. La source d'information et de paratexte majeure qu'est le web porte à l'intention de qui y oriente son regard, cette vitrine qu'est le site d'auteur. Ma compréhension de l'histoire de ce média et de ses codes est soutenue par l'expérience de l'auteur, webdesigner et intervenant auprès de l'Université de Poitiers, Joachim Séné, au travers de sa codirection du mémoire. Les possibilités variées et polysémiques du site d'auteur ont suscité mon attention et une volonté de m'exercer à cette démarche de médiation. Les

¹ Technologies Numériques pour l'Éducation

recherches préliminaires sur les plateformes de recherche comme Odébu+ ou Cairn ont été un terreau fertile de pistes à étudier grâce aux essais et articles universitaires présents. Ces réflexions encore balbutiantes ont alimenté une thématique qui a progressivement pris la route d'une problématique. L'expression auctoriale mêlée aux possibilités du web m'a permis d'observer des sites d'auteurs d'une grande richesse. L'enthousiasme s'est néanmoins confronté aux limites du réel, celles du temps. Ce qui, après des échanges avec mes encadrants m'a amené à me diriger vers un travail qui soit adapté. C'est après de premières propositions de thématiques de recherche lors d'un entretien et d'échanges autour d'un plan ainsi qu'un rétroplanning qu'a pu débuter mon mémoire. En complément des recherches sur la médiation, je me suis prêté à l'exercice de produire un site d'auteur afin d'appliquer les observations, constats et conclusions qui baliseront la rédaction de cet écrit.

2) PRÉSENTATION DE LA PROBLÉMATIQUE

Quelle est l'influence de la médiation auctoriale sur le public d'un site d'auteur ?

Cette problématique vise à déterminer l'effet qu'aurait la médiation auctoriale si elle existe, sur le public d'un site d'auteur. L'objectif est d'explorer les effets possibles de cette médiation sur le public. Cette influence va se mesurer par différents outils. Tout d'abord, j'ai réalisé une enquête afin de permettre d'avoir un retour déclaratif d'un échantillon de 102 personnes qui auront été au contact d'un site d'auteur. Le formulaire apporte des éléments qui sont contraints par les limitations de son support et de son public. A cette enquête s'ajoute une série d'entretiens qui vise à obtenir une réponse plus qualitative. Leurs

transcriptions rapportent des éléments en lien avec l'expérience des personnes qui s'expriment. Les paroles rapportées vont de celles de l'auteur à l'éditeur en passant par les concepteurs de sites d'auteurs. Questionner l'influence exercée par l'auteur demande également un apport théorique, qui appelle des concepts soulevés par Saussure, Barthe, Aristote et Benjamin Hoffmann plus spécifiquement pour son travail concernant le site d'auteur.

Cette problématique interroge l'action de l'auteur. Quel est l'impact de celle-ci de l'auteur sur une toile numérique mouvante ? Qui sont ses visiteurs ? L'auteur tient un espace qui lui appartient et médie un public avec ses écrits. Il met en relation le littéraire et le visiteur dans une création qui ne se dessine pas à l'encre.

Définir la médiation et son versant auctorial est la première nécessité que j'ai rencontrée pour explorer cette thématique. La médiation et ses outils sont nombreux. Les instruments de médiation ont une importance toute particulière. Le site, cette vitrine, cette création est régulièrement celle d'un auteur, auteur qui a pour caractéristique première sa capacité à créer.

La question du public est également importante. La réalisation de cette enquête auprès d'un public a pour objectif de constater une part de l'influence de cette médiation. Une enquête qui ne saurait être exhaustive du fait de l'impossibilité d'interroger tous les lecteurs ou tous les internautes a été réalisée auprès de personnes proches du livre (des éditeurs, des libraires, des lecteurs, des étudiants, des universitaires) ainsi que plus généralement des personnes de mon entourage afin d'avoir un retour sur l'expérience de celles-ci pour confirmer ou infirmer l'influence de la médiation. Médier la culture et plus précisément l'objet qu'est le livre ainsi que son auteur est un exercice qui sera également

exploré afin de constater si l'effet des créateurs de sites d'auteurs est conforme à la réception des visiteurs de ce type de site. Pour explorer la question, des entretiens ont été réalisés et leurs résultats analysés.

III. DÉFINITIONS

Définir est une étape qui m'a été nécessaire afin de mieux saisir les éléments qui composent mon questionnement. Dans cette démarche mon choix s'est porté sur le TLFI (Trésor de la Langue Française Informatisé) qui est un dictionnaire édité par le CNRS (Centre National de la recherche scientifique) dont la richesse est de rassembler l'usage usuel et universitaire.

1) DÉFINITION DE LA MÉDIATION

Le terme de médiation trouve son origine dans l'ancien français (fin XIV^e siècle) « Médiacion » qui désignait l'action d'intermédiaire entre les dieux et les humains. Selon le TLFI², la médiation se définit en ces termes : « Fait de servir d'intermédiaire entre deux ou plusieurs choses. » D'après ce même dictionnaire, une seconde définition usuelle est proposée : « Entremise destinée à concilier ou à faire parvenir à un accord, à un accommodement des personnes ou des parties ayant des différends. »

D'après J.-F. Six, dans *Le temps des médiateurs*³ (1991) la littérature est le terrain d'une médiation créatrice s'il est question d'un premier contact avec certaines œuvres ou d'une médiation rénovatrice avec laquelle les éléments nouveaux portés à l'attention du visiteur vont relancé son intérêt pour l'auteur et ses écrits.

² Définition de médiation du dictionnaire TLFI consulté le 08/08/2022 à l'adresse : <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=3726725040;>

³ Jean-François, Six. (1991). *Le temps des médiateurs*. Seuil.

L'auteur se pose en artisan dans la création de cette relation, ce qui donne le caractère auctorial de la médiation. Cette médiation qui se caractérise par la nature de son émetteur s'appuie sur l'ethos de l'auteur aussi nommé ethos auctorial par Ruth Amossy⁴ et sa posture, comme définie par Jérôme Meizoz⁵. Selon Ruth Amossy l'ethos auctorial se nourrit des discours éditoriaux de l'auteur ainsi que des critiques et des publications diffusées par de tierces personnes. La posture de Meizoz est un prolongement du placement dans le champ comme théorisé par Bourdieu⁶. Le rapport didactique mis en place par l'auteur désigne un « chercheur » et un « curieux », une personne en position d'ascendant et un sujet qui dépend de la posture de l'auteur pour se positionner. Cette posture désigne les modalités d'interaction et de perception mises en place par l'auteur.

Sans ces modalités qui composent la posture et au passage l'image perçue par le public, cet ethos auctorial reçu, on ne pourrait parler de médiation auctoriale, tant celle-ci repose sur la reconnaissance de l'auteur comme tel, pour qu'elle soit nommée ainsi.

2) DÉFINITION DE L'AUTEUR

Ce substantif masculin est défini par le TLFI⁷ comme « Celui ou celle qui est la cause première ou principale d'une chose. » Dans une

⁴ Amossy, Ruth. (2009) *La double nature de l'image d'auteur*. Argumentation et Analyse du Discours. no 3. consulté le 20/04/2023 à l'adresse : <http://aad.revues.org/index662.html>

⁵ Meizoz, Jérôme. (2007). *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*. Genève-Paris : Slatkine EruditiMon. consulté le 12/03/2023 à l'adresse : <https://journals.openedition.org/aad/753>

⁶ Sapiro, Gisèle. (2021). Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social. revue Tome X N°1 p.45-51 consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <https://journals.openedition.org/hrc/5575>

⁷ Définition de l'auteur du dictionnaire TLFI consulté le 08/08/2022 à l'adresse : <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?11;s=4144516530;r=1;nat=;sol=0;>

expression plus usuelle, l'auteur est défini également comme « Celui à qui l'on attribue la responsabilité originelle de certains propos, de certains actes. » La Société des gens de lettres, qui est reconnue d'utilité publique par l'Etat français a pour « mission la défense du droit moral, des intérêts patrimoniaux et du statut juridique et social de tous les auteurs de l'écrit⁸ ». Elle définit un auteur en tant qu'individu ayant publié un livre à compte d'éditeur⁹. Cette seule condition pose la frontière de l'auctorialité sur un plan financier, là où le TLFi pointe un acte performatif du processus de création qui propulse spontanément le créateur au rang d'auteur. L'auteur se définit ici sur plusieurs plans qui se disputent la qualification d'une profession, d'une personne, d'un personnage, d'une posture et d'un mythe. J'explicitai ce dernier terme dans la suite de mon propos.

3) DÉFINITION DE LA MÉDIATION AUCTORIALE

La médiation auctoriale est un processus par lequel l'auteur met en relation le public avec son travail. Ses supports divers incluent les rencontres en librairies, les réseaux sociaux, les passages à la télévision et la présence sur un site d'auteur. Par la médiation auctoriale, l'auteur cherche à favoriser l'accès de son œuvre au public. Cette médiation mobilise l'ethos de l'auteur afin qu'il se situe dans le champ de la littérature. L'expression de cette ethos auctorial par l'affirmation de valeurs devient une image publique facilitant l'identification de l'auteur et de ses œuvres à travers lui.

⁸ Site du Syndicat national de l'édition consulté le 15/12/22 à l'adresse : https://www.sne.fr/partenaire_type/societes-dauteurs/#:~:text=La SGDL est une institution,6000 auteurs de l'écrit.

⁹ Site de la Société des gens de lettres consulté le 15/12/22 à l'adresse: <https://www.sgdl.org/sgdl-accueil/la-sgdl/adherer-a-la-sgdl/comment-adherer>

4) DÉFINITION D'UN SITE D'AUTEUR

Un site dans le registre de l'informatique est défini de la façon suivante : « Emplacement, lieu, endroit où se trouve installé un ordinateur ou tout autre matériel¹⁰ » (Ging.Lauret 1982). Cette définition du TLFi qui désigne le site informatique n'est pas pleinement adaptée à notre sujet qui se situe sur le web. L'Office québécois de la langue française quant à lui propose la définition suivante : « Lieu où se trouve implanté un hôte Internet et qui est identifié par une adresse Internet. ». Cette définition d'outre atlantique apparaît plus adaptée à notre travail même si nous devons nous écarter de cette définition pour nous rapprocher de ce que nous appellerons le site d'auteur.

Le site d'auteur est implicitement lié au web, il est donc l'endroit dans lequel se situe l'auteur sur le web (qui est une abréviation de World Wide Web).

Après des recherches, il s'avère qu'il n'y a pas de définition communément admise pour le terme site d'auteur. Afin de partir d'une base qui permettra de structurer la suite, je formule cette proposition de définition :

Un site d'auteur est une page web ou plus largement un espace numérique qui porte sur l'auteur et son œuvre indistinctement de tout autre critère.

Dans ce cadre, un certain nombre de critères peuvent être étudiés sans être excluants face à cette définition.

L'origine du site n'est pas déterminante. Il peut avoir été réalisé de la main de l'auteur, par un prestataire, son éditeur ou des lecteurs. Des

¹⁰ Définition de site du dictionnaire TLFi consulté le 08/08/2022 à l'adresse : <https://cnrtl.fr/definition/site>

institutions ou des lecteurs assidus peuvent être à l'origine d'un site portant sur un auteur défunt. Il est logique de rencontrer pour les auteurs les plus célèbres une myriade de sites. Ils peuvent se croiser dans les données qu'ils présentent ou se distinguer dans leur approche par bien des aspects comme leur orientation. Tous les auteurs n'ont néanmoins pas de site. La promesse originale du web d'un homme, est celle d'une page, d'une adresse¹¹ où il serait libre de s'exprimer, a glissée vers un modèle où l'on doit se confronter aux contraintes des plateformes et où l'adresse de l'auteur est essentiellement son nom. Ce nom est le point d'ancrage qui nous permet de le retrouver, sur les réseaux sociaux, son site personnel ou celui de l'éditeur.

L'orientation du site peut varier selon les intentions des concepteurs du site. Vouloir rendre un hommage à une œuvre ou un auteur est une volonté qui se distingue d'objectifs commerciaux. Il est peu probable qu'un site ait été fait sans objectifs. Quand bien même ils n'ont pas été conscientisés, ils orientent la forme de celui-ci. La plateforme du site d'auteur n'est en rien anodine, car elle porte des contraintes et des caractéristiques rendant saillants certains aspects de la vie ou de l'œuvre de l'auteur.

Les outils exploités pour constituer le site d'auteur sont nombreux. L'outil de gestion de contenu WordPress est un élément incontournable parmi les sites d'auteurs. Son premier objectif lors de sa création en 2003 était de permettre à tous de créer un blog¹². Cet outil a été saisi par un nombre croissant d'individus, dont des auteurs qui n'étaient plus contraints par la nécessité d'acquérir ou de quérir des compétences en

¹¹ Olivier, Ertzscheid. (2012, 28 novembre) et consulté le 30/05/2023 à l'adresse : https://www.liberation.fr/ecrans/2012/11/28/le-web-promesse-tenue_953297/?page=article

¹² Maddy, Osman. article de Kinsta. (2021, 29 avril) consulté le 08/08/2022 à l'adresse : <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=1637760195;>

développement pour être représentés dans leur espace numérique. La technique qui permet la présence numérique du site d'auteur pose des questions éthiques et économiques associées à l'hébergement, mais aussi des questions d'accessibilité.

Une interface est porteuse d'un message. Un compte Twitter étant limité en caractères se distingue de la convivialité de Facebook où nous avons la liste de nos proches et moins proches. Les réseaux sociaux sont en concurrence avec les sites d'auteurs, en plus de pouvoir être alimentés en parallèle de ceux-ci. Sur son site, l'auteur est seul maître à bord, ses seules limites étant créatives et techniques. Il est tout à fait possible d'innover autant que de s'aligner sur des codes et pratiques communément associées à l'exercice de création du site d'auteur.

Le site d'auteur couvre des réalités et usages propres à chaque auteur. Partager ses conseils d'écriture ou ses avancées quand d'autres décortiquent l'actualité ou formulent des critiques, forts de leur expertise, sont autant d'usages dont le site d'auteur peut être le théâtre. Entre les pixels peut se former une communauté, une vie interactive, qui par l'espace communautaire gravite et interagit avec l'auteur. Le site d'auteur est un espace de création qui par son caractère public est une chambre de résonance à la parole de l'auteur.

IV. HISTORIQUE PORTANT SUR LES SITES D'AUTEURS ET LA MÉDIATION

1) DEPUIS QUAND EXISTE-T-IL DES SITES D'AUTEURS ET QUELLES ONT ÉTÉ LEURS ÉVOLUTIONS ?

Pour que le site d'auteur voit le jour, il lui fallait un toit et les moyens d'être construit. Le Web naît le 12 mars 1989 et les sites d'auteurs ont évolué parallèlement à Internet lui-même¹³.

Les auteurs précurseurs ont pu bénéficier à partir des années 90 de l'arrivée du langage HTML¹⁴ qui permettait de créer une page et de la structurer par l'usage de balises. Ce langage permet d'intégrer des images qui peuvent dès lors accompagner le texte. C'est l'opportunité de prendre des photos des livres et de diffuser le portrait de l'auteur. Les premiers sites étaient verticaux en comprenant peu d'éléments graphiques.

C'est à partir des années 90 que les premières animations flash peuvent rejoindre les sites pour les animer, mais également ajouter de l'interactivité.

A partir de 2004 débute un âge d'or des blogs qui sont passés de 5,4 millions cette même année à 63,1 millions en 2006 selon Technorati¹⁵. L'arrivée de ce grand nombre de blogs a permis à de nombreux auteurs d'interagir différemment avec leurs lecteurs en passant par l'espace commentaire. La publication régulière de posts ou de billets d'humeur

¹³ Article anonyme du Site du CIGREF consulté le 12/11/22 à l'adresse : <https://www.cigref.fr/archives/histoire-cigref/blog/internet-25-ans-d-histoire-le-contexte-et-plus/>

¹⁴ Jo, Jung. (2018, 4 septembre). article du site The Conversation du consulté le 03/02/2023 à l'adresse : <https://theconversation.com/a-nostalgic-journey-through-the-evolution-of-web-design-98626>

¹⁵ Article anonyme du Journal du Net consulté le 15/02/23 à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/diaporama/0612-chiffres-cles/10.shtml>

était un mode de communication direct qui ne nécessitait pas l'aval de la maison d'édition. Cette proximité nouvelle rendait possibles des interactions nouvelles qui permettaient aux auteurs de partager leur vie personnelle et de rompre avec la figure de l'auteur isolé. Les billets d'humeur, les photographies de leur chat, les extraits de livres à paraître sont autant de privilèges que d'intrusions dans la vie de l'auteur qui était jusque-là si inaccessible. Les blogs permettent l'agrégation d'une communauté autour de l'auteur et de ses écrits comme le témoigne le chercheur et professeur René Audet¹⁶.

La constitution de cette communauté s'est renforcée avec des outils de communication plus directs encore et spontanés avec l'arrivée des réseaux sociaux à partir de la fin des années 2000. Avec Facebook, Twitter et Instagram, une partie de la vie numérique des auteurs s'est déroulée sur ces plateformes. Les interactions y sont plus nombreuses que sur le blog avec une plus grande capacité de diffusion par le public de l'auteur, de son actualité, de ses tranches de vies et opinions. La possibilité de liker, de retweeter ou de republier un contenu sur sa page sont autant d'outils qui permettent de s'approprier les contenus.

Les sites personnels cohabitent avec les réseaux sociaux. Certains se limitent au statut de site vitrine quand d'autres saisissent les opportunités liées au progrès technique. Désormais les sites sont en capacité de stocker des vidéos et de grandes quantités de photographies ainsi que des documents audio. L'écrivain et éditeur François Bon présente sur son site Tiers Livre¹⁷ expose un panel conséquent des

¹⁶ Audet, René. (2019). Penser les carnets numériques d'écrivain : écritures médiatisées et réinvestissement de l'idée de publication. *Études littéraires*, 48(1-2), 177–190. consulté le 15/08/2022 à l'adresse : <https://doi.org/10.7202/1057998ar>

¹⁷ François, Bon, site Tiers Livre consulté le 15/06/2022 à l'adresse : <https://www.tierslivre.net/> con

possibilités qu'offre le site d'auteur. Les fonctionnalités présentes y sont nombreuses, tout comme les chances qu'un visiteur y trouve ce qu'il cherche.

La publication en ligne a créé depuis 2010 un nouvel espace de création et d'expression des auteurs. Après la création de Wattpad en 2006¹⁸ aux côtés de celle de Plumes d'Argent en 2007¹⁹, les auteurs ont eu l'opportunité de partager des œuvres en échangeant avec leurs lecteurs tout au long du processus d'écriture. Cette nouvelle forme d'écriture et de connexion à son public a permis de mettre au jour de grands succès littéraires comme *La Passe-Miroir* de Christelle Dabos.²⁰

Depuis qu'Internet s'est fait le porte-voix de l'auteur et que celui-ci a pris ses quartiers dans le site d'auteur, cet espace n'a eu de cesse d'évoluer et d'innover en suivant l'air du temps.

2) DEPUIS QUAND LA MÉDIATION LITTÉRAIRE EXISTE-T-ELLE ET COMMENT A-T-ELLE ÉVOLUÉ ?

La médiation littéraire en France est un domaine en constante évolution, marquée par des mutations profondes tout au long de son histoire. Elle est une pratique sujette aux évolutions de la société et des technologies. Elle implique de multiples acteurs comme les bibliothèques, les librairies, la presse, la télévision et le web ainsi que les auteurs eux-mêmes. Les salons littéraires du XVIII^e siècle médiaient les

¹⁸ Article anonyme de BFMTV du 19/03/2016 consulté le 26/09/22 à l'adresse : https://www.bfmtv.com/culture/wattpad-la-plateforme-de-lecture-qui-inspire-des-millions-d-adolescentes_AN-201603190035.html

¹⁹ Site Plume d'Argent consulté le 26/09/22 à l'adresse : <https://www.plumedargent.fr/page/historique#:~:text=Création,Argent a été une idée.>

²⁰ Christelle, Dabos, *La Passe-Miroir*, tome 1 : Les Fiancés de l'hiver, Gallimard Jeunesse, 2013.

livres en offrant un espace pour les écrivains et les intellectuels. Ceux-ci formulaient des critiques et échangeaient sur les œuvres²¹.

Avec l'arrivée d'Internet dans les années 1990, cette médiation s'est étendue au monde numérique avec les réseaux sociaux et les sites web. Les lois Ferry de 1881 et 1882 ont étendu les opportunités de rencontre du littéraire en instaurant la gratuité de l'enseignement et des manuels scolaires pour tous. Les librairies jouent un rôle en tout temps de mise en relation entre un public et une œuvre. Cette rencontre a été favorisée par des politiques publiques comme la loi Lang de 1981 portant sur le prix unique du livre pour que le secteur soit vigoureux et pourvu d'un important maillage de librairies. La création de la BNF (Bibliothèque Nationale de France) a été une importante étape également, car elle permet la consultation d'un grand nombre d'ouvrages dont ceux soumis au dépôt légal institué par François Ier en 1537²². La médiation littéraire évolue et se transforme avec son époque. Elle a connu une transformation importante dans les années 1950 et 1960, avec l'arrivée de la télévision qui rapidement trouve sa place dans un grand nombre de foyers. L'émission littéraire *Apostrophes* animée par Bernard Pivot a permis d'introduire un grand nombre d'écrivains auprès du grand public, en offrant un espace de discussion entre les auteurs et les lecteurs.

La médiation littéraire passe par bien des visages et biens des acteurs. Des parents qui poussent leurs enfants à la lecture aux agences régionales du livre qui contribuent à la mise en relation de la population avec le livre, tous médient pour que naissent de nouvelles expériences littéraires. L'auteur quant à lui est le médiateur le plus proche de sa

²¹ Théroutin, Amandine, article de la revue *Postures* consulté à l'adresse : <https://revuepostures.com/fr/articles/dememetherouin-24>

²² Site de la BNF consulté le 20/02/2023 à l'adresse : <https://www.bnf.fr/fr/quest-ce-que-le-depot-legal#:~:text=Institué en 1537 par François,la mémoire collective du pays>

création, ce qui en fait un acteur singulier qui intrigue ses lecteurs. C'est pourquoi il attire lors de ses rencontres et que ses lectures peuvent être écoutées sans qu'il n'ait à justifier de compétences d'orateur.

Maintenant que nous avons défini et parcouru un rapide historique des sites d'auteurs, nous allons entrer dans la partie théorique de ce mémoire. La prochaine partie va creuser la question de la médiation et des objectifs d'un site d'auteur. Dans un second temps la place de la politique dans ces sites sera étudiée avant d'aborder le rôle de la métaphore dans le site d'auteur.

V. MÉDIATIONS ET VISÉES

1) COMMENT MÉDIER, POUR QUI ET POURQUOI ?

Un des premiers enseignements de mon directeur de mémoire, Jean-François Cerisier et de la chercheuse Laëtitia Pierrot²³ dans leurs cours de médiation numérique concernait l'analyse de la construction d'une médiation. Il y est explicité un processus d'analyse de la médiation qui implique une série d'interrogations.

La première est d'interroger qui émet le message et quelle est sa posture. L'émetteur du message est l'auteur, ou du moins sa représentation. Dans la plupart des cas les auteurs s'expriment directement sur leur espace numérique, mais quand ils ne trouvent plus le temps d'échanger, ou qu'ils souhaitent professionnaliser leur communication, ils peuvent faire intervenir un animateur professionnel pour leur communauté. Cet animateur peut également être substitué par un professionnel du web qui possède un bagage plus adapté pour mettre à jour l'espace numérique de l'auteur. Il a été constaté dans les mentions

²³ Laëtitia Pierrot, Jean-François Cerisier. Diapositive, *Culture(s) et médiation (s) numérique(s)* LICENCE 3 - SEMESTRE 6 (UE4), LEEM 2021

légales de plusieurs sites d'auteurs que celui-ci était directement géré par l'éditeur qui se présente donc au visiteur avec l'image de l'auteur. C'est le cas du site de Guillaume Musso dont l'éditeur Calmann-Lévy édite son site²⁴. La posture comme évoquée plus tôt est un élément qui module l'échange et qui est donc à prendre en compte. La construction du site, sa composition et son organisation positionnent l'auteur d'une façon qui est porteuse de sens. Mettre au premier plan des extraits de ses œuvres en mettant de côté une imposante biographie assortie d'une photographie ne constitue pas la même posture que d'articuler la page autour d'une esthétique centrée sur des couvertures et un visage.

Qui est le destinataire du message est une question importante afin de savoir si l'expression de l'auteur est adaptée au public. Dans la partie méthodologique de l'enquête, nous aborderons cette question pour obtenir un aperçu du profil des visiteurs du site d'auteur.

La nature du message livré est au centre du processus de médiation. Tout l'enjeu est de réunir les conditions de recevabilité à ce message pour que naissent une rencontre entre le public et le contenu. Le message doit être adapté aux circonstances de médiation et inversement pour que cette rencontre soit possible. Sur le site, énormément de contenus peuvent être médiés et pas seulement de la littérature, en atteste le témoignage de Jean-Charles Massera²⁵ dans l'entretien que nous avons réalisé, où la place de l'art contemporain était conséquente. Il en est de même pour Emmanuelle Pireyre²⁶ qui ajoute à ses livres, ses performances et ses travaux littéraires sur son site.

²⁴ Site de Guillaume Musso consulté le 15/09/23 à l'adresse : <https://www.guillaumemusso.com/mentions-legales-0>

²⁵ Entretien avec Jean-Charles Massera p.163

²⁶ Entretien avec Emmanuelle Pireyre p.151

L'auteur ne maîtrise pas où et quand est reçu l'objet de sa médiation. Il est nécessairement dépendant des conditions de consultation de son site sur lesquelles il n'a pas de prise. Le support de visionnage, tout comme l'environnement, ne sont pas à la portée de celui-ci.

La visée de la médiation répond à pourquoi celle-ci est réalisée. Les objectifs, qu'ils soient identifiés en aval ou à posteriori de la création du site, permettent une fois qu'il le sont, d'affiner la médiation pour la rendre plus efficace.

Les moyens mis en place ne sont pas à ignorer, car ils conditionnent la faisabilité de la médiation. Ceci se caractérise dans l'espace numérique où la contrainte technique est abondamment abordée dans différents entretiens. Yves Aubard²⁷ s'est formé à la programmation pour réaliser son site quand d'autres devaient faire appel à des professionnels ou des proches pour réaliser leur site d'auteur²⁸.

2) VISÉES DU SITE D'AUTEUR

Les orientations des sites peuvent être multiples. Après avoir été classée en deux catégories par Valérie Beaudouin²⁹ entre les sites vitrine qui sont des espaces de promotion des livres et événements d'un côté et les espaces de construction de relation et d'expérimentation de l'autre, une typologie alternative a été formulée. Benjamin Hoffman dans son article *Le site d'auteur : un nouvel espace d'investigation critique*³⁰

²⁷ Entretien avec Yves Aubard p.130

²⁸ Entretien avec Jean-Charles Massera p.163

²⁹ Beaudouin, Valérie. (2012). Trajectoires et réseau des écrivains sur le Web: Construction de la notoriété et du marché. *Réseaux*, 175, 107-144. <https://doi.org/10.3917/res.175.0107>

³⁰ Hoffman, Benjamin, *Le site d'auteur : un nouvel espace d'investigation critique*, revue, French Studies, Vol. LXX, No. 4, 565–580

distingue quatre dominances sur un site d'auteur. Cette dominance peut-être promotionnelle, artistique, paratextuelle ou encore à composante communautaire.

La dominante promotionnelle se caractérise par l'orientation vers la vente. Ce site vitrine vend les livres en encourageant l'achat avec des liens vers des librairies, mais également en rendant l'objet livre aussi attrayant que possible. Cette médiation à l'achat passe également par la valorisation de prix reçus. Cette vitrine virtuelle permet de présenter visuellement de nombreux livres avec d'éventuelles critiques flatteuses qu'aurait pu émettre la presse. Cet outil marketing, connu des éditeurs, est d'une importance suffisante pour qu'une maison d'édition comme Calmann-Lévy avec Guillaume Musso³¹ ou Albin Michel avec Amélie Nothomb³² édite leur site. L'auteur est également à valoriser avec sa photographie et sa biographie. On valorise l'image de l'auteur en créant une proximité par le partage d'informations personnelles. Partager sa vie contribue à la constitution d'une proximité visant à améliorer l'estime de l'auteur. La vente directe est un atout pour celui dont la priorité est mercantile, car elle permet d'éviter de payer les 35 à 40% du prix du livre que toucherait le libraire lors d'une vente en boutique³³. La promotion de l'auteur et de son œuvre sur un site crée une carte de visite qui est facilement échangeable. Elle retrace le parcours de l'auteur qui permet d'éviter des erreurs lors de rencontres comme le souligne Jean-Charles Massera dans son interview. Le partage de cette carte de visite au travers

³¹ Site de Guillaume Musso consulté le 15/09/23 à l'adresse : <https://www.guillaumemusso.com/mentions-legales-0>

³² Site d'Amélie Nothomb consulté le 17/09/23 à l'adresse : <http://www.amelie-nothomb.com/mentions-legales/>

³³ Frédéric, Georges, article publié le 20/10/2015 consulté le 08/02/2023 à l'adresse : <https://actualitte.com/article/36667/distribution/prix-du-livre-toute-la-verite-sur-l-economie-de-l-edition>

d'un simple lien en fait un outil de communication facilement transmissible qui nécessite peu d'efforts pour être partagé. La promotion de l'auteur contribue à la création d'une posture. Dans sa biographie ou au travers de sa photographie, l'auteur se présente au visiteur sous un jour répondant à une esthétique qui le positionne.

Il y a ici plusieurs médiations qui se côtoient. Il y a la médiation qui lie le public à l'œuvre et celle qui lie l'auteur au public. La première est présente dans l'exposition d'extraits et d'œuvres intégrales ainsi que dans tous les mécanismes d'incitation à l'achat ou d'accumulation de capital symbolique au profit de l'œuvre avec les critiques de presse ou de grands lecteurs disposant de ce capital symbolique. Dans le second cas, on valorise en premier lieu l'auteur dans sa personnalité, son ethos et sa posture qui s'expriment à travers le site et les photographies ainsi que dans l'exposition de sa vie personnelle. Ces médiations peuvent se superposer. C'est le cas dans la pratique d'un journal de bord de l'écrivain. A la création de contenus paratextuels s'ajoute une mise en scène de l'auteur de façon implicite avec la mention du contexte et du processus interne d'écriture, mais il est également centré sur le processus de création qui aboutit à un écrit, car c'est à cet écrit que l'on a constitué un historique. Le journal de bord de l'écrivain retrace le processus d'écriture en s'approchant dans sa finalité davantage d'une biographie des œuvres. Ces deux processus de médiations cohabitent dans une mesure, car la valorisation du livre a un retentissement sur l'auteur. Les auteurs célèbres le sont, car leurs livres sont célèbres, mais ce processus peut être inverse. Ceci, est observable dans le cas de personnalités politiques ou plus généralement de stars qui n'ont pas été découvertes grâce à leurs compétences d'écritures qui arrivent à aboutir à la rencontre d'un important public avec une première publication. Il est raisonnable de

penser que la forte promotion de l'auteur déjà établie avant même l'accession à ce statut et l'auctorialité qui y est associée, ait bénéficié à l'œuvre.

Le site de l'auteur peut au travers de sa promotion mettre en avant des actions de médiation périphérique au site d'auteur. Ces actions qui se passent en dehors de celui-ci peuvent être des rencontres en librairie ou des lectures publiques. Ces promotions de médiations périphériques par l'auteur peuvent trouver leur place en dehors du site personnel de l'auteur, comme c'est le cas sur le site de l'éditeur Editis. Dans le sous-domaine nommé Bureau des éditeurs, Editis fait la promotion de ses auteurs de façon conventionnelle avec une photo et une biographie, mais il est également ajouté sur quelles thématiques celui-ci peut faire des médiations. L'auteur de littérature jeunesse et de thriller, Gaël Aymon³⁴ par exemple, est présenté sur le site de l'éditeur comme pertinent sur les thématiques des stéréotypes et du harcèlement. Ceci peut créer l'impulsion d'un contact de la part d'un établissement scolaire ou une médiathèque pour organiser une rencontre ou un autre dispositif de médiation. Il est à noter que la présence de l'auteur sur le site de l'éditeur offre de la visibilité au site personnel de l'auteur qui est mis en avant sur la page. L'éditeur médie par son Bureau des auteurs, l'auteur, ses titres, sa capacité de médiation ainsi que son propre site d'auteur.

Le caractère artistique d'un site d'auteur passe par les choix graphiques et l'interactivité qui y est insufflée. Le choix des couleurs et de la typographie peuvent être des éléments qui peuvent contribuer à faire du site d'auteur une œuvre d'art en soi. La création d'une ambiance peut constituer l'œuvre tout comme la présence d'extraits d'œuvres

³⁴ Site d'Editis, Bureau des auteurs consulté le 18/03/2023 à l'adresse : <https://bureaudesauteurs.com/#infoAuteur?id=290>

littéraires sur le site. Il est difficile de classer ce qui relève de l'art ou non dans le cas du site d'auteur au même titre que dans le cadre de l'art plus généralement, tant cette considération se confronte à des notions subjectives. Ici nous caractériserons la dominance artistique par l'intentionnalité de faire du site d'auteur une œuvre. Des sites comme celui de Jean-Philippe Toussaint³⁵ se remarquent par leur construction originale. La spatialisation de la médiation au travers d'une carte qui pointe des lieux qui peuvent autant mener vers un livre qu'une biographie marque une significative recherche de conception. Plus généralement, cette visée artistique est exprimée au travers d'une charte graphique innovante assortie d'un style si original qu'il suscite spontanément la question de la qualification du site en art.

La dominante paratextuelle d'un site d'auteur se situe dans la présence d'éléments textuels associés à l'œuvre ou l'auteur. Des textes inédits de l'auteur rentrent dans cette catégorie tout comme des carnets de l'écrivain ou l'auteur retrace son processus d'écriture ou des billets d'humeur. Ces éléments alimentent un contexte qui permet en en prenant connaissance d'avoir de nouvelles clés de compréhension et de récompenser le visiteur curieux par des éléments informatifs ou inédits. Un auteur qui archive sur son site d'auteur des interviews ou des articles de presse rejoint cette catégorie. Quand Yves Aubard, l'auteur de la saga des Limousins expose sur son site des arbres généalogiques, des textes inédits ou des versions en couleurs d'éléments présents dans ses livres, ceci s'inscrit dans une démarche poussant un site vers une dominante paratextuelle³⁶.

³⁵ Site de Jean-Philippe Toussaint consulté le 20/11/2022 à l'adresse : <http://www.jptoussaint.com/index.html>

³⁶ Entretien avec Yves Aubard p.130

La dominante communautaire nécessite une participation extérieure au seul auteur. Elle peut passer par une contribution d'autres auteurs sur un site d'auteurs collectif, mais également par le public. A ce titre Babelio ou encore Wikipédia s'inscrivent dans la famille des sites d'auteurs. Ils rassemblent sur une page dédiée à un auteur unique une somme conséquente d'informations allant de sa biographie à sa bibliographie en passant par un relevé de ses prix et critiques. D'une façon différente, les plateformes d'écriture partagent cette visée communautaire. L'auteur est maître d'une page sur laquelle il peut dispenser des informations sauf qu'ici, il peut de plus écrire en s'exposant aux regards et aux commentaires de ses lecteurs. La présence de cette communauté peut dépasser le commentaire et être co-constructeur du site. C'est le cas sur Wikipédia où l'auteur n'est pas nécessairement au courant ou en accord avec ce qui est formulé sur sa page. Des auteurs célèbres qui sont décédés depuis longtemps ont également un site d'auteur, voire plusieurs, qui ont été créés par des lecteurs qui veulent se constituer en communauté et manifester leur attachement à l'auteur et à son œuvre.

En prenant appui sur cette typologie et ses applications énoncées, nous pouvons décliner une liste de fonctions.

La visée promotionnelle est porteuse de fonctions marketing, de capitalisation, de capital symbolique et commercial ainsi que d'une capacité de positionnement dans le champ littéraire.

La visée artistique est une visée dont l'unique fonction est l'expression artistique même si celle-ci peut avoir un effet promotionnel sur l'auteur grâce aux œuvres qui permettent une accumulation de capital symbolique précisément par cette présentation de visée artistique et non commerciale comme l'a détaillé Bourdieu.

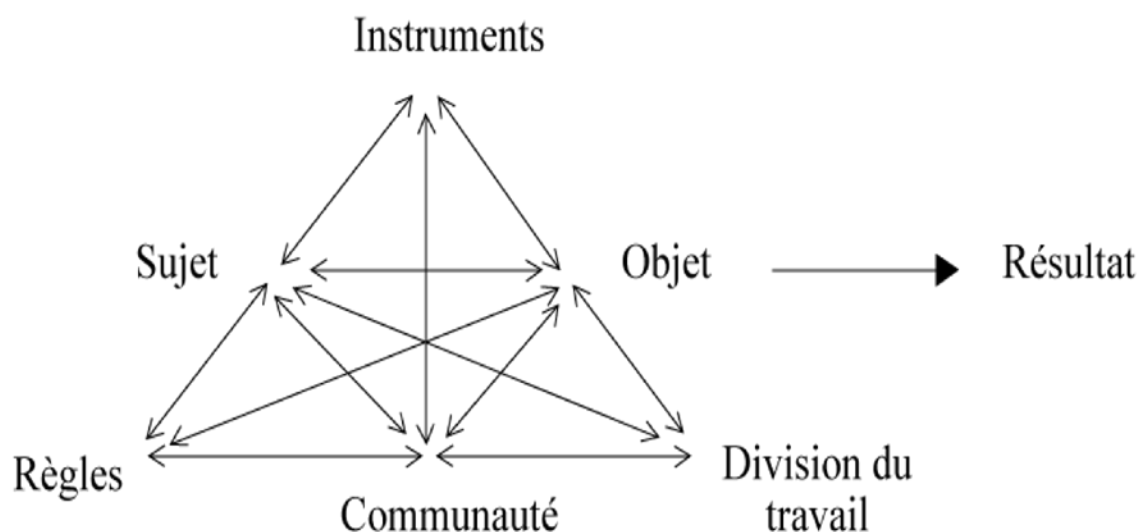
La visée paratextuelle répond à des fonctions d'archivage, de mémoire et de mise en contexte.

La visée communautaire a pour fonction la création collective d'une expérience sociale ou d'un objet.

Ces fonctions traduisent davantage qu'un constat, comme peu le faire la typologie utilisée, une ébauche de cartographie des intentionnalités et objectifs des sites d'auteurs.

3) ANALYSE PAR LE MODÈLE D'ENGESTROM

Aborder cette médiation avec le modèle d'Engestrom³⁷ peut permettre d'avoir un angle différent d'analyse sur les sites à dominante communautaire.



Le modèle d'Engestrom³⁸ est composé de six items qui permettent d'analyser l'existant. Appliquons ce modèle à deux situations.

³⁷ Engeström, Yrjö. (1987). Learning by expanding: An activity-theoretical approach to developmental research. Helsinki, Finland: Orienta-Kosultit Oy.

³⁸ Engeström, Yrjö. (1987). Learning by expanding: An activity-theoretical approach to developmental research. Helsinki, Finland: Orienta-Kosultit Oy.

Sur le site Babelio, le sujet est un visiteur qui commente, son instrument (outil) est le site qui lui permet de mener cette tâche et son objet (objectif) est de critiquer un livre. Les règles passent par les contraintes matérielles du site ainsi que les normes sociales de critique. La communauté est ici l'ensemble des visiteurs, ce qui inclut ceux qui commentent, ceux qui critiquent en laissant des notes, mais également ceux qui consultent simplement le site. La division du travail (qui intègre l'influence entre les acteurs) intervient à travers la plateforme sur ses visiteurs par l'exercice de modération des contenus ainsi que l'exposition de certains titres, ce qui impacte leur disponibilité à la critique.

L'utilisation de sous triangles permet d'explorer des modifications de la structure en place. En analysant le triangle sujet-outil-communauté, il peut être considéré la question de l'impact d'un changement de modération de la plateforme Babelio et l'influence que ceci aurait sur l'activité de critique et sur la communauté elle-même. Il est imaginable qu'une modération plus ouverte à l'agressivité finisse par susciter l'intérêt de personnes appréciant ce mode d'expression et que leur venue puisse faire partir d'autres usagers et que les critiques produites seraient marquées par ce changement de division du travail qui changerait ainsi plus largement la communauté ainsi que l'objet, car l'objet passerait de la production de critique littéraire à celle de la confrontation.

En analysant le triangle sujet-règle-communauté, la modification des règles de publication d'une critique littéraire qui nécessiterait désormais une photo exprimant notre ressenti suite à notre lecture aurait pour impact d'éventuellement perturber le sujet qu'est le visiteur étudié ainsi que la communauté. Ceci pourrait même changer celle-ci en créant une communauté de photographes littéraires.

En appliquant ce modèle sur un site d'auteur personnel avec pour sujet le visiteur du site, une communauté qui regroupe l'ensemble des visiteurs qui aurait pour objet (objectif) d'avoir accès à des éléments liés à l'auteur. Les caractéristiques instrumentales influent sur les modalités de médiation. Les règles incluent les conventions intégrées par le visiteur qui peuvent l'inciter à avoir un registre de langage soutenu dans un échange avec l'auteur et le dissuadent de partager sa liste de courses dans l'espace commentaire d'un livre. L'instrument (outil) qu'est le site traduit l'intentionnalité donnée par l'auteur selon la typologie de Benjamin Hoffman. Le cadre d'interaction défini par l'auteur qu'est le site (instrument), inclut la présence ou non d'espace commentaire ou de tchat ainsi que le mode de navigation sur le site et plus largement sa forme, son orientation graphique du site, son organisation. Ainsi les façons que l'on a d'y naviguer sont autant de manières d'influencer l'objet (objectif) du visiteur. En mettant en avant des photos, l'auteur invite le visiteur à avoir pour objet de les admirer. La communauté a toutes les chances de ne pas être homogène, car elle répond certainement à différents sous-groupes répondant à la typologie des sites d'auteurs de Benjamin Hoffman. Ceci est soumis à la condition que tous les visiteurs qui composent la communauté trouvent satisfaction. Il est tout aussi probable que des personnes qui recherchent des éléments artistiques se retrouvent devant des éléments promotionnels de l'auteur et de son œuvre. La communauté influence le visiteur également dans ses attendus qui contribuent à composer l'auctorialité, car le visiteur se conforme à plusieurs règles et attendu qu'il a intégré. Dans ce cadre, il est peu probable que le visiteur soit surpris en voyant une photo et une biographie de l'auteur sur son site et il est également probable que ce soit ce qu'il cherche s'il compose une communauté ayant intégré cet attendu et cette pratique (comme pourrait l'être un club de lecture).

4) MÉDIATION ET INTERACTIONS

Dans l'article précédemment cité de Benjamin Hoffman, celui-ci souligne le faible coût d'un site d'auteur, sa plasticité et sa facilité de diffusion en plus d'être simple à mettre à jour ce qui en fait un outil de médiation intéressant. Le site d'auteur est d'une source d'informations de première main, car le concerné en est la source.

L'usage de la première ou de la troisième personne ne situe pas l'auteur de la même façon. Le « Il » donne une dimension encyclopédique de ce qui est énoncé quand le « Je » exprime une simplicité humaine proche de notre expression. La troisième personne manifeste une distance qui appelle le respect et une autorité qui tranche avec la complicité et la sympathie que peut inspirer la première personne.

L'usage de l'un ou l'autre de ces déterminants contribue à constituer une posture, un ethos auctorial avec lequel le visiteur pourra adhérer si le site est cohérent avec cette volonté représentationnelle. Un site d'auteur archivant des quantités conséquentes de photographies, d'autant plus si des animations dynamiques et élégantes les valorise, ne pourrait pas se détacher de l'image d'auteur-photographe si ses photographies portent ombrage à ses textes.

Une approche holistique de l'auteur sur son site lui permet de créer un outil de médiation favorable à la transmission de son message.

L'interaction et l'engagement par l'expression des visiteurs permettent d'avoir des opportunités d'échange qui sont autant de prolongements de la médiation. René Audet pointait l'immédiateté de l'écriture numérique comme un espace propice à un « dialogue – lecture,

commentaires, relance – par le truchement des possibilités en place dans les plateformes. »³⁹

Des auteurs, comme Lionel Maurel, s'appuyaient beaucoup sur ce qu'il appelle « l'intelligence collective », c'est-à-dire sur les commentaires de leurs lecteurs qui inspiraient leurs billets d'humeur.⁴⁰ Le visiteur est ici un contributeur de la création par ses apports. Le processus de médiation est ici inversé avec un auteur qui rencontre et s'approprie des thématiques et influences émises par ses lecteurs. Un processus similaire peut se produire sur les plateformes d'écriture comme Wattpad ou Plume d'Argent, car l'auteur y écrit pour être influencé dans son processus d'écriture. Les commentaires ou les idées émises sous les chapitres exposés auront nécessairement une influence qui n'aurait pas été possible si l'auteur avait rendu publique d'un bloc sa création.

Dans le cadre d'une visée paratextuelle, le site d'auteur peut avoir un rôle de carnet d'écriture. Cette visée de création de contenu paratextuel permet d'avoir un fil retraçant la production en laissant derrière lui la trace d'une histoire. L'historicité créée inscrit dès lors l'œuvre, qui peut ne pas être terminée, d'abord dans un statut de postérité et ensuite donne un sentiment d'être un témoin privilégié aux visiteurs qui voient s'écrire l'histoire de façon double.

Le site d'auteur est une source d'interactions culturelles qui passent par l'ensemble des éléments présentés par l'auteur. Ces interactions culturelles possèdent différents niveaux. En adoptant les

³⁹ Audet, René. (2019). Penser les carnets numériques d'écrivain : écritures médiatisées et réinvestissement de l'idée de publication. *Études littéraires*, 48(1-2), 177–190. <https://doi.org/10.7202/1057998ar>

⁴⁰ Amar, Muriel. Bertrand Sophie. Clément Sarah. Jackson Catherine. (2019). Éditorialiser des productions numériques : le pari éditorial de la collection *La Numérique*. *Sens public*. <https://doi.org/10.7202/1067425ar>

cinq catégories construites par Jean-François Cerisier dans son article *La désintermédiation comme agent de transformation culturelle dans l'éducation*⁴¹, nous pouvons catégoriser les interactions culturelles sur le site d'auteur. Edward Burnett Tylor dans son ouvrage *La société primitive* de 1876, définissait la culture comme « ce tout complexe comprenant à la fois les sciences, les croyances, les arts, la morale, les lois, les coutumes et les autres facultés et habitudes acquises par l'homme dans l'état social⁴² ». Le site d'auteur s'inscrit comme un rituel de plus en plus commun pour des auteurs qui à notre époque, comme tout autre individu, sont sujets à l'appel du web. Exister numériquement, c'est étendre sa présence. Cette habitude de société, mais plus encore le contenu du site, qui est et expose l'art du créateur et des informations sur celui-ci, s'inscrit en tant qu'objet culturel. Les interactions associées sont donc nécessairement culturelles. Leurs analyses vont nous permettre de saisir davantage les relations que peut entretenir le visiteur qui parcourt le site avec celui-ci. Par cette approche interactionniste, j'ai pu relever quatre des cinq types d'interactions évoquées dans l'article de M. Cerisier.

L'interaction conceptuelle, qui est relative à l'information et aux connaissances, est présente dans la biographie de l'auteur et son actualité. Sans que ce soit exclusif à ces éléments, l'interaction conceptuelle sera effective également dans l'ensemble du site. Au même titre que la biographie remplit une double fonction selon la typologie de Hoffman, en assurant simultanément une visée à la fois promotionnelle et paratextuelle par son aspect informatif et valorisant de la personne exposée, l'ensemble du contenu du site dédié à l'auteur et son œuvre ne

⁴¹ Cerisier, Jean-François. (2014). *La désintermédiation comme agent de transformation culturelle dans l'éducation* », . Dans C. Peltier (dir.), *La médiatisation de la formation et de l'apprentissage* (181-198). Bruxelles, Belgique : De Boeck Université.

⁴² Denis, Laborde. (2003, 15 janvier). Éditorial. *Socio-anthropologie* . consulté le 10/03/202 à l'adresse : <https://journals.openedition.org/socio-anthropologie/116#:~:text=1>

peut faire l'économie de faire la transmission d'informations sur celui-ci. L'apprentissage induit par l'exposition au site a toutes les chances d'avoir également un retentissement sur d'autres types d'interactions.

Ce retentissement peut notamment susciter un acte d'achat d'un ou plusieurs titres de l'auteur. Dans ce cas, ceci relève de l'interaction poïétique. Le potentiel d'actions créé par le site permet l'achat. La présence d'un bouton d'achat direct, ou un lien de redirection vers une librairie ou le site de l'éditeur crée les conditions de l'action. Les critiques de la presse ou les extraits des livres sont des leviers supplémentaires pour créer l'envie, pour que se réalise une rencontre par l'appropriation de l'ouvrage. Le potentiel d'actions du site ne se limite pas à sa finalité mercantile. La capacité de communiquer directement qu'offrent le formulaire de contact ou un espace commentaire, s'ils sont présents, sont autant d'appels à l'action. L'interaction permise par le web est propice à l'interaction poïétique. Sur les sites les plus travaillés, en dépit d'une sobriété parfois importante, il est généralement possible de consulter des documents, des éléments audio, des vidéos ou que soient offerts au visiteur des liens vers d'autres sites ou plateformes qui sont importants pour l'auteur. Il peut s'agir du site de l'éditeur ou de ses réseaux sociaux.

Suivre un auteur dans son actualité, ou encore connaître des éléments de sa vie personnelle, peut créer un sentiment de proximité. De façon directe, quand un bouton like est présent, le presser engage le visiteur dans une interaction relationnelle. L'exposition aux textes de l'auteur, à l'univers qu'il a constitué sur son site, a peu de chances de ne susciter que de l'indifférence, bien au contraire. Depuis son site d'auteur, Chloé Delaume a su créer l'adhésion et l'engagement dans le suivi de son actualité. En 2008 ses lectrices suivent son sillon grâce à l'annonce de

ses déplacements sur son blog⁴³. L'impact de l'interaction relationnelle qu'a pu opérer la plume de l'autrice et sa publication sur son site est constatable au point qu'il ait mobilisé des lectrices pour l'accueillir.

L'auteur qui utilise son site d'auteur pour exprimer ses opinions et valeurs s'expose à la perte ou au gain d'estime de la part du visiteur. En plus d'avoir un impact sur le plan relationnel, les interactions culturelles que porte le site d'auteur peuvent constituer des interactions sociales, celles-ci pouvant influencer sur les normes sociales du visiteur du site. Alain Mabanckou partage sur son site⁴⁴ sa lutte et ses livres contre le colonialisme et le racisme. Etre au contact de ces idées peut susceptiblement amener une personne ne les partageant pas à interroger ses normes sociales. Aussi, Juan Branco qui est un auteur et avocat ayant publié un grand nombre de titres engagés sur différentes thématiques comme la liberté de la presse, la lutte sociale ou l'impérialisme américain, se présente comme un autre candidat à ce type d'interaction. Si un lecteur visite le site de l'auteur⁴⁵, il lui sera proposé des vidéos d'interview et en bas de page web son compte Twitter l'invitera à poursuivre sa visite. Juan Branco y partage très régulièrement ses positions politiques de façon marquée en déployant une volonté de convaincre conséquente, qui pourrait interpeller plus d'un lecteur.

L'influence des œuvres et du support qu'est le site d'auteur est à considérer dans ses multiples dimensions. La médiation par le site d'auteur revêt une féconde variété grâce à la créativité de ses

⁴³ Entretien avec Jean-Charles Massera p.163

⁴⁴ Site consulté le 04/03/2023 à l'adresse : <http://www.alainmabanckou.com/les-cigognes-sont-immortelles.html>

⁴⁵ Site consulté le 07/03/2023 à l'adresse : <https://juan-branco.fr/politiques/>

concepteurs. Leur portée s'étend à la sphère politique, mais aussi à celle de la métaphore comme nous allons l'aborder.

VI. MÉTAPHORES : AUTEUR ET SITES D'AUTEURS

Cette partie théorique vise à analyser la place qu'ont la métaphore et son influence dans le site d'auteur. Le TFLI (Trésor de la Langue Française Informatisé) s'appuie sur le travail d'Aristote pour définir la métaphore en ces termes : « Figure d'expression par laquelle on désigne une entité conceptuelle au moyen d'un terme qui, en langue, en signifie une autre en vertu d'une analogie entre les deux entités rapprochées et finalement fondues. » Dans la préface de *La métaphore vive*⁴⁶ (1975) de Paul Ricoeur, la métaphore est décrite comme une figure de style consistant en un déplacement et une extension du sens des mots. Dans l'exercice de médiation de l'auteur, cette médiation auctoriale peut répondre à plusieurs vocations au travers de son site d'auteur. Benjamin Hoffman les a définis dans son article *Le site d'auteur : Un nouvel espace d'investigation critique*⁴⁷. Il y présente les quatre visées d'un site d'auteur. Ces visées peuvent être promotionnelles, paratextuelles, artistiques ou encore communautaires. Nous pouvons observer leur application à divers degrés au travers du site d'auteur.

Le philosophe Paul Ricoeur aborde dans son livre⁴⁸ la métaphore en rassemblant les approches de nombreux philosophes et linguistes parmi lesquels on compte Aristote, Saussure et Jakobson. La dimension rhétorique et poétique y sont affirmées.

⁴⁶ Ricoeur, Paul. (1975). *La métaphore vive*. Paris. Éditions du Seuil

⁴⁷ Hoffman, Benjamin. revue French Studies, Vol. LXX, No. 4, p.565–580

⁴⁸ Ricoeur, Paul. (1975). *La métaphore vive*. Paris. Éditions du Seuil

La métaphore est un exercice de comparaison discursive, car elle nécessite deux termes présents dans le discours pour fonctionner. Ainsi, l'énoncé « Comme un virtuose. », ne fait pas une comparaison, car il manque le *tenor* (la cible) et le *vehicle* (l'outil de comparaison). Ces deux éléments sont nécessaires pour que la comparaison soit efficace en tant que discours. Sur le site d'un auteur, une biographie ou une critique flatteuse pourrait comporter une métaphore. Elle pourrait par exemple prendre la forme suivante : « Tel l'alchimiste, Christelle Dabos est capable de transformer les mots en or littéraire. ». Le *tenor* est ici le sujet réel de la métaphore, alors que le *vehicle* est l'image utilisée pour décrire le *tenor*.

La métaphore redécrit la réalité grâce à la fiction. Elle permet le transport d'un signifiant vers un autre signifié⁴⁹ par l'analogie qu'elle soit écrite ou visuelle. Ce transport qu'Aristote nomme *epiphora* porte en lui un effet performatif. La ressemblance permet ainsi de voir ce qu'on n'aurait pas discerné sans la métaphore. Il est induit une présomption de résultat dans la comparaison. Dans le cas du site d'auteur, on estime de manière implicite que si l'auteur a fait le choix de se présenter par ce site, il doit partager avec celui-ci les qualités qu'il manifeste qui peuvent être la créativité, l'élégance ou le sérieux.

L'usage de métaphores peut servir dans une biographie pour se présenter de manière plus efficace et attrayante. Par exemple, un auteur dont le principal genre littéraire serait celui de la fantasy pourrait se présenter comme un « bâtisseur de rêves », soulignant ainsi son expertise dans la création de mondes et d'univers originaux.

⁴⁹ Ferdinand de Saussure. (1972). Cours de linguistique générale, Payot

1) POSITIONNEMENT DANS LE CHAMP

Le choix du *vehicle* autant que celui du *tenor* a vocation à changer la représentation de ce dernier par la comparaison. Avoir recours à la métaphore peut être utile au positionnement dans le champ littéraire comme défini selon Bourdieu⁵⁰.

La métaphore est une figure de style qui est notamment exploitée dans le storytelling. En évoquant l'image du célèbre poème de Paul Eluard par la citation « La terre est bleu comme une orange⁵¹ », on manie un tout aussi célèbre exemple de métaphore. Un entrepreneur qui désigne le monde comme une orange qui n'aurait vocation qu'à être pressé pour en tirer le profit comme on extrait le jus d'un fruit, transmet par la narration une intention agressive envers le marché et ses acteurs déjà établis. Par cette déclaration l'entrepreneur s'affirme dans son champ. La métaphore met en relation les éléments par l'analogie afin d'orienter notre représentation de ceux-ci. En s'appuyant sur l'œuvre d'Aristote, Guillaume Pilote explique dans la revue universitaire de Montreal Ithaque⁵² que « la métaphore sert à opérer une persuasion dissimulée par l'emploi métaphorique de mots qui comportent une connotation positive ou négative selon l'intention du rhéteur ». L'usage de la métaphore s'avère donc propice à l'exercice de médiation afin de répondre à plusieurs visées.

⁵⁰ Sapiro, Gisèle. (2021). Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social. revue Tome X N°1 p.45-51 consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <https://journals.openedition.org/hrc/5575>

⁵¹ Paul, Éluard. (2023, 2 février). *L'amour la poésie*, Folio Poche, 2 février 2023.

⁵² Pilote, Guillaume, revue Ithaque consulté le 11/04/2023 à l'adresse : <https://www.revueithaque.org/fichiers/Ithaque4/02Pilote.pdf>

2) LE SITE D'AUTEUR : UNE MÉTAPHORE À PLUSIEURS VISAGES

Tel Simon Agnel qui prend plusieurs noms à chaque partie de la pièce de théâtre *Tête d'or* de Claudel⁵³, on peut voir comment un site d'auteur décline plusieurs identités constituées en métaphores. Cette analyse par la métaphore vise à exprimer des idées de manière plus efficiente. Le site d'auteur constitue une représentation de l'écrivain en ceci qu'il l'incarne dans l'espace numérique. La charte graphique, la hiérarchisation de l'information et le ton utilisé sur le site comptent parmi les éléments constituant cette incarnation. En nous appuyant sur la typologie de Benjamin Hoffman nous pouvons observer quatre déclinaisons de cette métaphore.

La première d'entre elles est la visée promotionnelle. Susciter l'intérêt du ou des visiteurs du site pour l'œuvre et le parcours de l'auteur passe par différents supports de médiations sur le site. La métaphore peut être utilisée dans les textes promotionnels tels que les slogans publicitaires, les résumés d'ouvrages autant que les retours critiques. L'auteur est ici un vendeur qui fait étalage de son capital symbolique⁵⁴ et commercial que sont ses livres et sa notoriété pour les monétiser. L'action promotionnelle profite également à l'engrangement de capital symbolique ou commercial. La vitrine que constitue le site est une opportunité de mise en relation avec des acteurs du champ littéraire qui pourraient l'inviter pour des événements culturels.

Dans sa visée paratextuelle, le site d'auteur devient un musée pour l'écrivain. Cet espace d'archive permet de rassembler des extraits d'œuvres, des préfaces, des postfaces, des notes de l'auteur ou encore des

⁵³ Claudel, Paul. (2005, 20 octobre). *Tête d'Or*. Folio.

⁵⁴ Bourdieu, Pierre. (1994). *Raisons pratiques*. Seuil.

photographies. Les auteurs peuvent ainsi devenir leurs propres archivistes. L'investissement dans ce travail de conservation des textes et du parcours de l'auteur lui donne un effet de postérité. Ce travail peut être mis en relation avec la métaphore de la cathédrale dans *La Recherche du temps perdu*⁵⁵ de Marcel Proust, qui représente la mémoire et la difficulté que constitue le travail de mémoire.

Dans sa visée artistique du site d'auteur, celui-ci s'inscrit dans la famille des artistes. Le partage d'extraits de ses œuvres ou la constitution du site en tant qu'œuvre à part entière font partie des cordes à disposition de l'auteur sur son site. Il peut également y partager sa passion pour d'autres arts en diffusant des performances ou des photographies. L'auteur s'inscrirait ainsi dans la lignée de la représentation de l'artiste véhiculée pendant la Renaissance dont Léonardo Da Vinci est un exemple dans sa pratique de l'écriture, de la peinture et de bien d'autres activités. Les auteurs peuvent ainsi utiliser leur site pour créer une ambiance particulière qui les représente. La métaphore peut se faire notamment à travers l'utilisation de métaphores visuelles pour créer une ambiance particulière autour de l'œuvre. L'auteur Joachim Séné⁵⁶, sur son site, utilise un processus d'opacification des textes pour signifier le temps qui passe et la prise de celui-ci sur l'œuvre en dépit qu'il soit sur un support numérique qu'on pourrait penser plus durable que le papier. L'auteur appelle ce processus « la patine numérique ». A l'inverse de la patine numérique, M. Séné use également d'une autre métaphore visuelle à base de code PHP. Il s'agit du « vernis » numérique qui pour sa part, retarde l'apparition d'un texte sur une page

⁵⁵ Marcel, Proust. (2022). *À la recherche du temps perdu*. BZ editores.

⁵⁶ Entretien réalisé avec Joachim Séné p.178 et consultation possible d'information sur la patine et le vernis numérique consulté le 14/04/2023 à l'adresse : <https://jsene.net/fragments-chutes-et-consequences/SPIP.php?mot349>

web déjà accessible. Ce vernis interroge la dimension réflexive de la publication et la relation à la publication rapide. L'usage de la métaphore visuelle offre une dimension esthétique à l'œuvre.

La visée communautaire que peut avoir un site d'auteur passe par sa capacité à être un lieu de rencontre pour les visiteurs. Leurs interactions avec le créateur et les autres visiteurs créent une proximité selon les modalités d'échanges. Un Tchat ou un espace commentaire, un lien de contact ne positionne pas le site de la même façon. Selon le mode de communication adopté, le site permet ou non la co-crédation d'une métaphore collective contribuant à l'univers littéraire et à la représentation de l'auteur en alimentant le site de recommandations ou de critiques. Dans ce cas l'auteur peut se voir partiellement influencé dans son image ou son écriture. Cette influence que peut exercer la communauté peut être importante comme l'a expérimenté Christelle Dabos dans son parcours d'écriture. Avant d'être récompensée lors du premier concours de littérature jeunesse de Gallimard⁵⁷, Christelle Dabos a partagé son processus d'écriture sur la plateforme Plumes d'argent. A ce stade cette autrice non publiée avait comme site d'auteur sa page personnelle présentant ses motivations sur son profil ainsi que l'avancée du roman qui deviendra un phénomène de littérature jeunesse. La présence sous chacun des chapitres partagés, d'un espace commentaire a probablement influencé l'autrice à différents stades d'écriture. Bien plus tard, cette influence est toujours présente et cela même après avoir été publiée par Gallimard. Sur son site⁵⁸ et dans la

⁵⁷ Croquet, Pauline. (2019, 29 novembre). journal Le Monde, consulté le 15/04/2023 à l'adresse : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/11/29/christelle-dabos-de-la-fanfiction-au-phenomene-litteraire_6021004_4408996.html

⁵⁸ Site d'auteur de Christelle Dabos consulté le 16/04/2023 à l'adresse : <http://christelledabos.com/2019/11/28/la-tempete-arrive/>

presse⁵⁹, Christelle Dabos fait savoir les nombreux retours et attentes concernant sa saga et la nécessité qu'elle s'isole pour se prémunir de toute influence. Parallèlement à ces souhaits, l'autrice organise avec ses lecteurs des échanges sur son site dans l'espace commentaire d'une des pages de son site, un espace Discord ou le Tchat du journal Le Monde⁶⁰.

Le site d'auteur peut être comparé à un jardin, où l'auteur peut semer les graines de son travail et les faire pousser pour qu'elles soient vues par le public. Comme un jardinier, l'auteur peut prendre soin de son site en y ajoutant des éléments tels que des extraits de ses livres, des critiques, des interviews ou encore des photos et des vidéos pour donner vie à son travail et le rendre accessible à un public plus large. En somme, comme un jardin, le site d'auteur est un lieu de croissance et de partage, où les idées peuvent germer et fleurir pour le plus grand plaisir de tous ceux qui le visitent.

L'auteur prend dans un même espace le rôle de la plume qui crée l'art, d'une boutique en même temps qu'un vendeur, d'un club de lecture ou d'une archive. La cohabitation de toutes ces fonctions de l'auteur qui sont exercées simultanément peut donner un sentiment d'ubiquité de celui-ci. Le visiteur du site est au contact de toutes ces allégories. La métaphore s'affirme ici comme un outil participant à la médiation sur le site d'auteur afin de communiquer des idées de manière plus vivante et efficace.

⁵⁹ Croquet, Pauline. (2019, 29 novembre). journal Le Monde, consulté le 15/04/2023 à l'adresse : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/11/29/christelle-dabos-de-la-fanfiction-au-phenomene-litteraire_6021004_4408996.html

⁶⁰ Site d'auteur de Christelle Dabos consulté le 16/04/2023 à l'adresse : <http://christelledabos.com/2020/04/08/tchat-ecriture-sur-le-monde/>

VII. SITE D'AUTEUR, POLITIQUE ET MÉDIATION

Selon le TLFI (Trésor de la Langue Française Informatisée), le fait politique se définit comme « Tout ce qui a trait à la conduite des affaires de l'État.⁶¹ » Nous allons aborder l'interaction et les influences politiques qui peuvent être véhiculées par la médiation auctoriale au travers du site d'auteur. Le site d'auteur n'ayant pas de définition admise de façon commune, il est défini dans ce travail de recherche comme tout espace dédié à un auteur et son œuvre. Les sites d'auteurs s'inscrivent dans le spectre des affaires de l'État en ce qu'ils partagent la vie publique de leur auteur en influençant les lecteurs, à travers elle.

La littérature est un objet politique qui peut être utilisé pour transmettre des idées politiques et sociales. On peut s'appuyer sur Zola dans son essai *Le Roman expérimental*⁶² (2006), qui par l'usage du naturalisme représente la réalité sociale et politique d'une époque à des fins militantes dans sa littérature afin de susciter une réaction chez le lecteur. La quête d'approbation politique de valeurs ou d'une opinion est également présente dans les œuvres de Victor Hugo comme *Les Misérables*⁶³ (2019) ou *Le dernier jour d'un condamné*⁶⁴ (2019), qui ont joué un rôle important dans la lutte pour la justice sociale et le cheminement moral de la population face à la peine de mort. L'impact de

⁶¹ Dictionnaire TLFI consulté le 20/04/2023 à l'adresse : <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?14;s=2824308345;r=1;nat=;sol=5;>

⁶² Zola, Émile. (2006). *Le Roman expérimental*. Flammarion.

⁶³ Hugo, Victor. (2019). *Les Misérables*. Pocket.

⁶⁴ Hugo, Victor. (2019). *Le dernier jour d'un condamné*. Gallimard.

ces publications est encore visible et présent dans les programmes scolaires modernes⁶⁵.

La plateforme qu'est le site d'auteur permet l'expression d'une médiation auctoriale. Le TLFI définit la médiation en ces termes : « Fait de servir d'intermédiaire entre deux ou plusieurs choses.⁶⁶ ». Le caractère auctorial de cette médiation passe par le processus de communication entre l'auteur et son public. Une analyse par l'angle politique de cette médiation permet d'étudier les rapports de pouvoir, les stratégies de positionnement et les enjeux idéologiques composant l'image d'un écrivain et son discours.

Sur la base de cette réflexion, on peut interroger l'impact de cette médiation sur le positionnement dans l'espace littéraire. Face à des codes classifiant les genres, les œuvres et leur légitimité selon leur thématique, le mode de publication ou l'importance de leur tirage, le site d'auteur donne un moyen direct de médiation à l'auteur en direction des visiteurs de son site. Il peut développer les idées qui constituent son esthétique ainsi que la forme de son écriture. Choisir sous quel angle sont présentés ses ouvrages et opinions permet d'encadrer les modalités de mise en relation du public avec ses textes, mais aussi sa personne. Déclarer une affiliation à des courants littéraires ou à des groupes d'écrivains tout comme la mise en scène de soi contribue à l'action de positionnement qui définit l'œuvre et l'auteur.

Ainsi, en considérant la médiation auctoriale sous l'angle politique, il est possible d'appréhender la diversité des enjeux qui traversent le

⁶⁵ Fiche portant sur *Le dernier jour d'un condamné* Bac L 2021 consulté le 21/04/2022 à l'adresse : <https://www.letudiant.fr/boite-a-docs/document/le-dernier-jour-d-un-condamne.html>

⁶⁶ Définition de médiation du dictionnaire TLFI consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <https://www.cnrtl.fr/definition/m%C3%A9diation>

champ littéraire et la construction de l'image de l'auteur. Les rapports de pouvoir, les stratégies de positionnement et les enjeux idéologiques sont autant de dimensions qui façonnent la médiation auctoriale en conférant à celle-ci une dimension politique. De plus, les résistances et les contre-discours qui émergent dans le cadre de la médiation auctoriale mettent en lumière les tensions et les dynamiques qui animent le champ littéraire comme défini par Bourdieu en tant qu'espace social à l'autonomie et aux règles propres⁶⁷.

1) SCHÈME HERMÉNEUTIQUE ET FENÊTRE SUR LA VIE PUBLIQUE DE L'AUTEUR

Le schème herméneutique est défini par le philosophe Paul Ricœur dans son livre *De l'interprétation : Essai sur Freud*⁶⁸. Ce terme décrit la nécessité de connaître le contexte politique et social qui aurait pu influencer la création d'une œuvre ou d'un texte pour pouvoir l'interpréter. Les sites d'auteurs offrent des moyens de contextualisation de l'auteur autant que de son œuvre par le partage d'informations. Sa biographie permet de connaître ses origines tandis que sa bibliographie permet de retracer son cheminement d'écriture dans sa réalisation en tant qu'auteur. Pour peu que ses réseaux sociaux soient présents ou que l'auteur partage des billets d'avancée dans ses travaux, le visiteur du site se trouve face à des éléments variés qui permettent une contextualisation des livres.

Les sites d'auteurs offrent à la vue de tous une grande quantité d'informations. On peut y voir paraître leurs déplacements pour des

⁶⁷ Sapiro, Gisèle. (2021). Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social. revue Tome X N°1 p.45-51 consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <https://journals.openedition.org/hrc/5575>

⁶⁸ Ricœur, Paul. (1965). *De l'interprétation : Essai sur Freud*. Seuil.

dédicaces, leurs projets professionnels à différentes étapes ou s'ils ont entrepris d'intégrer une résidence d'auteur. La biographie peut comporter des informations très personnelles comme leur nombre d'enfants, leur statut matrimonial ou leur région d'habitation. En n'étant pas exhaustif, des interviews, des conférences, des analyses de leurs œuvres ou des photographies peuvent également être présentes. Tous ces éléments forment une vue sur leur vie, leur quotidien.

Les auteurs offrent ainsi un accès aisé à leur vie publique. Ils donnent une opportunité de prendre connaissance de leurs engagements politiques, de leurs prises de position et de leurs combats. Ces informations contribuent à ce qu'ils se définissent dans un schème herméneutique qui permet de mieux comprendre les œuvres et le contexte de création des œuvres pour ainsi mieux saisir leurs enjeux politiques.

La maison de Victor Hugo⁶⁹ répond à tous les critères d'un site d'auteur comme défini plus tôt, à savoir être un espace dédié à l'auteur et son œuvre. En visitant ce site, on constate l'engagement de Victor Hugo pour la justice sociale et la liberté d'expression. La bibliographie détaillée associée aux portraits de l'auteur permettent de voir son influence sur la vie publique d'hier jusqu'à nos jours. La création d'un site d'auteur pour autrui, indistinctement qu'il soit fait par son public, l'auteur ou une institution rend hommage à un travail autant qu'à un individu que l'on enrichit d'un espace dédié sur le Net.

Le regard nouveau sur les œuvres littéraires que peuvent offrir ces informations mises à la connaissance des lecteurs permet une relecture qui n'aurait pas été possible sans passer par le schème herméneutique.

⁶⁹ Site de la maison de Victor Hugo consulté le 19/04/2023 à l'adresse : <https://www.maisonsvictorhugo.paris.fr/fr>

Savoir qu'en 1851, Victor Hugo a participé à l'organisation d'un comité de résistance face au coup d'Etat de Napoléon III⁷⁰ renforce l'engagement déjà palpable de ses récits.

2) POSTURES D'ÉCRIVAIN

La posture promotionnelle et commerciale d'une œuvre la positionne comme une marchandise, ce qui induit une posture politique quant à la relation qui est entretenue par le rédacteur du site avec celle-ci. A l'inverse, une approche artistique sur la plateforme qu'est le site d'auteur se fait au détriment d'une priorité commerciale. Ceci est un parti pris politique qui permet à l'auteur d'engranger avec son éditeur un capital symbolique⁷¹.

Le site d'auteur peut être considéré à la fois comme un curriculum vitae (CV) et un portrait officiel de l'écrivain. Tous deux sont propices à la promotion de l'auteur ainsi qu'à la concentration de capital symbolique par celui-ci. Cet espace lui permet de donner une image de soi destinée au public et aux professionnels du monde littéraire. Présenter son parcours professionnel, ses compétences et ses réalisations est la première attente qu'on aurait d'un CV. A l'instar d'un CV traditionnel, les expériences sont valorisées, la bibliographie de l'auteur et les éditeurs qui y sont associés lui font bénéficier de leur capital symbolique au travers de la griffe des maisons d'édition. A celles-ci s'ajoutent les prix et distinctions littéraires qui apportent une reconnaissance des pairs, mais aussi un positionnement dans le monde littéraire selon la nature du prix. Ces éléments alimentent un statut de légitimité et d'autorité dans le champ littéraire.

⁷⁰ Maison de Victor Hugo à Guernesey consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <http://hautevillehouse.com/2013/05/exil/>

⁷¹ Bourdieu, Pierre. (1994). *Raisons pratiques*. Seuil.

Le site d'auteur sert également de portrait officiel. Au même titre que la photo du président de la République française a ses codes, celle de l'auteur également est codifiée. Dans la représentation commune, l'auteur est souvent en noir et blanc, seul, l'air pensif, avec le regard vers le lointain. La biographie est une autre forme de portrait où l'auteur peut raconter son parcours sans souffrir de la critique ou d'erreurs d'approximations. L'esthétique du site s'inscrit également dans la démarche de création d'une identité littéraire. Dans le choix des couleurs, des typographies, des images et de la mise en page, l'auteur construit une atmosphère. Celle-ci se traduit par sa mise en scène en identité visuelle qui doit autant que possible correspondre à son univers qu'à son positionnement dans le champ littéraire.

Le ton utilisé, qu'il soit formel ou familier, tout comme la hiérarchisation des informations montrent ses priorités. Ils indiquent ce à quoi il est plus facile de donner de l'attention. Cette action de médiation entre le public et l'œuvre auquel l'auteur cherche à associer une posture constitue un exercice singulier dans l'espace numérique en dehors du livre.

Dans l'expression vers un public, la position de l'écrivain est double. Il maîtrise ce qu'il expose, cependant il n'en est pas de même concernant la réception par les visiteurs du site. Son meilleur outil pour que la réception soit la plus proche de son souhait est la médiation. L'exposition au jugement du public qui peut aller jusqu'à s'exprimer par des commentaires sur certains sites d'auteurs expose l'auteur à une menace démocratique.

3) PARTAGE DU SENSIBLE

Pour explorer la relation entre la politique, la littérature et les sites d'auteurs, il est intéressant d'explorer la notion de partage du sensible, telle que décrite par le philosophe Jacques Rancière dans son livre éponyme⁷².

Selon Rancière, la littérature est un objet politique, car elle participe au partage du sensible. Ce partage du sensible passe par la dimension esthétique qui organise notre perception du monde en déterminant l'importance de ce qui est observé. La littérature véhicule des représentations de la réalité sociale et politique d'une époque. Concernant les sites d'auteurs, ils peuvent être considérés en tant qu'espaces où le partage du sensible est remis en question.

La communication numérique sans contrôle de l'éditeur par le biais des réseaux sociaux, des blogs et des plateformes de publication en ligne (comme Wattpad ou Plumes d'argent) a permis aux auteurs de partager leur travail et leur quotidien avec un public plus large. Ceci permet à des auteurs qui en d'autres temps auraient été moins visibles du fait d'une appartenance à une maison d'édition au capital symbolique plus faible de potentialiser leur capacité à faire entendre leur voix dans l'espace public en contribuant ainsi à une plus grande diversité d'expression dans le champ littéraire.

Parmi les auteurs contemporains engagés qui exploitent leur site d'auteur comme une tribune pour diffuser leurs idées politiques et sociales, nous pouvons citer Edouard Louis. Edouard Louis est un écrivain français qui s'est fait connaître pour son engagement politique en faveur des droits des personnes homosexuelles et des classes populaires. Sur

⁷² Jacques, Rancière. (2000). *Le Partage du sensible*. La Fabrique.

son site, il partage des articles, des vidéos et des photos en lien avec ses engagements politiques. Dans son premier roman, *En finir avec Eddy Bellegueule*⁷³, Edouard Louis raconte l'histoire d'un jeune garçon qui grandit dans une famille ouvrière. Ce jeune homme est victime de harcèlement en raison de son homosexualité. A la façon d'un roman à clé dont l'écho autobiographique aborde la discrimination dont il a été sujet, le roman aborde des thèmes tels que la violence et la souffrance sociale. L'effet politique de l'œuvre a été de sensibiliser l'opinion sur la violence inhérente de la misère et dénoncer la reproduction sociale qui frappe les classes populaires. Le prix Pierre Guénin qui récompense la lutte pour défense des droits LGBT a été reçu en 2014 en apportant avec lui un retentissement médiatique profitable à la diffusion des idées de l'auteur.

Dans un entretien dans les Inrocks, cet auteur dont le parcours prend racine dans les milieux paupérisés a partagé ses motivations qui sont de nature politique. Il explique comment son cheminement, qui a commencé dans la misère avant de l'amener aux bancs de l'université de Picardie pour rédiger sa thèse sur « les trajectoires des transfuges de classe » l'a conduit à l'école nationale supérieure afin de lui permettre de transcrire dans son livre un contexte qui était le sien : « Après avoir vécu cette enfance, je me disais que je ne pouvais pas écrire sur autre chose que sur cette réalité alors que d'autres continuaient à la vivre, que ce serait comme une perte de temps. Je pensais : « Il faut écrire sur cette violence, et dire qu'elle est vraie, contemporaine. » Et ça, visiblement, beaucoup de gens n'ont pas supporté ». ⁷⁴

⁷³ Louis, Édouard. (2014). *En finir avec Eddy Bellegueule*. Seuil.

⁷⁴ Nelly Kapriélian. (2016, 5 janvier). Entretien avec Edouard Louis : J'écris contre moi-même. site lesinrocks.com. consulté le 19/04/2023 à l'adresse : <https://www.lesinrocks.com/livres/edouard-louis-jecris-contre-moi-meme-3015-05-01-2016/>

L'esthétique est ici au service du partage du sensible pour remplir la mission politique de diffusion d'un message. L'Express souligne l'importance du style⁷⁵ de l'auteur qui fait ici cohabiter le lexique des classes paupérisées aux côtés d'une expression plus dramaturgique.

Les sites d'auteurs sont des espaces d'expression qui permettent une traçabilité des engagements et des prises de parole. Inviter le visiteur à s'inscrire dans une démarche herméneutique en suivant le processus de création et les étapes de publication est profitable à la médiation de l'auteur.

4) STORYTELLING : INFLUENCES, MARQUE ET RÉCITS

Le storytelling se définit comme « l'art de raconter des histoires » d'après Christian Salmon⁷⁶. Le storytelling est apparu dans le milieu de la décennie 1990. La communication politique faisait partie de ses premiers usages avant de s'appliquer aux marques.

L'auteur au travers de son site d'auteur narre sa vie et son processus de création. Par ce procédé il peut chercher à créer une connexion émotionnelle afin d'inspirer un intérêt pour sa personne et son œuvre qui peut se muer en engagement.

Le storytelling est également important pour la création d'une communauté de lecteurs. Les lecteurs peuvent apprendre de nouvelles informations sur un personnage qu'ils apprécient sur le site d'auteur et se sentir plus connectés à eux qu'avant leur visite. Utiliser le storytelling sur le site d'auteur pour créer une communauté de lecteurs peut s'articuler

⁷⁵ Busnel, François. (2014, 30 janvier). journal l'Express consulté le 23/04/2023 à l'adresse : https://www.lexpress.fr/culture/livre/en-finir-avec-eddy-bellegueule-difference-exclue_1318328.html

⁷⁶ Salmon, Christian. (2007). *Storytelling: La Machine à Fabriquer des Histoires et à Formater les Esprits*. Editions La Découverte.

autour de passions telles que le jardinage ou la cuisine. L'auteur peut se mettre en scène et partager des difficultés ainsi que le processus de résolution de celles-ci pour ressortir renforcé dans sa relation avec le visiteur.

A une époque où il existe une marque de tee-shirts Balzac et que la marque Montblanc a une collection Victor Hugo, cela fait un certain temps que les marques et les auteurs se sont rencontrés et plus encore. Des marques commandent des livres à des auteurs quand d'autres baptisent leur voiture avec le nom d'un peintre. Certains auteurs sont également acteurs de ce processus de capitalisation sur leur nom pour le transformer en marque comme Paul-Loup Sulitzer, qui a déposé son nom dès 1979 avant de publier son premier roman *Money*⁷⁷ en 1980 à la maison d'édition Denoël.

On peut questionner les similarités entre l'auteur, la marque et le politique qui tous trois peuvent bénéficier de l'action du storytelling.

Dans *L'écrivain comme marque*⁷⁸, Adeline Wrona et Marie-Ève Thérénty posent l'hypothèse de travail que l'autonomisation du champ littéraire a fait du nom de l'auteur un critère d'évaluation esthétique rendant possible la transformation de l'écrivain en marque. Elle souligne l'importance de la médiation, car « si toute médiation n'est pas marchande, en revanche, tout acte marchand suppose une médiation⁷⁹ ».

Ce processus de transformation en marque nécessite du *branding*. Le *branding*, qui est défini par l'agence de communication Anthedesign

⁷⁷ Sulitzer, Paul-Loup. (1974), *Money*, J'ai lu.

⁷⁸ Adeline, Wrona. Marie-Ève Thérénty. (2018). *L'écrivain comme marque : la construction de l'autorité littéraire à l'heure de la médiation numérique*. Éditions de la Bibliothèque publique d'information.

⁷⁹ .Ibid

comme « l'ensemble des actions marketing menées par une entreprise afin de faire exister une marque commerciale⁸⁰ » permet de créer et de reconnaître une marque.

Le travail de *branding* appelle un processus de différenciation qui s'appuie sur l'affirmation du positionnement dans le champ littéraire qui passe par une médiation de son ethos. Cette médiation mobilise le visiteur du site d'auteur au travers de la création d'un univers où l'auteur s'exprime à grand ressort de métaphores et d'interactions culturelles.

Le nom de l'auteur est son enseigne et son site sa vitrine. Même si l'aspect commercial n'est pas la priorité de l'auteur, l'ethos construit un gage de qualité qui peut suivre l'auteur de façon antérieure et postérieure à la visite du site. Plus encore qu'une qualité littéraire qu'on peut avoir tendance à attendre dans d'autres œuvres du même auteur, son image peut nous suivre. Les lunettes aux angles marqués d'Alain Damasio ou la chemise blanche de Bernard-Henri Lévy nous accompagnent dans leur représentation pendant la visite de leur site, où nous allons les renforcer ou les intégrer comme des éléments distinctifs. Cette reconnaissance en tant qu'auteur identifiable affirme leur position dans le champ et l'auctorialité de leurs productions. L'intérêt que peut trouver un éditeur à accueillir les pages d'auteurs sur son site est l'association ainsi réalisée. Le fil conducteur de la charte graphique et le logo de l'éditeur font d'eux des égéries de fait. Ils rejoignent l'univers textuel et symbolique de la maison d'édition par l'hébergement de leur site d'auteur et la présence de la griffe de la maison d'édition sur leurs ouvrages en librairie. Ils représentent la maison d'édition et nous ne pouvons lire leur biographie officielle sans avoir en coin de l'œil la marque de la maison d'édition

⁸⁰ Elise, Lamiable. Site Anthedesign consulté le 25/04/2023 à l'adresse : <https://www.anthedesign.fr/marketing-2/branding/>

omniprésente. Sur le site de l'éditeur l'auteur est marqué en tant que produit, car selon le professeur en marketing Benoit Heilbrunn « en l'associant à un ensemble de bénéfices tangibles et intangibles, mais aussi d'idées, d'émotions et de valeurs⁸¹ ». Il y aura donc présomption que les valeurs de la maison d'édition soient celles de l'auteur et inversement. M. Heilbrunn souligne également l'importance du processus de métaphore pour sémantiser le sujet de la marque. Dans le *Capital* de Karl Marx, celui-ci dénonçait la fétichisation de la marchandise en évoquant un fantasme capitaliste où les marques pourraient parler : « Les marchandises diraient, si elles pouvaient parler, notre valeur d'usage peut bien intéresser l'homme ; pour nous, en tant qu'objets, nous nous en moquons bien. Ce qui nous regarde, c'est notre valeur.⁸² » On attend de l'auteur une congruence dans ce qu'il est, incarne et exprime. A défaut d'être omniscient pour être au clair sur le fait que chaque auteur soit en adéquation avec l'ethos exprimé, sommes-nous influencés dans la perception que nous avons d'eux après un passage sur le site d'auteur ? Il s'agit là d'un des éléments qui va être mesuré dans l'enquête de ce mémoire.

5) MÉMOIRE ET TRANSMISSION

L'auteur est tributaire de la compréhension du lecteur pour que ses idées soient fidèlement transmises. Le site d'auteur avec sa biographie, sa bibliographie, le fil des actualités et ses archives auxquelles s'ajoutent de potentielles ou traces de rencontres constitue un espace de mémoire et d'archive. Ceci est d'autant plus marqué quand l'auteur est décédé.

⁸¹ Benoît, Heilbrunn. (2000, 24 novembre). *La marque : métaphore vive ou métaphore vide?*. communication au colloque Le Tendenze del marketing in Europa. Venise. Università Ca'Foscari. consulté le 25/02/2023 à l'adresse : <http://archives.marketing-trends-congress.com/2000/pdf/heillbru.pdf>

⁸² Karl, MARX. Traduction de Joseph Roy. (1985). *Le Capital*. Livre 1. Flammarion.

La transmission, l'engagement et la pérennisation de l'œuvre sont des applications du site d'auteur qui se confrontent aux limites techniques du web qui réclament un maintien des serveurs et des technologies permettant de le visiter. Le cas de la disparition de la technologie flash des navigateurs a par exemple pu compliquer, voir rendre impossible la consultation de certains sites d'auteurs dotés d'animations nécessitant cette technologie devenue obsolète.

Un espace de mémoire est politique dans la mesure où il contribue à construire un moyen de transmission et de questionnement des représentations collectives des valeurs d'une société. La mémoire est un travail important pour nos institutions qui possèdent des structures dédiées à ce travail de mémoire comme nos bibliothèques et archives nationales et départementales. Cultiver une mémoire c'est pérenniser une relation à un fait ou une personne publique dans son histoire et son impact sur la société et les citoyens qui la composent.

Le site d'auteur peut agir comme un lieu de mémoire comme défini dans l'œuvre éponyme⁸³ publiée sous la direction de Pierre Nora entre 1984 et 1992. Il y est défini comme « un lieu ou un symbole, élément matériel ou idéal, qui participe de la constitution de l'identité collective.⁸⁴ » Le site de la maison de Victor Hugo remplit un travail de mémoire en contribuant à celle de l'auteur et de ses idées.

La mise en avant de certains événements, de publications permettent une officialisation et une postérité de l'œuvre autant que de l'auteur après que l'ouvrage soit épuisé. L'auteur et webdesigner Joachim Séné contribue à un travail de mémoire avec le site [relire.net](https://www.relire.net). Le compte

⁸³ Nora, Pierre. Les lieux de mémoire. Gallimard, 1984-1992.

⁸⁴ Définition de la CIVS (Commission pour l'indemnisation des victimes de spoliations) consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <https://www.civs.gouv.fr/fr/les-lieux-de-memoires/lieux-de-memoire-en-france/>

Twitter du site @relirenet publie des extraits ou des publications de sites d'auteurs décédés. Cette action, Joachim Séné la nomme processus de renumérisation⁸⁵. Dans ce processus le contenu existe de façon antérieure et peut même être encore accessible, mais pour qu'il soit de nouveau visible, il est présenté sur un support actif et visité. Les sites de Francis Royo et Maryse Hache comptent parmi les sites renumérisés.

On peut observer la place politique du site d'auteur qui fait la vitrine du caractère politique des œuvres représentées tout comme de l'auteur. L'aspect multimédia de cette plateforme la rend propice à un travail d'archivage visant à la postérité et la mise en relation d'une œuvre et d'un auteur vers un public.

VIII. UN AUTEUR EST-IL DAVANTAGE LU GRÂCE À SON SITE ?

Lorsqu'un livre est lu, cette rencontre est le fruit d'un ensemble de médiateurs. Depuis l'idée qui a germé dans l'esprit de l'auteur qui a su convaincre un éditeur, il y a encore de nombreux professionnels qui ont accompagné le texte et pensé l'objet pour que quelqu'un défende le livre, le médie, devant un libraire qui le défendra potentiellement à son tour en lui donnant une place intéressante dans sa librairie ou en argumentant son intérêt devant le futur lecteur. La médiation est un processus complexe qui couvre une multitude de mécanismes qui font vivre un livre. Le livre peut être promu, envoyé à la presse pour être critiqué, des rencontres peuvent être organisées et parfois sa traduction est nécessaire. La médiation se voit être un élément inséparable de la vie d'un livre, que ce soit dans sa création ou sa réception par le lecteur.

Dans le contexte où la durée de vie d'un livre en librairie est très courte et que certains parlent volontiers de surproduction, la concurrence

⁸⁵ Entretien M. Séné p.178

pour l'attention du public est rude. Les livres s'affrontent et se confrontent à tous les divertissements, qu'ils soient numériques ou non. La médiation est d'autant plus importante dans ces circonstances pour valoriser l'œuvre culturelle. Les différents moyens de communication qui peuvent être mobilisés à son profit vont du bouche-à-oreille jusqu'aux campagnes d'affichages dans les gares et métros, en passant par des critiques élogieuses, des prix littéraires ou encore des adaptations transmédia.

Le site d'auteur est un de ces outils qui permet de renforcer la médiation d'un livre. Il est difficile de déterminer la mesure de son poids dans le processus global de médiation, mais il est certain qu'une part de celle-ci a été opérée par le site d'auteur, quand il existe.

Pour constituer mon corpus, je me suis donc appuyé sur les résultats de ventes pour cibler les sites qui sont les plus susceptibles d'avoir une médiation réussie, car celle-ci aurait contribué aux ventes ayant permis d'accéder au titre des meilleures ventes de l'année. C'est pourquoi j'ai choisi de retenir pour mon corpus les 30 livres les plus vendus selon Edistat⁸⁶ pour l'année 2021. Sans connaître la part de cette influence qui est partagée avec tous les autres modes de médiation, il est intéressant d'étudier comment se présentent les sites dont les livres ont bénéficié de la médiation, qui a su être dans son ensemble la plus efficace.

L'objectif ici est de déterminer les facteurs clés qui ont contribué à leur médiation efficace.

⁸⁶ Victor de Sepausy. (2021, 31 décembre). article d'Actualité. consulté le 28/09/2022 à l'adresse : <https://actualitte.com/article/104057/meilleures-ventes/exclusif-les-30-meilleures-ventes-de-livres-en-librairie-de-2021>

1) CONSTITUTION D'UNE TYPOLOGIE DE SITE

Le choix d'une méthodologie est un exercice que j'ai ressenti comme périlleux. En voulant m'affranchir autant que possible de ma subjectivité, j'ai néanmoins gardé à l'esprit l'impossible mise à l'écart de tout biais et ai procédé comme suis.

Une page web offre à celui qui y compose son site, de l'espace et de la visibilité sur le contenu qu'il y disposera. Plus un objet est représenté, plus il est incontournable à la vue du visiteur. Étant donnée la volonté inhérente à l'acte de publication du site en ligne qui induit la mise en relation entre le contenu visible et le lecteur, il est plus que probable que ce qui y est le plus représenté et donc pourvu en visibilité soient les éléments les plus importants pour la personne derrière la conception du site. La page comme les éléments qui la composent peuvent être mesurés. Leur exploitation permet d'obtenir par un produit en croix le pourcentage d'occupation de chaque élément sur la page. La hiérarchisation de l'espace visuel accordé est un des éléments étudiés dans ce processus de recherche. La visibilité est ici la ressource principale et ce qu'expose l'auteur est l'objet de la médiation.

Du point ordinateur, au centimètre, en passant par le pixel ou le pouce, les outils normés de mesure disponibles sont nombreux. Le pixel a été retenu pour la mesure des pages du fait de sa capacité d'adaptation et de l'universalisme qui en découle. Au même titre que le site épouse des formats et dimensions d'écran qui diffèrent d'un utilisateur à l'autre selon son matériel, le pixel s'accommode de la taille de ceux qui composent vos écrans.

En nous appuyant sur la taille d'un élément et en le rapportant à la taille totale de la page, on peut estimer le volume pris par chaque

élément. La visibilité mesure ici l'importance accordée à l'élément, car il s'agit de la ressource première d'un support qui est en l'occurrence la page web. Cet exercice se limite à la page d'accueil des sites, car tous les sites d'auteurs sont nécessairement pourvus d'une page d'accueil parmi les pages qui composent le site. Il est également fréquent que les sites d'auteurs se contentent d'une seule page. De plus, le taux de rebond varie et il nous est inconnu de façon individualisé. Celui-ci, s'il est élevé, pourrait influencer grandement cette notion de visibilité, car une page qui présente un taux de rebond qui indiquerait qu'elle n'est pas vue, car la plupart des visiteurs auraient quitté le site, n'aurait pas ou peu d'impact sur la médiation. Une fois que l'ensemble de ces mesures sont récoltées, nous allons aborder leur classification et leur regroupement avant d'en tirer des observations.

2) LA RECHERCHE DES SITES

Dans le but d'avoir les résultats les plus représentatifs, je me suis notamment appuyé sur des études telles celle que Chitika⁸⁷ de 2013 et de Kissmetrics⁸⁸. Les recherches ont été effectuées sur le principal moteur de recherche en France, en l'occurrence google.fr sur lequel est réalisé 91,9% des requêtes à un moteur de recherche, comme le rapporte le site Orberlo⁸⁹. Cette information est confortée par Statcounter⁹⁰ (92,42%).

⁸⁷ Etude Chitika. (2013). The Value of Google Result Positioning. consulté le 22/10/2022 à l'adresse : <https://research.chitika.com/wp-content/uploads/2022/02/chitikainsights-valueofgoogleresultspositioning.pdf> mais désormais partiellement consultable à l'adresse : <https://web.archive.org/web/20130610125944/http://chitika.com/google-positioning-value>

⁸⁸ Etude Kissmetrics. (2010, novembre). consulté le 20/10/2022 à l'adresse : <https://blog.kissmetrics.com/wp-content/uploads/2010/11/Bounce-Rate.pdf>

⁸⁹ Maryam, Mohsin. (2023, 13 janvier). consulté le 05/02/2023 à l'adresse : <https://www.oberlo.com/blog/google-search-statistics>

⁹⁰ Site de Statcounter consulté le 20.10.2022 à l'adresse : <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

Comme le rapporte l'étude de Chitika, 91,5% des internautes s'arrêtent à la première page de résultats de la recherche et 4,8% atteignent la seconde. En questionnant la visibilité d'une page, la question du passage d'une page web à l'autre s'est posée. C'est ici qu'intervient le taux de rebond qui indique le ratio d'internautes qui quittent le site en passant d'une page à l'autre. Dans 70% à 90% des cas, ils ne vont pas plus loin que la première page du site d'après les données de Kissmetrics. C'est pourquoi, en m'appuyant sur ces résultats, j'ai procédé à la captation des pages se trouvant sur la première page du site et uniquement sur les sites figurant sur la première page référencée par le moteur de recherche. L'usage du principal navigateur web en 2022 (en l'occurrence Chrome, qui occupe 56,4% des parts de marché, toutes plateformes confondues⁹¹) en mode de navigation privée, vise également des objectifs de représentativité afin que ma position géographique, mon historique ou toute autre donnée personnelle n'altèrent pas, autant que possible, les résultats de recherche.

3) PROCESSUS DE CAPTATION DES SITES D'AUTEURS

Après des essais infructueux d'enregistrements des pages web qui portaient atteinte à l'homothétie de celles-ci, le choix de la capture d'écran a été retenu. C'est avec un écran aux dimensions de 3860 sur 2160 pixels que les captures ont été réalisées. Toutes les captures ont été faites depuis le même ordinateur ainsi qu'avec le même écran. Elles ont ensuite été assemblées grâce à un logiciel de PAO (Publication Assistée par Ordinateur) en prenant soin de superposer à chaque fois le bas de la capture précédente avec le haut de la suivante. Tous les éléments qui pouvaient être déroulés sur la page l'ont été. Si un bouton ou un menu

⁹¹ Brossat, Vincent. (2023, 29 mars). consulté le 05/04/2023 à l'adresse : <https://www.leptidigital.fr/webmarketing/parts-de-marche-navigateurs-web-10814/>

propose la suite d'un contenu et n'est pas ouvert, c'est qu'il renvoyait vers une autre page.

Dans le calcul des pourcentages, certains éléments peuvent être à la fois promotionnels et relatifs à l'œuvre. La prise en compte des visées a été faite à partir des catégories en distinguant les éléments relatifs à l'œuvre, d'actualité, représentant l'auteur, de biographie, d'option de langue, du plan du site, des réseaux sociaux, pour adhérer à une newsletter, de mentions légales, ou permettant l'échange. Le découpage de chaque élément est fait par le biais de rectangles de couleur les couvrant et rejoignant chaque extrémité de l'élément mesuré.

Les éléments les moins représentés sont ceux qui ont reçu le moins de visibilité de la part de l'auteur, mais qui sont malgré tout présents. L'absence de certaines catégories d'éléments peut sous-tendre une absence plus importante d'intérêt que les éléments les moins représentés, mais également l'absence de l'idée de les intégrer au site.

L'exploitation des sites dans leur seule version de bureau est une limitation qui ne tient pas compte de la place toujours croissante des outils numériques nomades, mais elle ne porte pas atteinte à la capacité de constat de l'espace donnée aux éléments présents.

Les dates de création des sites, l'usage de la première ou de la troisième personne dans l'expression, ainsi que la question de la propriété des sites sont également des éléments abordés.

Ces éléments apportent une visibilité sur l'époque dans laquelle est né le site concerné et la part d'auctorialité que partagerait l'auteur avec la maison d'édition sur son site.

Une analyse nourrie par les degrés de représentation des éléments saillants permet de déterminer la visée dominante du site et de la ranger

dans l'une des catégories de la typologie de Benjamin Hoffman⁹². Cette visée dominante qui peut être promotionnelle, artistique, paratextuelle ou encore à composante communautaire permet de prendre en compte les aspirations de l'auteur. En constatant des tendances dans le corpus, on peut déduire quelle visée est la plus adaptée à une médiation massive.

IX. QUI VISITE UN SITE D'AUTEUR ?

1) DÉFINITION DE LA COHORTE

Définition de la cohorte. Ce terme désigne ici, un ensemble non exhaustif de visiteurs de sites d'auteurs. Ne pouvant interroger l'ensemble des visiteurs des sites d'auteurs, je me suis limité à un échantillon qui est non représentatif. Celui-ci se compose de mon entourage, c'est-à-dire de ma famille, de mes amis, de mes camarades de promotion, mais également mes enseignants, mes encadrants de stages et des connaissances. Ils sont lecteurs, étudiants, professeurs, prescripteurs, libraires ou simplement curieux. Mis bout à bout, ce ne sont pas moins de 102 retours au questionnaire qui ont été reçus. Le questionnaire a eu droit à deux versions d'essai avant de trouver sa forme finale. Les résultats de ces versions n'ont pas été conservés dans les résultats finaux. Avec la version retenue, de prudents pourcentages pourront être formulés en ayant bien à l'esprit l'aspect indicatif de cette enquête tant l'échantillon interrogé n'a pas de présomptions de représentativité de l'ensemble des visiteurs des sites d'auteurs. La diffusion des questionnaires par courriel s'accorde avec des objectifs de rapidité et évite de se confronter à l'agenda (la disponibilité) des sondés. Un travail de présentation et de relance a été réalisé pour obtenir les réponses. Des vagues successives

⁹² Hoffman Benjamin. (2016). *Le site d'auteur : un nouvel espace d'investigation critique*, revue, French Studies, Vol. LXX, No. 4, 565–580

de participation ont eu lieu entre le 22 novembre 2022 et le 11 avril 2023. Le questionnaire a été hébergé sur la plateforme Framafoms par souci éthique afin de valoriser l'usage d'un logiciel libre. Dans le prolongement de cet esprit, aucune donnée personnelle n'a été collectée, ce qui a permis un meilleur respect de la vie privée et a permis d'éviter des contraintes liées à la législation RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données).

2) L'ARTICULATION DU QUESTIONNAIRE

Le questionnaire qui est consultable en annexe⁹³ s'articule en différentes parties. Après un préambule permettant d'être identifié en donnant son cadre de réalisation, il donne un moyen d'être recontacté et présente la vocation de l'enquête. Le choix d'un questionnaire fermé vise à obtenir une information quantitative qui soit synthétisable, mais fidèle des sondés. Les questions semi-ouvertes aspirent à des résultats d'ordre qualitatif en permettant une expression plus fine.

Une fois le préambule passé, les deux premières questions visent à constituer un profil de la personne. Connaître son activité, s'il est étudiant, professionnel du livre ou n'appartenant pas à ces catégories, permet de répondre à une présomption d'influence qu'aurait des profils en lien avec le livre et avec des études dans l'enseignement supérieur. Un postulat similaire est posé avec la question des grands lecteurs. En définissant une catégorie d'interrogés comme grands lecteurs s'ils lisent plus de 20 livres par an, nous pouvons avoir une indication concernant le lien entre des habitudes de lectures soutenues et la fréquentation de sites d'auteurs.

⁹³ Questionnaire sur le site d'auteur p.210

Une fois ces éléments d'identification du public posés, les habitudes de visite sont interrogées et il est demandé de visiter un site d'auteur si ceci n'a jamais été fait en signalant le fait qu'il s'agisse d'une première visite. Les questions semi-ouvertes s'appuient sur la théorie du noyau central⁹⁴ de Jean-Claude Abric. Cette théorie traite les représentations sociales qui « comportent un ensemble organisé d'informations, d'opinions, d'attitudes et de croyances d'un objet donné », qui est ici le site d'auteur. La constitution de deux listes de dix mots avant et après la visite vise à mesurer l'impact de ladite visite. Ils sont d'abord notés de façon désordonnée puis classés par ordre d'importance, ce qui permet d'avoir une photographie de l'expression de cette représentation avant et après la consultation du site d'auteur.

Inviter à s'exprimer sur la dominante du site permet d'avoir des retours sur des sites d'auteurs autres que ceux du corpus étudié en ne passant pas par la méthodologie s'appuyant sur le pourcentage d'occupation de l'espace. L'étape de consultation d'un site d'auteur qui avait comme premier objectif d'éviter de perdre les retours potentiels de personnes n'ayant jamais visité un site d'auteur permet de créer un corpus secondaire qui ne se sera malheureusement pas étudié par manque de temps.

La question de la temporalité est un autre élément de l'enquête. En demandant si le site d'auteur est visité avant ou après la lecture permet d'évaluer si la visite sert un désir de découverte qui s'appuierait sur une lecture déjà réalisée ou une volonté de mise en contexte ou de confrontation de la représentation de l'auteur perçu de façon antérieure à sa posture exprimée. Mesurer le changement dans la perception de

⁹⁴ Jean-Claude, Abric. (2005). *Méthodes d'étude des représentations sociales*. pages 59 à 80 consulté le 09/11/2022 à l'adresse : <https://www-cairn-info.ressources.univ-poitiers.fr/methodes-d-etude-des-representations-sociales--9782749201238.htm>

l'auteur suite à cette visite aspire à évaluer ce changement dans la représentation s'il a lieu et donc l'effet de la médiation.

La place des fonctionnalités qui peuvent se ranger dans la liste des catégories d'éléments classifiés permet de relever du côté du visiteur, l'importance accordée à telle ou telle fonctionnalité.

La question du passage à l'achat est un thermomètre de l'effet de la médiation dans un cadre d'évaluation particulier. L'auteur dans une grande majorité des cas vend ses livres et ne permet pas leur consultation complète en ligne. La mise en relation du lecteur avec ses écrits nécessite donc l'acte d'achat. Dans ce contexte, un visiteur qui passerait à la caisse après une visite serait donc un signe d'une médiation réussie.

3) PRÉPARATION DES ENTRETIENS

Le questionnaire comme les entretiens ont été élaborés en s'appuyant sur des questionnements autour de la posture. Les formulations des questions avaient vocation à se présenter comme « réceptif, large d'esprit, ouvert, non intrusif, respectueux, bienveillant, tolérant, curieux, en même temps que discret et neutre » comme le recommande Jean-Jacques Quintin dans son cours de première année de master *Analyse de données qualitatives, Outils de production de données qualitatives et méthode d'analyse*⁹⁵. Les relances ont respecté autant que possible l'usage des reformulations et de synthèse en évitant les questions fermées ou inductrices, tout comme les effets de « mitraillage » et d'injonction pour avoir un échange le plus fertile possible.

⁹⁵ Jean-Jacques ,Quintin. (2012). *Analyse de données qualitatives, Outils de production de données qualitatives et méthode d'analyse*. MCF - Université Lumière Lyon 2 consulté le 20/10/2022 à l'adresse : [https://apprendre.auf.org/wp-content/opera/13-BF-References-et-biblio-RPT-2014/Analyse de données qualitatives_Outils de production de données qualitatives et méthode d'analyse...pdf](https://apprendre.auf.org/wp-content/opera/13-BF-References-et-biblio-RPT-2014/Analyse%20de%20donn%C3%A9es%20qualitatives_Outils%20de%20production%20de%20donn%C3%A9es%20qualitatives%20et%20m%C3%A9thode%20d'analyse...pdf)

Les entretiens ont été obtenus par le biais de mon terrain de stage ou de rencontres au cours de ma formation ainsi que par connaissances interposées. Les entretiens ont été menés en s'appuyant sur un guide d'entretien. Ses questions ouvertes ont visé un rendu qualitatif. Après une présentation, les questions orbitent autour des visées de leur site, sur leur processus de conception et l'évolution de leurs pratiques. Ces questions visent à déterminer l'orientation donnée à la médiation auctoriale ainsi qu'à explorer les objectifs et les moyens mis en place par le concepteur du site d'auteur pour y parvenir. Ces entretiens semi-directifs ont été par la suite transcrits et rapportés sous forme de synthèse avec comme objectif une démarche de collecte de données qualitative. Toujours selon les recommandations de Jean-Jacques Quintin de l'université de Lyon, la posture de neutralité bienveillante, le respect du territoire et de la face ont été mis en œuvre pour l'intérêt de l'échange et le confort des personnes interviewées.

L'analyse des entretiens est passée par plusieurs étapes, dont la première a été un travail de transcription en restant le plus fidèle possible à l'énoncé initial. Ce travail de transcription a demandé plusieurs écoutes. Une fois les entretiens transcrits, il s'engage un processus de synthèse en retirant les scories (répétitions et hésitations restantes des transcriptions brutes qui sont présentées en annexe). Après avoir relu plusieurs fois à la recherche d'un sens dépouillé des écarts pris concernant le sujet du site d'auteur, j'ai conclu chacune des synthèses par une conclusion à l'entretien en la mettant en lien avec la partie théorique. Ces synthèses ont ensuite été comparées avec chaque partie composant le mémoire afin de dégager des conjectures thématiques qui rendrait leur citation pertinente.

Ces entretiens ont été menés entre le 06/02/2023 et le 20/05/2023 en visioconférence, en présentiel ou par entretien téléphonique. Les contraintes de disponibilité et de connexion n'ayant pas permis d'avoir un cadre uniforme de rencontre, les rencontres ont été faites selon ces modalités.

De façon chronologique les entretiens réalisés ont été faits auprès des personnes suivantes :

- Yves Aubard qui est l'auteur de la Saga des Limousin et professeur de gynécologie au CHU de Limoges. Ses romans historiques sont publiés à la maison d'édition La Geste.
- Romain Naudin qui est le directeur éditorial de la maison d'édition La Geste
- Emmanuelle Pireyre qui est une autrice de roman et de poésie qui a reçu le prix Médicis en 2012 pour *Féerie générale*⁹⁶ ainsi que le prix franco-allemand Franz Hessel en 2020 pour son roman *Chimère*⁹⁷.
- Jean-Charles Massera qui est un auteur de littérature contemporaine chez P.O.L, photographe et critique d'art contemporain.
- Joachim Séné qui est auteur sur la thématique du numérique, webdesigner, intervenant auprès de l'Université et présentement co-directeur de ce mémoire. Il est l'auteur de *La Crise*⁹⁸.
- Guillaume Teisseire est un des cofondateurs de la principale plateforme de critique en ligne Babelio.

⁹⁶ Pireyre, Emmanuelle. (2012). *Féerie générale*. Éditions de l'Olivier.

⁹⁷ Pireyre, Emmanuelle. (2020). *Chimère*. Éditions de l'Olivier.

⁹⁸ Séné, Joachim. *La Crise*. Publie.net

Ces très succinctes présentations sont complétées par les entretiens qui sont consultables avec le guide d'entretien en annexe⁹⁹. Le guide d'entretien utilisé est également disponible en annexe¹⁰⁰. Ces rencontres ont été motivées par la variété des profils et le lien partagé avec le site d'auteur. La conception du site d'auteur est présente en premier lieu pour l'auteur, mais il est également présent pour l'éditeur qui accueille les pages de ses auteurs.

Voici le résultat de la synthèse des entretiens qui sont consultables en annexe à partir de la page 130.

Ces synthèses visent à transcrire aussi fidèlement que possible l'expression des personnes. Elles servent l'objectif d'une lecture plus courte et confortable, dépourvue de scories ou de répétitions associées au langage oral.

X. EXPLOITATION DES ENTRETIENS

1) YVES AUBARD

Voici la synthèse de l'entretien de Yves Aubard¹⁰¹. La transcription complète de la rencontre est consultable en annexe.

Yves Aubard nous partage dans son entretien sa relation au site d'auteur et la place de son site www.sagadeslimousins.com.

M. Aubard n'est pas un habitué des sites d'auteurs, qu'il visite rarement, avec environ 3 ou 4 visites de blogs d'autres auteurs et quelques visites de pages Babelio.

⁹⁹ Questionnaire sur le site d'auteur p.210

¹⁰⁰ Guide d'entretien des rencontres p.128

¹⁰¹ Entretien avec Yves Aubard p.130

Yves Aubard partage son intérêt pour l'informatique malgré un manque de compétences pour développer des sites web au début de ce projet. Derrière la volonté de créer un site d'auteur, réside une volonté de promouvoir ses livres. Le public est identifié, il s'agit de lecteurs de roman historique. Ce public réduit est composé de passionnés et le but est de les accrocher le plus rapidement possible sans rebuter les moins passionnés. Cette volonté de visibilité intègre un souci du référencement pour être sur la première page Google quand on tape son nom ou le titre d'un de ses ouvrages. La volonté d'apprendre à maîtriser les outils nécessaires pour développer le site a été concrétisée par une formation professionnelle financée.

Il s'ajoute à la volonté de faire découvrir la saga, la conscience que ce site est surtout fait pour les gens qui suivent la série. Sur celui-ci il partage son actualité avec les titres des futurs tomes et les annonces de ses déplacements en rencontres, salons ou festivals.

Sur le site est également partagée une série d'éléments paratextuels qui incluent des commentaires qui ne sont pas dans le livre et des cartes absentes des livres ou qui sont ici enrichies de couleurs. Un objectif est également de fidéliser le lecteur. Chaque livre a un bref résumé avec une liste des personnages et les arbres généalogiques associés. Les livres ne faisant pas partie de la Saga des Limousin sont également représentés sur le site.

Yves Aubard développe son site et l'héberge également sans aide extérieure. Ce site cumule aujourd'hui environ 20 000 visites. Sur ce site un choix de refus des codes de sobriété graphique, qui sont assez admis chez les graphistes, a été fait pour être davantage percutant. Ce choix s'exprime par la présence de couleurs vives et d'animations.

Le choix de ne pas utiliser son nom reflète une intention de valoriser les écrits et non son nom, car l'auteur estime ne pas en avoir besoin en tant que médecin et professeur, des métiers qui appellent à une certaine discrétion selon lui.

Sur sa page Facebook, l'auteur réagit à l'actualité. Sur son site Yves Aubard partage son mail pour offrir l'opportunité d'un échange avec son lectorat. Il reçoit à travers lui quelques retours des lecteurs. Ce sont des commentaires avec des critiques et des questions. Interagir avec le lecteur suscite l'intérêt de l'auteur qui voudrait plus d'interaction avec ses lecteurs et qui envisage donc l'ajout d'un tchat, une fois qu'il aurait acquis les compétences nécessaires à sa mise en place.

Sur son site l'auteur raconte ses livres en vidéo et pour cela, il s'est formé au montage vidéo et souhaiterait aborder l'ensemble de ses œuvres en vidéo.

A l'horizon de la fin de la rédaction de la Saga des Limousins, il se pose la question de changer le nom du site qui pourrait s'appeler « Aubard auteur » ou « Les livres d'Aubard ».

La visée de ce site est multiple. En premier lieu est annoncée une dominance promotionnelle des livres et non de l'auteur. Cette orientation est soutenue par d'importants apports paratextuels qui permettent une mise en contexte et une émulsion des passionnés par le partage de documents absents dans des livres ou qui sont présents dans une moindre qualité à cause de contraintes liées à l'objet livre ou au coût associé.

2) ROMAIN NAUDIN

Voici la synthèse de l'entretien de Romain Naudin¹⁰². La transcription complète de la rencontre est consultable en annexe.

Le directeur éditorial de La Geste, Romain Naudin, reconnaît l'importance des sites d'auteurs qui permettent de motiver des achats en ligne et de suivre l'actualité de l'auteur. Il cite Yves Aubard dont le blog a un retentissement sur les ventes sur tablettes, livres, ebook, e-pub ainsi que sur les ventes en ligne.

L'éditeur encourage l'auteur à s'investir dans un site. C'est un projet qui permet une fidélisation des lecteurs par le suivi d'un auteur, de son actualité et de ses vacances. Le fait de voir l'auteur dans son quotidien est estimé comme un élément important, car il crée une proximité avec le lecteur et peut susciter des échanges. La proximité entre lecteur et auteur est essentielle pour l'éditeur. Il y a une complémentarité entre le site d'auteur personnel et le site de l'éditeur.

M. Naudin indique visiter des sites d'auteurs tous les jours. C'est surtout le cas sur leurs réseaux sociaux. Selon lui, dans un cadre de compétition entre les auteurs dans un marché de l'offre, le site d'auteur est toujours le bienvenu.

Il ne reconnaît pas néanmoins la page d'un auteur sur le site de la maison d'édition qui compte 5000 auteurs présents comme un site d'auteur. Il estime qu'il s'agit surtout d'une présentation sur un site internet vitrine. Le site de la maison d'édition est présenté comme un hub qui peut rediriger vers le blog, site ou page personnelle de l'auteur. Rediriger un lecteur vers un autre livre de l'auteur et l'informer pour le fidéliser sont des objectifs de ce hub.

¹⁰² Entretien avec Romain Naudin p.142

Le site de la maison d'édition créé il y a 12 ans vise la mise en relation la plus simple et rapide possible entre un auteur, un livre et un visiteur. A côté d'un auteur, il y a ses livres sur sa page et à l'inverse à côté d'un livre il y a les autres livres de l'auteur ou ceux qui sont proches de celui-ci. Voici des mots de l'éditeur : « entre la photo, la biographie et la bibliographie, la visée promotionnelle de l'auteur et de son œuvre est assez importante ». Un objectif de lisibilité sur le site implique peu de texte pour être bref et rapide. La cursivité est soulignée comme essentielle.

M. Naudin constate une évolution des pratiques avec une migration de Facebook vers Instagram qui a un potentiel de visibilité supérieur. Facebook aurait lassé par l'excessive présence des commentaires et son algorithme très orienté vers le grand public. Un glissement des auteurs des sites personnels et des blogs serait lié à un souhait de se libérer des contraintes d'un site personnel ou d'un blog. A la facilité d'usage s'ajoute la gratuité des réseaux sociaux qui bousculent les coûts liés à l'hébergement d'un site personnel ou d'un blog. La cursivité des réseaux sociaux et le potentiel de création de contenu sur ces plateformes s'ajoutent à la liste de leurs avantages.

Si un changement avait lieu sur le site de La Geste, l'éditeur indique qu'il ne concernerait pas la matrice, mais serait essentiellement esthétique avec une présence accrue des réseaux sociaux et des interactions possibles avec ces réseaux.

Cet entretien met l'accent sur l'importance de l'orientation promotionnelle du site d'éditeur. Mettre en relation le visiteur avec un livre et un auteur est la priorité. Cette médiation passe par un objectif de cursivité. La priorité associée qui profite à la première est la création de proximité entre le lecteur et l'auteur en créant de l'interaction ainsi

qu'une fenêtre sur la vie personnelle de l'auteur. La visée communautaire sur les réseaux sociaux sert cette médiation et permet un rayonnement de l'auteur aux réseaux des lecteurs.

3) EMMANUELLE PIREYRE

Voici la synthèse de l'entretien d'Emmanuelle Pireyre¹⁰³. La transcription complète de la rencontre est consultable en annexe.

Autrice de littérature, créatrice de performances publiques en relation avec ses propres textes, Emmanuelle Pireyre partage sa relation au site d'auteur.

Elle y partage ses activités variées, l'écriture et les performances, mais aussi des articles critiques, théoriques, des vidéos, des fictions pour la radio, et ce cumul d'activités lui semblait difficile à appréhender pour autrui. Son site lui sert à rassembler et classer dans un unique endroit son œuvre de façon cohérente.

Emmanuelle Pireyre attend d'un site d'auteur qu'il fournisse des informations sur l'œuvre, ses différentes composantes, pour y saisir davantage de cohérence.

Son site n'a pas une visée artistique, mais un objectif d'information. Cette information a vocation à être exhaustive. Elle le distingue de ceux qui proposent de la littérature ou de l'art. C'est une sorte de page Wikipédia personnelle et accessible. Il y est ajouté son actualité et ses dates de lectures, ainsi que des critiques. La création de ce site répondait aux demandes d'universitaires pour des articles ou des cours.

¹⁰³ Entretien avec Emmanuelle Pireyre p.151

L'information présente l'actualité et constitue une archive en étant une aide à l'organisation de l'autrice. C'est un journal de bord de l'écrivaine.

Ce site a été réalisé en 2015 à l'approche de la sortie du roman *Chimère*¹⁰⁴. C'est après avoir cherché l'inspiration en consultant de nombreux sites d'auteurs (dont celui de Valérie Mréjen qui lui avait particulièrement plu) que l'autrice s'orienta vers une forme de site graphique et élégant. Elle contacta le concepteur du site de Valérie Mréjen qui est Gaël Roland et ils eurent ensemble un échange qui permit de trouver un style personnel pour le site en devenir.

Le site a été développé sur Wordpress et est hébergé chez OVH, l'hébergeur français. Gaël Rolland assure encore aujourd'hui la mise à jour du site pour les éléments techniques. Pour l'usage courant du site, il a formé Emmanuelle Pireyre pour la rendre autonome. La question de l'accessibilité à tous les supports est un élément important qu'a soulevé le webdesigner.

La colonne de gauche répertorie toute les catégories de façon simple et ordonnée. En premier lieu, il y a un onglet news qui a été récemment ajouté, qui est suivi par l'agenda, les deux couvrant l'actualité. Ils sont suivis par la création avec la catégorie livre, qui est suivie des performances, du théâtre, de la radio et des chansons. Ensuite vient la partie théorique avec des articles sur la littérature et des articles d'étudiants ou d'universitaire en lien avec le travail de l'autrice. Ces deux parties théoriques se répondent. Elles sont succédé par la biographie, le contact et des liens vers d'autres auteur.rices qui inspirent Emmanuelle Pireyre. S'il y avait quelque chose à ajouter au site, ce serait certainement

¹⁰⁴ Pireyre, Emmanuelle. (2020). *Chimère*. Éditions de l'Olivier.

une fiche technique qui serait ajoutée à chaque performance, mais elle craint une posture trop marchande qui pourrait en découler à cause d'un excès de professionnalisme. L'autre souhait pour ce site serait de le mettre plus régulièrement à jour, et ce, toujours de façon autonome. Ce site n'est pas personnel, il est fonctionnel. L'interactivité n'est pas un sujet pour l'autrice qui ne se sent pas concernée avec en cause un manque d'intérêt pour le numérique dont l'usage est contraint. Elle n'est pas favorable à la création sur Internet qui se limite pour elle à un outil de documentation. Ce site est un site passif au même titre qu'une base de données. La photo de la page d'accueil présente une métaphore avec une malle dans le décor de montagne que l'autrice met en parallèle avec le site qui lui ressemble, car le site est un coffre où sont rangées de multiples choses, c'est une œuvre transportable qu'on peut emmener avec soi en montagne pour la déplier sur place. Il s'agit après réflexion de l'autrice, de l'unique endroit où une visée artistique est exprimée. Cette photo par laquelle Emmanuelle Pireyre accueille les visiteurs propose en fait dès l'entrée un accueil artistique, une bizarrerie.

On peut constater sur le site la présence de photos de performances, mais aucune photo typique des sites des éditeurs. Pour Emmanuelle Pireyre ce type de photo relève davantage du travail de l'éditeur.

La biographie est considérée comme secondaire. C'est un élément de communication qui n'a pas vocation à être mis en avant.

Pour ses visiteurs, l'autrice veut qu'ils regardent ses vidéos de performances, ses chansons qui sont moins accessibles que ses livres, car il faut être présent aux événements les accueillants. Les captations présentes sur le site permettent de stocker des œuvres live, ce qui est paradoxal. Ce stockage ne pourrait se faire sur YouTube d'après l'autrice,

car le nombre de visites serait trop faible et que la plateforme pose des problèmes de censure des œuvres. Elle pense avoir moins de visites que d'autres auteurs sur les réseaux sociaux. Elle pense au succès de Cécile Coulon sur Instagram qui utilise beaucoup les réseaux sociaux pour communiquer. Emmanuelle Pireyre n'annonce pas ses nouvelles publications, car elle a une aversion pour l'autovantardise qui imprègne toute la communication des entreprises et qui est plus généralement présente sur Facebook.

Chloé Delaume est citée comme une pionnière en ayant un des premiers blogs en tant qu'autrice. Elle y partageait ses pensées avec ses lecteurs.

Emmanuelle Pireyre exprime et affirme la vocation paratextuelle de son site. C'est un espace d'archivage et de mise en relation de ses créations. Son œuvre doit y gagner en cohérence. Pour elle la biographie n'est pas à mettre en avant et elle ne l'est pas, car elle trône dans les dernières catégories du menu. Ce site n'a pas pour but d'être marchand, c'est un espace de cohésion. Cet espace n'est pas personnel, il est fonctionnel, des mots de l'autrice. Cette archive contrainte est en prise à des vents contraires. L'autrice a besoin d'un espace de stockage des œuvres éphémères que sont les performances lives, et ce malgré son rejet du numérique et la nécessité de se former pour assurer ce travail d'archivage. Avoir cet échange sur son site d'auteur a suscité une nouvelle réflexion autour de celui-ci. Le site est un objet propre à chaque auteur auquel chacun donne une forme qui lui sied.

4) JEAN-CHARLES MASSERA

Voici la synthèse de l'entretien de Jean-Charles Massera¹⁰⁵. La transcription complète de la rencontre est consultable en annexe.

Jean-Charles Massera s'exprime sur son expérience des sites d'auteurs. Avant le passage aux réseaux sociaux, il n'y avait que les blogs. Il souligne que les deux sont proches si l'on met de côté la notion d'interaction. Ils partagent le mécanisme d'empilement et la difficulté qu'on peut avoir à y trouver une information qui ne soit pas récente.

Les deux raisons pour lesquels Jean-Charles Massera a fait un site d'auteur sont les suivantes. La première est pour éviter les erreurs de sa page Wikipédia. La seconde raison était de créer une archive, pour des écrits ainsi que son travail, des extraits de presse, des passages à la radio, des entretiens ou des pièces sonores. Le site est devenu vite conséquent et la question du droit à la diffusion devenait problématique pour certains éléments comme les podcasts. Le site permettait de publier des textes refusés ailleurs comme un texte sur le printemps arabe, qui avait été refusé par le journal Le Monde. De façon plus générale, des textes amputés pouvaient être republiés en version intégrale sur le site. La biographie permet de préparer les entretiens, les rencontres et l'interview. Cet archivage vise à être exhaustif sans tri sur la base de questions de qualité pour retracer une trajectoire qui est la sienne. L'auteur a une pensée pour ses amis qui conservent leurs archives en papier pour qu'ils puissent se retrouver à l'IMEC à Caen. De ses mots, il est numérisé jusqu'à l'os. Dans son travail, il ne se projette pas, il est dans le présent de l'écran. L'écran serait plus naturel que le papier, et ce, autant pour ses publications que ses lectures, qu'il effectue sur liseuse.

¹⁰⁵ Entretien avec Jean-Charles Massera p.163

M. Massera n'a jamais fait de blog, car pour lui cet usage était trop lié à l'actualité. Ce choix était à contre-courant d'une mode chez les auteurs entre 2008 et 2010. Son gout esthétique en lien avec l'art contemporain freinait également l'usage d'un blog qui cumule le fait d'être inesthétique et cliché.

Pour son site d'auteur, Jean-Charles Massera s'est formé à SPIP qui était l'ancêtre de WordPress. Il a dû néanmoins avoir recours aux services d'un webmaster et d'une designeuse de site. L'arborescence du site pose problème en 2011 avec l'arrêt de l'écriture pour l'auteur. Le site est alors complexe et davantage pensé pour l'écrit que pour du visuel. Il a été essayé un simulateur d'EPUB en ligne qui tournait les pages.

Pour l'essentiel, on pouvait y retrouver des livres, des articles, des interviews, ses premiers textes qui datent de 1990, des textes hybrides qui venaient de revues d'art, de design, de cinéma. Le site offrait un outil aux curieux ainsi qu'aux étudiants et chercheurs voulant s'informer sur l'auteur.

Le site est fermé en janvier 2019, et un nouveau nom de domaine et un nouvel hébergeur ont été choisis pour un nouveau site qui n'a pour le moment pas encore vu le jour. Au moment de la fermeture du site, un PDF est mis à disposition pour expliquer les motivations de ce choix alors que le site recevait encore entre 150 et 400 visites quotidiennes sans être actualisé. Ces visites régulières des visiteurs sont source de regrets. Le site était très fourni et devait intéresser les étudiants. Ceci était certainement motivé par les invitations des centres de recherche à Lyon, Mulhouse et ailleurs. L'arrêt de ce site s'est accompagné d'une migration vers les réseaux sociaux avec Facebook. Ce choix était motivé par la capacité de pouvoir y publier de longs textes. Facebook est un espace

d'expression pour parler du travail des autres. Ceci fait écho au passé de critique d'art de Jean-Charles Massera.

M. Massera y suit le traducteur russe André Markowicz qui traduit des dossiers et fait beaucoup de chroniques depuis l'invasion russe en Ukraine. Twitter ne serait pas adapté à ce type d'expression qui a besoin de détails.

Un site médiant différents types d'œuvres crée de la complexité. La cohabitation sur le même site des livres avec des œuvres d'art moderne n'était pas aisée. Il ne pouvait pas changer sa page d'accueil, l'ordre d'apparition et les menus déroulants. Il avait sa façon de mettre les titres en français et en anglais pour les titres. Les menus avaient des titres décalés. Le caractère bilingue du site était une source de complexité. Il y avait généralement plus d'informations dans une langue que dans une autre. M. Massera avait une volonté de mettre au même niveau l'anglais et le français. Pour cela il fallait tout traduire à chaque fois. C'était compliqué même s'il pensait de façon bilingue. Ce choix était motivé par la présence de l'art contemporain sur lequel on échange généralement en anglais. En présentant les expos, les photos, les vidéos, les livres, ils étaient difficiles à mettre au même niveau.

Pour le prochain site, une page d'accueil avec une photo carrée au même format qu'Instagram est souhaitée. Cette photo aura une seule langue, tout simplement, et les visiteurs pourront cliquer dessus. Certaines photos auront plus de cliques que d'autres, mais c'est ainsi.

Avant que l'art contemporain ne prenne le pas sur la littérature dans son activité, la page d'accueil avec la catégorie livre ou théâtre était pertinente. Ceci incluait son actualité. Au premier niveau, si on cliquait dessus, on rentrait dans le livre et au second niveau il y avait une

vingtaine de pages avec tout ce qui était publié. Dans la catégorie actualité, il y avait les déplacements, les rencontres ou les passages sur France Culture. Dans le troisième niveau, il y avait les articles et les entretiens. On cliquait sur du son, sur de la vidéo. Il y avait également dans ce troisième niveau les liens des textes dans Les Inrocks. Il était mis au même niveau les articles de journalistes ainsi que les critiques négatives et les papiers de chercheurs ou de chercheuses.

Jean-Charles Massera n'avait pas mis en place de moyens d'échanger, car les réseaux sociaux sont plus adaptés à cet usage. Ce choix fait suite à la réception de lettres très violentes qui ont été reçues à l'époque de ses publications chez P.O.L et qui avaient donné lieu à des agressions dans la rue. L'absence de tchat ou d'espace commentaire n'empêchait pas la présence d'un espace de contact qui permettait de poser des questions ou de demander des détails sur les travaux de l'auteur. Cette prise de contact directe était novatrice étant donné qu'en 2010 tout passait encore beaucoup par l'éditeur dans une prise de contact. De façon similaire au site d'auteur, dans le monde de l'art contemporain, il y a des artistes qui ont leur propre site et ceux qui ne sont représentés que sur le site de la galerie. Il y a ceux qui s'exposent et permettent le contact et ceux qui choisissent de ne pas s'exposer.

Dans un souci de contrôle de son image l'auteur dont le principal succès en librairie est son essai *Amour, gloire et CAC40*¹⁰⁶ a fait de ce livre la seule exception dans sa démarche d'archivage en rendant ce livre absent de son site en dépit de son succès.

Jean-Charles Massera évoque l'impact que peut avoir un site d'auteur, quand en 2008-2009, Chloé Delaume était suivie par un groupe

¹⁰⁶ Jean-Charles, Massera. (2012). *Amour, gloire et CAC40*. P.O.L.

de 20 ou 30 lectrices alors que Christine Angot qui était plus célèbre dans le milieu littéraire et dans la presse n'avait pas suscité de mouvement de lecteurs. Ceci est l'impact du blog sur le public qui était informé de son déplacement. Sur son site elle avait beaucoup d'interactions et le style graphique avait un côté manga. Le site de Chloé Delaume était plus proche de celui d'une star de la pop qu'une figure littéraire. A la même époque, des personnes comme Emmanuelle Pireyre n'avaient pas de site. La plupart des auteurs n'avaient pas de site. En 2007-2008 les sites étaient mal vus. On était encore dans l'idée que l'auteur devait être caché. Les sites étaient mal perçus, car il était estimé de mauvais goût de faire sa publicité. Aujourd'hui Jean-Charles Massera constate le recul des billets d'humeurs des auteurs qui étaient très présents en 2008. La montée des technologies a permis aux sites d'évoluer et d'intégrer des podcasts et des vidéos des séminaires ou entretiens. Aujourd'hui l'auteur pense que la plupart des sites d'auteurs ne sont plus visités ou actualisés, car on se tourne vers les réseaux sociaux. D'autre n'ont pas eu de site et sont passés directement aux réseaux sociaux comme Arnaud Viviant, rappelle-t-il.

Jean-Charles Massera souligne l'importance de la modernité dans l'esthétique, car les poncifs graphiques (comme les arrière-plans avec des parchemins ou avec des feuilles) nuisent à l'expression. Jean-Charles Massera pointe du doigt la pipolisation de l'auteur, et la place qu'occupe la photo de l'auteur sur son site. Les auteurs qui ont un usage très actif de leur site comme s'il s'agissait d'un réseau social sont très rares. Il y a aussi ceux qui laissent la gestion de leur page à leur éditeur ou à leur galerie surtout quand ils sont sollicités pour éviter une contrainte chronophage.

Arnaud Bertina est cité pour son usage des réseaux qui est très important. Il y diffuse tous ses engagements et ses passages en librairie. Dès qu'il publie, en trois ou quatre heures, il peut avoir une importante visibilité en vues et en likes. Sans penser que son lectorat y est concentré, une grande part de la médiatisation de son travail semble se faire ici.

L'auteur indique qu'il est peu suivi sur les réseaux sociaux et que lorsqu'il parle d'actualité, le style est très littéraire. Il est néanmoins curieux de voir l'impact qu'auront les réseaux sociaux avec son prochain livre de poésie.

Jean-Charles Massera indique que s'il refait un nouveau site il y aura plus d'usages du côté du champ de l'art contemporain que de la littérature. Il pense qu'en dépit des 150 à 300 visites qu'il avait pu avoir en 2019, la relation au site d'auteur a dû changer. Mais la question des vues selon les plateformes pose des interrogations. Sur son site il était courant d'avoir 400 visites sur un contenu, ce qui n'arrive jamais sur Facebook.

Ce nouveau site serait plus centré sur l'art contemporain. Au premier niveau, il y aurait une myriade d'éléments avec des petits carrés qui seraient associés à chaque œuvre ou en cliquant dessus on verrait une photo. Ce serait le premier niveau, en haut il y aurait un carré d'actualité qui ne bougerait pas. L'ancien site était très esthétique pour l'époque selon l'auteur. Le fond était une des photos de l'auteur qui était exposée à Villeurbanne en 2009-2010 dans son institut d'art contemporain. L'importance du choix de la typographie est un élément important pour l'auteur. Le nouveau site serait très simple, très minimal. Ce ne serait pas une œuvre d'art en soi, mais il serait en mesure de montrer au premier niveau de l'arborescence aussi bien une série de dessins ou une vidéo que son dernier livre. Pour certaines pièces de théâtre, il y aurait quelques

captations et pour d'autres davantage. Il y aurait une arborescence similaire avec l'actualité qui renverrait sur des sites de partage de vidéos comme Youtube ou Vimeo. Tout le contenu lourd serait sur d'autres sites. Il pense faire un carré avec les œuvres avec deux déroulants pour les entretiens et à propos de son travail avec des extraits d'articles ou d'entretiens. L'idée serait de rentrer dans les œuvres.

Ce site serait une galerie et un CV à jour. En haut il y aurait aussi des rubriques fixes et un formulaire de contact. Un autre élément serait que ce site serait en anglais. Comme il y a peu d'informations, le contenu pose peu de limites linguistiques. Il y aurait une rubrique work. C'est important est que les gens aient accès aux documents dans la langue voulue directement sans avoir les deux petits drapeaux. Ce qui sera en français aura un résumé en anglais pour permettre une visibilité internationale. Pour les expos il ne pense pas retraduire en français. Il part du principe que la plupart du monde est en mesure de lire l'anglais. La traduction était un élément lourd qui est incompatible avec la volonté d'avoir une seule interface sans empilement comme sur un blog ou les réseaux sociaux. Il serait également dépourvu d'échanges avec le reste du monde, c'est-à-dire pas de zone de dialogue ou de tchat.

Jean-Charles Massera a utilisé son site pour archiver sa propre trajectoire, pour se réapproprier sa biographie et avec elle une part de son ethos. Les réticences à avoir un site qui étaient présentes en 2008 renvoyaient à l'opposition entre capital symbolique et commercial. Car un auteur qui s'affiche comme vendeur de quelque chose nuit à son capital symbolique. Les usages évoluent dans le temps et le site personnel ou le blog ont été débordés par la montée des réseaux sociaux qui mise sur l'interactivité et la facilité de mise en place et de mise à jour qui concurrencent fortement les sites antérieurs.

5) JOACHIM SÉNÉ

Voici la synthèse de l'entretien de Joachim Séné¹⁰⁷. La transcription complète de la rencontre est consultable en annexe.

L'auteur Joachim Séné nous parle ici de sa relation en tant qu'auteur et développeur de site d'auteur. Il crée des sites sur mesure pour les auteurs depuis les années 2000 en prenant en compte les spécificités demandées.

Plus tard, il a fondé une association de création numérique et sonore qui se nomme L'aiRNU pour Littérature Radio Numérique. Il a proposé sur lairnu.net des modules navigables et sonores, c'est-à-dire des choses qui mêlent du code et du son, donc des textes mis en voix mixés avec un mixage sonore, dans le contexte web. Il y est proposé aussi des performances, comme avec Anne Savelli avec qui ils ont sonorisé la maison Châteaubriand deux années de suite.

Une autre création, le site Relire.net est un site qui permet ce qu'il appelle la « renumérisation », c'est-à-dire qu'il va y mettre dessus des choses qui ont déjà été mises en lien comme des spectacles, œuvres ou performances d'un auteur ou d'une autrice disparue. Après s'être demandé que deviennent les sites après la mort des auteurs, le décès de Maryse Hache qui est disparue en 2012 a appelé des éléments de réponses pour la gestion de son site. Son site existe toujours parce que c'était un blog automatique, type blogspot. Etant donné qu'on ne suit que ce qui est actuel, M. Séné a eu l'idée qu'un petit bot Twitter partage une page du site tous les samedis. Comme ça, il y a toujours une actualité du site. Ceci est également fait pour Francis Royo, qui a aussi disparu. Les ayants droit ne l'ont pas repris donc un jour, le site a disparu et comme M. Séné était

¹⁰⁷ Entretien avec Joachim Séné p.178

webmaster, il a pu le remettre en ligne. Pour Ronald Klapka, les ayants droit continuent de maintenir le site, il est donc possible d'accéder depuis les liens directement aux contenus sur le site original.

Il y a également le site personnel de Joachim Séné qui a connu plusieurs évolutions. Il y a une version actuelle qui existe depuis 2 ans, 3 ans bientôt. La version archivée du site, qui se nomme Fragments, chutes et conséquences a la particularité que les pages s'obscurcissent avec le temps, c'est-à-dire que plus un texte est ancien, plus il disparaît. C'est une patine numérique, c'est un petit programme créé par l'auteur qui est ajouté au site qui permet de faire disparaître les textes. Ceci est une métaphore du temps qui passe et de l'usure qu'il exerce sur les textes et l'attention des personnes pour ce qui est ancien.

Les livres de l'auteur sont publiés sur Publie.net, qui est la plateforme numérique lancée par François Bon en 2008 et repris par Guillaume Vissac qui depuis, imprime des versions papier des livres.

Joachim Séné visite des sites d'auteurs. Il fait partie d'un écosystème de gens très en ligne. Depuis sa page de flux RSS, il explore de nombreux sites comme ceux de Guillaume Vissac, le blog de Sébastien Ménard, Brigitte Célerier, Jérôme Orsoni, Le Tiers-Livre de François Bon et Antonin Crenn aussi. Ce sont des personnes qui publient sous la forme du journal. Le journal en ligne, le journal d'écriture, le journal littéraire, il y a plein de sites qui font ça et chacun publie à son rythme, explique l'auteur.

Le premier site de Joachim Séné était très tôt dans les années 98 ou 99. Il y publia des textes, des nouvelles avant de changer de nom de domaine. Il a acheté joachimsene.fr ainsi que jsene.net. La technologie flash y était présente. A l'époque, il y avait beaucoup de menus de

navigation très animés. Au milieu des années 2000, il eut un blog automatisé. C'était 20six, selon lui c'était horrible et peu ergonomique. Dessus il y avait plein de journaux en ligne. Ces journaux ont commencé dans les années 2000 avec les blogs. Parce que par défaut, le menu de navigation ne mettait pas les dates en avant. Tout était daté de la création du journal jusqu'aux articles. Il y avait aussi les forums de Tierslivres, qui fédéraient beaucoup de monde. Car il n'y avait pas les réseaux sociaux avant 2007. Donc pour échanger, il y avait les forums de Tierslivres, qui étaient un endroit vraiment important, avec la revue Remue.net et puis il y avait les flux RSS qui permettent de se suivre entre créateurs de contenus.

M. Séné possède donc aujourd'hui le site joachimsene.fr, jsene.net et relire.net. Il avait également le nom de domaine rature.net qui était pour le développement de sites web et la prestation de service. Un jour le nom de domaine a été perdu en oubliant de le renouveler. Jusqu'à aujourd'hui si allait sur rature.net, il y avait un squatter qui utilisait le référencement pour proposer quelque chose d'à peu près similaire pour la création de sites web, ceci a pu changer après la réappropriation de son nom de domaine par M. Séné.

Joachim Séné ne souhaite pas susciter quelque chose de particulier chez son visiteur. Sur le site il présente l'exécution de la création. C'est un atelier ouvert, un atelier dans lequel les gens pourraient venir simplement. Il met les textes là parce qu'aussi, le fait de publier, ça l'aide à écrire. C'est un peu comme la prise de notes dans le carnet qui sont destinées à être reprises. Il y a également des choses qui sont vraiment destinées à être lues, comme ses explications critiques, qui peuvent permettre de comprendre des choses, un peu comme quand M. Séné intervient à l'Université. Pour autant, il n'attend aucune réponse.

Joachim Séné a un parcours d'ingénieur et écrit. Ce processus lui permet de réfléchir et de se poser certaines questions : « Est-ce que moi, je comprends comment ça marche ? Est-ce que je peux l'expliquer ? Et puis comment je veux le critiquer ? » Il faut écrire pour penser, donc il fait un exercice de pensée et cela revient à publier pour s'aider à écrire, ce n'est pas forcément une pensée complète.

Les ressources pour les sites c'est l'hébergement à payer. Il y a les dons qui peuvent aider. Ils peuvent être ponctuels ou mensuels. A l'hébergement s'ajoutent le temps nécessaire et les logiciels qui sont les seules ressources. M. Séné utilise SPIP qui est une application française open source très facile à manipuler. Tout comme Guillaume Vissac qui n'a pas de formation informatique ou François Bon qui utilisent également SPIP.

Pour les sites commandés par les auteurs, il leur demande un petit dessin, ils lui donnent des images, ou encore ils lui laissent la voie libre. Francis Royo avait juste demandé un site sans images dans lequel on puisse lire ses différents recueils. Parfois les commandes sont très précises.

Pour son site actuel, Joachim Séné n'a pas de stratégie. Dans le code, il est possible de mettre que si tel mot clé est appliqué à un article, qu'il soit ajouté à la page d'accueil. Ce mot clé est « top sommaire ». Les top ventes ne sont pas vraiment des tops ventes, ce sont des produits que le marketing veut faire remonter. Cette technique de référence vise à pallier les problèmes d'empilements des articles sur le blog. Ce parallèle entre des techniques marketing de référencement d'articles à vendre d'un blog ou d'un site d'auteur, souligne la proximité que peuvent avoir des stratégies de valorisation de contenu.

Sur le site de Joachim Séné, quand on arrive, il y a aussi un petit bandeau, c'est le dernier livre publié. Il y a une petite icône RSS, il s'agit de l'appelant RSS. Sur le site de Sébastien Armongier, il y avait le menu avec toutes les rubriques avec des essais, des romans et des articles. Il a une image qui est mise en avant, choisi par l'auteur. En dessous, il a choisi les images qu'il veut mettre en avant. Ce qu'il met en bas apparaît à travers les images.

Pour Joachim Séné il y a un changement des objectifs et des moyens des sites d'auteurs. Dans le cas du site de Christine Genin, qui est conservatrice à la BNF, elle proposait un NetVibes conséquent, alphabétique, de tous les sites de création littéraire francophone. Son NetVibes n'existe plus. Mais quand il existait encore, les flux RSS avaient déjà disparu. C'est à ce sujet qu'il faudrait mener une étude selon l'auteur. Il s'interroge sur la disparition des créations littéraires en ligne. Parce que les réseaux ont contribué à cette perte, en nous occupant de l'énergie. Les flux RSS sont la base pour suivre du contenu en ligne. Il signale également un petit renouveau depuis quelques années avec la littératube. M. Séné indique que toute une partie de la création littéraire est passée du côté de la vidéo par ce biais. Il y avait eu récemment un événement à Ivry à ce sujet, rapporte l'auteur. La vidéo n'est pas envisagée, car celle-ci serait trop compliquée et chronophage, en plus de demander des ressources. M. Séné reste sur le texte et le blog, parfois il fait du son.

L'auteur s'inquiète des réseaux sociaux, il faut vraiment selon lui réussir à se libérer et à se retrouver à des endroits. Les sollicitations ont tendance à effacer un peu la littérature.

Il voit que les gens continuent à écrire, donc de son point de vue, il n'y a pas beaucoup de changements, mais il a l'impression qu'il y a moins

d'échanges. A une époque, il y avait vraiment une énergie, des échanges de blog à blog, où on écrivait sur le blog d'un autre tous les mois. Ça faisait une sorte d'animation et de promotion de ce qu'on faisait. Ce système d'invitation a été reproduit sur Youtube, ce que M. Séné estime intéressant. Remue ne connaît pas d'essoufflement, il y a toujours à peu près autant de visiteurs qu'il y a 10 ans. Il évoque néanmoins un phénomène, qui est que quand un auteur crée un site et qu'il publie en librairie le site ne tarde généralement pas à disparaître. Les forums ont disparu, aujourd'hui c'est Wattpad prend leur place. Les réseaux sociaux ont un peu vampirisé certains échanges selon lui, d'autant que les algorithmes influencent l'exposition aux contenus.

Joachim Séné ne prévoit pas de changement sur ses sites. S'il voulait changer quelque chose, il le ferait sans attendre, confirme-t-il. Il se pose néanmoins des questions avec l'AirNu. « Comment trouver d'autres moyens de faire de nouveaux livres, comment réaliser de nouvelles créations sonores, mais cela demande des moyens, et l'aide des institutions. » S'il avait du temps et des outils, peut-être se lancerait-il dans le son et la vidéo.

Dans cette interview, Joachim Séné partage son expérience dans la création et la gestion des sites d'auteurs. Il explique l'importance de l'apprentissage des moyens d'expression que sont HTML et le CSS. Il souligne également la place privilégiée de création que constitue le site personnel, une place qui est mise à mal par les réseaux sociaux, qui nous exposent aux algorithmes. La dominante semble ici pencher du côté de l'artistique. Le caractère paratextuel est présent, mais une archive qui se noircit est plus une œuvre d'art qu'une archive. Le positionnement dans le champ est également franc. La recherche de capital commercial est ici secondaire, car ce qui aurait le plus de chances de se vendre est la

publication récente qui n'est pourtant pas toujours au centre de l'attention et du travail de l'auteur. La valorisation de publications plus anciennes par le processus de renumérisation permet une accumulation de capital symbolique, mais opère surtout un travail de mémoire.

M. Séné évoque également l'importance de la promotion de la publication d'un auteur sur un site web, ainsi que la difficulté de maintenir l'intérêt des lecteurs pour les articles plus anciens. Il explique qu'utiliser des mots-clés pour mettre en avant les articles les plus importants dans une stratégie de valorisation de certains contenus est efficace.

Enfin, Joachim Séné souligne l'importance de la création et de l'interaction en ligne. Cette forme d'expression artistique profite du cadre moins contraint du site personnel. Le site personnel est un espace riche de possibilités pour créer.

6) GUILLAUME TEISSEIRE

Voici la synthèse de l'entretien de Guillaume Teisseire¹⁰⁸. La transcription complète de la rencontre est consultable en annexe.

Guillaume Teisseire expose sa relation au site d'auteur en lien avec sa plateforme, Babelio.

Avec un recul de 16 ans d'expérience, la plateforme qui rassemble les pages auteur avec leur bibliographie, biographie et critiques de leurs livres accueille également d'autres éléments d'interaction comme les quizz. Ces contenus se divisent entre ceux créés par la plateforme Babelio que sont les pages auteurs, ainsi que les recommandations et ceux créés par la communauté avec les critiques et les quizz.

Dans les usages personnels de la plateforme, il y a le catalogage ainsi que l'expression des lecteurs qui contribuent en donnant leur avis sur les lectures et puis il y a un usage social dans la composition de sa bibliothèque et son partage ainsi que l'interaction avec d'autres lecteurs. Sur Babelio, il y a également une communauté de personnes non inscrites qui vont seulement consulter sans produire de contenus.

Toute l'information qu'on va agréger sur Babelio est soit celle qui est produite par les lecteurs de la communauté ou l'information qu'elle va agréger ailleurs avec les critiques de la presse, les vidéos d'auteurs, les extraits des livres.

Ce sont 5 000 visiteurs uniques mensuels qui visitent la plateforme pour 1,5 million d'inscrits.

Babelio consulte les sites d'auteurs, car il s'agit de sources d'informations pour compléter leurs pages sur Babelio lorsqu'il manque

¹⁰⁸ Interview avec Guillaume Teisseire p.191

une biographie d'auteur, une actualité sur un auteur ou une nouveauté qui va sortir.

A titre personnel, Guillaume Teisseire a tendance à suivre des auteurs sur les réseaux sociaux davantage que dans des espaces dédiés. La pratique de blogging est plus un espace d'expression pour les auteurs, c'est plus un médium par lequel ils s'expriment que vraiment un site d'information sur eux. Guillaume Teisseire se retrouve assez bien dans la définition portée par ce mémoire et la variété des sites d'auteurs qui renvoient à différentes réalités. Il peut y avoir une biographie, et puis de temps à autre une mise à jour occasionnelle et quelques nouveautés. Parfois, il y a des espaces plus riches avec une actualité plus régulière.

La plateforme a été pensée comme un outil personnel. Au départ, le but était de gérer ses lectures, de créer un carnet de lecture personnel pour avoir une trace de ses lectures passées. C'était une mémoire de ses lectures ou l'ajout de listes à lire, de listes d'envies d'achat. La dimension expressive pour la communauté a pris de l'ampleur par la suite avec les critiques qui n'étaient pas tant pour donner son avis aux autres lecteurs que pour garder une trace de lecture pour se replonger dans le passé. C'était plutôt tourné vers soi et la dimension sociale et d'expression, elle, est venue dans un second temps. Babelio a été pensé comme un outil de catalogage personnel.

L'objectif de Babelio aujourd'hui c'est de susciter la découverte. Il y a une production éditoriale qui est pléthorique sur laquelle il n'y a pas forcément toujours d'informations. La critique littéraire existe, le bouche-à-oreille existe, mais la critique littéraire traditionnelle couvre un pourcentage très faible de ce qui est produit en librairie, parce qu'il y a des genres entiers qui ne sont pas couverts comme la jeunesse, la romance, les littératures de l'imaginaire, ou une bonne partie du polar.

Babelio essaie d'aider les gens à trouver leur prochaine lecture, qui soit susceptible de leur plaire. L'idée est de reproduire l'expérience en librairie avec l'équivalent d'un conseil du libraire et d'être au contact des coups de cœur, des couvertures et de repartir avec un livre dont on n'avait pas idée avant de passer le seuil.

Babelio s'appuie sur 13 salariés pour son activité et ses serveurs sont en France chez OVH.

L'équipe Babelio ne produit pas de critiques. Ils organisent l'expression des lecteurs sur leurs lectures. Il y a 1 200 nouvelles critiques de livres qui sont publiées chaque jour sur Babelio. Il y a un flux permanent de visiteurs. Babelio vit pour l'essentiel de toutes les opérations avec les maisons d'édition pour faire la promotion de leurs sorties de livres, des publicités, des événements, des emailings. Une équipe est dédiée à l'animation des rencontres avec les auteurs. Elle organise également des interviews et fait du fait du community management.

Des événements d'incitations sont également créés pour animer la communauté et l'inciter à chroniquer comme Masse Critique, qui permet aux éditeurs d'envoyer quelques exemplaires de leurs sorties à des lecteurs sélectionnés, qui en retour s'engagent à donner leur avis, positif ou négatif, sur Babelio. Ce qui a un intérêt pour tout le monde, parce cela permet à l'éditeur de recueillir des critiques sur ses livres et au lecteur, d'avoir le sentiment qu'on se soucie de son avis et de recevoir un livre gracieusement. Le contenu produit par ce dispositif représente moins de 5% des critiques qui sont publiées sur Babelio. L'essentiel des critiques sont écrites par les gens qui achètent en librairie ou empruntent à la bibliothèque, ou qui se prêtent les livres entre eux. Babelio travaille avec plus de 500 maisons d'édition. Cela couvre des maisons d'édition allant

de Gallimard à de plus petites maison d'éditions. Il y a une volonté d'universalité des critiques et de couvrir un maximum de livres.

Sur les 500 ou 600 livres de la rentrée littéraire, il y en a 15% qui vont avoir une chronique dans la presse. La moyenne de couverture critique qu'obtient Babelio avoisine les 85% des ouvrages, qui obtiennent au moins une critique à la fin de la rentrée, en novembre. Ceci permet aux auteurs d'avoir une couverture critique de leur création et d'avoir également un retentissement sur leur visibilité.

Guillaume Teisseire présente comment sont enrichies les pages auteurs. Cela est fait de manière collective par la communauté. Les lecteurs rédigent les biographies des auteurs en récupérant des informations sur Wikipédia, sur les sites d'auteurs personnels, sur des sites de maisons d'édition, des photos, des vidéos. C'est une agrégation qui va au-delà du contenu biographique qui est produit par la communauté, le reste, c'est l'agrégation des bibliographies, de toutes les critiques, des citations que les lecteurs ont sélectionnées et consignées dans l'ouvrage de l'auteur et puis de sources externes que Babelio va ajouter.

En tant que partenaire de France Culture, Babelio récupère les émissions sur les auteurs pour les mettre sur leurs pages auteurs. L'organisation des éléments qui composent la page auteur a été faite sur la base d'un raisonnement d'évidence, pour créer une carte d'identité avec une photo et une biographie pour ensuite présenter l'œuvre. Les vidéos ne sont pas présentes pour l'ensemble des auteurs, car celles-ci paraissaient être un contenu moins prioritaire que la bibliographie, qui était ce que les gens venaient chercher en premier. Les biographies présentes sont courtes, l'intérêt se situe essentiellement dans les retours critiques des livres qui font la singularité de Babelio. Un site qui serait

essentiellement tourné vers des biographies complètes des auteurs n'aurait pas beaucoup de succès selon Guillaume Teisseire.

La page d'accueil est un espace important pour la valorisation des contenus comme des blocs d'actualité qui sont relayés comme une rencontre avec un auteur ou une vidéo de festival, ou encore une nouvelle opération où Babelio envoie des livres. Sur toutes les pages, il y a un bloc qui reprend ce qui est en page d'accueil. C'est très visible, puisque, quelle que soit la page auteur sur laquelle le visiteur est sur Babelio, il a accès à un rappel des éléments de la page d'accueil. La newsletter hebdomadaire a également une place importante, car elle permet la mise en avant d'un auteur et sa nouvelle publication ou une liste thématique, une critique de lecteur.

Les listes thématiques permettent de voir quels titres d'un auteur se trouvent dans une liste thématique pour en découvrir d'autres. Il y a des lecteurs qui produisent des listes thématiques qui peuvent par exemple porter sur le manga coréen, ou sur le harcèlement scolaire. C'est l'équivalent d'une table de libraire, sur un thème donné.

La fonctionnalité qui est la plus utilisée par le visiteur est le catalogue et l'accès à la bibliothèque. Ensuite, il y a une frange d'utilisateur plus petite qui va utiliser les fonctionnalités d'expression en ajoutant ses livres, en donnant son avis et qui va ajouter des citations.

Babelio a à cœur d'avoir le maximum de pistes de rebonds, car sur la notice d'un livre, il y a à la fois les critiques des lecteurs, les critiques de la presse, mais également les auteurs proches de l'auteur calculés par algorithme et des recommandations de titres qui abordent les mêmes thèmes avec des nuages de mots thématiques.

Le site d'auteur peut s'inscrire sur le web de différentes façons et être un espace d'informations dédié à une personne pour une demande précise qui soit de première main, qui dans la plupart des cas ne sera pas actualisé, mais il peut rédiger des contenus dédiés, avec des photos et répondre aux questions. Ça ne fonctionne pas avec tous les auteurs, car ils n'ont pas tous vocation à être compétents avec ce média. Le succès de ces espaces est aussi corrélé à la popularité de l'auteur.

Sur Babelio la plupart des contenus et enrichissements partent davantage de l'échelle du livre que de l'échelle de l'auteur.

Au départ les sites d'auteurs nécessitaient un webmaster qui créait un site. C'était des projets coûteux, compliqués à maintenir. Les réseaux sociaux sont arrivés et ont permis de créer des profils d'auteurs de manière assez simple à prendre en main avec des outils qui étaient légers. Ceci a été une révolution et les mécaniques d'abonnements, d'échanges avec les communautés, de likes, de partages, ont permis d'agréger des communautés plus rapidement avec un fort potentiel de viralité. C'était beaucoup plus compliqué d'exister en tant que blog que d'exister en tant que compte Instagram ou que compte TikTok. Les montées en communauté étaient plus complexes. Le blog a eu ses avantages, c'était un outil de publication beaucoup plus facile qu'un site internet et facile à prendre en main qu'un site qui part de rien. Néanmoins, en termes de visibilité, cela restait une page perdue dans l'océan du web. Il fallait interagir avec d'autres blogueurs, relayer les publications, c'était donc un travail de plus longue haleine. Le blog demandait moins de temps de formation, il était souvent gratuit et permettait une personnalisation immédiate. Avec ses qualités, le blog a démultiplié l'expression des auteurs sur internet. Depuis cette époque, les intentions des auteurs n'ont pas forcément changées. Guillaume Teisseire

est convaincu que Babelio fait du bouche-à-oreille, comme il y a toujours eu du bouche-à-oreille, et que les lecteurs se sont toujours conseillés des livres entre eux, et que simplement la technique a simplement apporté une caisse de résonance. Les sites ont ouvert un accès direct aux lecteurs qui étaient peut-être moins accessibles avant, puisqu'effectivement le lecteur était un animal plus lointain pour l'auteur en dehors des salons, où les échanges sont assez rapides.

L'évolution du site et des pages auteur passe également par l'évolution des moyens d'accès et l'application Babelio, qui prend une place croissante à côté du site. Le référencement est également un élément important pour la visibilité des auteurs et des livres et Babelio arrive généralement dans les premiers résultats.

Pour l'avenir, Babelio ne veut plus seulement répondre à des recherches actives d'informations sur les livres et les auteurs, mais aussi faire découvrir de nouveaux livres en utilisant des algorithmes. Sur Babelio, la fonction « Que lire » permet de mettre en lien un lecteur et un titre qui aurait toutes les raisons de lui plaire sur la base du genre du livre qu'il a précédemment lu, de l'auteur, ainsi que des thématiques abordées.

Guillaume Teisseire aborde l'accueil des auteurs sur un site à dominante communautaire. La communauté est source d'interactions, de contenus et du renforcement de cette communauté. Ce renforcement s'opère par la co-écriture des pages auteurs ainsi que la constitution d'éléments ludiques et interactifs comme les quizz. Le site d'auteur personnel est un médium qui est souvent coûteux et complexe à manipuler, c'est pourquoi les réseaux sociaux prennent une place grandissante dans leur accueil avec les mêmes arguments qu'avait le blog à son âge d'or. La question de la simplicité d'usage et les contraintes associées sont présentes, mais au-delà de la technique, les sites d'auteurs

communautaires se démarquent par l'absence de médiation auctoriale dans le processus de création. Ici l'auteur n'est pas le propriétaire de sa page et il s'expose aux choix de ses lecteurs et des préférences ainsi que des critiques qu'ils portent sur son œuvre. Les éléments émanant de l'auteur le sont par ricochet, comme c'est le cas de la biographie qui va susceptiblement être récupérée sur le site de l'auteur. Ceci n'est néanmoins pas garanti, car elle peut provenir de la page Wikipédia et avoir été écrite par des lecteurs.

Babelio cherche à reproduire l'expérience d'une librairie avec son offre et ses conseils. Cette plateforme présente aux visiteurs les critiques et des moyens d'organiser l'activité de lecture, mais pas seulement, car en organisant l'interaction entre les lecteurs et en accueillant plus de pages auteurs que n'importe quel éditeur, Babelio reproduit dans une certaine mesure les rencontres en librairie. Ceci est fait de façon différée, mais les lecteurs du même auteur se rencontrent et échangent sur les pages comme ils le feraient lors de ces moments forts et y partagent les moments d'expression publique de l'auteur.

GRILLE D'ANALYSE

Au contact des nombreux sites d'auteurs que j'ai parcourus pour ce mémoire, j'ai constaté que se démarquaient des éléments récurrents en termes de fonctionnalités. Après en avoir dressé une liste, l'idée de l'associer à une échelle d'appréciation comprise entre 0 et 2 a émergé, afin de produire un outil d'évaluation qualitatif du potentiel de fonctionnalités. Ce procédé permet d'obtenir un résultat sur 72 qui peut permettre d'évaluer à la fois le degré d'appréciation du potentiel exprimé ainsi qu'un regard sur l'appréciation de celui-ci. Plus un nombre important

de fonctionnalités sera présent et intégré d'une façon que le visiteur estime pertinente, plus le score sera élevé.

Trois questions supplémentaires interrogeant l'accessibilité, l'utilité et le caractère stimulant de la fonctionnalité complètent l'échelle. Ces informations peuvent corroborer l'échelle et même indiquer un potentiel axe de progression. Si une fonctionnalité est évaluée à 1, mais qu'elle est pointée comme non accessible, ceci laisse donc une piste tout indiquée d'amélioration.

Une piste d'amélioration du questionnaire lui-même pourrait être que le résultat maximum ne prenne en compte que les fonctionnalités disponibles. Ceci permettrait d'avoir une vision concentrée sur la pertinence des fonctionnalités en place, mais ce choix invisibiliserait également le potentiel non exprimé des fonctionnalités absentes, qui se voit exprimé dans la forme actuelle de la grille au travers du résultat maximum indiqué.

Le site rencontré qui rassemblait le plus de fonctionnalités qui a pu être observé pendant ce mémoire était le site tierslivre.net de François Bon. La densité de fonctionnalités y est importante en comparaison aux sites vitrines qui sont plus communs en tant que site d'auteur.

Cette grille d'analyse vise à offrir une approche holistique du potentiel d'un site d'auteur en soulignant les moyens qui peuvent être mis en place et les évaluer.

Grille d'analyse Site d'auteur

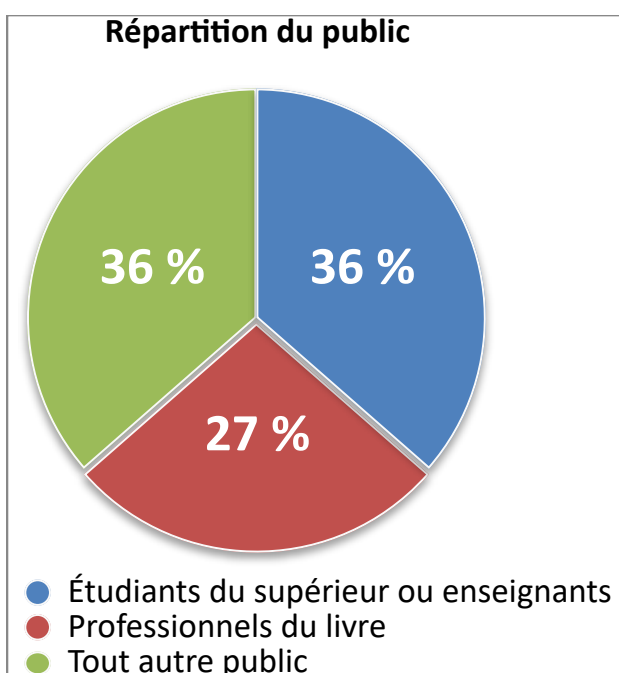
	Appréciation de la fonctionnalité sur une échelle de 0 à 2.	La fonctionnalité est-elle accessible ?	La fonctionnalité est-elle utile ?	La fonctionnalité est-elle stimulante ?
Fonctionnalités constatées				
Présence de boutons				
Actualité sur l'auteur				
Actualité sur une ou des oeuvres				
Journal de l'écrivain				
Présence de vidéos				
Partage de textes originaux				
Partage de dessins originaux				
Biographie				
Bibliographie				
Boutique disponible				
Moyen de contacter l'auteur				
Possibilité de laisser un commentaire				
Flux RSS				
Réseaux sociaux (un point par réseaux présents)				
Mentions légales				
Barre de recherche				
Offre de service				
Bilan de services données				
Galerie photo				
Portrait				
Document Audio				
Retours presses				
Présence d'animation				
Langues alternatives				
Résultat :	/72	0 = application absente ou non apprécié	1 = appréciation neutre	2 = application apprécié

EXPLOITATION DES DONNÉES

1) ENQUÊTE PAR QUESTIONNAIRE

Les résultats de l'enquête ont nécessité un dépouillement par tableur pour obtenir les résultats qui suivent. Pour rappel, tous les résultats reposent sur les réponses de 102 participants sur une base déclarative. Le questionnaire qui a été diffusé est consultable en annexe¹⁰⁹.

La première question a permis d'identifier en premiers lieux le public observé. Les participants pouvaient se reconnaître en tant qu'étudiant, professionnel du livre ou comme faisant partie d'un autre public. La répartition des participants à l'enquête s'est avérée particulièrement équilibrée. Ils étaient 29 professionnels du livre



et 39 étudiants ou chercheurs et tout autant de personnes ne rentrant pas dans les catégories citées. Il est à préciser qu'il était offert aux participants la possibilité de se signaler dans plusieurs catégories à la fois, ce qui donne un nombre d'appartenance dépassant le chiffre des 102 participants.

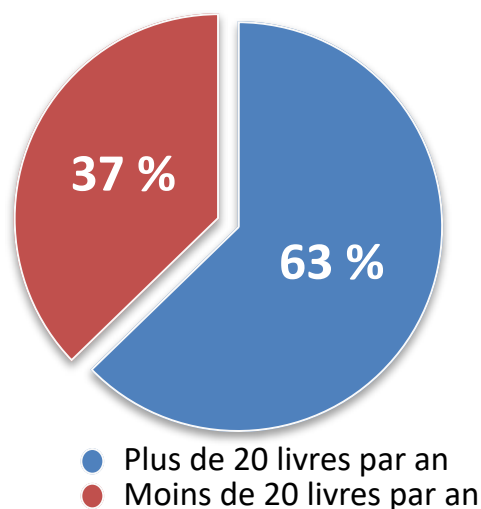
Avec ce même objectif de définition du public, la seconde question déterminait la proportion de grands lecteurs dans le public. On constate

¹⁰⁹ Questionnaire - Lecteur p.210

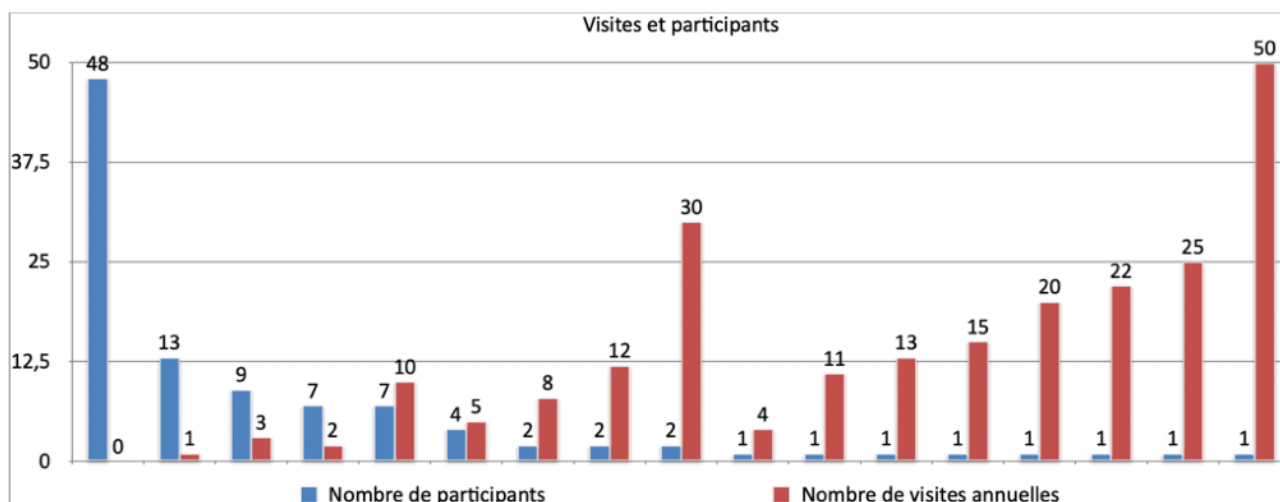
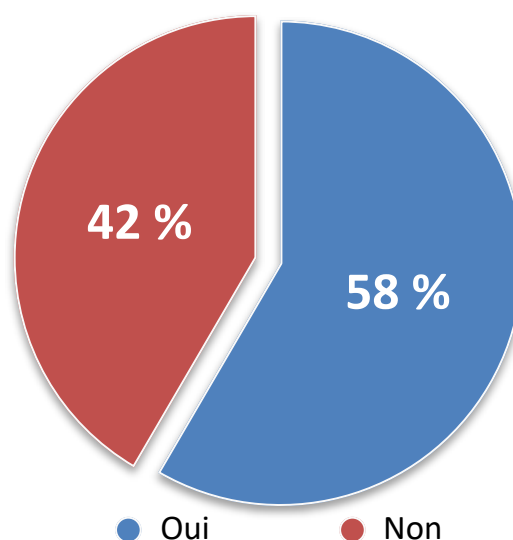
qu'une majorité de participants (64 participants) font partie des grands lecteurs.

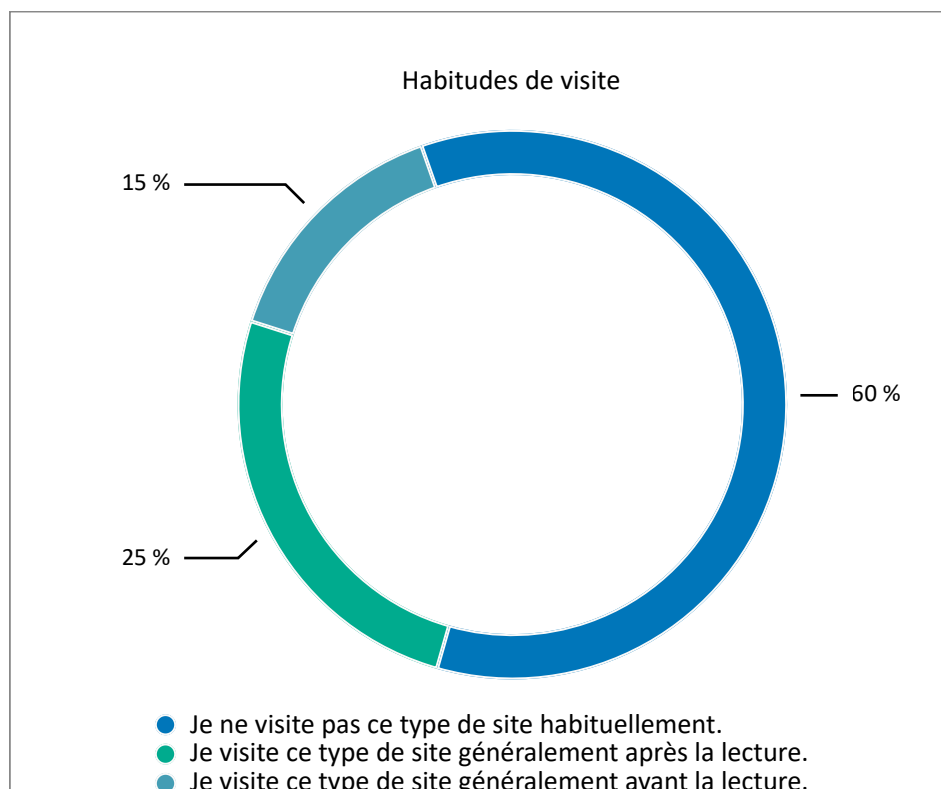
Dans les deux questions suivantes, nous questionnons les participants concernant le fait d'avoir déjà visité un site d'auteur. C'est le cas de la majorité d'entre eux (59 participants) qui ont déjà visité un site d'auteur. La question de la fréquence offre un résultat bien plus graphique, car ces résultats nous permettent d'observer le nombre de passages annuels sur un site d'auteur des participants. On constate un pic tout à gauche qui indique que 48 des 102 participants n'ont jamais visité un site d'auteur avant cette

Proportion de grands lecteurs



Proportion de personnes ayant visité un site d'auteur





enquête qui leur a demandé d'en visiter un, d'un auteur ayant écrit leur dernière lecture ou plus largement un livre figurant dans leur bibliothèque afin de poursuivre l'enquête.

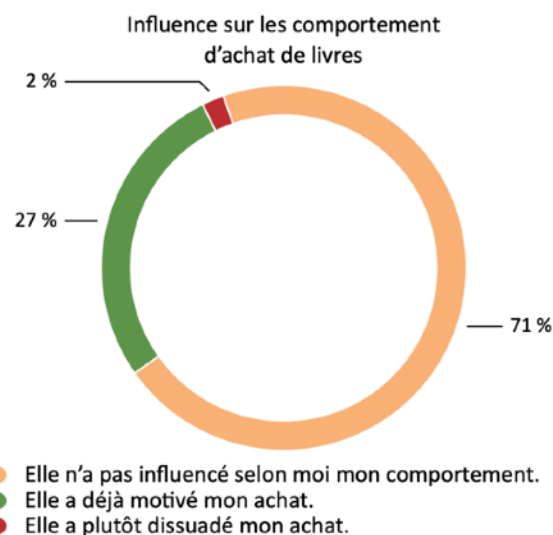
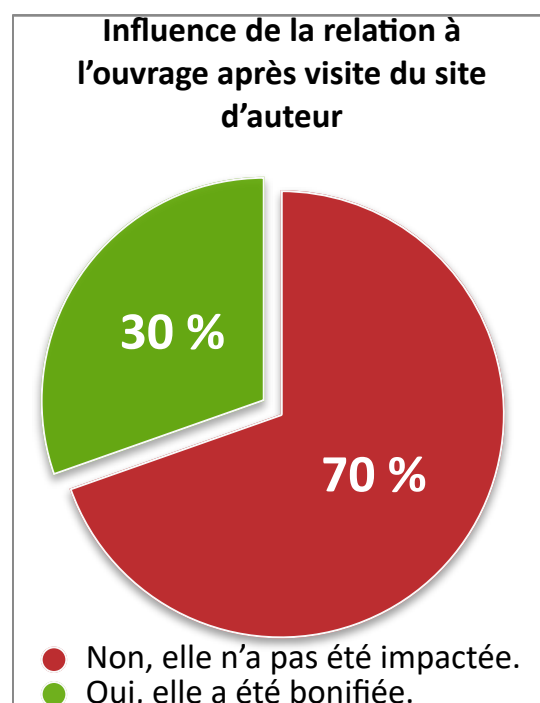
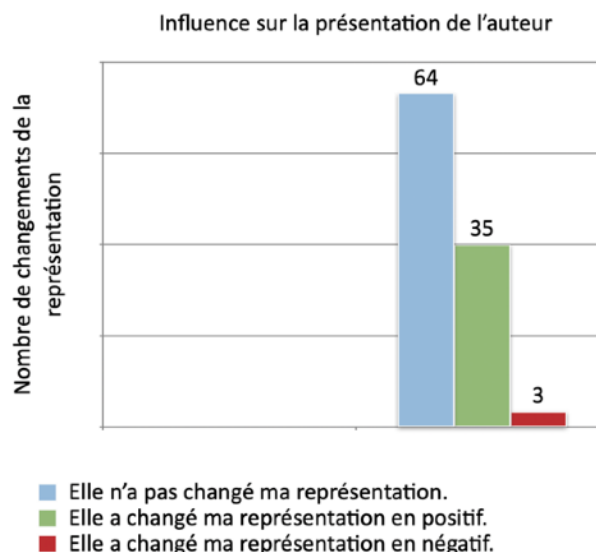
Les habitudes de visite montrent de façon cohérente avec le précédent graphique, qu'une part conséquente des participants (61 sur 102) ne visitent pas habituellement les sites d'auteurs. Ceci n'empêche pas d'observer que la majorité des consultations des sites d'auteurs s'opère après la lecture.

La représentation de l'auteur a été influencée par la visite dans un peu plus d'un tiers des cas. Ceci témoigne d'une influence qu'exerce la médiation par le site d'auteur, qui représente une part non majoritaire du public, sans être négligeable.

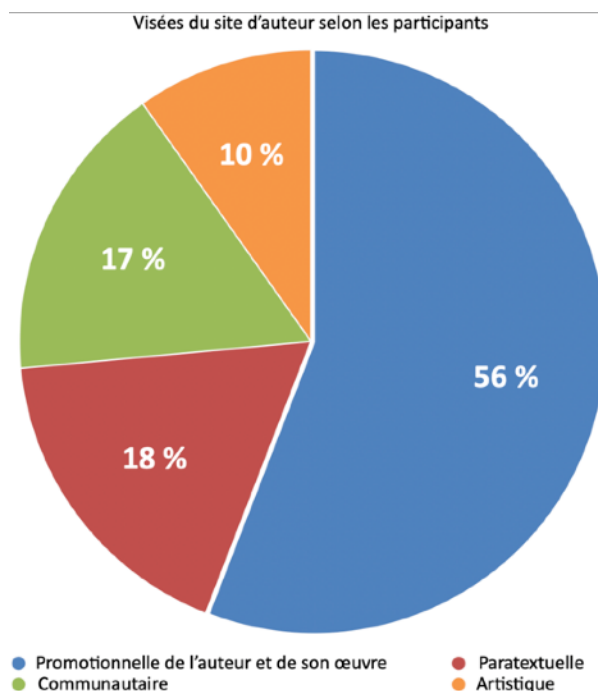
L'effet est similaire avec l'œuvre de l'auteur. Un tiers du public a été sensible à une bonification de leur relation à leur livre sans cette fois

qu'il y ait de participant qui signale une perte d'estime suite à sa visite sur le site d'auteur. Il est possible que nous soyons davantage susceptibles de perdre en estime envers l'auteur qui se risque dans l'exercice d'autopromotion, qui peut apparaître comme un processus narcissique, alors que la valorisation de l'œuvre apparaîtrait comme plus acceptable. Néanmoins cette analyse n'est qu'une piste qui est à relativiser à la hauteur de l'écart des 3 participants qui distinguent ce résultat.

On observe ici que 28 des 102 participants ont eu un achat motivé par le passage sur un site d'auteur. Une constante dans l'échantillon étudié semble indiquer qu'un tiers de celui-ci est réceptif à la médiation opérée par le site d'auteur.



En demandant au public répondant à l'enquête de classer les sites visités selon la typologie de Hoffman, deux segments se démarquèrent. La dominante promotionnelle est majoritaire d'après les retours des participants. Cette dominance marque une approche généralement marketing de l'auteur qui cherche à faire adhérer le visiteur à sa proposition



de médiation qui motive l'achat de son livre. A la seconde position, la dominante paratextuelle montre un manquement concernant les attentes des visiteurs de sites d'auteurs selon Guillaume Teisseire¹¹⁰. Ce manquement serait même double, car selon lui la première chose recherchée par les visiteurs de sites d'auteurs, ce sont des informations paratextuelles comme la biographie qui serait suivie par l'aspect communautaire. Ces deux visées sont présentes ici de façon équivalente dans les constats que portent les participants. Les sites à visée communautaire prennent une part quasiment égale aux sites qui ont une visée paratextuelle. On peut noter la plus forte représentation des sites à visée artistique qui peuvent être moins représentés à cause des difficultés techniques et le coût qu'impliquerait l'application de la créativité des auteurs pour leur site.

Les questions ouvertes ont permis d'explorer avec davantage de liberté la question du site d'auteur. Concernant les attentes que pouvaient

¹¹⁰ Interview avec Guillaume Teisseire p.191

porter les visiteurs du site d'auteur, les réponses ont été variées, mais quatre éléments se sont distinctement détachés et ont concentré 47% des réponses au travers des attentes de mieux connaître l'auteur avec sa biographie, ses idées, sa bibliographie, son actualité. Néanmoins 15,6% des participants (16 d'entre eux) se disent sans attentes particulières en abordant le site d'auteur, ce qui marque une certaine ouverture d'une frange non négligeable du public. Il est également ressorti de l'enquête que 74,5% des participants (76 d'entre eux) sont ressortis plus informés sur l'auteur et/ou son œuvre après leur visite. La médiation informe le visiteur que ce soit par la biographie qui présente le parcours de l'auteur ou même la photographie qui a peut-être permis pour la première fois que le lecteur découvre le visage de l'auteur.

L'utilisation des données obtenues par l'enquête a permis de dégager quelques conjectures. La première est que 46.2% des personnes qui visitent 1 fois par an des sites d'auteurs ont vu leur représentation de l'auteur changée. Ceci peut sous tendre qu'il y aurait une sensibilité plus élevée chez les personnes attirées par les sites d'auteurs.

On peut observer l'éventualité d'un lien entre ordre de visite et appréciation de la relation à l'ouvrage, car selon cette enquête 46,7% des personnes visitant un site d'auteur avant sa lecture ont vu leur relation à l'ouvrage bonifiée par cette visite.

L'impact que peut avoir le statut de grand lecteur associé aux 20 lectures annuelles nécessaires pour s'en revendiquer a été abordé à travers deux conjectures. L'une indique que 84,2% des personnes lisant moins de 20 livres annuels n'ont pas vu leur achat motivé par la visite d'un site d'auteur alors que 35,9% des personnes lisant plus de 20 livres annuels ont été influencés par la visite d'un site d'auteur, précise la

seconde conjecture. Il pourrait donc y avoir un lien entre le fait d'être un grand lecteur et d'être sensible à la médiation des sites d'auteurs.

La question de la motivation de l'acte d'achat est confortée par la conjecture suivante qui indique que 45,8% des personnes ayant visité un site d'auteur ont vu leur visite motiver un achat.

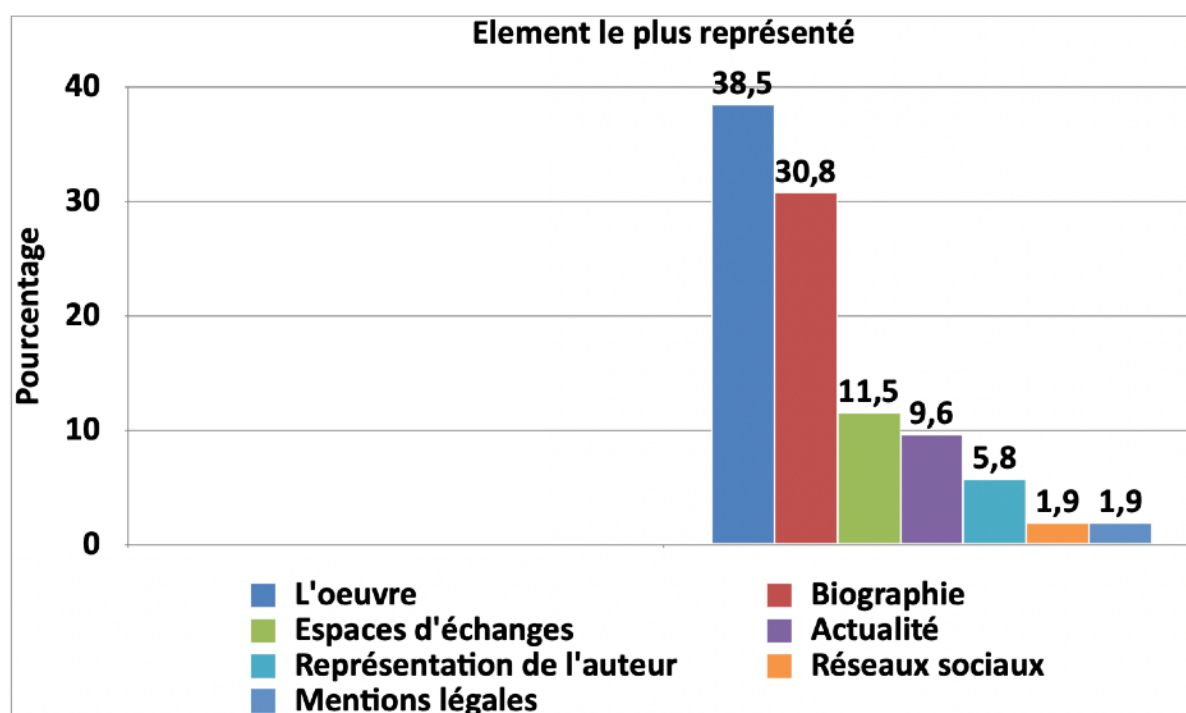
Le visiteur du site d'auteur sensible au média auquel il s'expose. Quand celui-ci fait partie de ses habitudes, il rejoint la liste de ses prescripteurs. La lecture des objectifs des sites d'auteurs par le public manifeste leur conscience du rôle commercial du site d'auteur. Ils ont également conscience de sa pertinence comme source d'informations. Le site d'auteur ne s'adresse pas en l'état à tous les lecteurs, mais davantage aux grands lecteurs qui ont peut-être plus de besoins de prescriptions et qui avec un rythme plus soutenu de lecture sont devenus curieux de mieux connaître ces auteurs qui noircissent leurs pages.

2) ANALYSE DE LA REPRÉSENTATION DES ÉLÉMENTS SUR LE SITE D'AUTEUR

L'analyse du tableau des éléments composant la page d'accueil des sites d'auteurs a permis de dresser plusieurs constats. Les éléments du site ont été répartis entre 10 catégories qui comportent le plan du site, les réseaux sociaux, la newsletter, les mentions légales, les espaces d'échange, les éléments relatifs à l'œuvre, l'actualité, la représentation de l'auteur, la biographie et les options de choix de langue du site.

Ces sites qui sont ceux des auteurs ayant réalisé le plus de vente en 2021 sont entretenus. A l'exception d'un site, tous les sites ont été actualisés au plus tard en 2021. Ceci a pu être observé sur la grande majorité des sites à défaut d'avoir pu l'observer sur tous, à cause d'une inaccessibilité de l'information dans les éléments du site ou la page Html.

En faisant une moyenne des sites d'auteurs présents dans le corpus, le site moyen serait composé de 3,21 pages et sa page d'accueil serait composée de 13 éléments comme ceux cités en début d'analyse. Il serait accessible dans 3,69 langues. L'orientation internationale est plus présente du côté des sites d'éditeurs et communautaires que des sites personnels. Sa moins présence parmi les sites personnels est certainement lié au travail initial et à l'effort de traduction à chaque actualisation du site que nécessiterait ce choix.



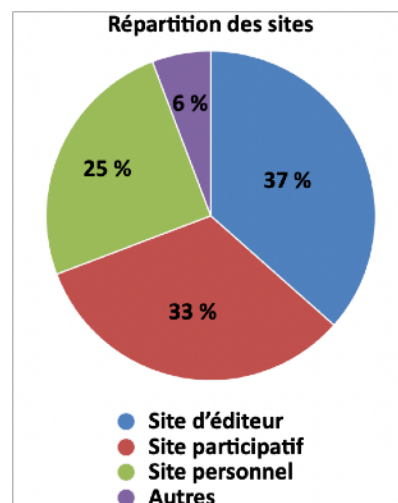
Le graphique ci-dessus présente le pourcentage de sites du corpus ayant chaque élément comme élément le plus représenté du site. Les œuvres sont les éléments qui sont les plus fréquemment les plus représentés et ils sont suivis par la biographie avec un écart assez net. La promotion de l'œuvre apparaît donc prioritaire sur celle de l'auteur. La promotion de l'auteur passe principalement par sa biographie et non sa photographie.

En calculant le pourcentage moyen de représentation de chaque élément, on constate que trois éléments suffisent à concentrer 40% de l'occupation de la page. De façon cohérente avec le premier graphique, l'œuvre est l'élément en moyenne le plus représenté avec un taux d'occupation de la page de 16,72%, elle est suivie par la biographie avec 14,17% d'occupation, puis l'actualité avec 10% d'occupation de la page. Le fait que l'actualité ait en moyenne plus d'espace accordé que celui dédié aux échanges qui en moyenne de 3,39% s'explique par l'importante concentration sur les sites communautaires de ces espaces qui se voient diluer dans le corpus, une fois que des moyennes sont réalisées.

En comparant la présence des réseaux sociaux entre les sites d'auteur et les sites d'éditeur, nous constatons qu'il occupe en moyenne 0,49% du contenu sur les sites d'éditeur, mais 10,39% sur les sites personnels. Cela pourrait suggérer que les sites personnels sont beaucoup plus axés sur l'interaction sociale et la mise en réseau que les sites d'éditeur qui pourrait vouloir retenir plus longtemps le visiteur et éviter qu'il quitte le site vers les réseaux sociaux.

L'expression est quasiment exclusivement à la troisième personne sur ces sites avec 3,85% d'en eux qui ont une expression à la première personne. Ceci contribue au travail de posture et de mise à distance dans un processus au ton encyclopédique.

Dans ce corpus la répartition des sites s'est avérée équilibrée entre les différents types possibles. On constate néanmoins que le site personnel est minoritaire et que l'éditeur est le principal site de l'auteur. Le site participatif devance également le site



personnel, ce qui peut sous-tendre un certain degré de dépossession de l'auteur sur sa posture de voir les sites personnels n'arriver qu'en troisième position.

FAIRE UN SITE D'AUTEUR, UNE APPROCHE LUDIQUE DE LA RECHERCHE

1) POURQUOI FAIRE UN SITE ?

En première intention, la création d'un site d'auteur visait à produire de façon ludique un fruit reflétant l'influence que ce travail de recherche avait pu avoir sur moi. Créer un site d'auteur en ayant un certain nombre d'éléments de médiation, à l'esprit s'inscrit dans un processus d'intégration des connaissances, en plus d'être un exercice de mise en application.

Ce travail répond également à un souci d'illustration. Etant donné la volonté manifestée par certains auteurs dans les mentions légales de leur site, d'interdire la reproduction partielle ou totale de leur site, l'idée de créer un site sert un double intérêt en permettant de servir d'exemple méthodologique concernant l'analyse des éléments saillants, en plus d'être un exercice de mise en pratique des éléments étudiés.

Cette intention légère de confection d'un site qui n'aurait pas vocation à rester en ligne après le mémoire, s'est vue bousculée par une nouvelle inattendue. Après avoir appris la publication de deux livres que j'ai écrits par la Société des Editions du Poitou, le projet de création d'un site d'auteur fictif est devenu un réel projet de création d'un site d'auteur.

Pour la conception de ce site j'ai dû faire face à la nécessité de savoir coder. N'étant que peu familier du langage HTML et CSS, je me suis dans un premier temps tourné vers des ouvrages adaptés pour compléter

ma formation reçue à l'Université de Poitiers. Il était compliqué d'approcher les résultats voulus et après avoir envisagé très sérieusement les solutions *no code* de création de sites, mon beau-frère s'est proposé de me porter assistance concernant la partie technique. L'ensemble des éléments graphiques composant le site ont été produits sur la suite Adobe et la conception a été réfléchi pour constituer le développement d'un ethos auctorial personnel pertinent.

2) UN SITE AVEC UN VISAGE

La page d'accueil¹¹¹ répond à plusieurs impératifs. Elle annonce dès son bandeau les cinq pages qui composent le site. La page d'accueil est la première d'entre elles et la seconde est la section « L'auteur de ce fourbi » qui annonce la page biographique. D'emblée l'auteur exprime une posture qui se veut décontractée et proche du visiteur, par l'usage d'un langage familier avec le mot « fourbi ». Sur la droite on retrouve deux sections, la première « Oeuvres littéraires » présente les livres tandis que « Visuels » expose les photographies et les visuels ayant nécessité du montage et de la retouche photographique. Au centre du bandeau, un logo créé pour l'occasion est présenté. Il est composé des initiales de l'auteur et il trouve un écho dans l'arrière-plan de la page. Cet arrière-plan est graphique et devant lui une citation de l'auteur accueille le visiteur. Cette citation est déjà une interaction latente, car selon l'heure de passage du visiteur, celle-ci peut changer. Le bouton situé en bas de la page invite à l'interaction, celle-ci permettra de mettre en relation le visiteur avec un texte ou un élément photographique ou graphique. Le bandeau inférieur présente, en les mentionnant de gauche à droite, les mentions légales, le formulaire de contact puis les crédits.

¹¹¹ Page d'accueil du site d'auteur p.215

La page d'accueil est marquée par une visée artistique. Même si elle revêt une dimension promotionnelle au travers du logo qui est présent en signifiant métaphoriquement le nom de l'auteur, la citation et le bouton associé à l'aspect très graphique de la page, inscrivent le site dans une volonté de création d'un site expressif sur le plan artistique.

En appliquant la méthode d'évaluation de taille des éléments à mon propre site d'auteur, il peut être intéressant de soulever la contradiction de l'intention première face aux résultats de mesure de l'espace occupé. En retenant le logo comme représentation de l'auteur, ce qui est une approche confortée par le travail réalisé sous l'angle de la métaphore, on constate que la représentation de l'auteur occupe 6,88% de la page alors que l'œuvre, qui est le second élément le plus représenté n'occupe que 3,6% de celle-ci. Ceci peut traduire une tendance inconsciente à l'autopromotion et une quête d'auctorialité par la reconnaissance et une démarche de recherche de positionnement dans le champ.

La page auteur est porteuse d'une traditionnelle photographie assortie d'une biographie. Cet usage de ces éléments constitue l'exposition d'éléments paratextuels qui informent le visiteur, mais également la recherche d'une posture auctoriale en se réappropriant des codes bien établis. L'usage de la première personne dans la biographie prolonge la posture exprimée dans le bandeau supérieur. La première personne pose l'auteur dans une relation de proximité avec une expression se rapprochant de celle que pourrait avoir un proche.

Sur la page dédiée aux livres, les titres des œuvres sont présents ainsi qu'un bref résumé. Les titres sont assortis de boutons pour télécharger le texte ainsi qu'un élément d'interactivité avec le bouton permettant de liker. Le compteur de like situé plus bas est commun à

l'ensemble du site. L'arrière-plan utilisé ici renvoie au monde du livre avec le papier représenté.

Sur la page de mentions, il est présenté le choix de l'hébergeur ainsi que l'absence de collectes de données personnelles par le site. L'absence de bandeau sur la partie supérieure de la page vise à rendre celle-ci ludique et invite le visiteur à cliquer sur le fond de la page. Celui-ci présente un bouton similaire à celui de la page d'accueil et sa pression renvoie le visiteur à cette dite page d'accueil. Cette approche vise à interpeller et susciter l'intérêt dans une partie du site, dans laquelle on ne s'attendrait pas à autant d'attention.

Sur la dernière page, celle des visuels, un carrousel présente les photographies ainsi que les autres créations graphiques. La fleur et son pot sont un autre élément d'interaction. La seule qui était jusque-là présente dans le bandeau supérieur sous le mot « visuel », a disparu et a rejoint la page principale. La fleur et son pot présentent dans un style sobre et dépouillé une possibilité d'interactivité supplémentaire au travers du bouton juste en dessous du pot. Celui-ci permet de faire tourner le carrousel d'images pour découvrir de nouveaux éléments. Au centre de la page, un bouton *like* et une invitation à le presser trônent aux côtés d'un second compteur, ainsi que des icônes renvoyant aux réseaux sociaux de l'auteur.

De façon globale, le site a pris le parti d'une dominante qui se veut artistique en ne donnant pas une visibilité première à une biographie ou une photographie. La création d'un logo composé de mes initiales et le nom de domaine karlforterre.fr répondent aux enjeux de représentation de l'auteur de façon claire, sans pour autant occuper un espace conséquent. La volonté est ici de créer un univers graphique par sa charte qui irrigue l'ensemble du site et de mettre en avant après la pose de ce

cadre, des œuvres et leur valorisation par l'intermédiaire de boutons permettant de façon interactive au visiteur de signifier son appréciation de celle-ci et qu'elle reste visible pour les prochains visiteurs qui dans l'avenir visiteront le site. Le choix d'un hébergeur français répond à une question éthique par l'engagement de l'hébergeur sur le plan écologique et de performances pour que le serveur soit aussi peu éloigné que possible du visiteur, afin que sa page se charge rapidement grâce à la réduction de la latence. Ce site d'auteur dont la maquette des pages est consultable de la page 215 à 219 en annexe offre, aux côtés des œuvres de l'écrit, d'avoir une fenêtre sur d'autres activités de création. La présence d'un carrousel de photographies répond à cette fin. L'hébergement de ces photographies qui sont présentes grâce à l'API de Pexels, répond également à un engagement éthique, car leur présence sur cette plateforme permet leur exploitation à des fins personnelles ou commerciales sans attendre de rémunération. Le partage est une motivation importante du travail de création qui se manifeste sur ce site autant du côté de l'écrit que de l'image et incarne autant l'ethos que la posture qui est cherchée à être construite.

CHEMINEMENT EN TANT QUE FUTUR PROFESSIONNEL

1) COMPÉTENCES ACQUISES

Avoir réalisé ce mémoire m'a mobilisé sur un travail de longue haleine. Il a été une opportunité de développer de nombreuses compétences, à commencer par celle de recherche. Tout au long de ce travail de recherche, celui-ci a demandé de la curiosité et une phase exploratoire qui m'a mené sur de multiples plateformes d'articles universitaires, mais également physiquement, en bibliothèque universitaire et en médiathèque. La collecte de références

bibliographiques s'est accompagnée d'une maturation des idées pour avoir une problématique premièrement, puis pour mettre en relation les concepts avec l'objet d'étude. L'accompagnement que j'ai pu recevoir a été riche en propositions, en ressources ainsi qu'en encouragements.

Croiser les informations, synthétiser, rédiger font partie du travail de recherche. Cette compétence rédactionnelle est un aspect que j'ai pu développer dans ce mémoire. Chercher la clarté et la précision a été un objectif important dans ce travail. Créer des outils de collecte de donnée implique des choix qui ne sont pas anodins, tout comme leur analyse et le fait de proposer des résultats de façon synthétique.

La gestion du temps et son organisation ont été des éléments prenants. Organiser une enquête et des entretiens en parallèle des impératifs de tout étudiant nécessitait une capacité de projection. Une capacité qui a été mobilisée sur ces deux années de master, que ce soit en période de stages ou de cours.

Ce master m'a énormément apporté. Je suis entré dans celui-ci avec une curiosité et un enthousiasme pour le livre et la PAO, j'en ressors plus formé et surtout plus à même de cerner où peuvent se cultiver les compétences qui y ont été acquises. Les rencontres qu'a portées ce master autant dans les liens que je garderai avec ma promotion que les professionnels, intervenants, enseignants et encadrants de stage me permettront de savoir vers qui me tourner si un projet pourrait correspondre à leur intervention. Par la co-construction d'un réseau professionnel se dessine mon avenir sous l'angle d'une pertinence empreinte des défis et opportunités de notre temps. Je renouvelle ici mes remerciements.

Les compétences citées et bien d'autres trouveront à n'en pas douter leur place dans mon parcours professionnel. La création graphique, l'analyse, la rédaction, l'entretien d'un regard au service d'une veille sur les métiers du livre et de la médiation me permettent d'aborder l'avenir avec enthousiasme.

2) DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Dans ce mémoire, il n'y eu pas que des jours paisibles. Beaucoup l'ont été avec leur lot de stimulations non sans quelques aléas.

La principale difficulté a été le temps. Il était difficile de limiter les idées et de les accorder à un master se limitant à deux années qui est riche de tant de cours, de stages, de festivals, de journées interprofessionnelles et colloques. Cette limite de temps a rendu impossible l'exploitation d'une partie de l'enquête qui portait sur le noyau central d'Abric. Cette perte, est je l'espère est compensée par les autres apports de ce mémoire. Je regrette également si des coquilles qui auraient échappées aux relectures sont encore présentes, il a été fait en sorte d'avoir le meilleur rendu possible. La mise en page et les règles typographiques sont des angles sur lesquels j'ai travaillé même si j'aurais aimé ajouter en plus de la page de couverture très graphique, un maquettage plus travaillé à l'ensemble du mémoire.

Dans les difficultés rencontrées, on peut également citer les difficultés techniques (problèmes de connexion Internet) qui ont maillé certains entretiens et qui ont complexifié leur exploitation. En dépit de quelques difficultés rencontrées, par chance, aucune ne s'est imposée comme un rempart dans ce travail.

CONCLUSION

De ce travail de recherche, il ressort que le site d'auteur a une place toute particulière dans la médiation de l'auteur et de son livre. L'auctorialité de cette médiation est intrinsèque, car l'auteur y est représenté avec une forme d'ubiquité et l'influence qu'il exerce est palpable. Qu'elle soit de nature culturelle, marketing, sociale, le site d'auteur informe, crée une interaction culturelle et un potentiel de rencontre qui peut passer par l'achat. Le site d'auteur est entre toutes les mains et ce avec des degrés de complexité variable. Des éditeurs aux communautés, des réseaux aux sites vitrine, la variété des formes ne se limite qu'à la créativité ainsi qu'aux contraintes techniques. Cette technique exerce une influence qui est source de changement dans les pratiques. Aujourd'hui l'œuvre est au centre de l'espace numérique qu'est le site d'auteur, les visiteurs cherchent à s'informer sur le livre, mais pas seulement. Ils cherchent également à en savoir davantage sur le créateur pour mieux connaître et mettre en contexte la personne et l'œuvre.

Il serait intéressant d'étudier le site d'auteur sous le double prisme de l'expérience utilisateur, l'UX et de l'interface utilisateur, l'UI, qui permettraient d'avoir une approche plus détaillée encore de ces enjeux de médiation.

BIBLIOGRAPHIE

Jean-François, Six. (1991). *Le temps des médiateurs*. Seuil.↵

Christelle, Dabos, *La Passe-Miroir*, tome 1 : Les Fiancés de l'hiver, Gallimard Jeunesse, 2013.↵

Laëtitia Pierrot, Jean-François Cerisier. Diapositive, Culture(s) et médiation (s) numérique(s) LICENCE 3 - SEMESTRE 6 (UE4), LEEM 2021↵

Hoffman Benjamin. (2016). Le site d'auteur : un nouvel espace d'investigation critique, revue, French Studies, Vol. LXX, No. 4, 565-580↵

Engeström, Yrjö. (1987). Learning by expanding: An activity-theoretical approach to developmental research. Helsinki, Finland: Orienta-Kosultit Oy.↵

Cerisier, Jean-François. (2014). La désintermédiation comme agent de transformation culturelle dans l'éducation », . Dans C. Peltier (dir.), La médiatisation de la formation et de l'apprentissage (181-198). Bruxelles, Belgique : De Boeck Université.↵

Ricœur, Paul. (1975). *La métaphore vive*. Paris. Éditions du Seuil↵

Ferdinand de Saussure. (1972). Cours de linguistique générale, Payot↵

Paul, Éluard. (2023, 2 février). *L'amour la poésie*. Folio. Poche.↵

Claudé, Paul. (2005, 20 octobre). *Tête d'Or*. Folio.↵

Bourdieu, Pierre. (1994). *Raisons pratiques*. Seuil.↵

Marcel, Proust. (2022). *À la recherche du temps perdu*. BZ editores.↵

Zola, Émile. (2006). *Le Roman expérimental*. Flammarion.↵

Hugo, Victor. (2019). *Les Misérables*. Pocket.↵

Hugo, Victor. (2019). *Le dernier jour d'un condamné*. Gallimard.↵

Ricoeur, Paul. (1965). *De l'interprétation : Essai sur Freud*. Seuil.↵

Bourdieu, Pierre. (1994). *Raisons pratiques*. Seuil.↵

Jacques, Rancière. (2000). *Le Partage du sensible*. La Fabrique.↵

Louis, Édouard. (2014). *En finir avec Eddy Bellegueule*. Seuil.↵

Salmon, Christian. (2007). *Storytelling: La Machine à Fabriquer des Histoires et à Formater les Esprits*. Editions La Découverte.↵

Sulitzer, Paul-Loup. (1974), *Money, J'ai lu*.↵

Adeline, Wrona. Marie-Ève Thérénty. (2018). *L'écrivain comme marque : la construction de l'autorité littéraire à l'heure de la médiation numérique*. Éditions de la Bibliothèque publique d'information.↵

Karl, MARX. Traduction de Joseph Roy. (1985). *Le Capital*. Livre 1. Flammarion.↵

Nora, Pierre. (1984) *Les lieux de mémoire*. Gallimard.↵

Pireyre, E. (2012). *Féerie générale*. Éditions de l'Olivier.↵

Pireyre, E. (2020). *Chimère*. Éditions de l'Olivier.↵

Séné, J. *La Crise*. Publie.net↵

Pireyre, Emmanuelle. (2020). *Chimère*. Éditions de l'Olivier.↵

Jean-Charles, Massera. (2012). *Amour, gloire et CAC40*. P.O.L.↵

SITOGRAPHIE

Définition de médiation du dictionnaire TLFi consulté le 08/08/2022 à l'adresse : [http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=3726725040;\[↵\]\(about:blank#fnref2\)](http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=3726725040;[↵](about:blank#fnref2))

Amossy, Ruth. (2009) *La double nature de l'image d'auteur. Argumentation et Analyse du Discours*. no 3. consulté le 20/04/2023 à l'adresse : [http://aad.revues.org/index662.html\[↵\]\(about:blank#fnref4\)](http://aad.revues.org/index662.html[↵](about:blank#fnref4))

Meizoz, Jérôme. (2007). Postures littéraires. *Mises en scène modernes de l'auteur*. Genève-Paris : Slatkine EruditiMon. consulté le 12/03/2023 à l'adresse : [https://journals.openedition.org/aad/753\[↵\]\(about:blank#fnref5\)](https://journals.openedition.org/aad/753[↵](about:blank#fnref5))

Sapiro, Gisèle. (2021). Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social. revue Tome X N°1 p.45-51 consulté le 21/04/2023 à l'adresse : [https://journals.openedition.org/hrc/5575\[↵\]\(about:blank#fnref6\)](https://journals.openedition.org/hrc/5575[↵](about:blank#fnref6))

Définition de l'auteur du dictionnaire TLFi consulté le 08/08/2022 à l'adresse : [http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?11;s=4144516530;r=1;nat=;sol=0;\[↵\]\(about:blank#fnref7\)](http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?11;s=4144516530;r=1;nat=;sol=0;[↵](about:blank#fnref7))

Site du Syndicat national de l'édition consulté le 15/12/22 à l'adresse : https://www.sne.fr/partenaire_type/societes-dauteurs/#:~:text=La SGDL est une institution,6000 auteurs de l'écrit.↵

Site de la Société des gens de lettres consulté le 15/12/22 à l'adresse: [https://www.sgdl.org/sgdl-accueil/la-sgdl/adherer-a-la-sgdl/comment-adherer\[↵\]\(about:blank#fnref9\)](https://www.sgdl.org/sgdl-accueil/la-sgdl/adherer-a-la-sgdl/comment-adherer[↵](about:blank#fnref9))

Définition de site du dictionnaire TLFi consulté le 08/08/2022 à l'adresse : <https://cnrtl.fr/definition/sité↵>

Olivier, Ertzscheid. (2012, 28 novembre) et consulté le 30/05/2023 à l'adresse : https://www.liberation.fr/ecrans/2012/11/28/le-web-promesse-tenue_953297/?page=article(about:blank#fnref11)

Maddy, Osman. article de Kinsta. (2021, 29 avril) consulté le 08/08/2022 à l'adresse : <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=1637760195;>(about:blank#fnref12)

Article anonyme du CERN consulté le 30/05/23 à l'adresse : <https://home.cern/fr/science/computing/birth-web/short-history-web>(about:blank#fnref13)

Article anonyme du Site du CIGREF consulté le 12/11/22 à l'adresse : <https://www.cigref.fr/archives/histoire-cigref/blog/internet-25-ans-d-histoire-le-contexte-et-plus/>(about:blank#fnref14)

Jo, Jung. (2018, 4 septembre). article du site The Conversation du consulté le 03/02/2023 à l'adresse : <https://theconversation.com/a-nostalgic-journey-through-the-evolution-of-web-design-98626>(about:blank#fnref15)

Article anonyme du Journal du Net consulté le 15/02/23 à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/diaporama/0612-chiffres-cles/10.shtml>(about:blank#fnref16)

Audet, René. (2019). Penser les carnets numériques d'écrivain : écritures médiatisées et réinvestissement de l'idée de publication. *Études littéraires*, 48(1-2), 177-190. consulté le 15/08/2022 à l'adresse : <https://doi.org/10.7202/1057998ar>(about:blank#fnref17)

François, Bon, site Tiers Livre consulté le 15/06/2022 à l'adresse : <https://www.tierslivre.net/> con↵

Article anonyme de BFMTV du 19/03/2016 consulté le 26/09/22 à l'adresse : https://www.bfmtv.com/culture/wattpad-la-plateforme-de-lecture-qui-inspire-des-millions-d-adolescentes_AN-201603190035.html↵
(about:blank#fnref19)

Site Plume d'Argent consulté le 26/09/22 à l'adresse : <https://www.plumedargent.fr/page/historique#:~:text=Création,Argent a été une idée.>↵

Thérouin, Amandine, article de la revue Postures consulté à l'adresse : <https://revuepostures.com/fr/articles/dememetherouin-24>↵
(about:blank#fnref22)

Site de la BNF consulté le 20/02/2023 à l'adresse : <https://www.bnf.fr/fr/quest-ce-que-le-depot-legal#:~:text=Institué en 1537 par François,la mémoire collective du pays>↵

Site de Guillaume Musso consulté le 15/09/23 à l'adresse : <https://www.guillaumemusso.com/mentions-legales-0>↵(about:blank#fnref25)

Beaudouin, Valérie. (2012). Trajectoires et réseau des écrivains sur le Web: Construction de la notoriété et du marché. Réseaux, 175, 107-144. <https://doi.org/10.3917/res.175.0107>↵(about:blank#fnref30)

Site d'Amélie Nothomb consulté le 17/09/23 à l'adresse : <http://www.amelie-nothomb.com/mentions-legales/>↵(about:blank#fnref33)

Frédéric, Georges, article publié le 20/10/2015 consulté le 08/02/2023 à l'adresse : <https://actualitte.com/article/36667/distribution/prix-du-livre-toute-la-verite-sur-l-economie-de-l-edition>↵(about:blank#fnref34)

Site d'Editis, Bureau des auteurs consulté le 18/03/2023 à l'adresse : <https://bureaudeauteurs.com/#infoAuteur?id=290>↵
(about:blank#fnref35)

Site de Jean-Philippe Toussaint consulté le 20/11/2022 à l'adresse : <http://www.jptoussaint.com/index.html>[(about:blank#fnref36)]

Amar, Muriel. Bertrand Sophie. Clément Sarah. Jackson Catherine. (2019). Éditorialiser des productions numériques : le pari éditorial de la collection La Numérique. Sens public. <https://doi.org/10.7202/1067425ar>[(about:blank#fnref41)]

Denis, Laborde. (2003, 15 janvier). Éditorial. Socio-anthropologie . consulté le 10/03/202 à l'adresse : <https://journals.openedition.org/socio-anthropologie/116#:~:text=1>[(about:blank#fnref43)]

Site consulté le 04/03/2023 à l'adresse : <http://www.alainmabanckou.com/les-cigognes-sont-immortelles.html>[(about:blank#fnref45)]

Site consulté le 07/03/2023 à l'adresse : <https://juan-branco.fr/politiques/>[(about:blank#fnref46)]

Sapiro, Gisèle. (2021). Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social. revue Tome X N°1 p.45-51 consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <https://journals.openedition.org/hrc/5575>[(about:blank#fnref51)]

Pilote, Guillaume, revue Ithaque consulté le 11/04/2023 à l'adresse : <https://www.revueithaque.org/fichiers/Ithaque4/02Pilote.pdf>[(about:blank#fnref53)]

Croquet, Pauline. (2019, 29 novembre). journal Le Monde, consulté le 15/04/2023 à l'adresse : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/11/29/christelle-dabos-de-la-fanfiction-au-phenomene-litteraire_6021004_4408996.html[(about:blank#fnref58)]

Site d'auteur de Christelle Dabos consulté le 16/04/2023 à l'adresse : <http://christelledabos.com/2019/11/28/la-tempete-arrive/>[(about:blank#fnref59)]

Croquet, Pauline. (2019, 29 novembre). journal Le Monde, consulté le 15/04/2023 à l'adresse : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/11/29/christelle-dabos-de-la-fanfiction-au-phenomene-litteraire_6021004_4408996.html[↗](about:blank#fnref60)

Site d'auteur de Christelle Dabos consulté le 16/04/2023 à l'adresse : <http://christelledabos.com/2020/04/08/tchat-ecriture-sur-le-monde/>[↗](about:blank#fnref61)

Dictionnaire TLFi consulté le 20/04/2023 à l'adresse : <http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?14;s=2824308345;r=1;nat=;sol=5;>[↗](about:blank#fnref62)

Fiche portant sur Le dernier jour d'un condamné Bac L 2021 consulté le 21/04/2022 à l'adresse : <https://www.letudiant.fr/boite-a-docs/document/le-dernier-jour-d-un-condamne.html>[↗](about:blank#fnref66)

Site de la maison de Victor Hugo consulté le 19/04/2023 à l'adresse : <https://www.maisonsvictorhugo.paris.fr/fr>[↗](about:blank#fnref70)

Maison de Victor Hugo à Guernesey consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <http://hautevillehouse.com/2013/05/exil/>[↗](about:blank#fnref71)

Nelly Kaprièlian. (2016, 5 janvier). Entretien avec Edouard Louis : J'écris contre moi-même. site lesinrocks.com. consulté le 19/04/2023 à l'adresse : <https://www.lesinrocks.com/livres/edouard-louis-jecris-contre-moi-meme-3015-05-01-2016/>[↗](about:blank#fnref75)

Busnel, François. (2014, 30 janvier). journal l'Express consulté le 23/04/2023 à l'adresse : https://www.lexpress.fr/culture/livre/en-finir-avec-eddy-bellegueule-difference-exclue_1318328.html[↗](about:blank#fnref76)

Elise, Lamiable. Site Anthedesign consulté le 25/04/2023 à l'adresse : <https://www.anthedesign.fr/marketing-2/branding/> (about:blank#fnref81)

Benoît, Heilbrunn. (2000, 24 novembre). La marque : métaphore vive ou métaphore vide?. communication au colloque Le Tendenze del marketing in Europa. Venise. Università Ca'Foscari. consulté le 25/02/20023 à l'adresse : <http://archives.marketing-trends-congress.com/2000/pdf/heillbru.pdf> (about:blank#fnref82)

Définition de la CIVS (Commission pour l'indemnisation des victimes de spoliations) consulté le 21/04/2023 à l'adresse : <https://www.civs.gouv.fr/fr/les-lieux-de-memoires/lieux-de-memoire-en-france/> (about:blank#fnref85)

Victor de Sepausy. (2021, 31 décembre). article d'Actualité. consulté le 28/09/2022 à l'adresse : <https://actualitte.com/article/104057/meilleures-ventes/exclusif-les-30-meilleures-ventes-de-livres-en-librairie-de-2021> (about:blank#fnref87)

Etude Chitika. (2013). The Value of Google Result Positioning. consulté le 22/10/2022 à l'adresse : <https://research.chitika.com/wp-content/uploads/2022/02/chitikainsights-valueofgoogleresultspositioning.pdf>, mais désormais partiellement consultable à l'adresse : [horshttps://web.archive.org/web/20130610125944/http://chitika.com/google-positioning-value](https://web.archive.org/web/20130610125944/http://chitika.com/google-positioning-value) (about:blank#fnref88)

Etude Kissmetrics. (2010, novembre). consulté le 20/10/2022 à l'adresse : <https://blog.kissmetrics.com/wp-content/uploads/2010/11/Bounce-Rate.pdf> (about:blank#fnref89)

Maryam, Mohsin. (2023, 13 janvier). consulté le 05/02/2023 à l'adresse : <https://www.oberlo.com/blog/google-search-statistics> (about:blank#fnref90)

Site de Statcounter consulté le 20.10.2022 à l'adresse : <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share> (about:blank#fnref91)

Brossat, Vincent. (2023, 29 mars). consulté le 05/04/2023 à l'adresse : <https://www.leptidigital.fr/webmarketing/parts-de-marche-navigateurs-web-10814/> (about:blank#fnref92)

Jean-Claude, Abric. (2005). Méthodes d'étude des représentations sociales. pages 59 à 80 consulté le 09/11/2022 à l'adresse : <https://www-cairn-info.ressources.univ-poitiers.fr/methodes-d-etude-des-representations-sociales--9782749201238.htm> (about:blank#fnref95)

Jean-Jacques ,Quintin. (2012). Analyse de données qualitatives, Outils de production de données qualitatives et méthode d'analyse. MCF - Université Lumière Lyon 2 consulté le 20/10/2022 à l'adresse : [https://apprendre.auf.org/wp-content/opera/13-BF-References-et-biblio-RPT-2014/Analyse de données qualitatives_Outils de production de données qualitatives et méthode d'analyse...pdf](https://apprendre.auf.org/wp-content/opera/13-BF-References-et-biblio-RPT-2014/Analyse_de_donnees_qualitatives_Outils_de_production_de_donnees_qualitatives_et_methode_d_analyse...pdf)

Site jsene.net consulté le 10/11/2022 à l'adresse : jsene.net/fragments-chutes-et-consequences/

ANNEXE

1) LE GUIDE D'ENTRETIEN

Guide d'entretien – Confection d'un site d'auteur

Préambule:

Cet entretien s'inscrit dans un processus de collecte de données dans le cadre d'un mémoire de master livre et médiations. Il porte sur la médiation des auteurs et autrices au travers de leur site que nous appellerons site d'auteur, un terme qui désignera tout site portant sur un auteur et son œuvre indistinctement de tout autre critère.

Je m'appelle Karl Forterre et je pourrai vous faire parvenir les résultats de cette enquête et le mémoire associé en me contactant par mail à l'adresse : MemoireMediationKF@gmail.com.

1/ Pouvez-vous vous présenter ?

2/ Visitez-vous des sites d'auteurs ?

3/ Pourquoi faire un site d'auteur ? Quel est l'objectif de votre plateforme?

4/ Que voulez-vous susciter chez le visiteur de votre site ?

5/ Quelles ressources matérielles ou humaines mobilisez-vous pour faire un site d'auteur ?

6/ Comment concevez-vous un site d'auteur ? Votre site ?

7/ Pouvez-vous me citer les objectifs visés au travers du site d'auteur ?

8/ Pouvez-vous hiérarchiser ces objectifs ?

9/ Par quels moyens mettez-vous en valeurs les éléments essentiels ?

10/ Quelles sont les fonctionnalités les plus importantes d'après vous ?

11/ Que vous inspirent la création et l'interaction sur le site d'auteur ?

12/ Constatez-vous un changement des objectifs et/ou des moyens d'un site d'auteur dans le temps ?

13/ Quels changements s'il y a lieu d'en avoir souhaitez-vous voir réalisés sur votre site ?

2) ENTRETIEN DE YVES AUBARD

Karl Forterre : Est-ce que vous acceptez l'enregistrement de l'entretien pour pouvoir le transcrire et l'exploiter pour le mémoire ?

Yves Aubard : Si vous voulez.

Karl Forterre : Merci. Cet entretien s'inscrit dans un processus de collecte de données dans le cadre de mon mémoire de Master, en master livres et médiation. Il porte sur la médiation sur le site d'auteurs et autrices au travers de leurs sites que nous appellerons site d'auteur, qui est un terme qui désigne tout ce qui a trait à l'auteur et son œuvre. Je suis étudiant en master 2 et je suis actuellement en stage à La Geste et c'est par mon stage que j'ai eu connaissance de votre œuvre et de votre site. Est-ce que vous pourriez vous présenter ?

Yves Aubard : Oui, je m'appelle Yves Aubard, je suis médecin et également auteur. J'ai écrit des romans historiques, essentiellement une saga, qui va durer 34 tomes, je suis en train d'écrire le 32ème. L'éditeur va sortir le 32 bientôt. J'ai créé un site internet pour parler de cette saga et pour la promouvoir un peu. Sur ce site, je parle de la saga, mais je parle également d'autres livres que j'ai écrits. J'ai écrit une biographie romancière de Ambroise Paré qui est toujours chez La Geste. J'ai aussi participé à des recueils, une série de 3 petits recueils qui s'appellent 7 qui sont des polars. Ce sont des nouvelles dont 7 auteurs écrivent chacun à partir d'un thème une histoire qui tourne autour du polar. Mon site internet présente toutes ces choses-là.

Karl Forterre : Est-ce que vous êtes habitué à visiter vous-même des sites d'auteurs ?

Yves Aubard : Non, je suis allé sur un ou deux blogs une ou deux fois. J'avais été voir des blogs de gens qui faisaient des commentaires sur les auteurs dans Babelio. Puis, j'ai été en voir un ou deux, mais non, je ne suis jamais allé voir de sites personnels de collègues.

Karl Forterre : Qu'est-ce qui vous a motivé à faire ce site d'auteur ?

Yves Aubard : Je suis un peu geek, j'aime bien l'informatique. Je ne savais pas du tout développer des sites web et je me suis dit que c'était une bonne manière de promouvoir mes bouquins, et puis ça m'intéressait d'apprendre. Alors, je me suis formé sur le logiciel qui permet de développer le site. Petit à petit, j'ai développé des choses. Je me suis formé en même temps pour développer un site web.

Karl Forterre : Est-ce que vous pouvez me décrire ce que vous voulez susciter chez le visiteur de votre site ?

Yves Aubard : Il y a 2 choses. Ce site permet de découvrir ma série. Et ce site est surtout fait pour les gens qui sont dans la série parce que sur le site, je mets des choses, par exemple, des titres de futurs tomes qui ne sont pas encore parus, mais que j'ai déjà écrits. Je fais maintenant des petites annonces de chaque tome. Je fais des petites vidéos où je présente les tomes. Les 2 derniers tomes, j'ai fait des vidéos sur le site. Je les ai mis sur Facebook. Puis, je mets aussi tous les salons que je vais faire. J'annonce les différents salons, puis un peu de documentation qui ne sont pas dans le livre, un peu plus de détails. Il y a des commentaires qui ne sont pas dans le livre. Les cartes que je mets dans le bouquin, elles sont en couleur sur le site alors qu'elles sont en noir et blanc dans le bouquin. C'est un complément. Comme j'ai une très longue série et qu'il faut fidéliser les lecteurs si je puis dire. C'est une manière de les tenir informés des différents événements, des sorties de bouquin (à chaque

bouquin, je mets une annonce), et puis des différents salons auxquels je pourrais participer pour mon lectorat.

Karl Forterre : Quelles ressources matérielles ou humaines mobilisez-vous pour ce site ? Est-ce que d'autres personnes vous aident pour ce site ? Est-ce que vous hébergez vous-même votre site vu ce goût pour l'informatique ?

Yves Aubard : Non, j'héberge moi-même mon site, je me suis formé sur logiciel, mais il y en a plein d'autres. Il y en a 36 des logiciels pour faire des sites, moi je me suis formé sur celui-là, donc je l'ai fait moi-même. J'héberge puis je fais tout moi-même. Je n'ai pas d'aide ni pour écrire mes livres ni pour développer mon site.

Karl Forterre : Est-ce que vous pouvez hiérarchiser vos objectifs ? Le premier si j'ai bien compris, c'est donner de la matière, des éléments complémentaires pour vos lecteurs actuels.

Yves Aubard : C'est surtout ça mon intérêt parce que mon site est référencé. Quand on fait des recherches Google, on va le trouver. Mais c'est aussi un site pour présenter mes livres. Mais c'est surtout pour les gens qui me lisent et me suivent. D'ailleurs, quand je fais un salon, je donne toujours les petits marque-pages, je rajoute toujours l'adresse de mon site pour que les gens puissent y aller. J'ai pas mal de visiteurs, je crois que je suis à plus de 20 000 là. Il y a du monde qui vient.

Karl Forterre : Comment est-ce que vous avez réfléchi sur votre site pour mettre en valeur les éléments essentiels ? Quelle est votre stratégie à ce sujet ?

Yves Aubard : Je ne sais pas si vous avez été sur le site, il y a une page de garde où j'explique la saga. J'explique qu'elle commence deux siècles avant la fin de Richard cœur de lion, je fais les grandes lignes de

la saga. Puis, sur le côté, je fais défiler tous les tomes qui sont sortis, les couvertures. J'ai également en bas les numéros des tomes. À chaque fois que j'écris un tome, il y a un petit numéro où on peut y aller. Là, je fais une annonce, où j'en dis les titres. Ils ne sont pas encore sortis donc, les gens ne connaissent pas. Je fais un très bref résumé. Je mets toujours la liste des personnages pour chaque bouquin. J'ai toujours les mêmes rubriques, je mets la liste des personnages, je mets les cartes au début de chaque livre où sont situés les différents personnages puisqu'ils sont un peu partout sur la planète. Je mets également les cartes de ce qu'ils vont faire dans le livre, où ils vont aller. Je mets aussi les commentaires. À la fin de chaque bouquin, je fais des commentaires où je démêle le vrai du faux. Comme je fais un roman historique qui est quand même assez imprégné dans la vraie histoire, mais j'invente des choses quand même puisque ça n'est qu'un roman. À la fin de chaque bouquin, je fais des commentaires où je démêle les choses. Je dis que ça, j'ai inventé, ça c'est vrai. Et ça, je le mets sur le site. Je mets aussi sur le site tous les arbres généalogiques au fur et à mesure parce que comme on suit une famille pendant - j'en suis à la 9ème génération - c'est très compliqué de s'y retrouver, ils sont une cinquantaine. Il faut que j'en tue quelques-uns sinon il y a trop de monde. Pour que les lecteurs arrivent à suivre, les arbres généalogiques sont dans les bouquins. Ils sont aussi sur le site, en couleur, c'est plus sympa. Dans le bouquin, ils ne sont pas en couleur. J'ai fait sur ce site un lien qui amène aux autres bouquins. J'ai un truc qui s'appelle « mes autres publications », les gens peuvent y aller. Et là, il y a aussi un truc sur Ambroise Paré, toute l'histoire des bouquins d'Ambroise Paré, et puis les autres bouquins que j'ai pu écrire.

Karl Forterre : Vous jouez donc à la fois sur la documentation, la mise en avant par l'espace visuel occupé sur votre page pour mettre en

avant les différents éléments. J'ai aussi remarqué votre goût pour la couleur et les animations.

Yves Aubard : C'est critiquable. C'est ce qui fait que j'ai des couleurs un peu criardes, un vrai graphiste qui regarde mon site va se dire : « qu'est-ce que c'est ce mec ». C'est comme ça, ce sont des couleurs qui me plaisent. C'est vrai que c'est un peu criard, un peu coloré. Les graphistes ont des tons plus sobres, ils font sortir beaucoup de choses.

Karl Forterre : Le nom du site « en feu » a déjà fait ses preuves, c'est marquant.

Yves Aubard : j'ai trouvé un petit logiciel qui s'appelle Cooltext, qui permet de mettre des lettres comme ça en les mettant en feu. Ça attire un peu l'œil.

Karl Forterre : C'est ce qui m'a frappé en premier.

Yves Aubard : eh bien oui, ça a marché alors ! Si vous l'avez trouvé, ça prouve que ça a atteint son but. Il y a des gens, pour qui ce n'est pas par le biais de la lecture ni de votre boulot, voilà, on le trouve. Quand on google Yves Aubard, on déboule sur mon site. C'est le but de la manœuvre, c'est que les gens prennent très facilement un accès à tout ça.

Karl Forterre : Justement, à ce titre, j'ai une question spécifique. Pourquoi avoir fait un site sur votre saga et non à votre nom ?

Yves Aubard : Je n'ai pas besoin de faire de la pub pour mon nom. Je suis médecin, je suis prof en plus. On est tenus d'avoir une certaine réserve sur nos activités. Quand on est médecin, on n'a pas le droit de se faire de la pub par exemple, c'est logique. Mon but n'est pas du tout de promouvoir mon activité professionnelle. J'ai créé aussi un Facebook. Au fait, j'avais écrit au départ pour les bouquins, j'ai d'autres activités, je fais

de la musique. Sur Facebook, je mets aussi un peu de musique. Mais voilà, je ne parle pas du tout de mon boulot. Sur le site, pas du tout. Sur Facebook, un peu de temps en temps, je réagis à l'actualité, mais je ne parle pas du tout de mon travail.

Karl Forterre : D'après vous, pour les sites d'auteurs, pour le vôtre et pour les autres auteurs en règle générale, quelles sont les fonctionnalités les plus importantes ? Une fonctionnalité peut être un espace commentaire, le tchat, le fait de pouvoir voir une bibliographie ou la biographie de l'auteur.

Yves Aubard : C'est en fait d'avoir de la doc qu'on n'a pas dans les bouquins. Par exemple, les gens savent comment va s'appeler le tome suivant, il n'est pas encore édité, ils ont un peu de documentations sur le tome suivant, ce sont des choses en plus des livres. De présenter des livres, bien sûr, mais en plus, de donner des choses qui font qu'on va aller sur le site parce qu'il y a de la doc, toutes les actualités que les gens ne savent pas, du genre, que je serai au prochain salon de Brives. Je les avertis aussi à l'avance quand un livre va sortir. Je les informe sur tout ce que je vais faire en tant qu'auteur : quand est-ce que mes livres vont sortir, je leur dis quand je finis de rédiger. Là, je viens de mettre que j'ai fini de rédiger le Tome 32, et qu'il ne me reste plus que 2 tomes parce que je ne savais pas du tout combien je ferai de tomes au départ. Maintenant, je sais, je n'ai plus que 8 années à écrire à chaque bouquin, il y en a à peu près 50. Je sais qu'il y aura à peu près 34 tomes. Les gens qui sont dans une grande série comme ça, ça peut durer longtemps. Ils se disent : « est-ce qu'il va finir un jour ». Donc, j'avais hâte de pouvoir leur dire combien il y aurait de bouquins et puis d'être sûr que j'allais finir parce que souvent les gens qui commencent des séries ne finissent pas. Je rassure les lecteurs. Ça rassure un peu aussi mon éditeur. Il est très inquiet de ma

série. Romain, s'il avait su que j'allais écrire 34 tomes, je crois qu'il ne m'aurait jamais pris. Quand j'ai écrit le 1er Tome, je ne pensais pas en faire un deuxième. Puis ça m'a bien plu, puis j'ai eu l'idée d'aller jusqu'à la mort de Richard Cœur de Lion, il y a une logique à mon histoire qui commence avec Richard, mais sur le site où on va le tuer. Voilà, je l'ai terminé par sa mort, je sais que je termine. Donc, ça rassure beaucoup Romain de savoir qu'il y aura une fin.

Karl Forterre : Que pensez-vous de l'interaction sur le site d'auteurs par rapport au fait de pouvoir informer, mais aussi d'avoir une réponse, des réactions, des commentaires ?

Yves Aubard : J'ai mis mon adresse mail. J'ai quand même quelques lecteurs, de temps en temps, qui doivent choper mon adresse. Il y a un onglet qui s'appelle auteur, il va y avoir mon mail. L'idée, c'était ça aussi, c'était que les gens puissent dire : « Celui-là ne m'a pas plu. », « Pourquoi vous avez tué le héros ? ». Ça il y en a eu un peu, mais pas énormément. J'aurais pu imaginer un tchat sur le site, mais je ne sais pas le faire. Ce serait pas inintéressant. Mais comme j'ai mis mon adresse, les gens peuvent m'envoyer quelque chose par internet. Mais comme je vous le dis, il y en a eu très peu, il y a eu peut-être au total une dizaine ou une vingtaine de lecteurs qui m'ont envoyé des messages par internet ou qui ont commenté les bouquins pour en parler. Ce qui serait très bien, effectivement, et ça doit pouvoir se faire, mais ça, je ne sais pas le faire. Je serai bientôt à la retraite l'année prochaine, donc j'aurai plus de temps, peut-être que j'y serai plus formé pour mettre un tchat sur le site. Ce serait intéressant de pouvoir interagir avec les lecteurs facilement par internet.

Karl Forterre : Votre volonté de mettre de la documentation pour vos livres, est-ce que c'est le but essentiel qui était là au point de départ

et qui est toujours au centre ? Est-ce que d'autres objectifs les ont rejoints ? Est-ce qu'il y a eu une évolution au niveau de vos souhaits par rapport à votre site ?

Yves Aubard : ça ne fait que 2 tomes, c'est récent où je mets vraiment des vidéos, où je détaille beaucoup ce qu'il va y avoir dans le bouquin qui va sortir. Je venais de faire les tomes 20 et 21, et ça, je ne le faisais pas avant. Je n'en ai pas discuté avec Romain d'ailleurs, mais je dis beaucoup de choses qui vont se passer dans le livre. Ça pourrait dissuader les gens de le lire à la limite. Mais bon, je dis bien à la fin qu'il vaut mieux le lire parce qu'il y aura encore plus de détails. Je raconte beaucoup le livre, maintenant dans ces vidéos. J'ai aussi appris à faire des montages vidéo récemment, ça me plaît bien. Je mets un lien sur le site, ils ont les dernières nouveautés du tome 21, le dernier qui est sorti avec beaucoup de détails, beaucoup plus que ce qu'il y avait dans le site, où il y avait toujours un petit résumé du bouquin à venir. Là, c'est vraiment beaucoup plus précis. L'idée, c'est de mettre un peu l'eau à la bouche. On verra à terme si ça dissuade les gens de venir lire le bouquin, du coup, si j'en dis trop. J'ai fait ça tout seul, de ma propre initiative. Je n'en ai pas parlé à mon éditeur, donc je ne sais pas ce qu'il en pense. Quand on a fait la promo du bouquin, je pense qu'il n'en a pensé que du bien, mais j'en dis un peu beaucoup peut-être, je ne sais pas.

Karl Forterre : Quelqu'un qui, pour diverses raisons, pourrait être amené à visiter votre site, soit par rapport à votre nom, soit au fait d'avoir rencontré un épisode de la saga... S'il devait retenir une seule chose, un élément après une 1ère visite, ce serait quoi ? Serait-ce un sentiment, peut-être même ?

Yves Aubard : De l'intérêt j'espère. Il y a tous mes bouquins dans le site, mais c'est quand même la saga qui est présentée. D'ailleurs, ça

s'appelle La saga des Limousins en lettres qui brillent. Ils vont trouver mes bouquins, mais il faut chercher un peu. L'idée, c'est de les intéresser. C'est un public très particulier, les gens qui lisent du roman historique, ce n'est pas la majorité des lecteurs. On n'accroche beaucoup moins facilement ces gens-là que pour les polars, il y a moins de public, mais il y a des passionnés. Quand les passionnés vont lire ça, tout de suite, ils vont tout de suite accrocher. L'idée, c'est d'accrocher ces gens-là et puis de ne pas rebuter les moins passionnés. Il faut les accrocher aussi.

Karl Forterre : Dans ce genre de saga, le fil de l'histoire, vu que c'est un roman historique, a un potentiel de prolongement et de suites conséquents.

Yves Aubard : Vous voulez dire le fil de la vraie histoire ?

Karl Forterre : Oui, le fil de la vraie histoire qui peut alimenter la fiction.

Yves Aubard : La particularité de ma série, c'est qu'elle est vraiment très proche de la vraie histoire. On va les voir participer aux vraies batailles. Par rapport à d'autres auteurs de roman historique, il y a beaucoup plus de vérité dans ce que j'écris. Vous connaissez probablement Ken Follett qui a fait des romans. C'est lui qui m'a donné l'envie d'écrire. Il a écrit Un monde sans fin. Ken Follett raconte une histoire. On s'est rencontré dans une cathédrale à Kingsbridge. Il n'y a jamais eu de cathédrale à Kingsbridge. Il a complètement inventé. Alors que moi, mes héros construisent des choses vraies. Ils construisent Notre-Dame à l'époque où elle était construite. Ils vont participer aux vraies batailles. Quand on sait comment s'est déroulée la bataille, par exemple, la bataille d'Hastings, quand les Normands vont prendre l'Angleterre. Je l'ai écrite très exactement comme les historiens l'ont

décrite. C'est une série qui est quand même très proche de la vérité historique. Je pense que les gens qui aiment l'histoire s'y retrouveront quand même là-dedans. C'est pour ça que je fais des commentaires à la fin en disant ce que j'invente quand même. Le gros boulot que je fais à part écrire cette série, c'est de me documenter sur la véritable histoire. Après, je n'ai plus qu'à imaginer ce que vont faire mes héros qui n'ont pas existé dans cette véritable histoire. J'ai écrit les croisades, j'en suis à la 3ème croisade là. Je les ai décrites exactement telles qu'elles se sont passées. Quand il y a un vide, quand on ne sait pas qui a tué un tel, c'est souvent un de mes héros, c'est un méchant, mes héros sont très gentils. J'ai beaucoup de héros qui sont des médecins ce qui m'amuse. À l'époque, les gens mouraient toujours, mais on ne sait pas toujours de quoi. Quand on sait de quoi, eh bien je décris la maladie. Mais quand on ne sait pas de quoi, je leur invente une maladie. Là, je fais intervenir mes médecins, qui sont en plus un peu en avance sur leur temps. Il y a beaucoup d'histoires de médecins, c'est un peu mon hobby, je me suis un peu amusé aussi.

Karl Forterre : Par rapport à votre site d'auteur, est-ce que vous avez des ambitions qui s'ajouteraient à celles d'ajouter un tchat ?

Yves Aubard : Non, je ne sais pas, si j'ai des idées qui me passent par la tête, pourquoi pas, mais le tchat, c'est sûr que ce serait bien. La dernière ambition, c'est cette histoire de faire des vidéos très précises sur chaque livre. Ce site a évolué au fil du temps. En revanche, je n'ai pas trop de projets de changer ou de modifier des choses. Quand j'aurais fini d'écrire la saga, il faudra peut-être que la page de garde ne soit plus la saga, ce sera plus axé sur le reste. Enfin surtout la saga, plus le reste. Quand j'ai commencé le site, je n'avais rien écrit d'autre. J'étais bloqué sur la saga. Ça reste vraiment la chose la plus importante du site, beaucoup plus que les autres bouquins. Après, quand j'ai écrit autre chose parce que

je n'ai pas l'intention de m'arrêter d'écrire la saga, il faudra que je fasse un peu plus de pubs. Je pense que je changerai la page de garde à ce moment-là.

Karl Forterre : Le site s'appellera toujours La saga des Limousins ou est-ce que ce sera un nouveau site ?

Yves Aubard : Peut-être pas, ça s'appellera Aubard auteur ou les livres d'Aubard. Je ne sais pas. Il n'y aura plus de raison de l'appeler La saga des Limousins. Il faudra parler du reste. Je n'ai pas encore réfléchi à la chose. J'ai encore deux bouquins à écrire pour finir la saga. Par contre, la publication de la saga, c'est 2 par an. Il y en a encore 10, donc il y a encore 5 ans. S'il y en a 12, il y en a encore pour 6 ans. Je finis donc de publier dans 6 ans. Je ne sais pas si je changerai le titre avant la fin. Il faudra que j'aie une visibilité sur la saga, mais aussi sur ce que je fais d'autre.

Karl Forterre : Là, on a fait le tour de mes questions. Si vous en avez aussi également, je peux aussi vous transmettre mon mémoire avec, en vous donnant mon mail.

Yves Aubard : Oui, ça m'intéresse.

Karl Forterre : J'y pense, est-ce que vous avez augmenté vos moyens par rapport au site ? Par rapport à l'hébergement ?

Yves Aubard : Non, mon hébergeur c'est One&One. J'avais pris ça au départ, j'ai développé dans le Dreamweaver. C'est un copain qui bosse dans l'informatique qui m'avait dit One&One, il héberge les sites et c'est pas mal, et pas très cher. J'ai pris celui-là parce qu'on me l'a conseillé. J'ai pris Dreamweaver parce que j'ai trouvé une formation en tant que médecin. Il proposait une formation sur Dreamweaver, un logiciel pour développer un site web. C'est comme ça que je me suis formé. C'est une

formation qui m'était payée par mon travail. C'est ainsi que les médecins avaient développé des sites web. Ce n'est pas très utile dans le boulot.

Karl Forterre : Merci beaucoup. Je suis impatient de vous partager les résultats finis.

Yves Aubard : Très bien. N'hésitez pas si vous avez encore des questions, il n'y a pas de problème.

Karl Forterre : Merci, bonne soirée à vous !

3) ENTRETIEN DE ROMAIN NAUDIN

Karl Forterre : Bonjour, est-ce que je peux vous enregistrer pour faciliter l'exploitation de l'entretien pour le mémoire ?

Romain Naudin : Oui, bien sûr. Quel est le sujet déjà ?

Karl Forterre : C'est une enquête qui s'inscrit dans le cadre d'un mémoire portant sur le site d'auteur, et sur quelle est l'influence de la médiation par le site d'auteur. La première question serait de vous présenter.

Romain Naudin : Je suis Romain Naudin, je suis directeur éditorial de la maison d'édition La Geste depuis 19 ans. Je dirige les lignes à la fois locale, puis nationale et les 7 labels qu'on a créés.

Karl Forterre : Est-ce que vous visitez les sites d'auteurs ?

Romain Naudin : Qu'est-ce que tu appelles les sites d'auteurs ?

Karl Forterre : Les sites d'auteurs regroupent tout ce qui est une page web, qui abordent l'auteur et/ou son œuvre.

Romain Naudin : Créé par l'auteur ou par qui ?

Karl Forterre : Ça peut être, par exemple, par la maison d'édition avec les pages auteurs ou les sites d'éditeurs créés par eux-mêmes. Ça peut être un Instagram avec un journal de l'écrivain où il partage ses avancées, ou des planches pour les dessinateurs.

Romain Naudin : Ce sont des pages dédiées en fait.

Karl Forterre : Exactement, des pages dédiées à l'auteur ou à l'œuvre ou sa saga.

Romain Naudin : Pour nous, ça a un impact, c'est clair. Ils ne sont pas nombreux les auteurs qui ont des pages dédiées. Effectivement, ça se voit notamment dans le commerce de ventes en ligne parce qu'il y a beaucoup de followers qui achètent en ligne, qui se suivent à distance, donc ils ne passent pas par le commerce de livres physiques, papiers, mais ils passent à la vente de livres sur internet. On voit qu'il y a un vrai impact. Je pense à Yves Aubard, chez nous, qui a un blog de 7 ou 8000 personnes. Et on fait des volumes intéressants en tablettes, livres, e-pub et puis sur des ventes internet. Il y a un vrai impact pour nous. On encourage évidemment ce genre de choses.

Karl Forterre : J'ai eu exactement cet entretien avec Yves Aubard la semaine dernière, c'était intéressant. Du coup, est-ce que vous visitez des sites d'auteurs ?

Romain Naudin : Oui, mais régulièrement. Je ne compte plus, tous les jours, pratiquement. On est sollicités par les auteurs, on va voir les auteurs, qui ont de plus en plus un profil d'Instagram, de Facebook ou autres. Oui, c'est mon quotidien.

Karl Forterre : Pourquoi avez-vous des pages auteurs sur le site de la Geste ?

Romain Naudin : Je n'appellerais pas ça des pages auteurs, c'est une présentation de l'auteur dans notre site internet vitrine. Ce n'est pas vraiment une page dédiée. D'une part, c'est pour présenter l'auteur d'un livre. Comme ça, quand quelqu'un cherche un livre sur internet, il peut au moins savoir qui l'a écrit. Et puis, quand il y a un site, on fait le relais, on peut cliquer pour aller sur le site directement. Nous, on est vraiment dans un site vitrine, qui montre, mais qui n'est pas là pour développer des

pages dédiées par auteur. Chaque auteur, après, crée son propre blog, site ou page. Nous, on n'est qu'une sorte de hub, c'est-à-dire qu'on redirige.

Karl Forterre : Qu'est-ce que vous voulez susciter chez le visiteur qui passe sur une page d'un auteur sur le site de la Geste ?

Romain Naudin : C'est une fidélisation. C'est faire mieux connaître par différents canaux, et puis fidéliser, parce que c'est vrai qu'on peut suivre, on peut s'abonner à une newsletter, on peut suivre l'actualité d'écritures, des vacances, des choses comme ça. C'est vrai qu'on reproche souvent à l'auteur d'être sa propre PME. Aujourd'hui, on est dans un marché de l'offre et pas de la demande. Donc, toute initiative de ce type est toujours bienvenue.

Karl Forterre : Donc, si j'ai bien compris, l'objectif c'est informer le visiteur sur l'auteur qu'il a lu ou qu'il va lire, le fidéliser en invitant à lire tous ses ouvrages et le rediriger éventuellement sur un site dédié si l'auteur en a un.

Romain Naudin : Exactement, exactement, tout à fait. Ça apporte une plus-value, le simple fait de voir l'auteur dans son quotidien, c'est important de nos jours, mine de rien. Il y a une proximité qui se fait avec le lecteur, et on peut répondre au lecteur. Il m'arrive toujours de répondre à des lecteurs, ce que je ne faisais pas il y a 10 ans, mais maintenant c'est le cas. Donc, il y a un contact, une proximité qui n'est plus uniquement sur les salons, mais aussi grâce aux réseaux, c'est important.

Karl Forterre : Quelles ressources matérielles/humaines vous mobilisez pour avoir ces sites d'auteurs ?

Romain Naudin : On reste à notre site vitrine. On est un simple relais. Après, eux, ils créent leur propre page.

Karl Forterre : Je veux parler du choix par rapport à la présence des noms de chaque auteur, leur biographie, en tant que forme de site d'auteur.

Romain Naudin : J'ai du mal à dire site d'auteur, c'est un site vitrine dans lequel sont présentés les auteurs. Vous avez les 5000 auteurs. Donc, ce n'est pas une page dédiée, ce n'est pas un site dédié, c'est plus une galerie d'auteurs.

Karl Forterre : Tout dépend de ce qu'on retiendrait comme définition. Il y a des éléments communs entre un site d'éditeur et un site personnel d'auteur. Il y a une page, avec une biographie, avec une photo des auteurs.

Romain Naudin : Et c'est ce que font tous les éditeurs et ça depuis 45 ans depuis qu'on fait des blogs, on fait ça depuis les prémices de l'Internet. Je me rappelle les pages Gallimard qui ont démarré dans les années 95-2000, quand l'Internet commence à se développer, déjà Gallimard met des biographies d'auteurs. On ne parlait pas de site dédié, on parlait de galeries de présentation d'auteur.

Karl Forterre : C'est vrai qu'entre site et page, c'est un peu fondu.

Romain Naudin : Un site dédié, c'est un site monotâche, le site de Tartempion qui parle de ses livres. Nous, c'est un site vitrine qui présente 5 000 livres dans lequel on a 5 000 biographies. Donc, on ne peut pas les comparer, c'est différent. Nous, on est une sorte de carrefour, ça passe par nous, on relaie l'information. Les sites dédiés, c'est autre chose. C'est un site monolithe sur une personne. On travaille avec eux, on les relaie, mais on ne peut pas se comparer à eux.

Karl Forterre : Par rapport à ces pages-là avec les biographies et les photos d'auteur, quelles ressources matérielles et humaines avez-vous mises en place pour les mettre en place ?

Romain Naudin : Ce n'est que le relais encore une fois. C'est eux-mêmes qui entretiennent leur page. Sur notre site, c'est nous. Nous, c'est un site vitrine.

Karl Forterre : Oui, sur le site vitrine.

Romain Naudin : On a un entretien quotidien, c'est Nicolas Fournier, en bas, qui se charge de mettre la photo, la biographie, de mettre à jour quand la photo a changé, de mettre à jour quand la commune d'invitation a changé. C'est tous les jours ici Nicolas qui gère ça.

Karl Forterre : Quelle a été votre réflexion par rapport à la mise en valeur de ces pages-là, des informations ?

Romain Naudin : On a créé le site il y a 12 ans maintenant. L'idée, c'était que ça soit un site très accessible. En 2 clics, on devait pouvoir acheter un livre. En 2 clics, on pouvait trouver son livre ou un auteur. Il a été conçu comme ça. J'ai conscience que ce n'est pas le site le plus élégant de la terre, mais il a un côté pratico-pratique qui me plaît beaucoup. Et on le garde pour ça parce qu'il a, mine de rien, une capacité... Vous pouvez entrer dans nos collections par la géographie, vous pouvez rechercher un département. Vous voulez des livres sur la cuisine en Poitou, tapez Deux-Sèvres, Vienne et cuisinez, vous avez tout de suite la sélection. Vous pouvez y entrer par le nom des collections, si on les connaît. Beaux Petits Pays, Se souvenir, Faubourg Marini, les labels. Vous pouvez y entrer par le nom d'auteur aussi. Vous pouvez trouver le nom d'auteur et retrouver tous ses livres. C'est la sélection

panier qui se fait automatiquement. Vous pouvez créer un panier, donc vous pouvez faire une wishlist sans qu'il y ait, le bandeau à droite, toutes les nouveautés Facebook, des réseaux qui s'affichent. C'est un site que j'ai vraiment imaginé pratico-pratique qui concède à l'élégance par contre.

Karl Forterre : Imaginons qu'on tape Yves Aubard, on arrive sur la page de la Geste, où il y a son site avec la saga. Sur la page de la Geste, il y a sa bibliographie, les titres s'en approchant. Entre la photo, sa biographie et sa bibliographie, la visée promotionnelle de l'auteur et de son œuvre est assez importante. Comment est faite la hiérarchisation ? Par exemple, pourquoi ne pas avoir mis de plus grosses photos ou faire des biographies plus longues ?

Romain Naudin : Je ne suis pas sûr que le temps de lecture sur internet soit le plus long. On a réfléchi à ça, je ne suis pas sûr qu'on passe des heures et des heures à lire une biographie de 4 pages d'une personne. Ce n'est pas l'objet. Je pense qu'internet, c'est un peu comme les brefs. Sur le téléphone, on lit sept ou huit lignes, ensuite on décroche. Donc, on l'a fait d'une manière délibérée. On fait des textes très cursifs pour avoir l'information, le clic pour aller là où il faut, son livre, son site ou autre. Mais l'idée, ce n'est pas de passer 7h sur notre site. C'est donner les informations principales. Les bios sont suffisamment assez épanouies, parce qu'on a quand même une dizaine de lignes. Je ne suis pas sûr que tout le monde lise les 10 lignes. C'est pour ça que j'ai préféré être sur la cursivité.

Karl Forterre : Quelles sont les fonctionnalités les plus importantes pour vous quand on est sur la page d'un auteur ? Donc la bibliographie, il faut que ça soit une fonctionnalité, ou le fait qu'il faille un tchat ou une enveloppe pour échanger avec l'auteur.

Romain Naudin : Oui, il faut forger le contact, c'est ce qui est super important. Que le lecteur sache, il sait qu'il peut lui parler en un clic. Et si c'est un mail qui arrive ici, on lui transfère très rapidement. C'est jouer sur la proximité avec le lecteur.

Karl Forterre : Que vous inspirent la création et l'interaction avec le site d'auteur ? Est-ce que c'est une fin en soi, est-ce que c'est l'avenir ?

Romain Naudin : On suit une complémentarité. Une complémentarité parce qu'on n'a pas les mêmes vocations, comme je disais, nous, c'est un site vitrine, eux, c'est un site dédié. C'est très complémentaire. Puis, c'est bien de savoir qu'un auteur a édité chez un éditeur qui a pignon sur rue, ce qui crédibilise l'auteur. Il peut voir aussi tous les livres qu'il a signés chez nous. Donc, il y a une notion de longue traîne. Nous, on le voit sur notre site ou sur les ventes en ligne, ce qui se vend chez Yves Aubard par exemple ce n'est pas que la nouveauté, les gens reviennent au premier. Il a quand même 19 tomes chez nous. Donc, ça entretient ce qu'on appelle le phénomène de longue traîne, les ventes sur un best-seller, mais ce, longtemps.

Karl Forterre : Pour vous s'il y en a eu, quand est-ce qu'il y a eu des changements des objectifs et des moyens mis en place pour les sites d'auteurs ?

Romain Naudin : Oui, ils sont plus dynamiques qu'avant. J'observe que les auteurs abandonnent petit à petit Facebook pour Insta. Ils suivent le mouvement parce qu'Insta est plus fort en termes de récurrence, de vision. Je pense que Facebook a lassé par trop de commentaires, par l'algorithme très grand public. Ce qui fait qu'Insta est fort. Je me rends compte que les auteurs se détournent des sites, des blogs à entretenir. C'est plus long, plus complexe, c'est souvent payant alors qu'une page

Insta, c'est gratuit. Il suffit d'avoir son abonnement pour l'ordinateur et c'est bon. Les pages Insta sont plus alimentées quotidiennement. On peut faire une photo dans la rue, n'importe où, en situation. Un site blog, c'est plus lourd. Un site blog, c'est beaucoup plus de contenus. Vous pouvez passer à une page, 2, 3, 4 pages d'écriture alors que sur Instagram, le nombre de signes est restreint et il faut mettre une brève. Je pense qu'aujourd'hui les auteurs, soucieux de la cursivité dont je parlais de lecture en ligne, vont de plus en plus sur une page dédiée Insta qu'un site comme on voyait encore il y a 10 ans, où il y avait beaucoup de sites internet d'auteurs. Maintenant, on se détourne vers les pages Insta qui ont répondu à l'usage des lecteurs.

Karl Forterre : Il y a les blogs, qui au début, apportaient la contrainte de toujours être alimenté, toujours avoir une actualité, un évènement. Ce qui a aussi créé un glissement vers des sites vitrine. Par rapport à vos sites vitrine, quels changements vous réaliseriez prochainement sur ces pages ? Sur le site et les pages auteurs plus spécifiquement.

Romain Naudin : Pour l'instant, il n'y a pas de changement imaginé. Le site roule bien. Il est un peu vieillot, mais ça me va. Il est pratique, il marche toujours aussi bien. Il n'y a pas vraiment d'évolution possible.

Karl Forterre : D'accord. S'il y en avait une, ce serait juste esthétique.

Romain Naudin : Esthétique, oui, on ne va pas toucher à la matrice, le squelette est bon, peut-être qu'il faut toucher aux nerfs. Le nerf, c'est peut-être plus renvoyer davantage vers Instagram, plus dans l'interaction avec les réseaux sociaux. On a une adresse Twitter qui marche peu, mais on ne l'a pas renvoyée sur notre site internet par exemple. Ce serait

possible, c'est une programmation très facile, mais on ne l'a pas prévu. Ça fait partie de ces petites évolutions qui seraient bien à faire.

Karl Forterre : Davantage connecté du coup, ce site serait donc votre objectif.

Romain Naudin : Oui, tout à fait. Un site internet reste assez lourd à entretenir. Donc, il faudra peut-être lui donner ce petit coup de jeune en le rendant plus d'actualité avec les réseaux. Pour l'instant, ce n'est que Facebook, le faire évoluer vers Insta et Twitter serait pas mal. Je ne veux pas non plus que le site devienne une bannière à réseaux où ça clignote dans tous les sens. Il faut que ça garde un côté sobre et utile où on peut avoir toutes les infos. Et pour avoir toutes les infos, il faut qu'il soit à peu près lisse, blanc, qu'on puisse se repérer facilement. S'il y a trop d'infos, on se perd.

Karl Forterre : On a fait le tour des questions.

4) ENTRETIEN AVEC EMMANUELLE PIREYRE

Karl Forterre: Je vais te lire le préambule. Cette entrevue s'inscrit dans un processus de collecte de données dans le cadre de mon mémoire de master. Il porte sur les sites d'auteurs, et la médiation des auteurs et autrices au travers de leurs sites, un terme qui désignera tous les sites portant sur un auteur et son œuvre indistinctement de tout autre critère. Est-ce que tu peux te présenter?

Emmanuelle Pireyre : Je suis autrice de littérature, activité à laquelle j'ajoute des performances en public en relation avec mes propres textes.

Karl Forterre : Est-ce que tu visites des sites d'auteurs à titre personnel?

Emmanuelle Pireyre : Rarement.

Karl Forterre : Pourquoi avoir fait un site d'auteur ?

Emmanuelle Pireyre : Parce que j'ai des activités diverses, l'écriture et les performances, mais aussi des articles critiques, théoriques, des vidéos, des fictions pour la radio, et ce cumul d'activités me semblait difficile à appréhender pour autrui. Aussi j'ai trouvé utile de tout rassembler dans un même lieu, qui manifeste une cohérence de l'ensemble. Pour moi, toutes ces choses sont hyper cohérentes les unes avec les autres, mais ce n'est peut-être pas évident vu de l'extérieur. L'objectif en classant tout cela dans des onglets est d'avoir une approche clarifiante de cette profusion.

Karl Forterre : Si j'ai bien compris donc c'est pour centraliser, harmoniser, créer un fil conducteur.

Emmanuelle Pireyre : Oui, c'est ça.

Karl : On retrouve ici un fil conducteur qui se centre du coup autour de toi en tant qu'autrice ou autour de tes œuvres ? Parfois les sites d'auteurs sont orientés autour de l'un ou de l'autre. Si c'est autour des ouvrages, il est plus dédié à une œuvre ou à une série d'œuvres.

Emmanuelle Pireyre : J'attends avant tout d'un site d'auteur ou d'artiste qu'il me fournisse des informations sur l'œuvre, ses différentes composantes, pour y apprendre la manière dont elles se mettent en réseau dans les différentes dimensions de l'œuvre. C'est cela que j'ai souhaité faire.

Karl Forterre : Donc ça, c'est pour l'organisation. Pour la construction du site, qu'est-ce que tu veux susciter chez ton visiteur après un passage sur ton site ? Quel est l'objectif ?

Emmanuelle Pireyre : Ce n'est pas un objectif artistique, mais un objectif d'information. C'est peut-être la différence avec les sites dont tu parlais, qui proposent de la littérature, ou des sagas ou de l'art. C'est une sorte de petit Wikipédia personnel.

Karl Forterre : Je vois, une page Wikipédia en plus sophistiqués, en plus fourni et en un peu plus esthétique.

Emmanuelle Pireyre : Oui voilà, c'est exhaustif, j'y mets toutes mes dates de lectures par exemple. À un moment certains ou certaines universitaires ont commencé à me demander, pour des articles ou des cours, des informations assez précises sur le nombre de fois où j'avais joué telle performance, Chimère par exemple. Je ne pouvais leur répondre parce que je ne prenais pas spécialement de notes à ce sujet ; le site me permet de créer cette trace structurée. Quand je publie l'annonce d'une lecture, il y a deux intérêts : dire aux gens que cette lecture va avoir lieu, et aussi garder la trace qu'elle a eu lieu. Le site archive les performances

réalisées. J'aimerais être terriblement ordonnée, mais hélas je suis plutôt désordonnée. Le site compense ce défaut !

Karl Forterre : En plus de l'intérêt pour le visiteur, le site est un journal de bord. C'est un peu plus pratique. En plus du visiteur qui comme ça a une traçabilité et un suivi global, une vision de ton œuvre, ça permet aussi pour toi d'avoir un journal de bord, un suivi pour toi-même de toi à toi ?

Emmanuelle Pireyre : Oui c'est ça. Pour les livres cela permet aussi d'avoir l'ensemble des articles critiques parus. C'est un archivage plus élégant que si tout était rassemblé dans un tiroir.

Karl : Oui et c'est plus accessible. Et quelles ressources matérielles ou humaines ont été mobilisées pour faire ce site ? Est-ce que c'est toi qui l'as construit toi-même ? Est-ce que tu es passé par une société, par un freelance ?

Emmanuelle Pireyre : Je l'ai réalisé en 2015, et j'en ai d'abord regardé énormément. À ce moment, j'écrivais Chimère et je réalisais la performance Chimère en résidence. Je me suis dit qu'il fallait faire un site pour créer de la cohérence, peut-être pour préparer la sortie du livre, mais aussi en me disant que le site pourrait manifester le lien entre la performance et le livre : la performance en l'occurrence précédait le livre. Donc j'ai regardé beaucoup de sites. Et celui qui m'a le plus plu était celui de Valérie Mréjen. Je ne sais pas si tu as eu l'occasion de le consulter pour ta recherche. Je ne sais pas si elle l'a changé depuis.

Karl Forterre : Ah, pour le moment je n'ai pas vu son site. Mais je suis très curieux du coup, je vais regarder.

Emmanuelle Pireyre : C'était une forme de site radicale et très séduisante qui avait cours à ce moment-là, entièrement sous forme

d'images. Il s'agissait d'un simple damier d'images, sur lesquelles on pouvait cliquer pour regarder des films, des vidéos, ou peut-être des livres. C'était très élégant. J'ai trouvé le nom de la personne qui avait fait ce site, et l'avait signé : Gaël Roland, et je l'ai appelé. On n'a pas du tout travaillé sur le mode du site de Valérie Mréjen. Il m'a interrogée longuement sur ce que je voulais, et m'a aidée à le clarifier. Autant j'avais été séduite par le site de Valérie Mréjen, autant ça ne correspondait pas du tout à ce que je recherchais, moi, finalement.

Karl : Et il y avait cet objectif de vouloir faire un profil, un espace de centralisation de toutes ces activités qui du coup s'écarte un petit peu de ce damier-là.

Emmanuelle Pireyre : Oui c'est pour cela que sur la page d'accueil de mon site on a cette colonne à gauche qui répertorie tous les onglets. C'est presque psychorigide, mais aussi simplissime.

Karl : C'est ordonné.

: Voilà, très ordonné, facile à utiliser, sans prétention artistique Ah oui, du coup l'hébergement, j'imagine, c'est un hébergement standard sur une plateforme d'hébergement de site ou est-ce qu'il y a eu une démarche personnelle avec peut-être un autohébergement ?

Emmanuelle Pireyre : Le site a été réalisé sur Wordpress et est hébergé sur OVH. Le webmaster Gaël Rolland continue parfois à faire un peu de mise à jour pour ce qui est technique, mais il m'a surtout expliqué comment mettre le site à jour moi-même. Ce que j'ai trouvé généreux de sa part : il m'a aimablement rendue autonome.

Karl Forterre : D'accord. Au niveau de la construction du site concernant la mise en valeur de ce qui est important, quelle était la stratégie ? Il y a la colonne qui indique les catégories. Est-ce qu'il y a

d'autres éléments de la réflexion qu'il y a pu avoir avec lui ou de ta part en amont par rapport à la valorisation de certains éléments ? Pourquoi en avoir mis certains avant d'autres au niveau de la colonne ?

Emmanuelle Pireyre : Il y a une sorte de logique : d'abord les news et l'agenda, l'actualité donc. (J'ai fait rajouter récemment un onglet news qui n'était pas là au début : on avait prévu un agenda, mais certains événements ou annonces n'entraient pas dans ce cadre de l'agenda ; je souhaitais annoncer la sortie prochaine d'un livre ou dire comment avançait ma thèse, ce que je peux ainsi rajouter, donner des nouvelles.) Ensuite vient la création : les livres, qui sont ma première activité, arrivent d'abord. Puis viennent les œuvres qui en découlent : les performances, le théâtre, la radio ou les chansons. Ensuite on déborde la création artistique pour aller vers une partie théorique. D'une part j'écris moi-même des articles sur la littérature ; d'autre part, certain.es universitaires ou étudiant.es se sont aimablement penché.es sur mon travail, et je peux ici renvoyer à leurs articles. Ces deux appréhensions théoriques se répondent, c'est pour cela qu'elles figurent sur deux colonnes de la même page. Enfin on trouve une page de bio et contact, accompagnée de liens vers divers auteur.rices et artistes importants pour moi, qui me nourrissent.

Karl Forterre : D'après toi quelles sont les fonctionnalités les plus importantes pour un site d'auteur ? Ça peut autant impliquer le tien que celui d'une autre personne. Est-ce que, c'est le fait d'avoir un contact pour facilement contacter un auteur ? Est-ce que la biographie est centrale, le fait d'avoir une photo ? Le portrait de l'auteur est-il un élément essentiel ?

Emmanuelle Pireyre : Je n'y avais jamais réfléchi, mais je n'ai pas intégré de photos. Enfin plutôt, j'ai inséré des photos de performances,

mais aucune photo d'éditeur. Les photos d'éditeurs sont un genre à part, une manière de se présenter au public en soi très spéciale.

Karl Forterre : Oui, c'est très codé.

Emmanuelle Pireyre : Souvent les lieux qui invitent des auteurs nous demandent une photo, mais c'est là plutôt le travail de l'éditeur. Pour les performances, une chose que je pourrais rajouter serait la fiche technique par exemple. Tu vois pour l'éventualité où quelqu'un veut m'inviter à réaliser cette performance. Mais d'un autre côté c'est presque trop professionnel, trop marchand, pour ce qui me concerne.

Karl Forterre : Les fonctionnalités les plus importantes, du coup, si je l'ai bien compris, c'est vraiment l'aspect biographique, et le carnet de bord.

Emmanuelle Pireyre : La bio n'est pas très importante, enfin, la « bio » au sens technique, se trouve dans un petit recoin, avec le contact. C'est plutôt un outil de communication, je ne tiens pas à la mettre en avant. Mais comme tu le dis, le site lui-même peut être compris comme une entreprise autobiographique, en tout cas pour ce qui concerne la création. Je n'y incorpore rien de personnel. Pour moi, je crois que le plus important c'est vraiment que tout soit rassemblé, tu vois ?

Karl Forterre : Oui et j'aimerais savoir ce que t'inspirent les sites d'auteurs avec de la création et de l'interaction sur leur site d'auteur, ceux avec des espaces commentaires, des éléments interactifs, où il y a des écritures à partager, où l'auteur prend en compte des commentaires ? Ces auteurs qui s'expriment avec ce mode de création, qu'est-ce que ça t'inspire ?

Emmanuelle Pireyre : Je ne sais pas, j'ai l'impression que ça ne me concerne pas vraiment. J'ai un rapport ambivalent avec internet. À la fois

je suis investie dans le numérique et en même temps je déteste cette profusion croissante de numérique, cette avancée forcée des technologies nuisible à l'humanité. Je travaille avec, puisque c'est un outil omniprésent, dont il faut faire quelque chose en littérature. D'un autre côté, lorsqu'on m'a proposé un jour de faire un livre connecté, un livre augmenté, j'ai trouvé l'idée scandaleuse.

Karl Forterre : D'accord.

Emmanuelle Pireyre : J'avais envie de répondre : mais enfin, laissez-nous tranquilles, on a des livres, ça va très bien comme ça. Pas la peine de leur coller une puce. Jusqu'où allez-vous nous traquer ?

Karl Forterre : Ah oui, ce n'était pas du coup seulement faire un livre numérique, mais un livre physique avec un QR code ou une puce dedans pour avoir des fonctionnalités en plus ?

Emmanuelle Pireyre : Oui, l'expérience sur le livre et le numérique était portée par un centre régional du livre : il ne s'agissait pas d'un livre numérique, mais d'un livre avec une augmentation numérique.

Karl Forterre : C'est original.

Emmanuelle Pireyre : Oui.

Karl Forterre : Oui et qu'est-ce que tu as constaté là par rapport à la période de 2015 où tu as vu pas mal de sites d'auteurs et plus largement, est-ce qu'il y a une évolution par rapport aux moyens et peut-être même par rapport aux objectifs des sites d'auteurs ?

Emmanuelle Pireyre : Je n'ai pas mené cette recherche-là, n'étant pas très favorable à la création sur internet. J'utilise Internet pour la documentation, y compris pour mes livres, je m'en sers même de manière

intensive, mais pas dans un but de création artistique occupant ce médium-là, ce qui représente un tout autre stade.

Karl Forterre : C'est vraiment une utilisation d'outils contrainte, quelque part, pour pouvoir communiquer.

Emmanuelle Pireyre : Oui, dans un but de clarté, de clarté universitaire.

Karl Forterre : Quel changements, s'il y avait lieu d'en avoir souhaiterais-tu avoir sur ton site ?

Emmanuelle Pireyre : j'aimerais surtout que mon site soit plus souvent à jour (par moi-même) ! C'est le seul changement que je lui souhaite pour l'instant. C'est assez étonnant, mais il me convient encore après tant d'années.

Karl Forterre : Oui, c'est visiblement un signe du fait qu'il a été bien conçu au point de départ.

Emmanuelle Pireyre : Je ne savais pas précisément ce que je voulais quand j'ai commencé à y réfléchir avec le webmaster. Quant aux visiteurs, mon intention est qu'ils y passent un certain temps, à regarder des vidéos par exemple. Les vidéos de performances, les chansons, enfin, ce genre de choses qui ne sont pas si accessibles par ailleurs. Les performances, par exemple, touchent un public plus restreint que le public du livre, puisqu'il faut être là au bon endroit au bon moment. C'est le principe du live. Donc le fait d'avoir ces traces, ces captations me semble important. Tu sais, j'ai terminé ma thèse, que j'avais mentionnée à Poitiers quand on a parlé de performance, et je me suis rendu compte à quel point il est important d'avoir des captations pour regarder les performances, ce qui est paradoxal puisqu'il s'agit d'œuvres live.

Karl Forterre : Oui, oui.

Emmanuelle Pireyre : Pour les auteurs, autrices et artistes sur lesquels j'ai travaillé, il m'était difficile de ne travailler que de mémoire. J'aurais eu beaucoup de mal à commenter ces performances sans disposer de captations vidéo. Ces œuvres sont très évanescences. Aussi là, pour ces formes live, le site Internet a vraiment une valeur ajoutée, encore plus, et d'une autre manière, que pour les livres.

Karl Forterre : Et du coup les sites d'auteurs sont aussi alimentés par les livres, là où peut-être une page YouTube aurait eu plus ou moins de facilité à être visible comparée au site d'auteur ?

Emmanuelle Pireyre : Oui, je pense que personne n'irait sur une page YouTube. Déjà, je n'ai pas sur mon site un grand nombre de visites par rapport aux auteurs qui travaillent avec Instagram. Cécile Coulon par exemple utilise beaucoup les réseaux sociaux, en créant une communication adaptée. De mon côté, je n'appelle personne pour dire : regardez, j'ai publié quelque chose sur mon site, personne ne le sait s'il ne va pas voir par lui-même. J'ai fait des études de commerce, et développé à ce moment-là une grande attention et aversion pour l'autovantardise qui imprègne toute la communication des entreprises, et qu'on retrouve chez les particuliers sur Facebook avec toutes sortes de nuances assez tordues.

Karl Forterre : Oui, c'est vrai, mais il y a pas mal de sites qui ont des newsletters, qui du coup créent des notifications automatisées, dès que quelque chose bouge.

Emmanuelle Pireyre : Oui, je vois. De la même manière, Olivia Rosenthal envoie régulièrement une newsletter pour annoncer ses lectures partout en France. Donc c'est sûr que mon site relève d'une sorte

de passivité de ce point de vue. Il y a un calendrier éditorial, et si on passe à côté, ce n'est pas grave, la base de données reste là néanmoins, tu vois ?

Karl Forterre : Exactement.

Emmanuelle Pireyre : Chaque visiteur explore selon ses envies. En parler avec toi me fait réfléchir à ce dont il s'agit.

Karl Forterre : Les sites sont variés. Il y a eu du changement depuis les premiers blogs où les auteurs partageaient des détails de leur vie jusqu'aux carnets de bords ou les sites plus artistiques.

Emmanuelle Pireyre : Chloé Delaume faisait cela dans les premières années de sa vie d'autrice. Elle était parmi les premières à avoir un blog dans les débuts des années 2000, dans les années 90 même. Elle y racontait au public les questionnements qui l'animaient.

Karl Forterre : Le blog pose aujourd'hui le problème de l'actualisation que rencontrent beaucoup d'auteurs avec ce modèle de site. J'ai l'impression qu'il y a une tendance vers la sobriété, avec assez peu d'onglets et de pages. Sur ton site la colonne avec tous les onglets, toutes les pages, peut donner un effet témoignage, très bibliothèque quelque part, en termes de données et d'expériences.

Emmanuelle Pireyre : De mon côté, j'ai très souvent des problèmes avec YouTube en fait. Le 1er janvier dernier, YouTube m'a souhaité la bonne année en m'envoyant un message me prévenant qu'ils avaient censuré une de mes vidéos. Je vais devoir l'intégrer directement dans le site.

Karl Forterre : Ils ont invoqué une raison ?

Emmanuelle Pireyre : C'est qu'elle comporte une image porno.

Karl Forterre : Ah ouais.

Emmanuelle Pireyre : L'autre problème, rencontré avec ma performance Lynx qui a aussi été interdite sur YouTube, est celui du droit d'auteur, puisque je travaille avec toutes sortes de contenus empruntés dans des livres, des films, et sur internet. Pour mes livres, ainsi que pour mes performances, je développe une esthétique du copier-coller, qui fait œuvre à partir des matériaux disponibles. Et comme des algorithmes sont chargés de repérer les piratages de contenus, et le respect du droit d'auteur, mes vidéos sont évidemment retirées de YouTube ! Je suis même étonnée qu'ils mettent aussi longtemps à me demander de les retirer.

Karl Forterre : Bah, c'est embêtant. Il y a des auteurs qui ont une démarche au niveau de la construction de leurs sites qui hébergent leurs vidéos pour ne pas avoir de problèmes avec YouTube.

Emmanuelle Pireyre : Oui, c'est ce que je suis amenée à faire aussi.

Karl Forterre : Et j'aimerais avoir ton avis. On peut classer les sites en quatre types de site d'auteur : soit une visée de promotion de l'auteur ou de ses livres, soit une démarche artistique, soit un objectif communautaire, soit un objectif paratextuel, qui est d'être informatif au sens d'une page Wikipédia par exemple. D'après toi, quel est l'objectif que devrait avoir dans l'idéal un site d'auteur par rapport à ces quatre catégories ?

Emmanuelle Pireyre : Je trouve bien que chacun invente la forme qui lui sied. Pour ce qui est de mon propre site, il est informatif en premier lieu.

Karl Forterre : Mais par rapport à ton souhait que les gens regardent toutes les performances, ceci l'approcherait aussi d'une visée artistique ?

Emmanuelle Pireyre : Tu as raison, mais ce n'est pas le site par lui-même qui est artistique. Il présente cependant des œuvres, des performances, qu'il est difficile de voir ailleurs. Pour la forme, je l'ai assez travaillée pour que ce soit élégant, en particulier avec la photo d'accueil. Il y a même un petit zoom dans la photo, un petit zoom bizarre. Gaël Rolland a insisté tout de suite pour que le site fonctionne sur ordinateur et sur smartphone, alors que je n'avais pas de smartphone à ce moment-là. Sur la photo qu'on a choisie, je suis dehors dans la neige avec un micro, à côté d'une malle en bois. Il s'agit du début de la performance Lynx qui se passe dans le Jura. Et cette malle incongrue dans le décor de montagne, j'imagine que le site lui ressemble : le site est un coffre où sont rangées de multiples choses, c'est une œuvre transportable qu'on peut emmener avec soi en montagne pour la déplier sur place.

Karl Forterre : Donc du coup, tout y serait rangé.

Emmanuelle Pireyre : Oui, finalement, contrairement à ce que je t'ai dit au début, une dimension artistique se situe à cet endroit-là : je n'ai pas inséré sur la page d'accueil une photo prise par le photographe de mon éditeur, dont le but est d'être une image de l'autrice qui favorise, si possible, la vente des livres. J'ai proposé une photo plus étrange extraite d'une vidéo de performance, où l'on me voit en manteau de fourrure, avec une toque et un micro. Cette photo par laquelle j'accueille les visiteurs propose en fait dès l'entrée un accueil artistique, une bizarrerie. Certes c'est un Wikipédia personnel, mais un peu transformé par un angle esthétique.

Karl Forterre : Oui, travaillé. Merci en tout cas pour cet entretien, on a abordé l'ensemble des questions prévues.

5) ENTRETIEN AVEC JEAN-CHARLES MASSERA

Jean-Charles Massera : Donc vous faites un mémoire sur les sites d'auteurs et d'autrices ?

Karl Forterre : Exactement, mon mémoire porte sur la médiation auctoriale du site d'auteur, plus précisément sur l'influence de cette médiation sur le public du site.

Jean-Charles Massera : Oui, c'est que j'ai compris. J'ai vu votre questionnaire et concernant les dix mots à trouver avant et après la visite du site je pense que ça pas mal changé selon les générations. Le fait que beaucoup d'écrivain et d'écrivaines aient joué le jeu des réseaux sociaux a changé les sites. Il faut dire que pour beaucoup, les seuls sites d'auteurs étaient des blogs.

Karl Forterre : Dans la définition retenue pour ce travail de mémoire, le site d'auteur inclut le blog. Il s'agit d'une page web, d'un espace numérique, qui porte sur l'auteur et son œuvre indistinctement de tout autre critère. Dans ce cadre une page sur un réseau social peut être retenue comme un site d'auteur.

Jean-Charles Massera : J'entends bien pour vous. Après les usages sont extrêmement différents. Les possibilités sont différentes et d'une certaine manière les réseaux sociaux se rapprochent indépendamment de la notion d'interaction des blogs. C'est un empilement qui distingue ces pages des sites. J'ai eu un blog qui manquait de fonctionnalités. C'est un empilement d'informations qui était archaïque, à peine plus pratique qu'une page Facebook, qui permettait à peine plus facilement de trouver de l'information. S'être accroché comme ça a été fait avec le blog est une lubie de personnes âgées. Après il y avait quelques blogs connus sur Le Monde. Maintenant ces blogs ont disparu depuis deux ans. A part deux ou

trois auteurs suivis avec quelques journalistes qui permettaient de suivre des actualités, on restait sur une super page Facebook. J'ai fait un site pour deux raisons. J'ai fait un site, car j'en avais marre que les communiqués de presse soient des copiés-collés de Wikipédia qui était truffé de bêtises. Car souvent les attachés de presse ou les chargés de communication qui nous invitaient avaient sûrement autre chose à faire que de se renseigner, mais il utilisaient la page Wikipédia qui était pleine d'erreurs. Les personnes qui ont fait la page Wikipédia ont essayé d'imiter mon style décalé comme ma bio comme sur le site P.O.L. L'imitation du style a laissé penser que j'avais fait ma page Wikipédia comme certains le font, mais ce n'était pas le cas. Pour moi une page Wikipédia a vocation à être factuelle. Les gens mélangeaient tout. A un moment j'avais sorti un livre CD de clip vidéo et ils ont classé ça en essai.

J'ai décidé de faire un site, car il y a pas mal d'archives. J'ai rassemblé des écrits sur mon travail, des extraits de presse, des passages à la radio, des entretiens ou des pièces sonores. Le site, en prenant de l'âge est devenu conséquent. Il fallait un site en arborescence qui permette de chercher les archives pour les consulter, les écouter. J'avais de plus en plus de personnes qui me demandaient des extraits et je leur envoyais des liens. J'avais des compils Wetransfert à envoyer. A un moment je me suis dit que le plus simple était de mettre directement les éléments à disposition. Il y a eu la question des droits. C'était longtemps avant l'arrivée des podcasts. Il fallait donc que j'utilise des liens de France Radio puis après un conflit qui a amené au retrait de mes pièces radiophoniques, elles ne sont restées accessibles que sur mon site. C'est un peu anecdotique.

J'ai jamais fait de blog, car j'avais rien à dire sur l'actualité. Il y a aussi la parole de l'auteur ou l'autrice sur l'actualité qui était une tendance

forte des écrivains et écrivaines sur leur blog à cette époque-là. Je parle de 2008 à 2010 où beaucoup d'écrivaines ou d'écrivains parlent de politique, de social, d'écologie et même si j'ai écrit certains essais perçus comme politiques, j'ai toujours trouvé que ce côté Bernard-Henry Levy de la littérature française était pas très souhaitable. C'est une raison pour laquelle je ne voulais pas faire de blog, car je ne voulais pas commenter l'actualité.

En 2010, c'est vraiment très à la mode. Beaucoup d'écrivains et d'écrivaines se lancent dans l'usage du blog. C'était facile à mettre en ligne et en page. Je navigue beaucoup dans le champ de l'art contemporain et quand on fréquente de super graphistes, ouvrir un blog est très douloureux pour les yeux. Il y avait aussi quelque chose de cliché avec une petite boîte aux lettres à côté d'un compteur qui annoncerait le nombre de visiteurs. C'était pas possible. Visuellement et esthétiquement je trouvais ceci pourri. Mais il y avait autre chose qui était très compliqué, on avait pas la main sur les marges, on ne pouvait pas faire de paragraphes. On ne pouvait pas changer de police.

Je me suis formé à SPIP qui était l'ancêtre de WordPress. J'avais un site SPIP. J'avais payé un webmaster et une designeuse de site. J'avais demandé au webmaster à cette époque où j'étais investi dans l'art contemporain, d'utiliser des modules que je trouvais puissants en outils multimédias et lui me donnait quelques lignes de codes pour changer les paragraphes et les typos et les tailles de caractères. J'ai fait ça pendant pas mal de temps et puis ça a été compliqué.

L'arborescence prévue pour mon travail d'écrivain posait problème, car en 2011 je décide d'arrêter d'écrire. J'étais de plus en plus actif dans l'art contemporain et j'ai un site qui était plus pour l'écrit que le visuel. Pour trouver une vue d'exposition, il fallait descendre trois ou quatre

étages. L'arborescence était assez complexe, car j'avais pensé ce site avec une page d'actualité, avec les invitations, les expos, etc. C'était une partie réseaux sociaux de mon site. J'avais une entrée avec quelques notes d'actualité avec un texte sur le printemps arabe que m'avait refusé Le Monde. Quand Le Monde charcutait un texte, je le remettais en intégralité ici. Mais essentiellement on retrouvait des extraits des bouquins, des articles que j'ai écrit, mes interviews, des passages sur France culture intéressants, des entretiens avec Pascal Casanova. Il y avait mes tous premiers textes, des textes hybrides qui venaient de revues d'art, de design, de cinéma. C'était un peu un outil pour les éventuels chercheurs et chercheuses.

Il n'y avait pas beaucoup de demandes. Il ne faut pas exagérer, mais quand j'ai fermé le site en janvier 2019, je change d'hébergeur et de nom de domaine pour le site que j'ai jamais fait pour d'autres raisons. D'ailleurs là j'ai plus que dix jours pour payer l'hébergeur. On sait jamais, je referais peut-être un site avant ma mort. Il y a quatre ans quand j'arrête le site, je me mets sur les réseaux sociaux, quinze ans après les autres, en commençant par Facebook. J'ai compris que c'était un truc de vieux, mais aussi le seul réseau où on peut mettre de longs textes, pas comme Insta ou Twitter. A l'époque il n'y avait pas TikTok.

Karl Forterre: Face aux limitations présentes de chaque plateforme, vous avez choisi Facebook, car elles étaient les moins importantes ?

Jean-Charles Massera : Oui, parce que Facebook accepte un texte de dix pages. Ce n'est pas agréable effectivement. Moi par exemple je suis un lecteur des chroniques du traducteur russe André Markowicz, qui traduit des dossiers et fait beaucoup de chroniques depuis l'invasion russe en Ukraine. Il est quelqu'un de pointu sur la question et qui fait des

chroniques particulièrement longues. Elles sont plus longues qu'une page débat du Monde. S'il se répondait à lui-même sur Twitter, il y aurait certainement plus de cent posts. C'est possible, mais disons qu'à un moment je vais créer deux pages Facebook, une officielle et une plus personnelle pour des billets d'humeur. Je me suis dit : je vais compléter ça avec un site. Deux ou trois ans après, quand un livre, une expo, ou une pièce de théâtre me plaît, j'ai un espace pour m'exprimer. Au début de ma vie d'écrivain j'étais critique d'art, j'aime bien écrire sur les travaux des autres. J'ai archivé des écrits de mes jeunes années qui datent de la décennie 1990 qui datent de quand je sortais de la fac. Deux ans plus tard, Le Monde arrête les blogs. J'ai voulu trouver une méthode d'archives, j'ai testé un simulateur d'ebook avec lequel on tourne les pages. Je mets à disposition les PDF pour répondre aux demandes et quand je laisse tomber le site j'ai entre 150 et 400 visites par jour sans actualité.

Quand j'arrête le site, je décide de ne plus écrire. Ça fait un an et demi que j'ai eu ma précédente exposition sans que d'autres se profilent. Au théâtre c'est similaire. J'ai eu quelque chose à La colline, mais c'est deux ans plus tard donc j'avais aucune actualité. Malgré ça j'avais ces visites régulières, c'est pour ça que j'ai pas mal regretté. Je ne pense pas qu'il était aussi visité, car j'étais une espèce de star de la littérature ou de l'art contemporain, pas du tout, mais simplement, car c'était un site très fourni sur plein de choses. A cette époque j'étais très invité et il devait y avoir beaucoup d'étudiants qui venaient pour ça. J'étais invité dans des centres de recherche à Lyon, à Mulhouse, dans pas mal d'endroits. Ceci devait motiver les visites.

Le site c'était vraiment pour donner un lien direct sur ma bio, pour éviter que les gens aillent sur l'affreux Wikipédia. C'était aussi un moyen pour préparer quelques entretiens quand je suis passé de P.O.L à Verticale

et qu'une chercheuse à fait un colloque sur les 20 ans de Verticale. Elle m'interview et ce site m'a permis de partager des articles précis, etc. J'ai vraiment pensé ça comme un archivage de ma propre trajectoire. En essayant autant que faire se peut de tout mettre, même ce que je trouvais moyens. Je trouvais intéressant qu'il y ait un site qui mette des choses que j'avais commencées à écrire et publié dans une revue ou un ouvrage collectif que je les trouvais pas forcément terribles, car je trouvais que c'était la trace d'un processus de recherche, de création et tout ne va pas au bout. Je trouvais bien de laisser ce truc à disposition, sachant qu'on est plus dans l'archivage numérique, même si j'ai des amis qui conservent leurs archives en papier pour qu'ils puissent se retrouver à l'IMEC à Caen. Moi je suis malheureusement numérisé jusqu'à l'os. J'ai jamais fait de tirage papier de mes ouvrages. Une fois un journaliste voulait avoir ce qu'on appelle « les bonnes feuilles ». Je lui réponds que j'allais lui tirer le truc. Elle me proposait qu'on se retrouve à un dîner. Je suis arrivé en scooter et ça ne rentrait même pas dans mon top case. Je suis arrivé avec le top case plein et un sac à dos également plein de feuilles. Je n'imprimais jamais. Tout ça pour dire que mon rapport au site était très lié au fait que je n'ai jamais fait relire un état de mon texte sur papier à part quand les épreuves arrivaient avec les annotations au crayon à papier. Ceci me fait très bizarre, car j'ai toujours une vision à l'instant « i » quand j'écris. C'est-à-dire que je quand je suis page 120 j'ai aucune idée matérielle des 120 pages précédentes. Je suis toujours dans l'immédiateté de l'écriture. Ceci me pose même des problèmes de projection de volumes. C'est peut-être un défaut, mais je précise ça, car jusque dans ma manière d'écrire je suis dans le présent de l'écran. Je sais pas si c'est clair ?

Karl Forterre : Si, si.

Jean-Charles Massera : Je vais dire un truc horrible, mais mettre des choses sur l'écran c'est presque plus naturel que de mettre des écrits sur une revue ou autre. Je préfère même lire sur une liseuse. Mes éditeurs n'aiment pas trop quand je leur dis ça. Bon bref.

Karl Forterre : C'est intéressant ce rapport au site, au numérique. Comment est-ce que vous avez hiérarchisé ce qui était le plus important sur votre site?

Jean-Charles Massera : Ce qui était compliqué était de mettre en avant des livres sorties 10 ans auparavant à côté d'une nouvelle expo d'art moderne dans une galerie hyper pointue. Je ne pouvais pas changer ma page d'accueil, l'ordre d'apparition et les menus déroulants. J'avais ma façon de mettre les titres en français et en anglais. C'était jamais un livre, c'était une œuvre sur papier. Les menus avaient des titres décalés.

Une autre question se posait. Elle était cruciale, elle complexifiait la hiérarchisation de l'information, c'était que le site était complètement bilingue. Il était bilingue, car dans l'art contemporain tout circule plus facilement en anglais. La littérature est plus compliquée à faire circuler. La littérature mainstream se traduit très bien quand la littérature un peu plus pointue produit un écrivain local qui s'exprime dans son dialecte. Dans les expos, les photos, les vidéos, les livres étaient difficiles à mettre au même niveau. J'avais plus d'informations dans une langue que dans l'autre. Les ambassades proposent des auteurs à la traduction, mais certains ne sont jamais pris comme moi, car ce qu'on écrit n'intéresse pas les agents. C'est compliqué pour moi, car je voulais mettre au même niveau l'anglais et le français. Je devais tout traduire à chaque fois. C'était compliqué même si je pensais la chose de façon bilingue. D'ailleurs pour le prochain site qui ouvre je voulais une page d'accueil avec une photo carrée format Insta. Cette photo aura une langue, tout simplement, et les

gens cliquent dessus. Certaines photos auront plus de cliques que d'autres et c'est comme ça.

Avant que je bascule et que mon travail ne prenne plus d'ampleur dans le champ de l'art contemporain que de la littérature, ce que je mettais en avant c'était cette page d'accueil avec la catégorie livre ou théâtre. Ceci incluait mon actualité. Au premier niveau si on cliquait dessus, on rentrait dans le livre et au second niveau il y avait une vingtaine de pages avec tout ce que j'avais publié. On était très vite dedans. Dans mon actu, il y avait mes déplacements, mes rencontres ou mes passages sur France Culture. Dans le troisième niveau, il y avait les articles, les entretiens. On cliquait sur du son, sur de la vidéo. J'avais aussi mis à ce troisième niveau les liens des textes dans Les Inrocks. Ils sortaient à l'époque plus de pages de littérature et plus pointues qu'aujourd'hui. C'était différent. Je mettais au même niveau les articles de journalistes ainsi que les critiques négatives et des papiers de chercheurs ou de chercheuses. Il pouvait y avoir des études de Mulhouse ou des personnes plus établies. Aujourd'hui les choses ont changé avec Fabula et Académia qui n'existaient pas. Je reçois aujourd'hui des notifications en lien avec mes travaux qui datent de l'époque où j'étais critique d'art, mais pour lire les productions je devrais payer un abonnement, c'est contraignant.

Au premier niveau il y avait la page avec les différentes rubriques. Au second niveau il y avait les contenus. Au troisième niveau il y avait la critique des contenus.

Karl Forterre : Merci et pour vous quelles sont les fonctionnalités les plus importantes d'un site ?

Jean-Charles Massera : Je peux parler que pour moi. J'avais désactivé tout échange, car je pensais qu'on pouvait le faire sur les réseaux. J'avais souvent des lettres avant le numérique qui pouvaient être extrêmement violentes à l'époque de P.O.L. J'ai déjà été agressé à la sortie du théâtre, donc je préférais éviter ce genre de contacts. Je voulais aussi éviter ce genre de débat. Pour moi, dans mon petit cas, la fonctionnalité majeure c'était l'archivage. Le but était que les gens aient accès à des revues introuvables, qu'une personne qui étudie au Burkinafaso, en Chine ou dans la région PACA ait accès à tout. Je trouvais ça intéressant. C'est pour ça que je mettais un peu plus de pages de mes bouquins que l'éditeur pour présenter mes livres.

Pour des raisons de déformation culturelle franchouillarde le premier livre qui a été repéré c'est un essai du nom D'amour, gloire et CAC40 qui est très écrit, mais qui est sur les mythologies contemporaines par le prisme de l'art contemporain et du cinéma. C'est d'ailleurs mon seul livre traduit aux États-Unis. Pour un public un peu plus large, j'ai d'abord été identifié comme essayiste. Je me suis dit que si je mets sur mon site mes essais, ils vont continuer à m'invisibiliser. J'ai toujours eu un petit succès de presse, mais pour Télérama j'étais un trublion, car ils n'arrivaient pas à nommer ce que je faisais. Pour moi c'était important ce site, car il y avait toujours beaucoup de presses, mais elle disait beaucoup que je n'étais ni ceci ni cela. Ils ont utilisé beaucoup la formule d'Objet Littéraire Non Identifié (OLNI). Les Inrocks avaient fait de moi le plus radical des auteurs d'OLNI. Le site me servait à donner des informations pour parler de ce que c'était. Ceci me permettait de donner les trucs et ils s'en servaient ou pas dans les entretiens.

Ceci me permettait de dire que mon rapport à l'écriture vient de là. J'ai une filiation au niveau de l'art contemporain qui a une origine nord-

américaine. J'étais aussi assez théorique et je le mettais en avant sur mon site, il y avait tous les livres sauf Amour, gloire et CAC40. C'est dire alors, que c'était mon plus grand succès en librairie.

Karl Forterre : Et donc si j'ai bien compris, le site avait une mission de présentation pour éviter la page Wikipédia, d'avoir une carte de visite à la fois sur votre personne et votre travail pour se dispenser de l'étape des interrogations sur celui-ci ?

Jean-Charles Massera : Exactement. Il y avait aussi quelques éléments d'actualité et une zone contact où on pouvait me demander des choses. On pouvait prendre contact sans passer par l'éditeur. En 2010 on était dans une époque où on passait encore par l'éditeur qui triait les échanges. A l'époque il y avait beaucoup de sites qui n'avaient pas de moyens de contact. De la même manière dans l'art contemporain il y a deux écoles, il y a les artistes inconnus qui n'ont que leur site pour se faire connaître, soit ils ont un petit rapport au public plus détendu ou ils sont représentés par la galerie. Il y a ceux qui s'exposent ou non.

Karl Forterre : Est-ce que vous pensez que ça fait partie des choses qui ont changé dans le temps par rapport à l'usage des sites d'auteurs entre ce qui a été fait et ce qui est fait aujourd'hui ?

Jean-Charles Massera : Bien sûr. Une anecdote, on est en 2008-2009, Chloé Delaume m'appelle pour me demander de l'accompagner au stade de France, pour donner des textes au groupe Indochine. On y va avec Christine Angot qui est déjà célèbre dans le milieu littéraire et dans la presse. Une fois arrivé au stade de France, entre 20 et 30 jeunes filles viennent demander un autographe à Chloé. Je relève l'impact du blog. Chloé était une des premières de notre génération à avoir investi l'outil numérique. Elle avait beaucoup d'interactions,

beaucoup de fans et son site était extrêmement suivi. Le site de Chloé faisait un peu manga. A côté il y a des sites ridicules avec des fonds parchemin et des feuilles en fond. A l'époque les sites d'auteurs font flipper. Il y a l'ultra modernité de Chloé Delaume avec un usage très actif du numérique. Des personnes comme Emmanuelle Pireyre n'avaient pas de site. La plupart des auteurs n'avaient pas de site. A cette époque j'envisageais de faire un site, non pas pour avoir une nuée de fans, mais avec l'idée de l'archivage. En 2007-2008 les sites étaient mal vus. On était encore dans l'idée qu'on devait être caché. Les sites étaient mal vus, car c'était mal vu de faire sa pub ou alors c'était pour faire son Bernard-Henry Levy en partageant son billet d'humeur et il y en avait beaucoup. Aujourd'hui ça a quasiment disparu. C'est pour ça que Le Monde a fermé ses blogs, car ce n'était plus lu, car remplacé par les réseaux sociaux. La bande passante a permis la consultation d'entretiens qui durent des heures sur internet. Il n'y a pas toutes ces plateformes ni les moyens technologiques de transporter beaucoup d'informations, notamment par la vidéo et l'entretien. Aujourd'hui il y a des colloques qui sont retransmis, des lives. On peut laisser un entretien maintenant sur YouTube. Comme c'est là en permanence, on se dit qu'on a plus besoin de site et qu'il suffit qu'on tape son nom pour trouver l'information. Et puis il y a eu ceux qui se sont tournés vers les réseaux sociaux comme François Bon. Emmanuelle Pireyre archive également sur son site. Elle intervient peu sur les réseaux. D'autres n'ont pas eu de site et sont passés directement aux réseaux sociaux comme Arnaud Viviant. Aujourd'hui je pense que les sites d'auteurs ne sont plus visités ou actualisés, car on se tourne vers les réseaux sociaux. Vous me direz si je me trompe. Est-ce que ces sites sont très nourris ou est-ce simplement des aiguillages vers autre chose ? Ils peuvent orienter vers le site de l'éditeur par exemple.

Karl Forterre : De ce que j'ai pu observer dans le corpus de sites d'auteurs que j'ai étudié, il y a une majorité de sites vitrine avec la photo et la biographie de l'auteur en premier plan accompagnées des œuvres et actualités. Il y a aussi des sites gérés par l'éditeur directement.

Jean-Charles Massera :

Il y a aussi quelque chose d'étrange, c'est la photo de l'auteur sur son site. La pipolisation de l'auteur m'a toujours scié. Quand on fait un livre ou un film, ce qui apparaît dans la presse c'est notre bouille. Les auteurs qui ont un usage très actif de leur site comme s'il s'agissait d'un réseau social sont très rares. Le site de Chloé était plus proche de celui d'une star de la pop qu'une figure littéraire. Il y a aussi ceux qui laissent la gestion de leur page à leur éditeur ou leur galerie, surtout quand ils sont commercialisables, ils évitent comme ça la dimension chronophage. Des personnes comme Chloé et moi on peut se permettre de faire des sites, car la sollicitation était moindre. C'est ça qui était drôle avec Christine Angot qui vendait cent fois plus de livres que Chloé, mais dans le rapport à l'échange, au site, Chloé était une star et Christine était inconnue.

Après je vois dans les usages contemporains que les personnes qui ont une capacité à largement dépasser le cadre littéraire comme Arnaud Bertina. Son usage des réseaux est très important. Il y diffuse tous ses engagements et ses passages en librairie. Dès qu'il publie un truc en trois ou quatre heures, il peut avoir une importante visibilité en vues et en likes. Je ne dis pas que son lectorat est concentré ici, mais une grande part de la médiatisation de son travail pour revenir à votre sujet, passe par les réseaux sociaux. Moi je suis arrivé trop tard sur les réseaux, je suis pas très suivi. Quand j'écris sur l'actualité ça fait plus littérature qu'actualité. On va voir avec mon prochain livre l'incidence des réseaux, c'est un livre de poésie. Là, le peu de personnes qui me suivent sur les

réseaux sociaux seront certainement celles qui me suivent sur Facebook. Plus ça va, plus j'ai l'impression d'écrire pour les universitaires.

Si je fais un site aujourd'hui, ce ne sera pas forcément pour la partie écrivain. Ça sera plutôt pour mettre à disposition, après il y a les questions de droit. Ce serait une plateforme pour montrer mon travail, se renseigner sur mon travail, pour l'art contemporain, qu'il puisse voir une vidéo dans de bonnes conditions, qu'il puisse écouter un truc, un entretien, etc. Si je refais un site, il y aura plus d'usages du côté du champ de l'art contemporain que de la littérature. Je pense qu'en dépit des 150 à 300 visites, quand j'avais pas d'actualité sur le site, la relation aux sites d'auteurs a dû changer depuis 2019.

Karl Forterre : Sur ce point, je ne sais pas, je n'ai pas relevé de changement depuis 2019.

Jean-Charles Massera : Je me dis qu'avec le confinement, peut-être. Je suis dans le paradoxe suivant : j'avais des statistiques qui étaient bien supérieures à Facebook. Jamais de la vie 400 personnes ne vont regarder un post sur Facebook.

Karl Forterre : Peut-être qu'il s'agit d'une question d'algorithme ou d'engagement avec un site dédié à l'auteur. En ce qui concerne votre site, ce qui changerait par rapport au précédent ce serait au niveau du sujet vous dites et peut-être du côté de l'esthétique ? Pour peut-être en faire une œuvre d'art ?

Jean-Charles Massera : Non pas du tout. Du côté de l'architecture il serait plus centré art contemporain. Je mettrais au premier niveau une myriade d'éléments avec des petits carrés qui sont associés à chaque œuvre où en cliquant dessus on voit une photo. Ce serait le premier niveau, en haut il y aurait un carré actualité qui ne bougerait pas. L'ancien

site était très design. C'était un beau site pour l'époque. Le fond est une de mes photos qui est exposée à Villeurbanne en 2009-2010 dans son institut d'art contemporain. C'était très chic. Ce serait chic avec une typo précise, un peu comme mes photos, un peu léchée. Ce serait très simple, très minimal. Ce ne serait pas une œuvre d'art en soit mais une capacité à montrer au premier niveau de l'arborescence, aussi bien une série de dessins ou une vidéo que mon dernier bouquin. Avec effectivement, des fois, plus ou moins de choses sur un livre. Pour certaines pièces de théâtre, il n'y a que quelques captations et pour d'autres davantage. Ce serait le même principe de faire une arborescence avec des données d'actualité et de renvoyer sur des sites de partage de vidéos comme Vimeo. Tout le contenu lourd serait sur d'autres sites. Avec Vimeo intégré ou YouTube. Je pensais faire un carré avec les œuvres, avec deux déroulants pour les entretiens et à propos de mon travail avec des extraits d'articles ou d'entretiens. Majoritairement ce serait pour rentrer dans les œuvres.

Karl Forterre : Et donc pas tant faire une vitrine au sens commercial, mais plutôt une galerie, un CV et un espace d'archivage ?

Jean-Charles Massera : Oui ce serait une galerie et un CV. Ce serait un CV à jour. En haut il y aurait aussi des rubriques fixes sur mon travail et pour me contacter. L'autre élément serait que ce site soit en anglais. Comme je mets peu d'informations, ça se verra à peine que c'est en anglais. Il y aurait une rubrique work. Ce qui est important est que les gens aient accès aux documents dans la langue voulue directement, sans avoir les deux petits drapeaux. Ce qui sera en français aura un résumé en anglais. Pour les expos je ne pense pas que je ferais l'effort de retraduire en français. Je pars du principe que la plupart du monde se débrouille en anglais. La traduction était un élément lourd, je veux une seule interface,

mais pas d'empilements comme sur un blog ou les réseaux sociaux, pas d'échanges avec le reste du monde, pas de zone de dialogue ou de tchat.

Karl Forterre : Merci pour cet entretien, nous avons répondu à l'ensemble de mes questions à un moment ou un autre.

6) ENTRETIEN AVEC JOACHIM SÉNÉ

Joachim Séné : Donc moi je suis auteur numérique. J'ai une formation de développeur informatique. J'ai programmé, dans les années 2000, des sites web pour des entreprises privées, des marques. Je me suis mis à mon compte pour développer des sites et j'ai utilisé mes compétences pour la littérature, pour des revues, des auteurs, des autrices, des éditeurs, des maisons d'édition. Ce que je proposais c'était un service sur mesure pour écrire en ligne. Je pouvais aussi faire des sites vitrine parce que j'étais vraiment dans ce milieu de création numérique d'écriture en ligne. Les gens me demandaient beaucoup de sites avec des spécificités qu'ils ne pouvaient pas avoir sur les blogs automatisés type Blogspot, Wordpress, même avec des plugins. On faisait les choses vraiment sur mesure. Après, avec des amis, on a fondé une association de création numérique et sonore, L'aiRNU pour littérature radio numérique. On a proposé sur notre site lairnu.net des modules navigables et sonores, c'est-à-dire des choses qui mêlent du code et du son, donc des textes mis en voix mixées avec un mixage sonore, dans le contexte web. On propose aussi des performances, par exemple avec Anne Savelli, on avait sonorisé la maison Châteaubriand. On l'a fait deux années de suite, on a proposé aux visiteurs pour la nuit de la lecture un parcours de lecture, ou les deux mêlés et puis certaines pièces sonorisées avec un thème, une année le thème des correspondances qu'on avait lues, mis en son des correspondances célèbres et des pièces où on pouvait écouter ça et après on faisait une performance de lectures croisées. On peut aussi avoir des propositions de résidences avec un texte qui est demandé, souvent sur la ville. Donc ça, c'est pour tout ce qui est création numérique.

De mon côté, Relire.net qui est un site que j'appelle de « renumérisation », c'est-à-dire que je vais mettre dessus des choses qui

ont déjà été mises en lien, mais je les accueille différemment. Sois je mets un petit peu de code pour une lecture qui se déroule sans qu'on ait besoin de rien faire comme un spectacle, soit je réalise une renumérisation avec le site d'un auteur ou d'une autrice disparu. La question est : que deviennent les sites après la mort des auteurs ? Voilà donc la question qui s'est posée pour le site de Maryse Hache qui a disparu en 2012. Son site existe toujours parce que c'était un blog automatique, type blogspot, c'était un typepad, donc il existe toujours. Par contre, voilà, il n'y a plus de moyens de le retrouver, maintenant que les réseaux sociaux ne mettent en avant que ce qui est actuel. J'ai donc proposé de relier une page pour revenir à son site, dont une page est tirée au hasard, et ce processus est reproduit tous les samedis. Il y a un petit bot Twitter qui partage une page du site. Comme ça il y a toujours une actualité du site et je fais ça aussi pour Francis Royo, qui a également disparu en laissant son site. Les ayants droit ne l'ont pas repris donc un jour le site a disparu et comme j'étais webmaster, j'ai pu le remettre en ligne. Pour Ronald Klapka, les ayants droit continuent de maintenir le site donc je peux tweeter vers le site historique qui est toujours maintenu. Ça, c'est un petit peu le travail que je fais en ligne.

J'ai également mon site personnel qui a connu plusieurs évolutions, plusieurs versions. Il y a une version actuelle qui existe depuis 2 ans, 3 ans bientôt. J'ai simplifié l'empilement des textes quand je les publie. La version archivée du site, qui se nomme Fragments, chutes et conséquences a la particularité que les pages s'obscurcissent avec le temps, c'est-à-dire que plus un texte est ancien, plus il disparaît. C'est une patine numérique, c'est un petit programme qui est ajouté au site qui permet de faire disparaître les textes.

Le but est de visibiliser le fait que les sites disparaissent, qu'il y a de l'actualité qui prime, car plus personne ne va lire d'anciennes pages, finalement ça ne change pas grand-chose. Donc voilà différents petits travaux que je peux faire en numérique, et d'autres choses, mais ça c'est globalement un grand mix de ce que je fais. Puis j'ai mes livres qui sont publiés sur Publie.net, c'est la plateforme numérique lancée par François Bon en 2008 et reprise par Guillaume Vissac avec les versions papiers des livres. A partir d'un moment, ça n'a plus été seulement numérique et les livres ont été publiés en papier. En résumé, je crois que j'ai tout dit, mais j'ai sans doute oublié des choses.

Karl Forterre : Très bien, et est-ce que vous visitez des sites d'auteurs pour trouver de l'inspiration ou autre ?

Joachim Séné : Oui, je visite des sites. J'ai des habitudes de lecture. Je visite les sites que j'ai réalisés, je fais partie d'un écosystème de gens très en ligne. C'est majoritairement les sites que je vais aller visiter. Par exemple, là, si je prends ma petite page de flux RSS, là j'ai le blog de Guillaume Vissac, le blog de Sébastien Ménard, Brigitte Célerier, Jérôme Orsoni, Le Tiers-Livre de François Bon, bien sûr, Antonin Crenn aussi. Ce sont des gens qui publient sous la forme du journal finalement qui avec les années est une forme qui a eu tendance à prédominer. Le journal en ligne, le journal d'écriture, le journal littéraire, il y a plein de sites qui font ça. Il y a Anne Savelli aussi, et son semainier. Tout le monde a son rythme de publication. Moi j'en ai un très irrégulier, les camarades comme Guillaume Vissac en ont un très long ou Antoine Macraine qui publie toutes les semaines, il y a plein d'approches. Et après il y a la revue Remue.net, qui évidemment centralise un petit peu la création contemporaine francophone. Il y a aussi Tapin, la revue de Julien

d'Abrigeon qui est plus dans la performance poétique et son édition de site, ça représente un travail important.

Karl Forterre : Et pourquoi avez-vous fait votre site d'auteur et quels étaient ses objectifs ?

Joachim Séné : Alors, la première fois que j'ai créé c'était très tôt dans les années 98 ou 99, j'avais un accès internet Free qui vous donnait un espace d'hébergement automatique. Donc on pouvait avoir son adresse .free.fr qui était un site. J'avais mis des choses là, des textes déjà, des nouvelles, ensuite je les ai mis sur un autre nom de domaine. Je ne sais plus j'ai acheté le nom de domaine joachimsene.fr, mais voilà j'avais commencé à faire un petit site. À l'époque même, j'avais même fait des animations Flash pour le public. C'est un outil qui n'existe plus, mais qui permettait de faire facilement des choses. A l'époque, on pouvait faire des choses qui ressemblaient à des PowerPoint du web. C'était assez facile de mettre en mouvement des choses. A l'époque, il y avait plein de menus de navigation très animés, très mobiles.

Je participais à des concours de nouvelles, j'ai créé des petits recueils de nouvelles et puis dans les années 2000 j'ai eu un blog automatisé. C'était 20SIX, c'était horrible et peu ergonomique. Dessus il y avait plein de journaux justement, c'est là que ça a commencé. Les journaux d'auteurs ont commencé dans les années 2000 avec les blogs. Pourquoi ? Parce que par défaut, le menu de navigation ne mettait pas les dates en avant. Tout était daté de la création du journal jusqu'aux articles. Et ensuite je me suis dit, ce n'était vraiment pas très joli ni ergonomique. Ça marchait même pas très bien. En 2008, je pense que j'ai dû créer mon site. Il y avait aussi les forums de Tierslivres, qui fédéraient beaucoup de monde. Il n'y avait pas les réseaux sociaux avant 2007. Donc pour échanger, il y avait les forums de Tierslivres, qui étaient un endroit

vraiment important, avec la revue Remue.net et puis il y avait le fait de suivre les flux RSS. Le flux RSS permet simplement de s'abonner à toute nouveauté d'un site Tech, de suivre une publication. On colle l'adresse du site dedans et ça nous met une zone pour ce site avec des textes et des publications. Ceci se fait indépendamment de tout algorithme tiers. Les chercheurs utilisent ces flux pour voir ce qui est publié par les sites qu'ils suivent et qui concernent leur domaine de recherche parce que c'est le seul moyen d'avoir tout sous les yeux dans un tableau. Moi, là, j'ai un tableau, j'ai quatre colonnes et autant de lignes qui rassemblent des publications sous la forme de post-its. Dans chaque post-it j'ai un titre sur lequel apparaissent systématiquement les nouveautés. Je suis sûr de ne rien rater.

Parmi mes deux sites actuels, il y a joachimsene.fr et puis relire.net. Je crois que j'ai pris le nom de domaine bien avant de mettre des trucs dessus. J'ai cherché à avoir un chouette nom de domaine. J'avais le nom de domaine Rature aussi pour Rature.net qui était pour le développement de sites web et les prestations de service. Un jour j'ai bêtement perdu le nom de domaine en oubliant de le renouveler. Aujourd'hui si on va sur rature.net, il y a un squatter qui utilise le référencement dont je bénéficiais pour proposer quelque chose d'à peu près similaire pour la création de sites web. Je ne sais pas si j'ai répondu à la question.

Karl Forterre : Si, si. Que voulez-vous susciter chez le visiteur de votre site personnel ?

Joachim Séné : Rien du tout. Quand j'ai envie de mettre un texte, je mets un texte. Après qu'est-ce que je mets comme texte ? Vous pouvez aller voir dans les pages. C'est un atelier ouvert, un atelier dans lequel les gens peuvent venir simplement. Je ne sais pas si les gens viennent, s'ils

ne viennent pas, ils ne viennent pas. Mais moi, je mets mes textes là parce que le fait de publier, ça m'aide à écrire, le fait de me dire que c'est publié c'est important. Je ne veux pas faire des textes comme ça. Je sais ce que je dois faire comme travail avec sa publication. C'est plus pour moi. C'est un peu comme la prise de notes dans le carnet. Il y a une sorte de V2. Il y a la prise de notes dans le carnet, en personnel. C'est des trucs presque illisibles. Et après, je reprends ça et je le mets sur mon site.

Karl Forterre : C'est un exercice, au final, qui est davantage pour vous que pour le visiteur, mais qui est public, et qui peut profiter au visiteur.

Joachim Séné : C'est ça, après il y a des choses qui sont vraiment destinées à être lues. Par exemple, le dernier texte que j'ai mis qui parle de Chat GPT. C'est un peu une explication critique de ce que c'est. C'est vrai que c'est destiné, là, parce que je sais qu'il y a du débat en ce moment et c'est vrai que j'ai le défaut de vouloir apporter mon grain de sable sur certains sujets. Donc je me dis, je mets les textes qui sont un peu polémiques, parce que je me dis, ça peut permettre de comprendre des choses, c'est utile, un peu comme quand je vous explique des choses en cours. J'ai un parcours d'ingénieur et j'écris. Chat GPT concerne les auteurs, les autrices pour certaines questions et les gens ne savent pas forcément comment ça marche, et j'ai décidé d'en parler parce que je sais que ça peut servir. Donc c'est vrai que dans ce cas-là, il y a un côté un peu prof. Après il y a la technique que j'enseigne qui vous est utile pour faire de même. L'usage reste néanmoins surtout personnel, parce que ça m'aide à les publier, ça m'aide à écrire de savoir qu'ils vont être publiés. Que ce soit destiné à un public ou non dépend de ce que je publie, il y a plusieurs idées.

Karl Forterre : Oui, une démarche quelque part peut-être un petit peu ludique, un peu pédagogique, une volonté de conscientiser peut-être sur certains sujets ? Si je comprends bien.

Joachim Séné : C'est uniquement sur certains sujets. Même peut-être sur ce sujet-là, en fait, je ne sais pas, il n'y a pas de commentaires sur mon site. Donc je mets ça là, mais je n'attends pas de réponse. Je n'y pense même pas. Non, c'est vrai que je l'ai aussi mis pour réfléchir. En fait, oui, c'est sans doute ça. Je l'ai principalement mis pour réfléchir. Est-ce que moi, je comprends comment ça marche ? Est-ce que je peux l'expliquer ? Et puis comment je veux le critiquer ? Il faut écrire pour penser, donc je fais un exercice de pensée et ça revient au même que ce que je disais, je publie pour m'aider à écrire, c'est vrai que c'est aussi ça, mais ce n'est pas forcément une pensée complète, c'est plus pour m'aider à réfléchir.

Karl Forterre : Et quelles ressources vous mobilisez pour faire un site ?

Joachim Séné : Les ressources, c'est l'hébergement à payer. D'ailleurs sur la page d'accueil de mon site, il y a un espace pour les dons. Ils peuvent me verser soit un don ponctuel, soit un petit don mensuel, ce qui aide à payer une partie des hébergements. Parce que j'ai beaucoup à payé, joachimsene.fr, jsene.net, relire.net. Avant de le paumer, il fallait payer rature.net. Mais là, je viens de me rendre compte que le squatteur est parti et que le domaine est à nouveau libre. Je vais sans doute aller le reprendre. Heureusement que je suis allé voir. Les moyens c'est uniquement ça, après c'est du temps, il n'y a pas autre chose. Je paie l'hébergement, le temps passe et après j'écris parce que c'est tout ce que je sais faire.

Karl Forterre : Les logiciels, j'imagine aussi, sont également une ressource matérielle ?

Joachim Séné : Ah oui les logiciels, j'utilise SPIP qui est une application française open source très facile à manipuler. C'est plus facile, je trouve que Wordpress ou Drupal ou n'importe quoi d'autre. C'est assez difficile de rentrer dans la logique, mais une fois qu'on est rentré dedans, on peut vraiment faire des choses intéressantes. D'ailleurs, Guillaume Vissac qui n'a pas de formation informatique ou François Bon pareil, ils font eux-mêmes un modèle de squelette de SPIP. Une fois qu'on a compris la logique, même si on ne fait pas de code, on arrive à des résultats. C'est comme moi lorsque je vous fais cours, je montre les balises HTML, les feuilles de style, une fois qu'on a compris ça, on peut faire des choses et comprendre SPIP et de fait, dialoguer avec une base de données. C'est ça qui est difficile dans la programmation de sites web. On peut facilement faire un site statique uniquement HTML, CSS. C'est ce qu'on fait cette année les étudiants de master.

Karl Forterre : Sur le site Bruits de langues peut-être ?

Joachim Séné : Non, le site du master ?

Karl Forterre : Ah oui, le site du master, oui je l'ai fait quand j'étais en M1.

Joachim Séné : Voilà, mais cette année on a changé d'activité, on a fait un petit peu de code, mais rien qu'avec ce code, ils se sont débrouillés en groupe et ont vraiment fait 100% du projet. L'étape d'après ça, c'est mettre une base de données derrière. On met des balises qui en réalité peuvent dire quelque chose à la base de données, c'est assez simple. Moi c'est ce que j'utilise, c'est vraiment très simple, je crée un style suivant ce

que je veux avec. Donc SPIP, base de données, MySQL et ça roule tout seul.

Karl Forterre : Et comment est-ce que vous pensez la conception d'un site d'auteur ?

Joachim Séné : Comment je pense la conception ?

Karl Forterre : Oui, la conception, l'esthétique, l'architecture...

Joachim Séné : Pour les sites que j'ai réalisés, généralement je demande au client de me faire un petit dessin, ou alors ils me donnent des images, ou alors ils me laissent un peu libre. Francis Royo, il m'avait juste demandé un site sans images, dans lequel on puisse lire ses différents recueils. En fait, chaque texte qu'il écrit est associé comme un blog. Ça, c'était sa consigne et après moi je le publie. Il m'a demandé de retoucher quelques petites choses. Des fois il y a des commandes ultras précises, je leur explique ce que je peux faire et à partir de là, on commence. Pour mon site perso, c'est un peu pareil, je fais ce que je veux. Et donc pour la dernière version en particulier, je voulais quelque chose de plus simple. La version qui est aujourd'hui en archive, c'était de cette façon : le dernier texte publié, entièrement lisible, puis les autres en dessous, en lien, en résumé, puis il y avait l'affichage des rubriques, puis des mots clés et des articles et des choses au hasard pour naviguer et tomber sur quelque chose d'inattendu. Le plus récent c'est vraiment l'article le plus gros, le titre, l'image, le résumé. Donc voilà, je ne sais pas comment en dire plus.

Karl Forterre : Et par quels moyens est-ce que vous mettez en valeur les éléments essentiels ? Quelles sont les stratégies ?

Joachim Séné : Sur le site actuel, je n'ai pas de stratégie, mon dernier site est hyper simple, on va dessus. Sur le site précédent, j'incitais

à lire en entier le dernier texte au lieu de mettre un résumé ou juste un lien. Après, il y a différentes stratégies. Dans le code, moi je mets que si ce mot clé est appliqué à un article, alors il arrive sur la page d'accueil. C'est le mot clé « top sommaire ». C'est ce que font les sites de vente pour dire « top vente ». En fait, ils mettent un repère sur les produits et ces produits remontent sur la page d'accueil. Les top ventes ne sont pas vraiment des top ventes, c'est des produits que le marketing veut faire remonter. Ça c'est un moyen simple de ne pas perdre les articles surtout que c'est ça le gros problème des blogs, c'est que tout s'empile. Quand je fais des présentations, je montre de vieux articles tout noirs avec la patine numérique, les gens sont choqués. Ils disent « Ah, mais on ne peut plus lire les textes. » Je leur dis « Mais personne ne va le lire de toute façon. » Les gens ne lisent que le récent.

Karl Forterre : Et quelles sont les fonctionnalités les plus importantes d'après vous sur un site d'auteur ? Est-ce que c'est le chat, une page de contact, la biographie, une galerie photo ? Quelles sont les fonctionnalités essentielles, pour vous ?

Joachim Séné : En parlant des auteurs, c'est vrai que je n'ai pas parlé de mes clips sur les publications. C'est vrai que ça, c'est un accès que j'ai mis un peu en avant. Quand on arrive, il y a aussi un petit bandeau, c'est le dernier livre publié. Il y a une petite icône RSS, la petite icône avec des courbes style Wi-Fi, en fait, c'est l'appelant RSS. Il y a le site, proprement, donc c'est là que je mets en avant la publication. Chaque auteur a une approche différente. Le site de Sébastien Armongier, il avait un menu avec toutes les rubriques avec ses essais, des romans et des articles. Il a une image qui est mise en avant, une image qui s'approche du film *The Party*. En dessous, il choisit les images qu'il veut mettre en avant.

Il choisit son livre précédent, un article à propos d'un réalisateur. Il choisit ce qu'il met en bas et ça apparaît à travers les images.

Karl Forterre : D'accord. Et constatez-vous un changement des objectifs et des moyens des sites d'auteurs dans le temps ? Entre les premiers blogs et ce qui se fait actuellement, est-ce qu'il y a eu un changement de moyens, d'objectifs ?

Joachim Séné : Pour moi il y a un changement, je vais parler du site de Christine Genin, qui est conservatrice à la BNF qui écrit aussi par déformation professionnelle, elle proposait un NetVibes énorme, alphabétique, de tous les sites de création littéraire francophone. Son NetVibes, il n'existe plus. Mais déjà, quand il existait, on voyait les flux RSS qui avaient disparu. C'est là où il faudrait mener une étude. Ce n'est pas mon domaine, mais où sont passées les créations littéraires en ligne ? Je ne sais pas. Parce que les réseaux sociaux ont quand même fait perdre ça. C'est dommage d'avoir perdu ces sites et leur suivi par flux RSS. C'est vrai que les réseaux sociaux ont tendance à s'imposer, à occuper l'espace, à nous occuper de l'énergie, le flux, le flux, le flux continu, finalement les créations disparaissent un peu dans le flux. Il faut vraiment avoir l'énergie de rester focus sur les flux RSS, c'est la base pour suivre les gens qui écrivent en ligne. Il y a un petit renouveau là depuis quelques années, c'est assez récent avec la littératube. Donc il y a toute une partie de la création littéraire qui est passée avec la vidéo, c'est vrai. Il y avait eu un événement à Ivry, il n'y a pas longtemps à propos de tout ça. Alors moi je ne suis pas du tout dans la vidéo parce que c'est trop compliqué, ça prend trop de temps, je ne sais pas comment ils font. Ça prend des ressources, de l'énergie. Moi j'essaie de faire des petites vidéos, des montages, peut-être un par an. Je vois certains partager des vidéos toutes les semaines, je ne sais pas comment ils font. Je reste

simple sur le texte et le blog, parfois je fais du son et c'est tout. Je crois que les réseaux sociaux c'est un gros problème, il faut vraiment réussir à se libérer et à se retrouver à des endroits. Les sollicitations ont tendance à effacer un peu la littérature. Ils peuvent même faire des vidéos courtes, de nouveaux trucs avec shorts, je ne sais plus quoi. Un renouveau est peut-être possible.

Karl Forterre : Et si je comprends bien, vous constatez un recul de l'écriture en ligne avec notamment les réseaux sociaux qui ont, quelque part, un petit peu vampirisé, pris une part de la place qu'avaient les sites d'auteurs ?

Joachim Séné : Moi, les gens que je connais continuent à écrire, donc moi de mon point de vue, il n'y a pas beaucoup de changements. Même si j'ai quand même l'impression qu'il y a moins d'échanges. Par exemple, à une époque, il y avait vraiment une énergie, l'échange de blog à blog, on écrivait sur le blog d'un autre tous les mois. Ça faisait une sorte d'animation et de promo de ce qu'on faisait. Là ils refont ça sur YouTube justement. Ils interviennent sur d'autres chaînes que la leur, c'est assez intéressant. Mais c'est vrai que je ne peux pas dire que la littérature s'est déplacée. Il n'y avait pas Wattpad dans les années 2000, évidemment. Moi, je ne suis pas sur Wattpad, mais c'est un autre usage, je ne sais pas. Je ne suis pas sur l'usage des journaux littéraires, des créations en ligne, des blogs, des sites d'écritures. Après, Remue ne connaît pas d'essoufflement de ses visites, donc les gens qui vont sur remue.net il y en a toujours à peu près autant qu'il y a 10 ans. Ça n'a pas trop changé. Je ne sais pas pourquoi je suis pessimiste. Il faudrait creuser un peu, mais il y a quand même un phénomène. On crée un site et puis une fois qu'on a publié le papier, qu'il y a un vrai succès de librairie, hop il n'y a plus de blog, il n'y a plus de numérique. Il y a des gens qui continuent, mais il y a

quand même une tendance à la fuite. Les forums ont disparu, aujourd'hui c'est Wattpad. C'est juste un sentiment de mon petit écosystème à moi, donc ça ne veut pas dire grand-chose.

Karl Forterre : La création sur ces sites d'auteurs se diffuse aussi en étant présente sur Youtube et sur de nouvelles plateformes comme Wattpad. L'interaction a trouvé de nouvelles opportunités au-delà des forums et des espaces commentaire des blogs vers les réseaux sociaux.

Joachim Séné : Les réseaux sociaux ont un peu vampirisé certains échanges, mais il y a quand même des gens sur Facebook. Les échanges sur Facebook ça ne me plaît pas beaucoup, mais il y a de la réaction qui se partage, mais après on est dépendant de l'algorithme.

Karl Forterre : Quels changements s'il y a lieu d'en avoir, souhaitez-vous réaliser sur vos sites ?

Joachim Séné : Quels changements ? Si je veux changer mon site, je le change. Pour le moment ça me va. Je ne sais pas comment vous dire. C'est plus les questions qu'on se pose avec l'AirNu. Comment trouver d'autres moyens de faire de nouveaux livres, comment réaliser de nouvelles créations sonores, mais ça, ça demande des moyens, des institutions qui nous aident, des dossiers à remplir. C'est le même problème pour moi avec l'écriture personnelle. C'est pareil, il faut trouver une bourse, une guidance, quelque chose pour faire un dossier, avancer sur un roman. L'écriture, c'est un global, ça me sert aussi à avancer sur mon roman en cours. Si j'avais du temps et des outils, peut-être que je me lancerais là-dedans, dans le son et la vidéo.

Karl Forterre : D'accord. Pour le coup, on a fait le tour de mes questions. Merci.

Joachim Séné : D'accord, super.

7) ENTRETIEN AVEC GUILLAUME TEISSEIRE

Karl Forterre : Est-ce que vous pourriez vous présenter ?

Guillaume Teisseire : Oui, donc moi je suis Guillaume Teisseire, je suis l'un des trois fondateurs de la communauté de lecteurs de babelio.com. Je présente plus Babelio, moi-même...?

Karl Forterre : Les deux c'est très bien.

Guillaume Teisseire : Sur moi-même, je n'ai pas grand-chose à dire. Le site a 16 ans, donc je suis là depuis le début. On a fondé ça avec deux amis de manière amateur au début, chacun avait son job respectif, et puis petit à petit, la communauté décollant, on s'est dit qu'on pouvait essayer de professionnaliser les choses. On est un site indépendant, on est toujours les mêmes trois fondateurs associés, mais on n'a pas levé de fonds ni ouvert le capital, on ne s'est pas adossés à d'autres acteurs de l'édition ou d'ailleurs. Et aujourd'hui on est une équipe de 14 personnes, basée pour l'essentiel à Paris avec quelques télétravailleurs. Le site lui-même c'est donc une communauté de lecteurs qui regroupe aujourd'hui 1,5 millions d'inscrits. C'est une inscription gratuite sur le site qui permet de cataloguer ses lectures, de les chroniquer, de les noter, de les classer.

Donc il y a un usage personnel, le catalogage, un usage d'expression puisque les lecteurs contribuent en donnant leur avis sur les lectures et puis un usage social puisque quand on a la composition de sa bibliothèque, on est capable de vous dire qu'il y a d'autres lecteurs que vous ne connaissez pas qui partagent beaucoup de lectures et avec qui vous pouvez échanger. Et après on a une deuxième population de gens qui consultent Babelio, mais qui ne sont pas inscrits puisque toute l'information qu'on va agréger sur Babelio, que ce soit celle qui est produite par les lecteurs de la communauté ou l'information qu'on va

agréger par ailleurs, les critiques de la presse, les vidéos d'auteurs, les extraits des livres, etc. Tout ça est accessible en ligne. Et donc on a un public plus large, qui aujourd'hui tourne autour de 5 000 visiteurs uniques mensuels, mais qui a un rapport plus passif à Babelio pour qui on est plus un média type Allociné sur lequel il vient chercher des idées de lecture, mais sans nécessairement être inscrit sur le site et donner son propre avis sur les livres.

Karl Forterre : D'accord. Et est-ce que, à titre personnel, vous visitez des sites d'auteurs ? Le terme « site d'auteur » désignant tout site se rapportant à un auteur agrégeant des informations à son sujet ?

Guillaume Teisseire : On les consulte parce que ce sont des sources d'informations pour nous, pour compléter les infos sur Babelio parce qu'il manque une biographie d'auteur, on peut récupérer une actualité sur un auteur, une nouveauté qui va sortir, etc. Donc ça peut nous arriver à ce titre là. Après, à titre personnel, je vais plus avoir tendance à suivre des auteurs sur les réseaux sociaux que dans des espaces dédiés à part. Il peut y avoir certains auteurs qui ont des pratiques de blogging que je vais aller lire, pour qui c'est plus un espace d'expression, c'est plus un médium par lequel ils s'expriment que vraiment un site d'informations sur eux. Mais donc oui, ça va être plutôt ça mon rapport aux auteurs, mais en général, je vais plutôt sur leurs comptes sur les réseaux sociaux que sur les sites dédiés.

Karl Forterre : Dans ce cadre de recherche, les sites de blogging et les réseaux sociaux peuvent rentrer dans le spectre des sites d'auteurs. Une page Instagram où un illustrateur partage ses BD, ses avancées, son journal de l'écrivain fait partie de la famille des sites d'auteurs dans le sens où il partage des éléments paratextuels, des avancées, des éléments personnels.

Guillaume Teisseire : Vous me donnez votre définition des sites d'auteurs ou c'est une question ? Est-ce que moi j'inclus ça ?

Karl Forterre : Ah, votre retour serait extrêmement intéressant. Du coup c'est la définition sur laquelle je me suis basé, vu qu'il n'y a pas de définition formelle, du moins je n'en ai pas trouvée, sur les sites d'auteurs jusque-là. Je me suis basé sur cette démarche-là, notamment en m'appuyant sur le travail de Benjamin Hoffman qui a catégorisé quatre visées de sites d'auteurs, qui étaient la visée communautaire, l'interaction entre les lecteurs avec la visée communautaire, une visée promotionnelle, de promotion de l'auteur ou de son œuvre, une visée paratextuelle avec des éléments de biographie, et une visée artistique, si je ne me trompe pas j'ai fait le tour des quatre.

Guillaume Teisseire : Ok, très clair. Oui, je me retrouve assez bien dans cette définition, effectivement ça revêt des visages assez différents, ou parfois vers des choses très figées, avec simplement une bio, et puis de temps à autre une mise à jour, mais sporadiques et occasionnelles, quelques nouveautés. Parfois, il y a des espaces plus riches avec une actualité plus régulière.

Karl Forterre : Quel est l'objectif de votre plateforme ? Votre premier objectif, c'est d'agréger une communauté, c'est d'avoir des interactions, de concentrer des critiques ? Quel est l'objectif ?

Guillaume Teisseire : Au départ, nous, on s'était vraiment pensé plutôt comme un outil... C'est plutôt un outil personnel, au départ, le site a beaucoup évolué en 16 ans. Le principe de départ, c'était de dire que c'est un outil pour gérer ses lectures. Avec lequel on s'inscrit et on fait un catalogue. C'est l'équivalent du carnet de lecture personnel, que les gens tenaient, en se disant que ça leur permet d'avoir une trace de leurs

lectures passées. Donc c'était plus une mémoire de ces lectures ou l'ajout de listes à lire, de listes d'envies d'achat, etc. C'était plus un outil assez personnel et la dimension d'expression était là dès le début, le fait de pouvoir ajouter des critiques, mais là encore, la critique n'était pas tant pour donner son avis aux autres lecteurs que simplement pour, comme peut se tenir un carnet de lecture et garder une trace de lecture, voir qu'il en a pensé à l'époque pour après me replonger dans le passé. Donc c'était vraiment plutôt tourné vers soi et la dimension sociale et d'expression elle est venue dans un second temps. Aujourd'hui c'est un élément essentiel du site, mais depuis son origine, le site permettait de lire les critiques des autres lecteurs, etc. On ne pensait pas que c'était l'enjeu personnel, on pensait que le principal ce n'était pas la dimension sociale, ni même la dimension d'une expression tournée vers les autres, mais plutôt cette dimension de carnet de bord et de catalogage personnel.

Karl Forterre : D'accord, et aujourd'hui qu'est-ce que vous voulez susciter chez votre visiteur sur votre site ? Est-ce que c'est un engagement ? Est-ce que c'est une émotion ?

Guillaume Teisseire : Pour nous, l'objectif, ce qu'on essaie de susciter, c'est de la découverte en fait, en disant qu'il y a une production éditoriale qui est pléthorique, sur laquelle il n'y a pas forcément toujours d'informations. La critique littéraire existe, le bouche-à-oreille existe, mais la critique littéraire traditionnelle, elle couvre un pourcentage très faible de ce qui est produit en librairie, parce qu'il y a des genres entiers qui ne sont pas couverts, soit parce que c'est des genres qui font partie de la jeunesse, la romance, les littératures de l'imaginaire, une bonne partie du polar. Donc tout ça, c'est des sujets sur lesquels les gens sont en quête de conseils, de boussoles et d'orientations. Nous on essaie d'aider les gens à trouver la prochaine lecture qu'ils ne connaissaient pas et qui est

susceptible de leur plaire. C'est ça la mission de Babelio, c'est découvrir la prochaine lecture, c'est rentrer dans une librairie avec l'équivalent d'un conseil du libraire et qu'on rentre dans cette librairie numérique par un coup de cœur sur une couverture, par le mot d'un libraire sur la couverture et de repartir avec un livre dont on n'avait pas idée avant de passer le seuil.

Karl Forterre : Intéressant. Et quelles ressources matérielles et humaines vous avez pour arriver à cet objectif dans le fonctionnement du site ? Vous parlez de 16 salariés.

Guillaume Teisseire : Nous sommes 13 salariés.

Aujourd'hui, on n'émet pas du tout de discours critique, du moins, l'équipe de Babelio. Ce n'est pas ce que les gens viennent chercher chez nous, ils s'en moquent un peu. Evidemment on aime lire et qu'il y a des livres qu'on trouve bien et d'autres pas bien, mais on est des lecteurs lambdas comme les autres, donc nous, notre objectif c'est plutôt d'organiser au mieux les choses pour que les lecteurs s'expriment sur leurs lectures. On a des gens qui sont à la technique, puisque c'est un réseau social où il y a du monde qui passe. Aujourd'hui, il y a 1 200 nouvelles critiques de livres qui sont publiées chaque jour sur Babelio. Il y a un flux permanent. Aujourd'hui, nous, on vit pour l'essentiel de toutes les opérations qu'on mène avec les maisons d'édition pour faire la promotion de leurs sorties de livres, des publicités, des événements, des emailings, ce genre de choses. On a des gens qui sont en charge d'être en relation avec les maisons pour commercialiser ces services et puis après des gens qui sont en charge de les mettre en place et de s'assurer que l'on produit effectivement la prestation qu'on a vendue à l'éditeur pour faire parler de son livre au moment de la sortie. Après on a des gens qui vont être à l'éditorial, mais pas dans la production d'un discours critique. On a

une équipe qui va être chargée par exemple d'animer les rencontres avec les auteurs. On va faire des interviews, on va faire du community management évidemment. Il y a toutes ces tâches de production de contenu, qui n'a pas pour visée de dire « ce livre est bien ou ce livre n'est pas bien », mais simplement de mettre en lumière l'actualité éditoriale.

Karl Forterre : De créer de l'émulsion, de la dynamique ?

Guillaume Teisseire : Oui, après il y a effectivement toute une partie de notre travail qui consiste à inciter les lecteurs à chroniquer des livres. On a une opération qu'on a lancée très tôt après la création de Babelio, qui s'appelle Masse Critique, qui permet aux éditeurs d'envoyer quelques exemplaires de leur sortie à des lecteurs sélectionnés chez nous, qui en retour s'engagent à donner leur avis, positif ou négatif, sur Babelio. Ce qui a un intérêt un peu pour tout le monde, parce que l'éditeur, lui, ça lui permet de recueillir des critiques sur ses livres. Le lecteur, il est content évidemment qu'on se soucie de son avis et de recevoir un livre gracieusement. Et nous, ça nous alimente en contenu, même si c'est marginal, c'est-à-dire que ça représente moins de 5% des critiques qui sont publiées sur Babelio. L'essentiel des critiques c'est ce que les gens achètent en librairie ou empruntent à la bibliothèque, ou se prêtent entre eux. Mais ça nous permet aussi de couvrir certains titres, comme c'est une opération qui est gratuite pour les éditeurs, on travaille avec plus de 500 maisons et donc ça va de Gallimard à la micromaison qui fait de la poésie dans une petite ville de province. Puisque la règle du jeu est la même que vous soyez gros ou petit. C'est intéressant parce que ça nous permet de découvrir au maximum la production éditoriale en fait. D'avoir une 1500e critique sur le petit prince ou sur le prix Goncourt ou sur un gros succès, sur Harry Potter, en fait ça n'apporte plus grand-chose à Babelio, mais en revanche d'avoir la première critique sur un essai de

linguistique ou de poésie tchèque, pour nous c'est plus intéressant puisqu'on a cette vocation un peu universelle de dire que, quel que soit le genre et quelle que soit la popularité et l'exigence du texte, on a des lecteurs qui l'ont lu et qui ont exprimé un avis.

Karl Forterre : Vous avez une volonté d'exhaustivité, au moins autant que possible ?

Guillaume Teisseire : On essaye au maximum chaque année, par exemple, avec notre communauté, on se lance le défi collectif d'essayer de chroniquer l'ensemble de la rentrée littéraire. 500 ou 600 livres sortent en septembre, en se disant qu'il y en a 15% qui vont avoir une chronique dans la presse, et puis tout le reste c'est de la chair à canon dont personne ne parlera. Essayons collectivement de dire : « bah tiens celui-là il n'y a pas encore de critique, je vais lire, je vais produire une critique », on n'arrive jamais à 100%, mais en moyenne on est autour de 85% des ouvrages qui ont au moins une critique à la fin de la rentrée en novembre, ce qui est un taux de couverture largement supérieur à ce qu'on trouve dans la prescription traditionnelle, qui va se concentrer sur une poignée de titres.

Karl Forterre : Et est-ce que vous avez aussi une forme d'engagement par rapport à l'aspect technique de l'hébergement des serveurs ? Est-ce que c'est en France par exemple ou à l'étranger ?

Guillaume Teisseire : C'est en France, on est hébergé chez OVH qui est un hébergeur français. On a deux serveurs qui sont géographiquement éloignés, un qui est dans l'est de la France, à Strasbourg je crois, et l'autre dans le nord, à Roubaix.

Karl Forterre : D'accord. Et au niveau des pages auteurs avec leur biographie et leur bibliographie, comment est-ce que vous avez pensé à la configuration des pages ?

Guillaume Teisseire : Ce sont des pages qui sont enrichies de manière collective par la communauté. On parle complètement de wikis, c'est-à-dire que ce sont des lecteurs qui vont rédiger des biographies des auteurs en récupérant des infos sur Wikipédia, sur les sites d'auteurs, sur des sites de maisons d'édition, des photos, des vidéos. Après c'est une agrégation au-delà de ce contenu biographique qui est produit par la communauté, le reste, c'est l'agrégation des bibliographies, de toutes les critiques qui ponctuent les auteurs, des citations que les lecteurs ont sélectionnées et consignées dans l'ouvrage de l'auteur, et puis de sources externes qu'on va agréger. Par exemple on est partenaire de France Culture, donc quand il y a un podcast sur Michel Houellebecq, enfin une émission sur Michel Houellebecq, on va mettre en place le lecteur video qui permet d'embarquer le podcast sur la page auteur, on va récupérer les vidéos, l'idée étant, un peu comme sur les œuvres, d'avoir l'info la plus complète possible sur l'auteur.

Karl Forterre : Et vous avez fait des choix dans la construction de ces pages. Pourquoi par exemple mettre d'abord une photo, la biographie, avant la bibliographie ou les vidéos, les interviews, peuvent-ils aussi être en premier ? Comment est-ce que vous avez réfléchi à cette organisation ?

Guillaume Teisseire : C'est une bonne question. J'y réfléchis dans le sens où je n'ai pas le sentiment que ça a donné lieu à l'époque à ... J'ai le sentiment que ça s'était plus imposé comme une évidence pour nous de démarrer par cette carte d'identité, qui était photo et biographie, et ensuite de dérouler l'œuvre. Les vidéos, typiquement, on n'en a pas sur

l'ensemble des auteurs et puis ça nous paraissait être un contenu moins prioritaire que la bibliographie, qui était ce que les gens viennent chercher en premier. Mais donc ça n'a pas forcément fait l'objet de débats ou d'une réflexion très poussée sur la hiérarchie des blocs qui nous apparaît un peu comme naturelle en disant on, rentre par... C'est souvent des biographies assez courtes, on n'est pas du tout aussi complet, par rapport à ce que peut être la base Wikipédia de Victor Hugo qui va effectivement faire six écrans. Nous, on est sur un texte assez court, de toute façon c'est de l'information qui est assez facilement trouvable ailleurs de manière plus complète, donc on n'a pas vocation à reproduire ce qui est déjà très bien fait sur Wikipédia, c'est plus une petite clé d'entrée dans de grandes lignes, « c'est un auteur mexicain qui est mort en 1920 », avec quelques éléments biographiques, mais très vite derrière, l'idée c'est plutôt de pousser sa bibliographie et les livres les plus associés, en tout cas les plus chroniqués chez nous.

Karl Forterre : D'accord, parce que notamment en termes de méthodologie, dans mon travail de mémoire, j'analyse les pages auteurs et la taille des blocs, et j'ai constaté que vos espaces commentaires sont à la fois immenses par rapport à la longueur de la page, mais aussi en dernière position après avoir présenté la biographie, la photo, la bibliographie qui est seulement sur une ligne même s'il peut y avoir un grand nombre de titres. C'était pour savoir s'il y avait eu par rapport à la dimension des blocs, l'organisation, si ça a vraiment été une évidence qui vous a guidé ?

Guillaume Teisseire : Oui, plutôt, effectivement, le fait aussi qu'on pouvait avoir un certain nombre d'auteurs sur lesquels on va avoir des biographies, mais sur lesquels il n'y a pas de commentaires, parce qu'on n'a pas assez de lecteurs, ou en tout cas, qui n'ont pas chroniqué le livre.

Après, on a laissé une place, donc c'est aussi pour ça que par défaut, on fait remonter ce contenu-là, qui est peut-être plus systématique que les critiques. Et ensuite, l'espace important laissé aux commentaires, c'est aussi lié au fait que c'est un peu notre singularité. La biographie d'Amélie Nothomb sur Babelio, elle n'a pas une valeur importante, elle est là en rappel, c'est une forme d'enrichissement un peu minimale, mais c'est un contenu qui est assez banalisé, standard, qui est trouvable maintenant par ailleurs sur internet, sur son site à elle, sur le site de l'éditeur, sur Wikipédia, sur les sites de libraires, etc. On considère que là-dessus, ce n'est pas la force de Babelio, on n'est pas sur ce contenu-là, donc c'est pour ça qu'on n'a pas non plus laissé des espaces gigantesques, même si c'est un peu une mention par défaut en haut de page. En revanche, les commentaires, c'est évidemment là où on a un contenu original qui est chez nous et pas ailleurs, et c'est à notre sens, la plus forte valeur ajoutée pour se différencier, car je pense que si on était un simple site biographique d'auteur, je pense qu'on n'aurait pas beaucoup de succès.

Karl Forterre : Et au-delà de la notion de la taille des blocs et de leur répartition, est-ce que vous avez d'autres moyens ou stratégies de mise en valeur de certains contenus par rapport à d'autres ?

Guillaume Teisseire : Je réfléchis... On va pousser des choses sur la page d'accueil. Donc typiquement, en page d'accueil, il y a des blocs d'actualité où on va relayer des opérations qu'on peut faire parce qu'on fait une rencontre avec un auteur, parce qu'on a une vidéo de tel festival, une interview avec tel autre auteur, une nouvelle opération où on envoie des livres. Et donc c'est l'emplacement le plus privilégié chez nous dont l'information va être relayée. Surtout que sur toutes les notices auteur en page de droite, il y a un bloc qui reprend ce qui est en page d'accueil. Donc c'est très visible, puisque, quelle que soit la page titre ou auteur sur

laquelle vous êtes, sur Babelio, vous avez accès à un rappel de ces blocs-là. Après, ce sont des mises en avant forcément éphémères, puisqu'une actualité chasse l'autre. Mais c'est là-dessus qu'on va s'appuyer pour en tout cas faire de la hiérarchie temporaire sur les infos qu'on souhaite mettre en avant. Après, nous on a différents leviers en-dehors du site lui-même pour générer de l'attention, on a une newsletter par exemple qu'on envoie toutes les semaines, donc là-dessus aussi on va choisir de mettre en avant la nouvelle sortie d'un auteur ou une liste thématique, une critique de lecteur ou ce genre de choses. C'est aussi un moyen pour nous de mettre un coup de projecteur spécifique sur certains contenus. Et puis nos réseaux sociaux fonctionnent un peu de la même façon. On va relayer sur notre compte Instagram ou sur notre compte Facebook telle ou telle info qui nous paraît prioritaire. Donc là on sort un peu de la constitution même du site, mais c'est d'autres leviers pour accentuer la visibilité d'un contenu.

Karl Forterre : Et pour vous, quelles fonctionnalités du site sont importantes ?

Guillaume Teisseire : Après il y a des fonctionnalités qui peuvent toucher un public plus ou moins restreint par exemple. Sur Babelio on peut faire des quizz, par exemple littéraires, les lecteurs produisent des quizz, on a des dizaines de milliers de quizz thématiques sur « Connaissez-vous les personnages secondaires d'Astérix » ou « Testez-vous sur les classiques du roman américain », etc. Donc c'est une manière un peu ludique de tourner autour de la littérature, ce n'est pas forcément un discours sur le texte lui-même, mais c'est tester un peu sa culture générale et ses connaissances. Donc typiquement ce genre de choses vont être produites par un assez petit nombre de lecteurs, on a des gens qui adorent cet outil et qui vont produire régulièrement des quizz, mais

pour autant ça va du coup intéresser un public plus large parce qu'il y a plein de gens qui sont contents d'y jouer. On a également, dans ce type de fonctionnalités, les listes thématiques. On a les lecteurs qui en produisent, si vous avez un onglet liste, il va proposer « 5 titres pour découvrir le manga coréen », ou « 10 titres sur le harcèlement scolaire », des choses comme ça. Sur 1,5 million de lecteurs, on a forcément des experts de plein de choses. C'est des gens qui produisent ce type de listes, un peu comme l'équivalent d'une table de libraire, sur un thème donné. Et là encore, ce n'est pas forcément la fonctionnalité qui est utilisée par l'essentiel des lecteurs. Pour le lecteur standard, la fonctionnalité qui est utilisée avant tout, c'est le catalogue et l'accès à la bibliothèque. Ensuite, il y a une frange plus petite qui va utiliser les fonctionnalités d'expression, en disant « non seulement j'ai ajouté mes livres, mais j'ai aussi envie de m'exprimer, de donner mon avis, d'ajouter des citations, etc. », mais pour autant ça multiplie les clés d'entrées dans le livre. Nous on a toujours à cœur d'avoir le maximum de pistes de rebonds parce que quand je suis sur la notice d'un livre, je vais avoir à la fois les critiques des lecteurs, les critiques de la presse, mais je vais avoir les auteurs proches de l'auteur calculé par algorithme, des recommandations de titres qui rassemblent sur les mêmes thèmes, des nuages de mots clés thématiques qui permettent de dire « C'est de la littérature allemande, ça parle de problèmes de couple et de séquestration » par exemple. À partir de là, en cliquant sur les mots-clés, je peux avoir tous les livres qui traitent de séquestration et puis je peux rebondir vers les livres jeunesse qui parlent de séquestration et ainsi de suite. Mais pour les listes, par exemple, on joue un peu ce rôle-là en disant « Sur la page d'un livre, je vais avoir toutes les listes qui contiennent ce livre ». En cliquant dessus je peux avoir accès à une map. C'est autant de clés d'entrées et de pistes de rebonds vers d'autres livres.

Karl Forterre : Et que vous inspirent du coup la création et l'interaction sur le site d'auteur ? Est-ce que vous pensez que c'est quelque chose qui a vocation à être élargi ou qui va vraiment se concentrer sur des sites très spécifiques comme le vôtre ?

Guillaume Teisseire : C'est compliqué parce que je pense que c'est des choses qui fonctionnent quand... Soit le site d'auteur est une espèce de page un peu morte, avec une biographie, et finalement, où il ne se passe pas grand-chose, et donc c'est une espèce de corde de rappel qui existe quelque part sur Internet. Si quelqu'un fait la démarche d'aller chercher une information, cette information existe et ce n'est pas inutile, mais pour autant il n'y a pas de constitution de communauté, d'interactions, etc. Donc je pense que ça marche quand l'auteur s'implique lui-même, soit parce qu'il rédige des contenus dédiés, des photos, des choses comme ça, soit parce qu'il interagit avec sa communauté en répondant aux questions, en commentant des choses, donc ce sont des choses qui fonctionnent. Ça ne fonctionne pas avec tous les auteurs, parce que je pense qu'il y a des auteurs qui écrivent des livres formidables, mais qui n'ont pas cette appétence pour ce type de médias. Donc ça ne sert pas à grand-chose, soit de leur créer un site inactif, soit de les forcer à faire des choses pour lesquelles ils ne sont pas bons. Le succès de ces espaces est aussi corrélé à la popularité de l'auteur. Evidemment, si vous êtes un primo-romancier, c'est plus compliqué d'aller générer des interactions que si vous avez le compte Twitter de Stephen King. Je ne pense pas que tous les auteurs soient destinés à prendre la parole sur ce type de média. Après, typiquement, nous, on joue ce rôle d'agrégateur d'informations autour d'un auteur, en faisant ça sans avoir de relation spécifique ni avec l'auteur ni avec la maison d'édition. Enfin, ça peut arriver, mais en tout cas, c'est pas commandité par l'un ou par l'autre.

En fait les pages d'auteurs telles qu'elles existent sur Babelio, à l'exception de la biographie qui va être enrichie de manière indéterminée par le lecteur, en elles même sont l'agrégat de plein de contenus relatifs à l'auteur qu'on va nous agglomérer pour en faire une espèce de page synthétique. Mais la plupart des contenus qui sont publiés sur le compte de la page d'auteur sont publiés à l'échelle du livre en disant « ben voilà, moi je m'exprime sur ce livre », il y a évidemment une page dédiée au livre, mais on va aussi répercuter toute cette critique sur la page auteur, mais la démarche du lecteur est généralement plutôt à l'échelle du livre qu'à l'échelle de l'auteur. C'est une génération un peu à posteriori de notre côté, on réorganise de l'information, mais qui n'a pas forcément été pensée et publiée dans l'objectif d'une page auteur.

Karl Forterre: La première visée est vraiment l'œuvre et elle ricoche sur l'auteur du coup.

Guillaume Teisseire : Oui.

Karl Forterre : Est-ce que vous constatez un changement dans les objectifs et les moyens autour des sites d'auteurs, entre les premiers sites d'auteurs que vous avez pu rencontrer il y a 16 ans et ceux que vous visitez aujourd'hui ?

Guillaume Teisseire : Oui, d'abord je pense qu'au départ les sites d'auteurs c'était des sites d'auteurs dans le sens où il fallait avoir un webmaster qui créait un site, etc. C'était des projets coûteux, compliqués à maintenir. Il n'y a pas si longtemps, il y a 15 ans en tout cas, c'était quand même un peu ça. Les réseaux sociaux sont arrivés et ont permis de créer des profils d'auteurs de manière assez légère et simple, et facile à prendre en main avec des outils qui étaient légers. Donc ça a aussi amené pas mal d'auteurs à avoir un moyen d'expression, à s'emparer plus

facilement de l'outil, alors qu'au tout départ c'était quand même réservé à des gens qui avaient soit du temps, soit des connaissances techniques, soit des moyens à y consacrer. Je pense que ça, ça a été une vraie révolution. Et puis c'était des outils plus faciles. Il y avait des mécaniques d'abonnement, d'échange avec les communautés, de likes, de partages, qui ont permis d'agréger des communautés plus rapidement, parce qu'il y a une période intermédiaire entre le site et les réseaux sociaux, qui est la période des blogs, où nous, quand on s'est lancés avec Babelio, c'était à l'époque de la blogosphère littéraire, que ce soit des critiques des lecteurs ou des auteurs eux-mêmes, elle était très dynamique. Il y a évidemment des sites, des blogs, qui continuent à exister, mais qui ont en partie disparus au profit des réseaux sociaux. Mais c'était beaucoup plus compliqué d'exister en tant que blog que d'exister en tant que compte Instagram ou que compte TikTok. Il y a des montées en communauté qui se comptent rapidement sur ces outils-là qui sont vraiment pensés pour la viralité. Là où le blog c'était surtout un outil de publication beaucoup plus facile qu'un site internet et plus clé en main, en termes de visibilité, ça restait une page perdue dans l'océan du web sur laquelle il fallait trouver des moyens de communiquer avec d'autres blogueurs, qui relayaient, etc. Donc c'était un travail de plus longue haleine. Je pense que ces outils-là ont changé pas mal de choses, mais pas tellement dans les moyens alloués au contraire, parce qu'il fallait allouer moins de moyens, en tout cas moins de budget technique puisque c'était des outils pour la plupart du temps gratuits, d'usage et de personnalisation assez immédiate. Mais en tout cas ça a permis, je pense, de démultiplier l'expression des auteurs sur internet.

Karl Forterre : Donc c'est en plus une influence de la technique plutôt que des intentions des auteurs qui finalement sont assez constantes peut-être ?

Guillaume Teisseire : Oui moi j'ai le sentiment que les intentions des auteurs, elles n'ont pas forcément changées. De manière générale, je suis convaincu que les choses n'ont pas tellement changées et que Babelio fait du bouche-à-oreille, comme il y a toujours eu du bouche-à-oreille, et que les lecteurs se sont toujours conseillés des livres entre eux, et que simplement la technique a apporté une caisse de résonance, parce qu'avant je pouvais parler polar avec mon copain qui était fan de polar, maintenant il y a des gens qui parlent de polar sur Babelio et qui sont à l'autre bout de la France et qui ne se connaissent pas, et que ça intéresse d'avoir leurs avis respectifs, mais en soi le fond de la prescription entre pairs n'a pas tellement changé. De la même façon, je pense que les auteurs, ça leur a ouvert un accès direct à leurs lecteurs qu'ils avaient peut-être moins avant, puisqu'effectivement le lecteur était un animal plus lointain pour l'auteur, je pense, à l'exception des salons, mais où c'est souvent des échanges assez rapides. Donc c'est vrai que ça a permis aussi des remontées d'informations et d'échanges directement du lecteur à l'auteur, et ça a été une vraie nouveauté. Pour le reste les intentions à mon sens n'ont pas forcément changées radicalement. Je pense que c'est effectivement la technique qui a permis de démultiplier des choses qui existaient déjà.

Karl Forterre : Et quels changements, s'il y a lieu d'en avoir, souhaiteriez-vous voir sur votre site ?

Guillaume Teisseire : Le site est en perpétuelle évolution. Je ne sais pas trop, pas parce que je veux faire des secrets, mais parce qu'on avance un peu avec l'air du temps. Nous on passe notre temps à ajouter de

nouvelles fonctionnalités afin de se maintenir en état parce que le web évolue, toutes les nouveautés sont là, les pratiques évoluent. Aujourd'hui on a une application mobile par exemple, qu'on n'avait pas il y a cinq ans et qui prend une part de plus en plus importante dans l'usage de Babelio. On est en permanence en train d'essayer d'améliorer le site. Mais donc non, je pense qu'on a encore mieux à faire sur la partie découverte en fait. Aujourd'hui, ce qui est très compliqué avec le livre, c'est qu'il y a une très importante production. Si vous cherchez de l'information sur un livre, Babelio est à mon sens un très bon site, parce qu'effectivement, on m'a parlé de cet auteur, je l'ai vu hier à la Grande Librairie, est-ce que ses livres sont susceptibles de me plaire ou pas ? Tiens, je vais aller regarder sur Babelio, les critiques des lecteurs, etc. Donc pour ça, je pense qu'on a un très bon outil. Et quand vous cherchez un titre ou un auteur sur Google, vous tombez souvent chez nous avec l'information que vous cherchez. On est dans une démarche plutôt de recherche d'infos active. Là où on a encore des progrès à faire, c'est les gens qui se disent « Je ne sais pas quoi lire, allez hop je vais aller regarder sur Babelio » et en fait il y a tellement d'informations parce qu'il y a tellement de livres que ça peut être un peu... On peut se trouver un petit peu désarmé en se disant « ben on rentre dans une librairie, on dit ben voilà il y a un million de livres, servez-vous quoi, j'ai besoin un peu plus qu'on me prenne par la main ». On travaille, c'est notre mission, on travaille tout le temps sur la meilleure manière de mettre en avant des sélections de livres sous tel ou tel angle, des actualités, des conseils, de restreindre cet hyper choix pour que les gens puissent plus facilement trouver leur bonheur et ne pas se retrouver noyés sous un déluge d'informations. Je pense qu'on a toujours des progrès à faire là-dessus pour avoir de plus en plus de lecteurs, qui viennent sur Babelio en se disant « je cherche des infos sur tel titre ou tel auteur », mais qui viennent sur Babelio en se disant « Bah je ne sais pas

quoi lire et je sais que c'est là où je vais trouver, ou au moins être accompagné et me donner de bonnes idées de lecture. »

Karl Forterre : Et peut-être que vous avez des algorithmes qui croisent les livres appréciés par certaines personnes, pour que s'il a aimé un livre, il a de grandes chances d'aimer un autre livre et que ça puisse se reproduire d'un lecteur à l'autre peut-être ?

Guillaume Teisseire : Oui, ça on le fait beaucoup, justement on est en plein dedans parce qu'on a beaucoup investi dessus pour sortir des nouveaux algorithmes plus pertinents, qu'on vient de mettre en ligne sur Babelio la semaine dernière. Donc sur chaque notice de livre, il y a un blog qui s'appelle « Que lire après ». Après Harry Potter ou 1984, il va faire des propositions qui vont se baser sur toutes les listes de lectures. Nous on a énormément d'informations sur la composition des pratiques des gens, sur la pratique de lecture et donc sur les thèmes des livres et donc en mixant tout ça on est capable de donner des recommandations effectivement assez pertinentes dans le même genre de l'œuvre. Ce qui est compliqué c'est précisément de confirmer les gens en disant « ben voilà, effectivement vous avez aimé cette histoire de vampire, on vous propose dix autres histoires de vampires qui sont en soi pas des mauvaises recommandations parce que ça ressemble beaucoup à ce que vous avez aimé ». Ce qui est plutôt compliqué c'est de trouver le bon dosage pour qu'en même temps les gens découvrent aussi de nouvelles choses et pas simplement s'enfermer dans des bulles où éternellement on va leur proposer la même chose.

Karl Forterre : Ça, c'est le défi de beaucoup de réseaux. Pour le coup on a fait le tour de l'ensemble de mes questions.

Guillaume Teisseire : Très bien.

Karl Forterre : Merci beaucoup.

Guillaume Teisseire : Avec plaisir. N'hésitez pas si jamais il y a des choses qui vous reviennent en tête, il manque telle info, tel chiffre, vous pouvez évidemment m'écrire ou m'appeler sans problème.

8) QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE

Questionnaire – Lecteur

Préambule :

Ce questionnaire s'inscrit dans un processus de collecte de données dans le cadre d'un mémoire de master livre et médiations. Il porte sur la médiation des auteurs et autrices au travers de leur site que nous appellerons site d'auteur, un terme qui désignera tout site portant sur un auteur et son œuvre indistinctement de tout autre critère.

Je m'appelle Karl Forterre et je pourrai vous faire parvenir les résultats de cette enquête et le mémoire associé en me contactant par mail à l'adresse :
MemoireMediationKF@gmail.com.

Je vous remercie par avance pour votre disponibilité et votre contribution.

1/ Cochez la case vous correspondant :

- ☐ Étudiant du supérieur ou Enseignant
- ☐ Professionnels du livre (critique littéraire, éditeur, auteur, bibliothécaire, libraire, maquettiste, correcteur, graphiste, médiateur littéraire, professionnels de la distribution ou de la diffusion de livres, etc.)
- ☐ Tout autre public

2/ Quel volume de livre lisez-vous ?

- ☐ Je lis moins de 20 livres annuels.
- ☐ Je lis plus de 20 livres annuels.

Pour rappel, les romans, les recueils de nouvelles, les bandes dessinées, les manga, les albums jeunesse, les romans graphiques, les livres photos et plus généralement les beaux livres photos sont des livres. Cette liste est non exhaustive.

3/ Indiquez ci-dessous les dix premiers mots qui vous viennent à l'esprit derrière le terme site d'auteur. Puis dans un second temps, numérotez-les par ordre d'importance.

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

4/ Qu'attendez-vous d'un site d'auteur ?

....

5/ Avez-vous déjà visité un site d'auteur ?

- ☐ Oui
- ☐ Non

Si ce n'est pas le cas, je vous prie de choisir un de vos livres et de visiter son site d'auteur avant de poursuivre le questionnaire. Prenez néanmoins soin de répondre non à la question avant de poursuivre.

6/ Indiquez ci-dessous le site visité ou celui que vous aviez en tête en répondant à la question précédente :

...

7/ Indiquez ci-dessous les dix premiers mots qui vous viennent à l'esprit après votre passage sur le site d'auteur. Puis dans un second temps, numérotez-les selon leur importance dans votre expérience de visiteur.

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

8/ Combien de fois par an visitez-vous des sites d'auteurs ?

Je visite des sites d'auteur ... fois par an.

9/ Si vous visitez ce type de site, est-ce avant votre lecture ou après celle-ci ?

- ☐ Je visite ce type de site généralement avant la lecture.
- ☐ Je visite ce type de site généralement après la lecture.
- ☐ Je ne visite pas ce type de site habituellement.

10/ Est-ce que votre visite a changé la représentation que vous aviez de l'auteur ?

- ☐ Elle a changé ma représentation en positif.
- ☐ Elle a changé ma représentation en négatif.
- ☐ Elle n'a pas changé ma représentation.

11/ Est-ce que la relation à votre ouvrage change-t-elle après votre visite?

Oui, elle a été bonifiée.

Oui, elle a été ternie.

Non, elle n'a pas été altérée.

12/ Est-ce que la visite d'un site d'auteur a déjà modifié votre comportement d'achat de livres ?

Elle a déjà motivé mon achat.

Elle a plutôt dissuadé mon achat.

Elle n'a pas influencé selon moi mon comportement.

13/ Sortez-vous plus informé sur l'auteur et/ou son œuvre après votre visite et si oui à quel sujet ?

...

14/ Quelles fonctionnalités estimez-vous importantes sur un site d'auteur ?

Une fonctionnalité désigne une "action particulière qui amène une possibilité supplémentaire." d'après le dictionnaire informatique Xyoos. La présence d'une galerie photo, une fiche de contact ou un espace de blog sont par exemple des fonctionnalités.

...

15/ Un site d'auteur a d'après vous principalement une visée ?

Cochez une seule case.

Promotionnelle de l'auteur et de son œuvre

Artistique (partage de nouveaux textes, croquis

Paratextuelle (biographie, journal de l'écrivain, etc.)

Communautaire (à la recherche d'interaction avec les visiteurs)

Autre, préciser ...

9) EXEMPLE D'ANALYSE PAR DIMENSIONNEMENT DES ÉLÉMENTS



Légende

Plan du site	Relatif à l'oeuvre
Réseaux sociaux	Actualité/Nouveauté
Newsletter	Représentation de l'auteur
Mention légale	Biographie
Espace d'échange	Option de langue

10) PAGE D'ACCUEIL DU SITE D'AUTEUR RÉALISÉ



11) PAGE AUTEUR DU SITE D'AUTEUR RÉALISÉ

L'auteur de ce fourbi



*Œuvres littéraires
& Visuels*



Bâtisseur de jours heureux, j'aborde le quotidien avec force et espoir. Mes lectures nocturnes sont constellées par Victor Hugo, Charles Baudelaire, Christelle Dabos, Louise Chennevière et Maxime Gorki. Ces étoiles portent une lumière autant continue qu'inspirante à mes projets.

Mon engagement social et solidaire est l'écho direct d'une envie d'agir pour autrui, qui s'est exprimée par ma contribution à construire un espace pour l'accueil de sans-abris ou de réfugiés, ainsi que dans les cours de français que j'ai pu dispenser, pour faciliter le quotidien et l'accès à l'emploi de personnes en difficulté. Plus largement mon engagement se manifeste dans ma vie militante comme dans mon écriture, qui traduit ma volonté en expression littéraire.

Auteur aux idées oniriques, j'écris presque autant que je lis, pour autant j'essaye d'écouter plus que je ne parle. La culture est un trésor partageable de façon illimitée ; ceci me fait rêver. Mon écriture est empreinte de solidarité. Je partage ici mon goût de l'écriture, de la poésie et plus largement du beau.

Illustrer une pensée est une activité réjouissante. Créer est l'opportunité de donner forme à l'imaginaire.

Ce site rassemble la majorité de mes créations. Pour embellir demain et peut-être une tranche de votre quotidien, je vous invite à regarder, lire, explorer mon travail.

Ma créativité, mon goût de l'esthétique sont au service de mes projets. Ils s'appliquent dans des travaux de suivi éditorial, de maquettage, d'écriture ou de photographie. Je suis enthousiaste à l'idée de travailler ensemble. Entrons en contact afin de créer.

Contact

Tous droits réservés

Site produit par Valdrin Salihi
et Guillaume Pierre.
Illustré et maqueté par Karl Forterre

12) PAGE AUTEUR DES ŒUVRES

L'auteur de ce fourbi

*Œuvres littéraires
& Visuels*



L'histoire de Mélusine

Mélusine est une fée pleine de vie découvrant un monde dont elle ne connaît rien, un environnement rude parfois, notre monde. Elle le parcourra en Candide, curieuse des différences, amusée par la vie, elle se lance à pieds joints dans une aventure qui la marquera.



Darshan

Darshan tente de renouer avec un monde avec lequel il peine à s'accorder. Il cherche à surmonter ce qui le rend unique pour conquérir le cœur de sa dulcinée et retrouver son père.



L'histoire du petit Théo

Tout est bousculé pour Théo, son quotidien, ses convictions, son chemin qui n'annonçait rien d'extraordinaire. Plongé dans une satire au cœur d'un monde dystopique, Théo recherche à comprendre un monde loin de l'idée qu'il en avait. Il y affrontera un ennemi discret et pourtant omniprésent. Pour cela il faudra s'unir pour ne pas être vaincu individuellement.



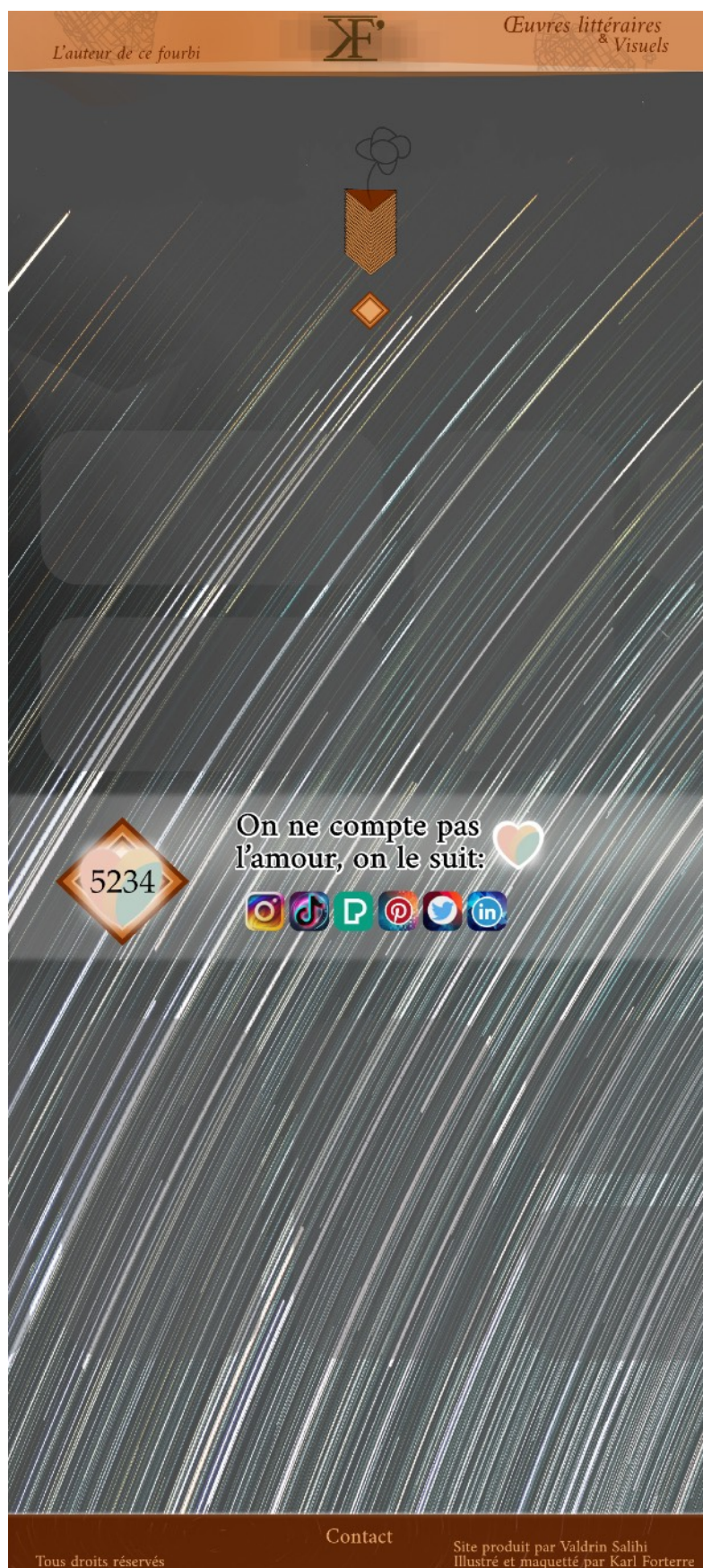
5234

[Contact](#)

Tous droits réservés

Site produit par Valdrin Salihi
Illustré et maquette par Karl Forterre

13) PAGE DES ÉLÉMENTS GRAPHIQUES



14) PAGE DES MENTIONS LÉGALES



15) ANALYSE PROPORTIONNEL DES ÉLÉMENTS D'UN SITE D'AUTEUR

[illegible]

N°8 Les enfants sont nés	Delphine du Vigan	1	21	Espace d'échange (21,75%)	L'oeuvre (0,85%)	Biographie (1,85%)	Newsletter (0,03%)	Réseaux sociaux (0,12%)	Pan du site (0,41%)	Sis participatif - Biblio	Compromis communautaire	L'importance de l'écriture collective dans le communisme.	1	Troisième personne	Babelio : 2007	Babelio : 2022	53 899 313	https://www.babelio.com/auteur/Delphine-du-Vigan/21345
			10	Biographie (20,35%)	L'oeuvre (11,54%)	Pan du site (2,45%)	Espace d'échange (0,02%)	Langues alternatives (0,05%)	Mentions légères (0,85%)	Sis participatif - Wikipedia	Domains communales et partielles	Le fait que la 2009 soit un lieu de construction d'ont l'histoire des contributions communales.	21	Troisième personne	WAC : 8/06/2019	WAC : 23 Jun 2022	30 817 967	https://fr.wikipedia.org/wiki/Delphine_du_Vigan
N°9 Premier sang	Arlette Barrois	5	4	Représentation de l'auteur (0,40%)	Pan du site (0,86%)	Biographie (0,85%)	Mentions légères (0,15%)	Pas assez de catégories d'éléments présents	Pas assez de catégories d'éléments présents	Sis personnel, propriété de la maison d'Alain Michel (faible dans le code et les mentions légales).	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages avec la mise en page par la photographie.	1	Absence de classement	04/07/2013	2022	6 751 320	https://www.alain-michel.com/
N°10 Le vie est un roman	Guillaume Malou	6	20	L'oeuvre (10,7%)	Actualité (8%)	Représentation de l'auteur (7,27%)	Langues alternatives (0,01%)	Mentions légères (0,04%)	Newsletter (0,07%)	Sis d'édition - Alain Michel	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	2	Troisième personne, absence de biographie	01/06/2007	12/09/2022	38 554 609	https://www.alain-michel.com/
N°11 Changer l'eau des fleuves	Valère Perrin	1	15	L'oeuvre (27,17%)	Actualité (16,68%)	Pan du site (0,86%)	Espace d'échange (0,07%)	Mentions légères (0,03%)	Réseaux sociaux (0,17%)	Sis d'édition - Alain Michel	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	1	Troisième personne	2015	2021	41 602 676	https://www.alain-michel.com/
N°12 Le néo démontre les écrivains	Delia Quenec	1	15	Actualité (7,85%)	Biographie (7,25%)	Pan du site (8,86%)	Espace d'échange (0,06%)	Mentions légères (0,07%)	Réseaux sociaux (0,12%)	Sis d'édition - Soud	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	1	Troisième personne	02/07/2020	06/02/2022	18 571 940	https://www.alain-michel.com/
N°13 L'oeuvre de la scène	Guillaume Malou	6	20	L'oeuvre (19,7%)	Actualité (8%)	Représentation de l'auteur (7,27%)	Langues alternatives (0,01%)	Mentions légères (0,04%)	Newsletter (0,07%)	Sis personnel, propriété de la maison d'Alain Michel (faible dans le code et les mentions légales).	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	2	Troisième personne, absence de biographie	01/06/2007	12/09/2022	38 554 609	https://www.alain-michel.com/
N°14 Le jeune acteur	Rémi Siboulet	4	9	L'oeuvre (59,23%)	Biographie (1,45%)	Newsletter (0,38%)	Langues alternatives (0,07%)	Mentions légères (0,05%)	Pan du site (0,05%)	Sis personnel, propriété de la maison d'Alain Michel (faible dans le code et les mentions légales).	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	2	Absence de classement	2022	2022	65 095 755	https://www.fabrizio.com/
N°15 S'adapter	Clara Dupont-Morod	1	16	L'oeuvre (24%)	Représentation de l'auteur (9,33%)	Actualité (6,46%)	Mentions légères (0,05%)	Espace d'échange (0,08%)	Réseaux sociaux (0,43%)	Sis d'édition - Soud	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	1	Troisième personne	9/12/2018	02/10/2022	27 325 416	https://www.alain-michel.com/
N°16 La France n'a pas de son dernier mot	Eric Zemmour	7	27	Actualité (53,54%)	Représentation de l'auteur (9,38%)	L'oeuvre (4,02%)	Pan du site (0,18%)	Réseaux sociaux (0,38%)	Espace d'échange (0,37%)	Sis personnel	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	1	Troisième personne	19/11/2014	01/06/2022	38 899 469	https://www.alain-michel.com/
N°17 Damien Bayet	Koyohji Ochiyama									Sis participatif - Biblio	Domains communales	L'usage d'échange et de contenu.	1	Troisième personne	Babelio : 2007	Babelio : 2022	39 755 707	https://www.babelio.com/auteur/Koyohji-Ochiyama/431739
		1	20	Espace d'échange (25,37%)	L'oeuvre (7,28%)	Actualité (2,07%)	Mentions légères (0,03%)	Réseaux sociaux (0,19%)	Représentation de l'auteur (0,81%)	Sis participatif - Wikipedia	Domains communales et partielles	La biographie est construite à partir de contributions communales et partielles.	10	Troisième personne	WAC : 13/02/2021	WAC : 26/09/2022	10 251 967	https://fr.wikipedia.org/wiki/Delphine_du_Vigan
		1	9	Biographie (17,41%)	L'oeuvre (0,32%)	Pan du site (4,68%)	Mentions légères (0,03%)	Espace d'échange (0,08%)	Langues alternatives (0,13%)	Sis participatif - Wikipedia	Domains communales et partielles	L'usage d'échange et de contenu.	1	Troisième personne	Babelio : 2007	Babelio : 2022	62 138 245	https://www.babelio.com/auteur/Delphine-du-Vigan/21345
N°18 L'oeuvre de la poésie	Francine Aubenas		19	Espace d'échange (17,82%)	Représentation de l'auteur (4,19%)	Biographie (1,05%)	Mentions légères (0,02%)	Réseaux sociaux (0,27%)	Pan du site (0,35%)	Sis participatif - Biblio	Domains communales	L'usage d'échange et de contenu.	1	Troisième personne	Babelio : 2007	Babelio : 2022	41 602 676	https://www.alain-michel.com/
		1	9	Biographie (20,13%)	Pan du site (0,02%)	L'oeuvre (2,27%)	Langues alternatives (0,03%)	Mentions légères (0,03%)	Espace d'échange (0,12%)	Sis participatif - Wikipedia	Domains communales et partielles	La biographie est construite à partir de contributions communales et partielles.	8	Troisième personne	WAC : 20/02/2025	WAC : 26/09/2022	41 602 676	https://www.alain-michel.com/
N°19 Suite	Valère Perrin	1	15	L'oeuvre (27,17%)	Actualité (16,68%)	Pan du site (0,86%)	Espace d'échange (0,07%)	Mentions légères (0,03%)	Réseaux sociaux (0,17%)	Sis d'édition - Alain Michel	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	1	Troisième personne	2015	2021	41 602 676	https://www.alain-michel.com/
N°20 Les Enfants de nos parents	Pierre Lemaître	1	15	L'oeuvre (55,51%)	Actualité (18,53%)	Pan du site (0,86%)	Espace d'échange (0,01%)	Mentions légères (0,03%)	Réseaux sociaux (0,19%)	Sis d'édition - Alain Michel	Domains prometteurs	Proportion des ouvrages et des vidéos, et les citations de l'auteur et de ses livres.	1	Troisième personne	2011	2021	41 602 676	https://www.alain-michel.com/

N°21 Les sentiers du Dernier Espoir	Bernik, Jean	1	17	Actualité (0,53%)	Représentation de l'auteur (7,58%)	Biographie (7,15%)	Mentions ligées (0,09%)	Pour du site (0,06%)	Réseaux sociaux (0,09%)	Site d'éditeur - Dargaud	Duriance promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	6/11/2018	2022	33 150 420	https://www.dargaud.com/actualites/bernik-jean
	Jean Van Hemme																		
		1	18	Espace d'échange (1,07%)	Biographie (5,78%)	L'œuvre (1,38%)	Réseaux sociaux (0,08%)	Mentions ligées (0,03%)	Mentions ligées (0,03%)	Site d'éditeur - Babelio	Duriance commerciale	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	Babelio 2007	Babelio 2022	48 960 072	https://www.babelio.com/actualites/jean-van-hemme
		1	10	Biographie (3,58%)	L'œuvre (9,61%)	Pour du site (0,02%)	Espace d'échange (0,03%)	Langues alternatives (0,03%)	Représentation de l'auteur (0,04%)	Site participatif - Wikipedia	Duriance commerciale et promotionnelle	La biographie est centrée et sa communication est commerciale, contribuant à sa visibilité.	13	1	Houltiers personne	WML 03/03/2003	WML 28/08/2022	47 119 794	https://wikimedia.org/wiki/Jeany_Van_Hemme
		1	12	L'œuvre (20,07%)	Biographie (6,07%)	Pour du site (1,87%)	Espace d'échange (0,03%)	Actualité (0,03%)	Réseaux sociaux (0,13%)	Site participatif - un site de d'actualité sur la bande dessinée (qui recense les fonctions d'annuaire et de promotion d'un logiciel)	Duriance commerciale et promotionnelle	La biographie est centrée et sa communication est commerciale, contribuant à sa visibilité.	1	1	Houltiers personne	Boutiqueque 1998	Boutiqueque 2022	20 379 642	https://www.boutiqueque.com/actualites/jeany-van-hemme
	Edgar Pierre Jacobs	1	17	Biographie (0,76%)	Actualité (7,82%)	L'œuvre (6,71%)	Mentions ligées (0,03%)	Pour du site (0,05%)	Espace d'échange (0,07%)	Dargaud	Duriance promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	11/05/2000	2022	35 487 769	https://www.dargaud.com/actualites/edgar-pierre-jacobs
	Van Dongen Pieter	1	18	Représentation de l'auteur (7,87%)	Actualité (0,68%)	L'œuvre (6,68%)	Mentions ligées (0,03%)	Pour du site (0,06%)	Espace d'échange (0,09%)	Site d'éditeur - Dargaud	Duriance promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	16/11/2018	2021	30 992 445	https://www.dargaud.com/actualites/van-dongen-pieter
N°22 Les Méditerranéens	Melissa Du Costa	1	16	L'œuvre (33,79%)	Actualité (10,25%)	Représentation de l'auteur (1,55%)	Espace d'échange (0,01%)	Mentions ligées (0,03%)	Espace d'échange (0,17%)	Site d'éditeur - Albin Michel	Duriance commerciale et promotionnelle	La biographie est centrée et sa communication est commerciale, contribuant à sa visibilité.	1	1	Houltiers personne	2019	2022	42 704 001	https://www.albin-michel.com/actualites/melissa-du-costa
N°23 Murdo Tourné	Maurice Schenno	1	11	Biographie (32,29%)	L'œuvre (0,52%)	Pour du site (0,66%)	Espace d'échange (0,03%)	Mentions ligées (0,04%)	Pour du site (0,66%)	Site participatif - Wikipedia	Duriance commerciale et promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	53	1	Houltiers personne	27/04/2005	08/06/2022	31 041 300	https://wikimedia.org/wiki/Murdo_Tourné
N°24 Rabenwiler Tourné	Mont Choulet	1	13	L'œuvre (15,08%)	Pour du site (0,43%)	Biographie (2,33%)	Mentions ligées (0,18%)	Actualité (0,25%)	Newsletter (0,24%)	Site d'éditeur - La Découverte	Duriance commerciale et promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	2012	2021	12 303 554	https://www.ladecouverte.com/actualites/mont-choulet
N°25 Lani	Alexis MICHAUX	5	14	Représentation de l'auteur (12,57%)	Biographie (10,48%)	Espace d'échange (0,52%)	Actualité (0,03%)	Langues alternatives (0,08%)	Mentions ligées (0,16%)	Site personnel	Duriance promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	2	1	Houltiers personne	2009	2022	10 348 103	https://www.alexismichaux.com/actualites/alexismichaux
N°26 Du va déjaque l'italie, gouverneur meto-verso	Stéphane Schier	1	5	Réseaux sociaux (0,28%)	Biographie (32,29%)	Pour du site (1,87%)	Mentions ligées (0,09%)	Représentation de l'auteur (0,49%)	Pai assez de catégories (Réseaux sociaux, LinkedIn)	Site personnel	Duriance commerciale et promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	2017	2022	21 162 564	https://www.linkedin.com/company/stephane-schier
	Alessandra Parini	1	7	Biographie (10,28%)	L'œuvre (9,85%)	Newsletter (2,65%)	Espace d'échange (0,06%)	Mentions ligées (0,06%)	Actualité (0,06%)	Site d'éditeur - Les éditions de l'Écluse	Duriance commerciale et promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	2019	2022	14 379 321	https://www.editions.com/actualites/alessandra-parini
	Francis Flaga Claudy	1	9	Biographie (0,457%)	L'œuvre (7,48%)	Pour du site (0,71%)	Espace d'échange (0,05%)	Représentation de l'auteur (7,48%)	Mentions ligées (1,45%)	Site participatif - Wikipedia	Duriance commerciale et promotionnelle	La biographie est centrée et sa communication est commerciale, contribuant à sa visibilité.	1	1	Houltiers personne	06/03/2011	12/09/2022	20 104 227	https://wikimedia.org/wiki/Francis_Flaga_Claudy
	Ilma Barvetti	4	8	Biographie (0,457%)	Actualité (53%)	Représentation de l'auteur (2,45%)	Espace d'échange (0,08%)	L'œuvre (0,08%)	Pour du site (0,43%)	Site personnel	Duriance commerciale et promotionnelle	L'auteur est au premier plan de la promotion par la mise en avant de son image, sa biographie et de son actualité.	1	1	Houltiers personne	2016	2022	15 699 469	https://www.ilmabarvetti.com/actualites/ilmabarvetti

N°27 Bachelard Tome 6 Alcan, tout première partie	Juan Diaz Cereales	1	10	Biographie (0,54%)	L'œuvre (1,47%)	Parti du site (0,47%)	Mémoires ligues (0,2%)	Actualité (0,2%)	Niveau sociaux (1,96%)	Site d'éditeur - Norma Editorial	Dominance proportionnelle	Propositor des œuvres et de particulièrement particulièrement	1	Totalement personne	2011	2016	13 996 225	https://www.internationale.co... Bach
	Juanjo Quintero																	
		1	13	Biographie (0,99%)	L'œuvre (0,74%)	Actualité (0,35%)	Mémoires ligues (0,04%)	Niveau sociaux (0,24%)	Parti du site (0,04%)	Site participatif - Bachato	Dominance concurrentielle	L'espèce d'échec et de dominant	1	Totalement personne	Bachato : 2007	Bachato : 2002	31 376 674	https://www.bachato.com/ Quintero2023
		1	10	Biographie (0,35%)	L'œuvre (12,25%)	Parti du site (4,59%)	Espace d'échec (0,04%)	Langues alternatives (0,04%)	Mémoires ligues (1,18%)	Site participatif - Miguelito	Dominance concurrentielle	L'espèce d'échec et de dominant	10	Totalement personne	WMC : 1804/2005, WMC : 13/05/2022	WMC : 13/05/2022	24 917 019	https://wmc.org/ WMC/Lauro Quintero
		1	12	L'œuvre (19,68%)	Biographie (10,43%)	Parti du site (2,37%)	Actualité (0,04%)	Espace d'échec (0,09%)	Mémoires ligues (0,09%)	Site de l'actualité et de l'actualité logique pour la future	Dominance proportionnelle	Propositor des œuvres et de particulièrement particulièrement	1	Totalement personne	Bachatoque : 1998	Bachatoque : 2022	22 397 065	https://bachatoque.com/ Bachato-544-320
N°28 Et que ne durant que les moments de la vie	Virginia Grimaldi	13	7	L'œuvre (60,74%)	Actualité (13,46%)	Biographie (4,87%)	Niveau sociaux (0,07%)	Représentation de l'œuvre (4,56%)	Parti du site (0,07%)	Site personnel	Dominance proportionnelle	Propositor des œuvres et de particulièrement particulièrement	1	Totalement personne	2017	2022	25 310 073	https://virginia-grimaldi.com/ Bachato
N°29 La technique d'écriture	Heather Morris	28	15	L'œuvre (06,81%)	Biographie (4,23%)	Actualité (0,58%)	Mémoires ligues (1,18%)	Parti du site (0,04%)	Niveau sociaux (0,07%)	Site personnel	Dominance proportionnelle	Propositor des œuvres et de particulièrement particulièrement	1	Première personne	10/10/2019	18/05/2022	38 174 400	https://heather-morris.com/ Bachato
	Jacqueline Basse																	
		1	9	L'œuvre (7,13%)	Parti du site (0,79%)	Niveau sociaux (0,24%)	Newsletter (0,08%)	Espace d'échec (0,24%)	Mémoires ligues (0,24%)	Site de l'éditeur - L'œuvre	Dominance proportionnelle	Propositor des œuvres et de particulièrement particulièrement	1	Absence de personne	Lebac : 2018	Lebac : 2022	8 668 250	https://lebac.com/ Bachato
		1	10	L'œuvre (13,85%)	Biographie (0,81%)	Espace d'échec (0,17%)	Actualité (0,1%)	Niveau sociaux (0,11%)	Newsletter (0,21%)	Site de l'Association et de l'Association de Bachato	Dominance proportionnelle	Lebac : 2018	1	Absence de personne	ALIF : 2019	ALIF : 2021	12 153 980	https://alif.com/ Bachato
N°30 Il était deux fois	Francis Thilliez	1	3	Mémoires ligues (0,05%)	Parti du site (0,73%)	Biographie (0,36%)	Parti du site de catégorie	Parti du site de catégorie	Parti du site de catégorie	Site personnel	Activité	Lebac : 2018	1	Absence de personne	2012	Prochain	5 297 662	https://francis-thilliez.com/ Bachato