

Extrait du Internet : Culture et Communication

<http://filipe.f.ferreira.free.fr/dlst>

Le blogging "un phénomène de masse"

- DLST Mag' - Mon blog a du succès -

Date de mise en ligne : mardi 8 avril 2008

Internet : Culture et Communication

Le blog est actuellement un des phénomènes le plus important et répandu du monde du NET apparu pour la première fois en 1995. En effet le premier blog est apparu sous la forme d'un journal en ligne en 1995 et ça ne sera qu'en 2001 que les vrais blogs prendront vie. De ce fait, le phénomène ne désemplit pas, puisque on compte en moyenne 1,4 blogs toutes les secondes. Le nombre de blogs dans le monde est évalué à 70 millions.

Mais la question est "A quoi distingue t-on un blog des autres sites ?"

Le blog se distingue des autres sites par diverses caractéristiques : principalement par leur caractère personnel où chaque blogueur est libre de choisir son propre choix éditorial. Faire un choix éditorial c'est choisir un angle, un point de vue particulier pour évoquer un sujet (cf article de Pauline Campagne sur les différents blogs), ce qui permet par ailleurs de déterminer la crédibilité d'un blog. De plus, les blogs doivent avoir des mises à jours fréquentes et rapides du contenu (articles, photos, sons), une liberté de ton autrement dit la possibilité d'y déposer des commentaires sur les différents articles et une mise en ligne de contenu sans compétence technique. Le blog est en effet un site d'échange, plus précisément un "forum d'échange" où libres sont ceux qui veulent discuter autour d'un même thème. Les visiteurs ont ainsi la possibilité de poster un ou plusieurs commentaires autour desquels les autres internautes pourront venir discuter.

Le blogging, « un phénomène de masse ». Au fil des années, le blog a pris une proportion trop importante pour pouvoir le considérer comme un simple phénomène de mode, de passage. On peut plutôt le juger comme un phénomène de masse, ayant pris une telle ampleur qu'il est impossible d'individualiser chaque blogueur. Cet ensemble est appelé « blogosphère ». La folie du blog est née de plusieurs facteurs. Le blog rassemble... Chaque internaute s'identifie à un blog soit pour son vécu, ses expériences, ou encore ses opinions politiques & Ce sont ces qualités de réactivité et d'interactivité qui permet au blog d'être intégré comme un phénomène de masse certes mais aussi comme un phénomène de société. En clair, le blog est un puissant outil de communication facilement utilisable. Faire un blog est en effet beaucoup plus simple et rapide que de créer un site WEB. Effectivement la simplicité d'édition d'un blog est un élément fondamental. Le blog existe sous différentes formes : sous la forme de journal intime <http://anaisnin.blogspot.com/>, le photo blog qui ressemble à une galerie de photo, le blog de journaliste, le blog d'hommes politiques <http://www.al1jup.com/>, le blog d'actualité, le blog CV, le blog d'entreprise, le carnet de voyage <http://www.carnet-de-voyage.org/blog/>. C'est à partir de ces multiples facettes que le blog intervient comme une véritable machine à communiquer, polémiquer, échanger, informer sur un sujet choisi : léger, scientifique, intéressant ou pas. Par exemple, les blogs politiques sont une façon pour les politiciens de s'intégrer aussi à ce phénomène et de permettre aux internautes de s'identifier plus facilement. De même pour les blogs contestataires permettant d'afficher facilement et librement l'opinion du blogueur tout en pouvant communiquer avec les internautes <http://carfree.free.fr/>.

Le blog reste un des phénomènes le plus répandu du NET. Ainsi pouvoir en créer un est une chose... FACILE !!! Mais le rendre populaire en est une autre... beaucoup plus compliquée. (Ce sujet est parfaitement expliqué dans l'article "Mon blog à du succès et pourquoi ?" de Pauline Campagne). Mais résumons dans l'ensemble les facteurs clés qui pourront faire de votre blog "un blog à succès." Avoir *un ton personnel* est un élément très important. En effet, un blog est avant tout un média d'expression personnel écrit à la première personne (je ou nous). Par ailleurs ce ton va permettre à l'internaute de pouvoir s'identifier au blogueur. Mais pouvoir parler à la première personne implique le fait d'être sûr de son contenu. En clair le texte du blog doit être *sincère et honnête*. Le mensonge sera très facilement démasqué par les visiteurs et impliquera des conséquences lourdes. Prenons exemple de l'ancien blog "le journal de ma peau" lancé par vichy à l'occasion de la sortie de leur nouveau produit "Peel Microabrasion". Ce blog se révèle être le journal de bord de Claire qui quotidiennement fait état de sa peau en décrivant son expérience du produit, durant les 21 jours que dure le traitement. Et ce blog s'est finalement révélé être qu'un blog purement marketing...en effet, triste vérité, Claire, testeuse de produits vichy, n'existe malheureusement pas !! Autre élément très essentiel pour la réussite d'un blog "*le style*". En effet, préférez les phrases courtes et centrées sur un

Le blogging "un phénomène de masse"

sujet pour limiter des commentaires trop virulents. Suscitez l'intérêt du lecteur et son avis sur le sujet en terminant l'article par une phrase comme "Qu'en pensez-vous ?" . Ainsi ces derniers se sentiront plus impliqués et laisseront facilement des commentaires. Eh oui !! Les bons blogs se distinguent des autres blogs par le nombre important de commentaires, signes d'intérêt des internautes. De plus, leur répondre montrera votre présence et les lecteurs apprécieront que leurs commentaires soient lus. Et enfin, *une mise à jour régulière du contenu*. Le blog est en effet un site d'échange continu...



Exemple d'une page d'accueil d'un site créateur de blog.

(<http://www.flickr.com/photos/94261979@N00/58717237/sizes/o>)

Le blog est incontestablement un phénomène qui n'est pas prêt de disparaître. Le blog est créé pour plusieurs raisons. Certaines personnes bloguent pour exprimer ce qu'ils ressentent sous la forme d'un journal intime, pour faire partager leur expérience aux travers de photos ou encore même par mimétisme. Mais ces raisons faiblissent la crédibilité du blog...

Le blog ne deviendrez t-il pas qu'un moyen de parler de ses sentiments et non un moyen d'information et d'échange ?

Sources :

http://webmsi.free.fr/Web-0601-GR6/lhistoire_du_blog.htm <http://www.debastoba.com/?entry=447-2007-08-23-Echec-d-un-blog-marketing> <http://www.sifry.com/alerts/archives/000493.html>

[Lisez l'interview de Filipe Ferreira](#)