

Blog

Un article de Wikipédia, l'encyclopédie libre.

[Sauter à la navigation](#) [Sauter à la recherche](#)

Ne doit pas être confondu avec [Blob](#).

Un **blog**, [anglicisme](#) pouvant être francisé en **blogue**^[1] et parfois appelé **cybercarnet**^[2] ou **bloc-notes**, est un type de [site web](#) « ou une partie d'un site web » utilisé pour la [publication](#) périodique et régulière d'articles personnels, généralement succincts, rendant compte d'une actualité autour d'un sujet donné ou d'une profession. À la manière d'un [journal intime](#), ces articles ou « billets » sont typiquement datés, signés et se succèdent dans un ordre antichronologique, c'est-à-dire du plus récent au plus ancien.

Au printemps 2011, on décomptait au moins 156 millions de blogs et pas moins d'un million de nouveaux articles de blog publiés chaque jour^[3]. On recensait, en 2012, 31 millions de blogs aux États-Unis^[4] alors que dans le monde on estime à 3 millions le nombre de blogs qui naissent chaque mois^[5]. Toutefois, le nombre de blogs inactifs demeure élevé. Rares sont en effet ceux qui affichent une grande longévité et la majorité d'entre eux est abandonnée par leurs auteurs^[6].

Un *blogueur* a aujourd'hui loisir de mélanger textes, [hypertextes](#) et éléments [multimédias](#) (image, son, vidéo, applet) dans ses billets ; il peut aussi répondre aux questions des éventuels lecteurs-souscripteurs (littéralement, « écrivant dessous »), car chaque visiteur d'un blog peut laisser des commentaires sur le blog lui-même, ou bien contacter le blogueur par [courriel électronique](#)^[7].

Sommaire

- 1 [Étymologie](#)
 - 1.1 [Formes francisées](#)
- 2 [Présentation et variété de la blogosphère](#)
 - 2.1 [Identité dans les blogs](#)
- 3 [Création du blog](#)
 - 3.1 [Conception matérielle du blog](#)
 - 3.2 [Mise en ligne du blog](#)
- 4 [Format](#)
 - 4.1 [Format commun à la plupart des blogs](#)
 - 4.2 [Gestion des commentaires](#)
 - 4.3 [Gestion des liens](#)
 - 4.4 [Addendum](#)
- 5 [Domaines d'utilisation](#)
 - 5.1 [Blogs d'entreprise](#)
 - 5.2 [Blog pédagogique](#)
 - 5.3 [Blog de connaissance](#)
 - 5.4 [Blogs d'objectifs personnels](#)
 - 5.5 [Blog de guerre, ou Warblog](#)
 - 5.6 [Blogs littéraires](#)
- 6 [Historique](#)
- 7 [Aspects sociaux](#)

- [8 Marché de la gestion de blogs](#)
- [9 Notes et références](#)
- [10 Voir aussi](#)
 - [10.1 Bibliographie](#)
 - [10.2 Articles connexes](#)
 - [10.2.1 Terminologie des blogs](#)
 - [10.3 Liens externes](#)

Étymologie[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Blog est issu de l'[aphorisme](#) d'un mot composé, né de la [contraction](#) de « *Web log* » ; en anglais, *log* peut signifier registre ou journal. La francophonie tente de trouver des équivalences ou des alternatives à cet anglicisme, bien que le [franglais](#) soit fréquent sur la Toile, notamment parmi ses techniciens, qui rendent souvent compte de la nouveauté par le biais d'[anglicismes](#) et de [néologismes](#).

Un **blogueur** ou une **blogueuse** (en [anglais](#) : *blogger*) est l'individu qui a l'habitude de **bloguer** : il écrit et publie les billets, sans entrer dans la composition de tous les commentaires qui y sont associés. La [blogosphère](#) est l'ensemble des blogs. Parfois, par [métonymie](#), on désigne l'ensemble des blogs d'une communauté précise : la « blogosphère homosexuelle », la « blogosphère des standards [Web](#) », etc.^[réf. nécessaire]

Formes francises[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

L'utilisation de la graphie identique à la forme anglaise *blog*, est la plus répandue, si bien qu'elle figure dans les éditions 2006 des dictionnaires [Le Petit Larousse](#) et [Le Robert](#)^[Lequel ?].

L'[Office québécois de la langue française](#) (OQLF) soutient la forme graphique francise **blogue** ou le néologisme **cybercarnet** ^[8]. La [lexicalisation](#) en **blogue** permet, selon l'[OQLF](#), d'adapter l'anglicisme aux structures morphologiques et orthographiques du français puisque le suffixe *-og* n'est pas opérant en français (il faudrait prononcer [blo], un *g* final n'étant jamais prononcé). Cette lexicalisation permet aussi de créer les dérivations « bloguer, blogueur, bloguesque », etc., d'éviter la confusion « blogueur » ↔ « blogger », et semble être adoptée progressivement par toutes les communautés. Toutefois, les formes dérivées sont également largement utilisées par ceux qui conservent la graphie « blog ». Le synonyme **cybercarnet** offre les mêmes possibilités de dérivations tels cybercarneteur, cybercarnetage, cybercarnétoosphère, etc.

En France, en septembre 2014, la [Commission générale de terminologie et de néologie](#) adopte le terme **blogue** comme au Québec. De 2005 à 2014, elle avait choisi le mot **bloc-notes**^[9], ce qui rendait son utilisation obligatoire pour les administrations et services de l'État français. Ce mot entraînait en conflit avec la traduction des mots *notepad* et *notebook* déjà utilisés par ailleurs en informatique. De plus, il n'autorisait pas de dérivés évidents comme « blogosphère ».

Par ailleurs, d'autres traductions ont émergé à l'époque et l'ont rejoint au sein de communautés de blogueurs, sans connaître pour l'instant un grand succès :

- *Journal Web*, *webjournal* ou *joueb*, qui ne distinguent pas le journaliste du blogueur, à tort selon la majorité des blogueurs.
- *Journal extime* n'est pas issu du Web, mais emprunte à l'écrivain [Michel Tournier](#). Il désigne

Étymologiquement un journal intime public. Ce terme désigne en fait plutôt un usage possible pour un blog (présenter sa propre vie), le blog étant un média possible pour cet usage. Il existe des blogs à usages très différents (par exemple d'analyse de l'actualité).

Quelques juristes blogueurs ont proposé *bloig* (mélange des mots « blog » et « loi ») comme traduction de l'anglais *blawg* (formé sur les mots « blog » et « law », ce dernier signifiant « loi »). La sonorité étant changée par le composé de ce nouveau mot, « blogue juridique » est proposé par l'OQLF.

Présentation et variantes de la blogosphère[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Le terme *blog* recouvre beaucoup de notions : les œuvres d'un [dessinateur](#), les nouvelles activités d'une [association](#), un [journal intime](#) anonyme, des poèmes, l'opinion d'une [journaliste](#), le carnet de bord d'un [photographe](#), des satires d'hommes politiques, les vidéos d'une classe de collège, un [roman](#) en construction, les anecdotes quotidiennes d'une mère de famille... La liste est sans fin et surprend par sa diversité. Tout un vocabulaire désigne ses différentes utilisations : *vlog*, ou *vidéoblog*, (blog vidéo), *bdblog* ou *webcomic* (blog BD), *photoblog* (blog photo), *audioblog* (blog audio)...

Le concept *blog* est assez englobant pour autoriser toutes ces acceptions. Le phénomène ne connaît son succès grâce à la facilité de publication proposée par des logiciels automatisés de publication, la liberté éditoriale (il n'y a généralement pas de contrôleleur chargé avant publication de la relecture d'un billet) et la grande capacité d'interaction en temps réel avec le lectorat (via les commentaires et le courrier électronique).

Quelques blogueurs donnent une régularité à leur blog en écrivant précisément tous les jours, toutes les semaines, tous les mois... Lecteurs et auteurs entretiennent *de facto* un contrat comme au sein du [pacte autobiographique](#) : tout est-il vrai ? Quels sujets aborder ? À quelle fréquence ? Sous quel angle ? Cependant, plusieurs choses distinguent l'écriture du blog d'un [pacte autobiographique](#). D'une part, les lecteurs peuvent généralement commenter immédiatement le contenu d'un blog, au vu et au su de tous. Par ailleurs, le nombre de lecteurs d'un blog varie bien plus rapidement que le nombre de lecteurs d'un livre. En effet, par la nature des flux et des échanges sur la Toile, un blog peut devenir populaire au sein de la communauté à laquelle il appartient en très peu de temps. Cette variabilité influe parfois sur l'auteur en le poussant par exemple à écrire autour d'un [buzz](#). Cependant, certains blogueurs se sont constitués une audience fidèle relativement nombreuse : ils sont alors affublés du titre informel de « [blogueur influent](#) ».

Il est probable que de nombreux blogs totalement privés (protégés par mot de passe) soient présents sur la Toile ; il est difficile d'en estimer le nombre.

Le vocabulaire intuitif potentiel est vaste et participe à l'engouement autour du phénomène : blogage, blogable, blogitude, [moblog](#), blogiciel, audioblog, vidéoblog, photoblog, blogogéoisie ou *blogéoisie* (terme désignant les blogueurs dont les sites sont très visités), bloguien, carnetier/carnetière, carnetier (le verbe), carneticiel, carnetable, carnetage, carnetodépendance, carnetosphère, audiocarnet, vidéocarnet, photocarnet, carnetiquette, [blook](#) (blouquin), etc.

Identité dans les blogs[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Bien que la plupart des blogueurs hésitent à donner une définition claire de leurs intentions, les blogs servent principalement à l'[auto-représentation](#), se formant alors autour des [affects](#) et des idées propres à leur(s) auteur(s). Utiliser un blog représente en effet un moyen de définir son [identité](#), particulièrement une [identité en ligne](#). C'est pour cette raison que la presse et l'opinion populaires sont parfois amenées à fustiger ce qu'elles considèrent comme l'égoïsme des blogs.

Toutefois, l'utilisation des blogs pour interagir avec autrui peut aussi constituer un moyen d'explorer sa propre identité^[10].

Création du blog[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Conception matérielle du blog[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Le blog est généralement créé par le blogueur lui-même. La conception peut se faire grâce à une plateforme d'[autopublication](#) et d'hébergement des blogs, gratuitement ou non, ou bien à partir d'un logiciel de publication. Dans ce cas, les utilisateurs peuvent avoir recours à des systèmes de publication assistée par ordinateur ([PAO](#)) ou bien à des [plateformes d'éditorialisation](#) spécialisées. La conception du blog peut aussi se faire indirectement par le blogueur, par l'intermédiaire d'un tiers avec lequel il est lié par contrat (ex : contrat de travail, de stage, contrat de prestation de service).

Mise en ligne du blog[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Pour que les internautes puissent consulter le blog, celui-ci doit être hébergé. L'hébergement peut se faire directement sur l'ordinateur de l'éditeur ou, plus souvent, auprès d'un fournisseur d'hébergement. Une adresse e-mail doit ensuite être déterminée. Elle ne doit pas porter atteinte aux droits de la personnalité et plus particulièrement au nom de famille, au droit sur les signes distinctifs, au droit d'auteur et à l'ordre public. Du fait de cette mise en ligne, le blogueur requiert la qualification d'[éditeur](#) de services de communication au public en ligne.

Format[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Les blogs peuvent adopter des formats bien différents, mais les principaux outils décrits dans ce paragraphe (outils que l'on retrouve sur la plupart des plates-formes de publication de blogs) ne peuvent être codés à la main dans un [langage de balisage](#) comme [HTML](#) sous peine de devoir affronter des tâches laborieuses et répétitives ; c'est pourquoi l'on utilise bien souvent un [système de gestion de contenu](#) qui permet d'automatiser la mise en page du site.

Ce logiciel spécialisé met en forme le texte et les illustrations sous la direction du blogueur, il construit des [archives](#) automatiquement, il offre des moyens de recherche au sein de l'ensemble des billets et enfin gère les commentaires des internautes lecteurs. Ces outils permettent ainsi à chacun de publier du contenu, sans connaissances techniques préalables relatives à la conception de sites sur l'Internet. Cette facilité d'utilisation a grandement contribué à l'explosion de l'utilisation des blogs depuis quelques années.

Les blogs sont en fait majoritairement créés grâce à des systèmes de gestion de contenu [hébergés](#) et administrés par des entreprises dont les [services](#) très populaires allègent considérablement les étapes techniques relatives à la [conception de sites Web](#).

Format commun À la plupart des blogs[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Chaque billet est daté et entre donc dans une suite chronologique. Cependant, sur la [page d'accueil](#), la séquence de ces billets est souvent présentée de façon *anti*chronologique (les plus récents en premier).

En effet, un blog étant perpétuellement en cours d'écriture, la page d'accueil doit refléter les changements les plus récents ; l'auteur tend à s'adresser à un public qu'il imagine relativement fidèle. Après publication, les billets ne sont habituellement pas modifiés. En cas de besoin, l'auteur publie de préférence un addendum intitulé « mise à jour ». De plus, les mêmes fonctionnalités reviennent souvent, car elles sont bien adaptées à une lecture à partir d'un [navigateur](#). Par conséquent, cette présentation uniforme réduit les possibilités créatives dans la conception des blogs.

Depuis les années 2000, le phénomène de blog a évolué grâce aux améliorations techniques et matérielles de l'informatique et propose de publier toutes sortes de documents multimédias : [images](#), mais surtout sons et vidéos, notamment par l'attrait de [services](#) d'hébergement (en particulier [YouTube](#), et [Dailymotion](#) c'est à dire français), ce qui enrichit sensiblement la lecture ou devient le format privilégié du blog : voir [photoblog](#) et [vidéoblog](#).

Gestion des commentaires[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Un blogueur autorise souvent ses utilisateurs à laisser des commentaires, même les plus critiques, suivant un [formulaire](#) Web automatisé. Cependant, le blogueur est, selon la législation française, légalement responsable de ce qui est affiché sur son site^[11] et doit donc, dès qu'il a connaissance de commentaires non conformes à la législation, supprimer les commentaires en question.

Tout blogueur peut également choisir de censurer *a priori* les commentaires en publiant lui-même ceux qu'il juge valides ou de censurer totalement tout commentaire (sur un billet ou sur le blog entier). Ce type de solution radicale est essentiellement adopté à la suite de trop nombreux [trolls](#) ou des [spam](#). Bien souvent, il est également possible de bloquer temporairement l'ajout de nouveaux commentaires, par exemple si l'auteur du blog n'a pas la possibilité de les modifier pendant quelques jours.

De plus en plus de blogs deviennent le centre d'échanges approfondis au sujet duquel se passionnent auteurs et lecteurs (notamment au sujet de l'actualité ou du Web). Certains blogueurs accordent une place prépondérante aux commentaires laissés sur leur blog, qu'ils considèrent comme la raison d'existence de leurs écrits. Chaque billet revient alors à un nouvel espace public : le blog se transforme en une sorte de [forum](#) et peut même recueillir une suite de commentaires sans queue ni tête, l'anonymat aidant au *blogosquat*, c'est-à-dire à un bavardage qui s'entretient tout seul, sans rapport avec le billet d'origine.

Les blogs sont souvent centrés sur la publication d'opinions. Pour cette raison, il s'agit de l'instrument préféré de beaucoup de journalistes ou d'hommes politiques. Sur ce plan, c'est un intermédiaire entre la page personnelle (l'auteur parle et personne ne répond) et le forum de discussion (tout le monde parle à égalité).

Gestion des liens[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Les blogs s'accompagnent souvent d'un système avancé de gestion des [hyperliens](#). Chaque billet

s'accompagne d'un lien propre et statique (appelé « [permalien](#) »).

Le [blogroll \(es\)](#) (parfois traduit « blogoliste » ou « d'officeur ») est l'ensemble des liens vers d'autres blogs présentés par un blogueur sur son carnet Web, souvent présent sur une page d'accueil ou sous forme de menu latéral sur la page principale. Avec les techniques de [syndication de contenu](#), telles que [RSS](#) ou [Atom](#), il est possible d'inclure directement certains billets sur son propre blog [\[réf. souhaitée\]](#).

Pour illustrer ce qu'est un [rétrolien](#), imaginons qu'Alice et Bob, personnages fictifs, possèdent un blog. Il arrive que Bob écrive des billets intéressants sur son blog et qu'Alice désire y répondre sur le sien. Dans ce cas, Alice peut, lorsqu'elle publie sa réponse, envoyer au blog de Bob un signal (en anglais *pingback*), qui déclenche l'apparition automatique sur le billet de Bob d'un rétrolien, c'est-à-dire d'un lien avertissant qu'Alice a publié un billet relatif au billet du blog de Bob. Ainsi, Bob (et les lecteurs de son blog) sont informés de la réaction d'Alice par un court extrait de son billet de réponse et sont libres d'aller le lire. Ce système est quasi-[standardisé](#) [\[réf. souhaitée\]](#).

Addendum[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

D'autre part, un fil [RSS](#) ou [Atom](#) (appelé aussi « fil de nouvelles ») rassemblant tout ou partie des derniers billets ou commentaires parus est mis à disposition des visiteurs, de façon à leur permettre de tenir à jour leur lecture de manière rapide au moyen d'un logiciel appelé [agrégateur](#).

Au sein de sa diversité, la blogosphère est composée de communautés de blogs qui réunissent des individus aux mêmes tendances politiques ou aux mêmes passions. Ces communautés de blogs se lient entre elles grâce à des liens [hypertextes](#). Une communauté peut décider de publier tous les billets concernant un sujet donné sur un site appelé Planet.

Le plus souvent, un blog permet d'afficher les billets selon une structure diffuse : par thèmes, par mois ou encore en permettant au lecteur d'effectuer une recherche avec un [moteur de recherche](#).

Enfin, beaucoup d'auteurs de blogs accordent une grande importance à la présentation de leur blog et certains en modifient la présentation graphique régulièrement ou en proposent plusieurs au choix (on parle de thèmes, d'habillages, de gabarits).

La frontière entre *blogs* et *mailing lists* est floue, au point de confondre [liste de diffusion](#) et blog au sein de l'interface [Gmane](#). Toutefois, tout le monde n'est pas d'accord sur ce point [\[réf. souhaitée\]](#).

Domaines d'utilisation[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Blogs d'entreprise[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Article détaillé : [Blog d'entreprise](#).

Certaines entreprises mettent en place des « blogs d'entreprise » publics ou à usage interne^[12]. Même si, généralement, les entreprises disposent déjà d'un site Web, le blog d'entreprise permet une communication moins officielle, plus active et permettant une interactivité en temps réel.

Les blogs publics permettent de communiquer directement et rapidement avec la clientèle. Un prestataire de services peut par exemple publier immédiatement un article pour informer sa clientèle en cas de problème technique. Les clients peuvent agir en ligne et éviter ainsi, par exemple, une surcharge du

standard téléphonique.

Les blogs d'entreprise à usage interne sont réservés à la communication interne et permettent, grâce aux actions aux articles, de mesurer le « climat social » d'une entreprise. Le blog d'entreprise permet également de faciliter les échanges entre les collaborateurs d'une entreprise.

Blog pédagogique[\[modifier\]](#) | [\[modifier le code\]](#)

Espace numérique prôné, mais paramétrable, souple, léger, gratuit, nomade et simple d'utilisation, il se caractérise par la mise à disposition des utilisateurs des fonctionnalités multimodales (texte, image, son et vidéo).

Le blog utilisé à des fins pédagogiques permet de développer des pratiques collaboratives et de coconstruction à l'intérieur d'espaces éducatifs toujours plus vastes. Il inscrit le travail des enseignants et des apprenants dans une logique possible de conception, de développement et de collaboration dans et hors la classe. Dans cette optique, la circulation de l'information doit être pensée et organisée en interne et en externe :

- En interne, par une circulation hypertextuelle (liens, nuage de mots clés) ;
- En externe, par la gestion des flux RSS, de listes de diffusion et par liens hypertextes [\[récup. souhaitée\]](#).

L'information peut être distribuée en interne en attribuant des rôles aux membres (gestionnaire, auteur, contributeur, lecteur) et en externe par la possibilité de dépôts de commentaires.

En la différence des environnements numériques prescrits (type ENT), le blog peut se définir comme un environnement numérique choisi. Les compétences s'exercent librement à l'intérieur du cadre légal contraint du statut d'enseignant.

Blog de connaissance[\[modifier\]](#) | [\[modifier le code\]](#)

Intermédiaire entre le blog d'entreprise et le blog pédagogique, le blog de connaissance permet à un individu ou à une organisation de publier des connaissances structurées, dans le cadre d'un processus de synthèse cognitive contrainte *a priori*.

Outil émergent de [gestion des connaissances](#) et de mémoire projet, il permet notamment à une équipe projet et/ou une communauté maître, sous la direction d'un modérateur éditorial à l'élaboration consensuelle des connaissances publiques ou privées à organiser en articles éditoriaux d'une compétence maître partagée.

Les articles du blog de connaissance peuvent ensuite enrichir un site classique (commercial, éditorial ou de culture générale, notamment).

Blogs d'objectifs personnels[\[modifier\]](#) | [\[modifier le code\]](#)

Une nouvelle tendance est l'apparition de blog d'objectifs personnels. Le blog est lancé en vue de l'atteinte d'un objectif à long ou moyen terme, et les articles relatent l'avancement vers cet objectif. Ce qui est intéressant dans ce cas, c'est que le rôle est la matérialisation même de cet objectif et devient un outil de [développement personnel](#) performatif. Quelques blogueurs célèbres l'utilisent sur des thématiques telles que les nouvelles technologies, le développement personnel ou l'enrichissement.

Blog de guerre, ou Warblog[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

La notoriété des blogs a notamment été impulsée par les journalistes incorporés dans l'armée des États-Unis, puis par des militaires américains lors de la seconde [guerre du Golfe](#) en mars 2003. Ces blogs de guerre (*warblogs*) donnaient l'impression d'une liberté de ton et d'émancipation par rapport aux contraintes éditoriales ou professionnelles. Le blog de guerre est devenu rapidement un symbole. Notons également que des civils irakiens tenaient aussi des blogs très suivis à l'instar de celui de [Salam Pax](#), dont certains extraits ont été reproduits dans *The Guardian*.

Blogs littéraires[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Les blogs se présentent comme une nouvelle structure éditoriale dans la mesure où l'auteur littéraire peut lui-même publier ses textes en ligne, ce qui implique la disparition d'un intermédiaire (l'éditeur) entre les textes littéraires d'un auteur et ses lecteurs. Il est de plus en plus populaire pour les écrivains d'investir l'espace numérique avec leur œuvre, on peut notamment penser à [François Bon](#), [Anne Archet](#), [Pierre Maillard](#). Plusieurs chercheurs proposent des réflexions sur le blog comme nouveau genre littéraire en soi, un nouvel espace littéraire de production, de diffusion et de circulation. ^[13]

Historique[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Les blogs sont apparus assez tôt ^[Quand ?], mais n'ont vraiment pris de l'ampleur que récemment ^[Quand ?] en absorbant leur public à partir de l'énorme bond en avant de la connectivité Internet dans le monde entier et de la désaffection d'autres médias moins utilisés comme [Usenet](#), d'une part, et de l'abandon de la complexité des [sites](#) perso, d'autre part.

Les premiers blogs sont apparus au Canada à la fin des [années 1990](#), comptant parmi ses adeptes des blogueurs comme Jason Kottke, Tristan Louis, Meg Hourihan et Matt Haughey. Leur blog était présenté sous la forme d'un carnet de bord recensant les [pages Web](#) (au moyen d'une liste d'[hyperliens](#)) que l'auteur avait jugées intéressantes, accompagnées de commentaires. Les blogs ont servi dès l'origine à présenter ce type de contenu.

En France, les premières ébauches de blogs apparaissent dès 1989 sur [minitel](#) avec des services tels que 3615 LS* (créé par Gilles Probst et [Evan Le Guillouzie](#)) qui permettent de créer une architecture hiérarchisée, un nom de domaine personnalisé (exemple LS*MONSITE) et une messagerie personnelle. Ce service, considéré comme dérogeant à la règle de « un identifiant, un service », est supprimé par France Télécom de manière autoritaire en 1990 ^[réf. insuffisante] ^[14]. Il faut attendre quelques années pour qu'apparaissent sur Internet les premiers blogs francophones. Par exemple, *Montréal, soleil et pluie* de Brigitte Gemme en [1995](#), ou encore *La décharge*, *Le Couac*, *Mysterious Yanick D.*, *L'organe*, *Le Scarabée* et *Ze-Woc* en [1996](#). En mars [1997](#), à l'occasion du [Salon du Livre de Paris](#), [Francis Valéry](#) est le premier écrivain français à démarrer un blog en ligne ^[réf. nécessaire], *Les Carnets de Voyage*, consacré pour l'essentiel au monde de l'édition et aux aléas de sa vie de créateur. Près de vingt ans plus tard, ce blog très suivi existe toujours, renommé *Le Journal d'un Homme des Bois*.

Le marché des éditeurs de blog en ligne a mis un certain temps à se mettre en place, probablement parce que les blogs pionniers ne généraient pas l'engouement d'aujourd'hui. En effet, [Blogger](#), que l'on considère comme l'un des premiers systèmes de publication et comme instigateur du phénomène, n'est apparu qu'en [1999](#). Il est rejoint quelques années plus tard en France par la plateforme [Ublog](#) ^[15],

cr  e en 2002, rachetée et développée par [Loïc Le Meur](#), qui la fusionne en 2007 avec l'américain Six Apart[\[16\]](#), qui l'avait acquise en 2004[\[17\]](#).

Entretemps, en 2003, l'Allemand 20six développe une activité similaire en France, qui accompagne le développement de premiers blogs éditoriaux, dédiant même une équipe locale de webmastering dans l'animation de ce que l'on appelait déjà une à« communauté à». 20six lan  sa notamment les premiers à« ap roblogs  », ancêtres des  « apéros  » connus plus tard sur les réseaux sociaux. Tombée en désuétude depuis, la plateforme n'a pas connu le destin qu'elle escomptait et a d   affronter plusieurs problèmes techniques, comme en témoigne par exemple en 2007 l'effacement accidentel de plusieurs centaines de notes des blogueurs[\[18\]](#).

Dans le même esprit et avec des fonctionnalités comparables à 20six, on peut citer aussi en 2003 le lancement de la plateforme [Hautetfort](#), par Benoit Desavoie.

Du côté francophone, [Skyblog](#), appar  en [2002](#), est l'une des premières plateformes, même si elle ne dispose pas de toutes les fonctionnalités habituellement attendues. Skyblog rencontre un succès rapide, particulièrement auprès des adolescents qui y publient leurs photos. Le site 20Minutes.fr a aussi été l'un des premiers médias français à proposer une plateforme de blogs à ses lecteurs, depuis son site cœur : une première expérience, d'une ergonomie et d'une gestion assez sommaires, qui s'est arrêtée quelques mois plus tard, avant d'être relanc e ultérieurement, sous la forme des blogs qu'on lui connaît aujourd'hui.

Aujourd'hui, les blogs tendent à mettre à profit les fonctions multimédias du Web : [photoblog](#), [podcasting](#), [vidéoblog](#), [mobiblog](#), [webcam](#), etc.

Aspects sociaux[\[modifier](#) | [modifier le code](#)]

Les blogs tenus par des adolescents sont très nombreux en France (près de 27 820 000 blogs sur [Skyblog](#) selon le site à la fin du mois d'octobre 2009[\[réf. n cessaire\]](#)) et, plus généralement, sur la Toile. Il existe une certaine fracture numérique entre les générations, qui n'ont pas tous les moyens ou l'envie de s'approprier Internet de cette manière, bien que, techniquement, un blog se consulte comme un site classique, ce à quoi la grande majorité des utilisateurs actuels d'Internet sont familiers. Plusieurs affaires judiciaires ont mis en cause des élèves insultant des professeurs sur leur blog et ont été l'occasion de débats au sein des équipes pédagogiques et dans les médias.

La tendance du blog s'étend également aux plus âgés. Les blogs relatant la vie en entreprise auraient déjà conduit à plusieurs licenciements : voilà ce qu'affirment des blogueurs qui ont été licenciés. L'affirmation est toutefois remise en question, tout au moins dans le secteur universitaire[\[19\]](#).

Le monde politique, des affaires ainsi que le secteur associatif se sont aussi emparés de l'outil, en tant que nouveau média de masse. Les blogs participent donc d  ormais aux stratégies de communication des entreprises, des associations, des auteurs, des personnes à la recherche d'un emploi. Les professionnels des sciences de l'information ([bibliothécaires](#), [archivistes](#) ou [documentalistes](#)) développent un blog spécialisé : le [biblioblog](#).

Certains blogueurs veulent mettre en avant leur indépendance envers les médias traditionnels et leur réactivité, devenant une sorte de cyberm dia authentique. Un exemple a consisté à  « sortir à des informations avant tous les autres pendant l'affaire [Monica Lewinsky](#). De même, la critique des médias traditionnels, supposés vendus à l'adversaire politique, est un puissant levier pour occuper le

terrain des blogs. Cette technique a été utilisée aussi bien par les republicains que par les démocrates lors de la campagne précédant la réélection de [George W. Bush](#) de 2004 (voir [Rathergate \(en\)](#)) ou lors du [référéendum français sur le traité établissant une Constitution pour l'Europe](#) (voir les dossiers d'[Acrimed](#)). De la même façon, l'intervention de multiples blogs politiques lors des élections législatives françaises de 2007 a pu questionner diverses pratiques en matière de démocratie (publication anticonstitutionnelle de résultats avant la fin des scrutins, etc.)

[Usenet](#), dont le but était le même, a rapidement perdu en popularité avec l'avènement de la Toile, submergé par une masse d'informations douteuses noyant les fameux rares exclusivités et succès contre la [censure](#), systématiquement mise en avant comme justification du phénomène, plombé par les problèmes de [spam](#), excédé par les polémiques incessantes [\[réf. nécessaire\]](#).

Marché de la gestion de blogs [\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Un [moteur de blog](#) est un logiciel qui permet de réaliser des sites Web basés sur le principe du blog. Les deux scripts libres les plus utilisés en France sont [Dotclear](#) et [Wordpress](#) [\[réf. nécessaire\]](#).

Le développement de ces sociétés ([OverBlog](#), [Skyblog](#), [Six Apart](#), [AlterVista](#), [Blogger](#), [20six](#) totalisent des millions de blogs personnels en 2006) est en pleine croissance : le « marché » du blog a explosé au cours des années 2004 et 2005 et tenir un blog est désormais une pratique courante. La plus grosse part du marché international est détenue par Blogger, notamment depuis le rachat de la société par [Google](#). En France, [OverBlog](#) est passé premier depuis décembre 2008 [\[réf. nécessaire\]](#).

Il s'établit également une concurrence entre blogs et média/sondeurs. De nombreuses opinions s'expriment avec force, à la manière d'un sondage. Le quotidien [Le Monde](#) héberge par exemple de nombreux blogs d'opinion, par opposition aux autres plateformes où les blogs sont souvent plus personnels ou divertissants. Cette particularité s'explique par le caractère payant des blogs du *Monde*. Des opinions fortes et charismatiques peuvent même finir par diriger une partie de l'opinion : on l'a vu lors des dernières élections présidentielles américaines et du référendum sur la constitution européenne en France.

La possibilité d'accueillir sur son blog des pages d'annonces publicitaires en ligne (comme [Adsense](#)) ou des liens commerciaux (affiliation Amazon), permet au blogueur de générer des revenus. Ainsi, par exemple, un blog qui traite de littérature peut rediriger ses lecteurs vers des librairies en ligne. Des annuaires de blogs fonctionnant éventuellement en tant qu'[agrégateur](#) personnel sont souvent financés par ces services [marketing](#).

Il est intéressant de voir comment le blog devient un outil indispensable de webmarketing, utilisé par les [pure players](#) d'Internet pour renforcer leur image de sympathie et afficher une proximité forte avec leur client. Le blog s'avère un très bon outil pour développer une relation commerciale de confiance avec ses prospects et ses clients, car il leur donne l'impression d'une certaine liberté d'expression [\[réf. souhaitée\]](#). Après le recours aux sites Internet des années 2000, le blog est sans doute le pionnier des médias socialo-commerciaux.

Une autre façon de générer des revenus est d'écrire des articles et des avis sur divers produits (sites, logiciels, téléphones, etc.), à la demande des entreprises. Les entreprises ne sont pas toujours intéressées par un avis positif, mais par la génération de trafic vers le site et la diffusion d'un [buzz](#)

À propos de leur produit. Certains sites offrent un service d'intermédiation entre les entreprises et les rédacteurs de blogs à cette fin.

Classement des plateformes de blog par visites en France, fin 2009

	Classement blogs	Classement Web français (Alexa)	Audience Nielsen/Mediametrie (visiteurs uniques/mois - décembre 2009)	Nombre de blogs
OverBlog	1 ^{er}	19 ^e	10 200 000	1 500 000
Blogger	2 ^e	-	8 800 000	
Skyrock Blog	3 ^e	11 ^e	7 400 000	29 000 000
CanalBlog	4 ^e	65 ^e	6 100 000	850 000

Classement des plateformes de blog par visites en France fin 2013

	Classement blogs	Classement Web français (Alexa)	Audience	Nombre de blogs
OverBlog	1 ^{er}	34 ^e	-	-
CanalBlog	2 ^e	88 ^e	-	-
Blogspot	3 ^e	149 ^e	-	-
Centerblog	4 ^e	208 ^e	-	-
Blogger	5 ^e	260 ^e	-	-
Unblog	6 ^e	379 ^e	-	-

Notes et références[[modifier](#) | [modifier le code](#)]

- ↑ « blogue », *Grand dictionnaire terminologique*, Office québécois de la langue française, Fiche FranceTerme, Journal officiel du 16/09/2014 DGLFLF
- ↑ « cybercarnet », *Grand dictionnaire terminologique*, Office québécois de la langue française
- ↑ Chiffres obtenus grâce au site [Blogpulse](#), consulté le 18 février 2011.
- ↑ Uberbloggers, les chiffres de la blogosphère <http://income.com/1795/uberbloggers-blogosphere-all-about-blogging-infographic/>
- ↑ PR Daily juin 2012 <http://fr.slideshare.net/mediaventilo/50-chiffres-social-media-pour-2013-16005329>
- ↑ *When The Thrill of Blogging is gone…*, [article du New York Times](#) consulté le 18 février 2011
- ↑ [PDF] Evelyne Broudoux, Philippe Bootz, Jean Clément, Sylvie Grésillaud, Hervé Le Crosnier et al., « [Auctorialité : production, réception et publication de documents numériques](#) », La redocumentarisation du monde, rapport PSI Pédaque, 2005
- ↑ L'OQLF maintient une entrée dans son dictionnaire officiel à ce sujet : (fr) « blogue », *Grand dictionnaire terminologique*, Office québécois de la langue française « » Consulté le 12 avril 2011.
- ↑ [Bulletin du 20 mai 2005](#) et du [14 septembre 2014](#) paru au [JO](#).
- ↑ (en) Vanessa Paz Dennen, « Constructing academic alter-egos: identity issues in a blog-based

community Â», *Identity in the Information Society*, Springer, 2009 (DOI [10.1007/s12394-009-0020-8](https://doi.org/10.1007/s12394-009-0020-8), [lire en ligne](#))

11. [â†‘ Cass Crim 10/05/2005 n° 04-84705](#)
12. [â†‘ Debbie Weil. The Corporate Blogging Book. 2006](#)
13. [â†‘ <https://itineraires.revues.org/1916>](#)
14. [â†‘ Mensuel L'Écho du PCW n° 23 À 36, de mars 1989 À août 1990](#)
15. [â†‘ <http://www.journaldunet.com/0311/031125ublog.shtml>](#)
16. [â†‘ <http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/sixapart-ublog-vox-0907.shtml>](#)
17. [â†‘ <http://www.journaldunet.com/0407/040715ublog.shtml>](#)
18. [â†‘ <http://www.zdnet.fr/actualites/20sixfr-perd-dix-mois-d-archives-de-ses-blogueurs-39372371.htm>](#)
19. [â†‘ Sean Carroll, *Sean Carroll, Â« Itâ€™s not the Blog Â»*, *Cosmic Variance*, 11 octobre 2005](#)
20. [â†‘ \[Alexa Top 100 sites en France\]\(#\). Consulté le 5 janvier 2009.](#)
21. [â†‘ \[Alexa Top 500 sites en France\]\(#\). Consulté le 16 décembre 2013.](#)

Voir aussi[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

Sur les autres projets Wikimedia :

- [blog](#), sur le Wiktionnaire

Bibliographie[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

- RViviane Serfaty, Â« Les blogs et leurs usages politiques lors de la campagne présidentielle de 2004 aux États-Unis Â», *Mots. Les langages du politique*, n° 80 2006/1. [\[lire en ligne\]](#)

Articles connexes[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

- [Journal intime](#)
- [catégorie Â« Hôteur de blogs Â»](#)
- [Régime juridique des blogs en France](#)
- [Moteur de blog](#)
- [Réseautage social](#)
- [Social Web](#)
- [Système de gestion de contenu](#) (CMS)
- [Wiki](#)
- [Liste de blogueurs](#)

Terminologie des blogs[\[modifier\]](#) | [modifier le code](#)

- [Blogosphère](#)
- [Microblog](#)
- [Tumblelog](#)
- [Moblog](#)
- [Blog photo - Phlog](#)
- [Blog vidéo](#)
- [Blog BD](#)
- [Blog mode](#)

- [Blook](#) - [Booklog](#)
- [Splog](#)
- [Liveblogging \(en\)](#)
- [Lifelog](#)
- [Blog d'entreprise](#)
- [Roblog](#)

Liens externes[\[modifier](#) |