

Les weblogs et la recherche d'information

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Les weblogs mettent la publication de contenu sur Internet à la portée de tous, aucune connaissance technique particulière n'étant requise pour publier un blog. En plein essor, les blogs sont en passe de devenir des sources d'information incontournables. L'explosion du nombre de blogs représente en outre un véritable enjeu pour les moteurs de recherche, qui sont confrontés à une nouvelle masse d'information à indexer.

Les weblogs ou blogs sont des sites dont le concept relève à la fois du site perso, du livre d'or et du forum de discussion. Egalement appelés « joueblogs » en français (ce terme correspondant à la forme contractée de « journal du Web »), les blogs sont utilisés par leurs auteurs pour mettre en ligne rapidement des contenus (le plus souvent des informations textuelles, mais de plus en plus également des photographies ou des fichiers audio et vidéo). Les interventions sont classées par ordre chronologique décroissant et elles comprennent de nombreux liens hypertextes. Les articles sont archivés (par date et/ou par catégorie).

Les blogs utilisent le langage XML, un langage qui permet d'archiver des données très simplement sur des pages Web « dynamiques », et le RSS, une technologie qui permet de diffuser le contenu de ses articles vers d'autres blogs et de s'abonner à la lecture de weblogs sans utiliser de navigateur Web.

Pour publier un blog, il est nécessaire d'utiliser les plate-formes d'édition proposées par des éditeurs tels que Blogger.com ou MoveableType. La publication est simple et ne nécessite pas de logiciel FTP. Les contributions sont actuellement transmises via des interfaces Web (cas le plus fréquent), par e-mail ou par téléphone portable (on parle alors de moblog).

Pour terminer cette rapide introduction, signalons que le blogging n'est pas un phénomène nouveau puisqu'il existe des blogs depuis 1997. Mais c'est seulement à partir de 2001 que ce service a pris de l'ampleur aux Etats-Unis et depuis 2003 en Europe et en France.

Le marché des weblogs

Un marché en pleine croissance

Technorati, un moteur de recherche spécialisé sur les blogs, estime à 4 millions le nombre de blogs dans le monde et à environ 12 000 le nombre de blogs qui sont créés chaque jour, ce qui représente un nouveau blog toutes les sept secondes. Ce moteur estime par ailleurs à environ 400 000 le nombre moyen de posts qui sont envoyés quotidiennement sur l'ensemble des blogs qu'il répertorie.

Evolution du nombre de blogs (Monde - en millions)

	2003	2004	Evolution 2003/2004
Septembre	0,9	4,1	+ 355 %
Juin	0,4	3	+ 650 %
Mars	0,1	2	+ 1 900 %

Sources : Technorati (10/2004) ; Journal du Net

En France, l'entrepreneur Loïc Le Meur (ancien président de Ublog, société qui a depuis été rachetée par l'éditeur américain Six Apart) estimait à plus de 300 000 le nombre de blogueurs actifs en avril 2004 (Journal du Net - 25/05/2004). Tous les observateurs signalent par ailleurs une très forte croissance du nombre de blogueurs dans notre pays.

Signe de l'intérêt que suscite actuellement ce marché, l'éditeur californien Six Apart (à l'origine notamment des logiciels Movable Type et TypePad) vient de lever dix millions de dollars auprès du fond d'investissement August Capital (VNUNet - 07/10/2004).

Un mouvement de concentration s'annonce également aujourd'hui, de façon assez logique, sur le marché des weblogs.

Quelques acquisitions

Date	Compagnie	Sociétés rachetées et descriptions des outils
11/2004		Rachat de la plate-forme française Hautetfort par Blogspirit (plate-forme créée récemment par la SSII Mandarina, par la société de production TV La Parisienne d'Images et par Hopscotch, société de conseil en communication).
07/2004		Rachat par l'éditeur californien Six Apart du Français Ublog , une société qui comptait plus de 20 000 utilisateurs à la date de son rachat.
02/2003		Rachat par Google de Pyra Labs , start up ayant fondé la plate-forme d'édition de blogs Blogger en 1999 et ayant mis en place le service d'hébergement de weblogs Blogspot http://www.google.com/press/blogger.html

Qui sont les blogueurs ?

Une écrasante majorité des blogueurs ont moins de 30 ans mais toutes les catégories de la population sont représentées, de votre jeune voisin à Dominique Strauss-Kahn (www.blogdsk.net). A partir d'une analyse de 3 634 blogs hébergés sur 8 services différents (Blog-City, BlogSpot, Diaryland, LiveJournal, Pitas, TypePad, Weblogger et Xanga), la société Perseus Development estime ainsi que 92,4% des blogs ont été créés par des individus âgés de moins de 30 ans (Perseus Development Corp – Blog Survey – 2004).

Skyblog, première plate-forme française ciblant les adolescents



Lancée en janvier 2003 par la radio Skyrock, la communauté Skyblog affiche aujourd'hui plus de 1 million de blogs, soit environ 70% des weblogs français. Près de 200 000 billets supplémentaires sont enregistrés tous les jours. Il s'agit principalement de contributions de type « journal intime », avec des contenus multimedia.

Avec cet outil gratuit et simple d'utilisation, SkyRock entend resserrer ses liens avec ses auditeurs et explorer de nouveaux formats publicitaires. Le groupe affiche par ailleurs l'intention d'ajouter prochainement de nouvelles fonctionnalités « ludiques » payantes à son service (01net – 03/06/2003).

Les blogs se développent également de plus en plus dans les entreprises, favorisant par là même les fuites d'information et suscitant quelques inquiétudes chez les dirigeants. Microsoft compte ainsi environ un millier de weblogs mis à jour par ses employés.

Le développement des blogs en entreprise s'explique par la volonté de les exploiter en tant que source d'information et de les utiliser pour améliorer la communication interne (le weblog devenant alors une alternative à l'e-mail et à la newsletter). En avril dernier, dans le cadre d'un changement de marque, la directrice de la publicité et de la marque de Cap Gemini a notamment mis en ligne un blog visant à échanger des informations avec tous les directeurs de communication du groupe (Management - 19/10/2004).

Les blogs sont aussi perçus comme des outils qui pourraient s'inscrire à terme dans une politique de knowledge management et faciliter les échanges de savoirs entre employés. On parle alors de K-Log (Knowledge-Log).

Principaux acteurs présents sur le marché

Catégories d'acteurs

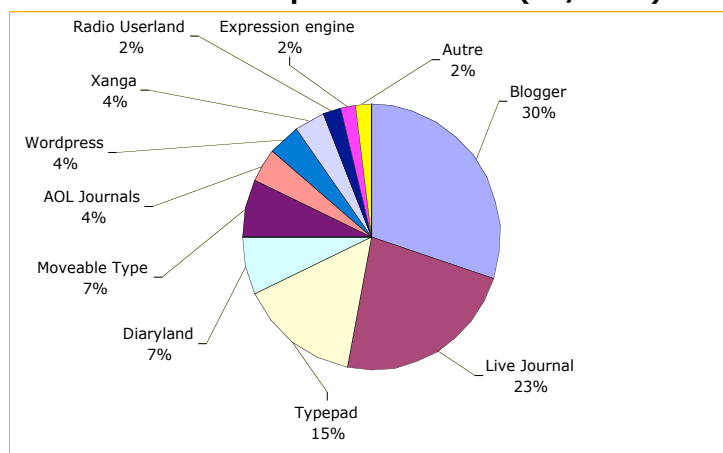
Services de blogging

A notre connaissance, aucune étude ne donne actuellement avec précision les parts de marché détenues par les différentes plates-formes de blogging.

D'après une enquête « approximative » menée par Elise Bauer à partir des résultats de Google, on peut cependant estimer qu'environ 30% des blogs dans le monde seraient actuellement hébergés par Blogger (société apparentée à Google) et 23% par Live Journal.

Seul les weblogs hébergés ont été ici comptabilisés (grâce au fait que leurs URL contiennent les noms des services).

Estimation des parts de marché (08/2004)



Source : Elisa Bauer (http://www.elise.com/web/a/an_overview_of_the_weblog_tools_market.php)

Outils de recherche

A mesure que la blogosphère se développe, on voit apparaître une multitude d'outils de recherche spécialisés sur les blogs, tels que Technorati ou Feedster. Les grands moteurs de recherche tentent eux aussi de pénétrer ce marché.

En 2003, Google a mis la main sur Pyra Labs, l'un des pionniers du marché à l'origine de la plate-forme Blogger.com. A l'instar des lancements récents d'un réseau social (Orkut) et d'un webmail (Gmail), cette acquisition s'inscrit dans la stratégie de Google qui consiste à disposer de ses propres supports publicitaires pour diffuser ses liens contextualisés AdSense (voir NetEconomie – 23/01/2004).

Elle témoigne aussi de la volonté du groupe de rivaliser avec les grands portails en se diversifiant hors de ses activités de recherche vers l'édition et l'hébergement de contenus.

De plus, Google pourrait avoir à terme la volonté de rapprocher ses plates-formes de recherche et de blogging. On peut imaginer, entre autres, qu'un tel rapprochement pourrait permettre à un utilisateur de transmettre instantanément vers son blog l'URL et le descriptif d'un site trouvé via Google. Mais nous n'en sommes pas là... ;)

A noter, enfin, que Microsoft devrait lancer prochainement un outil de recherche MSN BlogBot spécialisé sur la recherche de weblogs (Monde Informatique, 29/03/2004).

Opérateurs et FAI

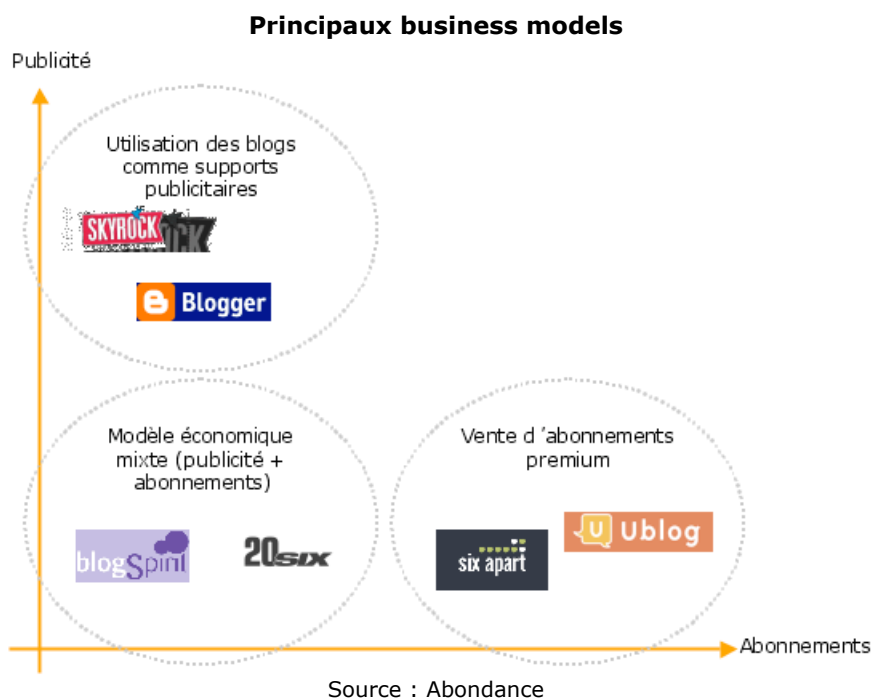
Plusieurs FAI ont lancé des services de blogging dernièrement. AOL a par exemple ouvert son service gratuit de blogging en mai 2004 et vient de fêter son 50 000^e weblog. Neuf telecom a quant à lui lancé une offre neufblog en juillet 2004. Ce FAI utilise pour cela la solution TypePad de l'éditeur américain Six Apart. L'offre de base est gratuite mais les offres avancées Basic, Plus et Pro sont payantes (4,95 €, 8,95 € et 14,95 € respectivement).

Des opérateurs mobiles proposent aussi des offres de blogging qui permettent de créer un blog sur le Web. Ce blog peut ensuite être consulté via un téléphone WAP et mis à jour par SMS ou MMS. Orange a notamment lancé son offre « Orange blogs » en mai dernier (voir <http://www.orangeblog.fr/>).

Modèles économiques

Pour générer des revenus, les plate-formes de blogging ont plusieurs possibilités :

- Offrir des services gratuits financés par la publicité (les blogs servent alors de supports publicitaires).
- Facturer les abonnements premium et les services à valeur ajoutée.
- Proposer à la fois un service « basique » gratuit et financé par la publicité et un service « premium » payant, disposant de fonctionnalités supplémentaires et libre de toute publicité



Au niveau mondial, on constate une évolution des éditeurs vers la commercialisation d'options payantes en complément des services gratuits.

Typologie des outils de création de blogs

Trois types d'outils permettent aux utilisateurs de créer et d'assurer la maintenance d'un weblog :

- Les **solutions logicielles en mode hébergé** (c'est le cas notamment de Blogger, de Joueb ou encore de TypePad). Ces solutions, hébergées sur le Web, sont simples d'utilisation car elles ne nécessitent pas d'installation de logiciel spécifique.
- Les **solutions logicielles en mode client PC** (c'est le cas notamment de la solution Radio Userland). Un logiciel doit être installé sur le PC de l'utilisateur.
- Les **solutions en mode client serveur** (c'est le cas, par exemple, de MoveableType ou de GreyMatter). La solution doit être installée sur un autre PC que celui de l'utilisateur ou sur un serveur.

Tableau comparatif des fonctionnalités offertes par plusieurs outils

Solutions en mode hébergé					
	Blogger	Joueb	Skyblog	20six	U-Blog
Prix	Gratuit*	Gratuit*	Gratuit*	Gratuit*	Gratuit*
Fonctionnalités					
Permalien	X	X		X	X
Trackbacks (liens croisés)		X		X	X
Commentaires	X	X	X	X	X
Flux RSS	X	X		X	X
Classification par catégorie		X		X	X
Archivage des messages - Calendrier	X	X		X	X
Archivage des messages - Catégorie		X		X	
Moteur de recherche interne		X		X	
Gestion de plusieurs utilisateurs	X	X		X	
Solutions en mode client					
	Client serveur		Client PC		
	LiveJournal	Movable Type	Radio User Land		
Prix	Gratuit*	Gratuit*	Payant (60 € / an)		
Fonctionnalités					
Permalien	X	X			X
Trackbacks (liens croisés)		X			X
Commentaires	X	X			X
Flux RSS	X	X			X
Classification par catégorie	X	X			X
Archivage des messages - Calendrier	X	X			X
Archivage des messages - Catégorie	X	X			X
Moteur de recherche interne		X			
Gestion de plusieurs utilisateurs	X	X			

* = Pour une utilisation non commerciale

Typologie des contenus

On distingue plusieurs catégories de blogs :

- Les **chroniques personnelles ou journaux intimes en ligne** (l'auteur parle de lui-même...).
- Les **weblogs consacrés à l'information** : il s'agit principalement de « revues de presse » permanentes ou de lectures personnelles de l'actualité, avec notamment les « warblogs » couvrant les événements en Iraq.
- Les **weblogs professionnels** : ce sont des weblogs d'experts sur des sujets tels que la veille, les moteurs de recherche...
- Les **magazines électroniques collectifs** : il s'agit de blogs qui sont gérés par une communauté se réunissant autour d'un thème pour fournir de l'information et débattre, les lecteurs étant aussi les rédacteurs. On appelle ces weblogs collaboratifs des « **wikis** »

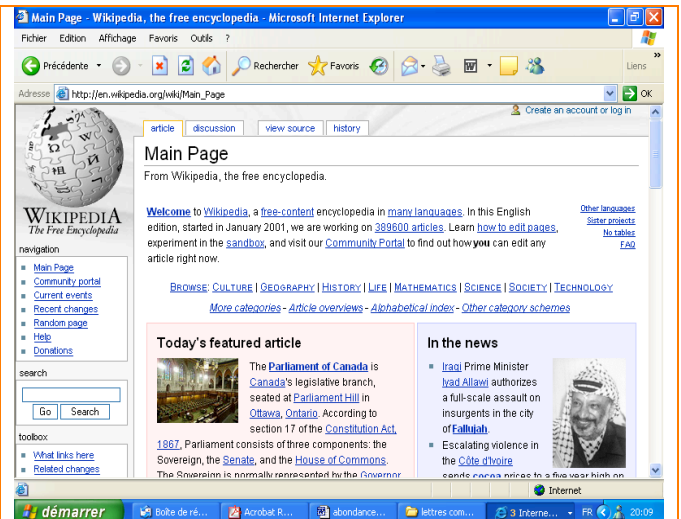
Il existe des weblogs ou des wikis sur tous les thèmes, de la religion, à la technologie, en passant par le cinéma ou encore la pornographie.

Les weblogs contiennent le plus souvent les éléments suivants :

- Une page d'accueil où se trouvent les derniers billets (ou posts).
- Des archives (généralement triées par mois et / ou par catégories).
- Un moteur de recherche interne.
- Un Blogroll qui donne une liste de liens conseillés par le propriétaire du site.
- Des flux RSS permettant de syndiquer ce weblog.
- Des permaliens (ou permalinks en anglais), c'est-à-dire des URL uniques qui sont attribuées à chaque message pour faciliter sa citation sur d'autres blogs.
- Des liens Trackback qui permettent de savoir si le message est cité sur d'autres blogs



mediaTIC (<http://mediatic.blogspot.com/>) ;
un exemple de blog francophone



Wikipedia (<http://wikipedia.org/>) :
une encyclopédie collaborative en accès libre avec
des contributions qui sont rédigées en permanence
par les utilisateurs

Intérêt des blogs pour la recherche d'information

Les blogs fourmillent de rumeurs et génèrent beaucoup de « bruit ». Ils sont néanmoins devenus une source importante d'**informations devant être vérifiées par les utilisateurs**.

On trouve grâce aux weblogs :

- Des **informations techniques et économiques** (à l'instar de Yahoo ! – avec <http://www.ysearchblog.com/> - plusieurs moteurs de recherche éditent désormais des blogs pour conseiller et informer leurs utilisateurs...) : Google (<http://www.google.com/googleblog/>) et MSN (<http://blogs.msdn.com/msnsearch>) notamment... Les weblogs deviennent alors un vecteur de communication utilisé par les principaux moteurs pour communiquer sur les évolutions de leurs solutions de recherche.
- Des **informations métiers** (de nombreux blogs sont par exemple consacrés à la recherche d'information).
- Des **outils d'analyse de tendance** (lancé en 2004 par Intelliseek, le moteur Blogpulse - permet d'étudier l'émergence de tendances en présentant les termes les plus discutés sous forme de graphique et en offrant un classement des « Top links », des « Key phrases » et des « Key people » dans la blogosphère).

Sélection de weblogs sur les moteurs de recherche et la veille

Blogs édités par les moteurs de recherche eux-mêmes			
Nom du blog (URL)	Lancement	Auteur (s)	Thèmes abordés
Google Blog (http://www.google.com/googleblog/)	05/2004	Google	Actualités Google et vie de l'entreprise
MSN Search (http://blogs.msdn.com/msnsearch)	11/2004	MSN Search	Actualités MSN
Yahoo! Search Blog (http://www.ysearchblog.com/)	08/2004	Yahoo ! Search	Actualités Yahoo ! et analyses marché
Blogs édités par des spécialistes des moteurs de recherche			
Nom du blog (URL)	Lancement	Auteur (s)	Thèmes abordés
John Battelle's Search Blog (http://battellemedia.com/)	2003	John Battelle – Fondateur du magazine Wired	Outils de recherche (en anglais)
ResearchBuzz (http://www.researchbuzz.com/)	1998	Tara Calishain - Consultante	Outils de recherche (en anglais)
Search Engine Showdown (http://www.searchengineshowdown.com/)	2002	Search Engine Showdown - Greg Notess	Outils de recherche (en anglais)
SearchEngineWatch (http://blog.searchenginewatch.com/)	2004	SearchEngineWatch	Outils de recherche (en anglais)
Sumhit (http://www.sumhit-referencement.com/sumhit.asp)	2004	Sumhit - Webagency	Outils de recherche et référencement
Zorgloob (http://www.zorgloob.com/)	2004	Eric Lebeau - Consultant en référencement	Google
Autres weblogs intéressants sur la veille et les nouvelles technologies			
Nom du blog (URL)	Lancement	Auteur (s)	Thèmes abordés
Internet Actu NG (http://www.internetactu.net/)	2004	FING - INIST	Internet
Outils froids (http://outilsfroids.joueb.com/)	2003	Christophe Deschamps – Veilleur	Veille et outils de veille
Outils de veille (http://inforizon.blogs.com/veille/)	2004	Armelle Thomas - Consultante info-doc	Veille et outils de veille
URFIST (http://www.urfist.info/)	2004	Réseau des URFIST - 14 contributeurs	Sciences de l'information

Quels outils pour rechercher des blogs ?

Technorati et Feedster sont à ce jour les deux moteurs les plus importants pour la recherche de weblogs. A noter que Feedster (qui a fusionné avec RSS Search en 2003) dispose d'un mode de recherche avancée autorisant l'utilisation des opérateurs booléens, la recherche par date ou par blog.

Plusieurs annuaires spécialisés francophones et anglophones permettent également de rechercher des blogs.

Outils spécifiques

Moteurs de recherche spécifiques sur les blogs (Outils anglophones)				
Outil	URL	Lancement	Caractéristiques	Exhaustivité
Blogwise	www.blogwise.com	2002	Annuaire par pays et par thème	+++
Daypop	www.daypop.com	2001	Recherche sur weblogs et actualités	++++
Feedster	www.feedster.com		Recherche sur les fils RSS	++++
Terrar	www.terrar.com	2003	Recherche sur les fils RSS	+++
Technorati	www.technorati.com		Recherche avancée	++++
Waypath	www.waypath.com	2004	Recherche sur les weblogs	++
Annuaire de blogs (Outils anglophones)				
Outil	URL	Lancement	Caractéristiques	Exhaustivité
Blogarama	www.blogarama.com		Classement thématique - Recherche	++++
Syndic8	www.syndic8.com	2002	Classement thématique - Recherche	+++
Annuaire de blogs (Outils francophones)				
Blogonautes	www.blogonautes.com		Recherche multi-critère	++
Blogolist	www.blogolist.com	2003	Classement par pays et par mot-clef	+++
Weblogues	www.weblogues.com	2003	Recherche par mots-clés	+++

La plupart des moteurs « généralistes » ne séparent pas les weblogs des pages Web traditionnelles dans leurs résultats et ils ne permettent pas d'effectuer des recherches ciblées sur la blogosphère.

Certains outils s'associent néanmoins aujourd'hui aux moteurs spécialistes pour permettre à leurs utilisateurs d'effectuer des recherches spécifiques sur les blogs. C'est le cas d'Eurekster qui propose depuis septembre 2004 une nouvelle fonctionnalité de recherche sur les blogs en partenariat avec Feedster.

Il est à noter que les grands moteurs de recherche « généralistes » sont confrontés à plusieurs problèmes pour référencer efficacement les blogs.

Tout d'abord, le volume de pages supplémentaires à « crawler » est considérable ce qui demande d'importantes ressources pour l'indexation. Les blogs ont la particularité de comprendre de nombreux liens, ce qui rend difficile le travail d'indexation des robots (les robots suivent les liens hypertextes pour indexer les différentes pages).

Ensuite, de nombreux abus ont été constatés avec la création par des webmasters d'une multitude de blogs comprenant des liens vers un site particulier afin d'améliorer le pagerank de ce site (la plupart des moteurs de recherche considèrent que la pertinence d'une page est en partie liée au nombre de liens qui pointent vers cette page sur le Web). Dernièrement, un concours de positionnement baptisé « Nigritude Ultramarine » et organisé par des référenceurs américains a mis en exergue les abus possibles. L'objectif était pour les participants de faire parvenir leur site en tête des résultats de Google pour l'expression « nigritude ultramarine ». Pour remporter le concours, le vainqueur de cette année a utilisé le « blog-based Google bombing », une technique qui consiste à créer des weblogs « fictifs » parlant de son site pour améliorer son positionnement sur Google (voir <http://www.nigritudeultramarines.com/>).

Descriptifs de plusieurs outils de création de blogs

Blogger

Blogger (<http://www.blogger.com/>) a été créé en 1999 à San Francisco par le start-up Pyra Labs. Rachetée en 2003 par Google, la société est à l'origine de l'un des logiciels de création de weblogs les plus utilisés. Blogger est une application hébergée gratuite qui ne requiert aucune installation de logiciel sur le PC de l'utilisateur (il existait avant le rachat de Pyra une version professionnelle payante qui a aujourd'hui disparu).

Il faut seulement quelques minutes pour passer les trois étapes qui permettent de créer un blog sur Blogger :

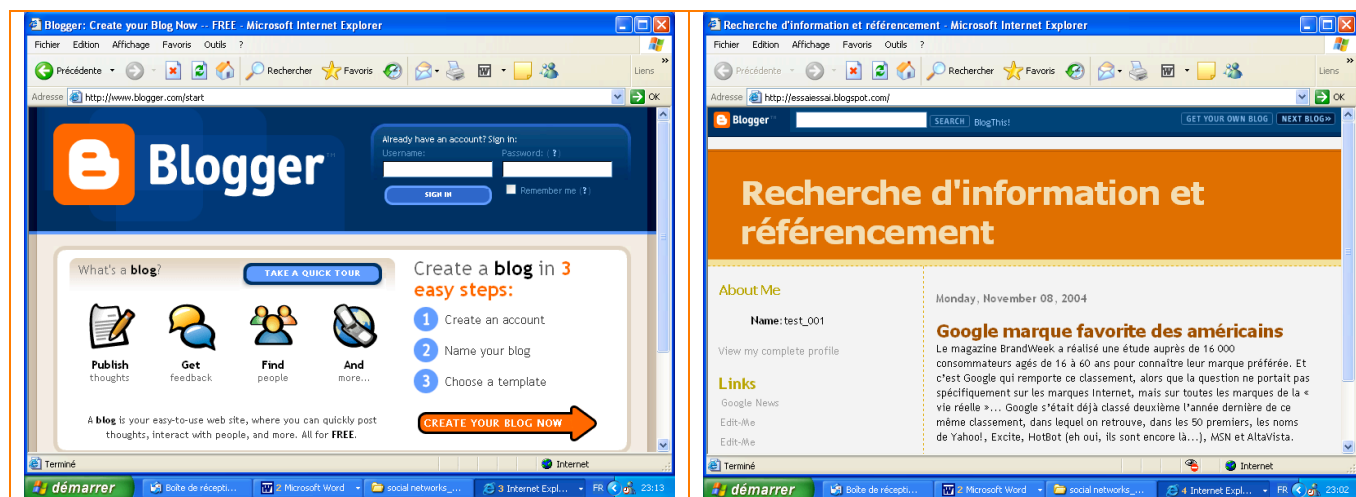
- Création d'un compte utilisateur.
- Choix d'un nom de blog (l'URL sera <http://monnom.blogspot.com/>).
- Choix d'un « template » (mise en page).

Une interface d'administration permet ensuite à l'utilisateur de poster des messages et de modifier l'apparence de son blog.

Google a dernièrement amélioré son service de blogging pour permettre :

- La publication par e-mail.
- L'insertion de commentaires de lecteurs.
- L'insertion de profils permettant aux utilisateurs de transmettre des informations les concernant.

Enfin, concernant la syndication de contenus, il est à noter qu'après avoir soutenu Atom (technologie concurrent de RSS pour la diffusion de contenus), Google offre depuis l'été dernier la possibilité aux utilisateurs de choisir entre ces deux technologies.



Joueb

Créé en 2001 en France par Stéphane Gigandet, la plateforme gratuite Joueb.com (<http://joueb.com/>) est l'une des principales plates-formes francophones.

La force de Joueb tient à ses fonctionnalités de recherche plein texte, de création de rubriques thématiques et à la possibilité d'attribuer des mots-clés à chaque post.

Afficher la liste des articles contenant ce mot clé - Tri par : Date Titre

Afficher la liste des textes contenant ce mot clé

Vous pouvez associer un ou plusieurs mots clé additionnels qui référeront directement à ce texte (séparés par des virgules) :

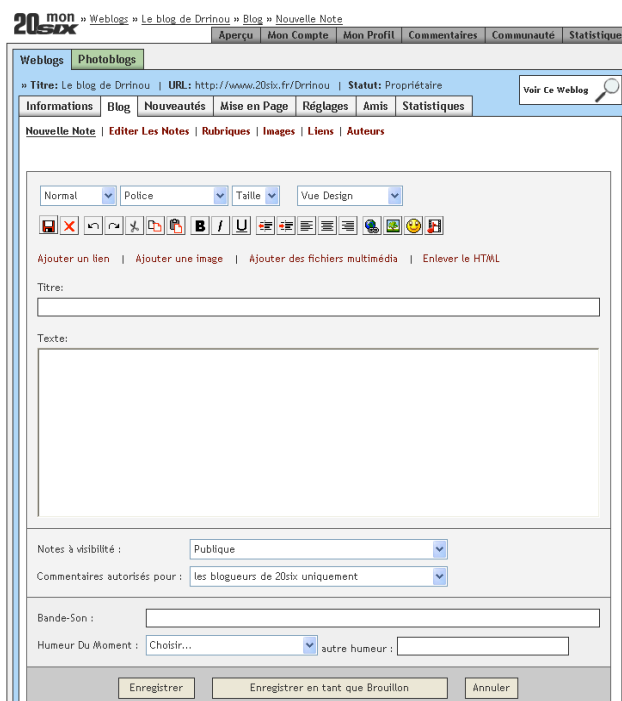
Commentaire :

La création d'un joueb est rapide. Il suffit de s'inscrire et de trouver un nom pour votre blog. Un menu administrateur vous permet ensuite de définir votre mise en page, les catégories et de gérer des groupes d'utilisateurs.

En Juillet 2004, l'éditeur a lancé une nouvelle plateforme d'hébergement et de publications de weblogs : ViaBloga. Contrairement à Joueb.com, cette plate-forme est payante (5 € par mois ou 50 € par an).

20six

20six est une société d'origine allemande spécialisée dans l'édition et l'hébergement de weblogs et photoblogs. Créé en mars 2003, le groupe a lancé ses services en France en juin 2003. Il dispose aujourd'hui d'implantations en Allemagne, au Royaume-Uni et aux Pays-Bas.



Masque de création de blog sur 20six

La gamme de services de 20six comprend 3 offres :

- **20sixFree** (gratuit, financé par les espaces publicitaires) : 1 weblog et 1 photoblog à l'adresse www.20six.fr/pseudo + 1 MO d'espace de stockage et 1 GO de bande passante
- **20sixPlus** (8,85 € pour 3 mois, 14,75 € pour 6 mois, avec période d'essai gratuite de 30 jours sans engagement, sans publicité) : 3 weblogs et 3 photoblogs à l'adresse www.20six.fr/pseudo + 50 MO d'espace de Stockage et 3 GO de bande Passante
- **20sixPro** (20,85 € pour 3 mois, 34,75 € pour 6 mois, avec période d'essai gratuite de 30 jours sans engagement, sans publicité) : Nombre illimité de weblogs et photoblogs à l'adresse

www.pseudo.com (choix de l'adresse du blog) + 50 MO d'espace de Stockage et 5 GO de bande Passante

Le groupe affiche l'ambition de lancer prochainement de nouveaux services à valeur ajoutée, payants, tels que l'envoi de photographies, de sons, de SMS ou de MMS vers les blogs à partir d'un mobile.

Conclusion

Les weblogs vont poursuivre leur ascension. Pour les internautes, ces outils sont une nouvelle source d'information, de nombreux blogs étant créés chaque jour sur des sujets très spécifiques. Les blogs facilitent également la diffusion d'information et ils représentent de nouveaux outils personnels de gestion de l'information. Christophe Deschamps, un veilleur français, compare par exemple son blog à un élément de « Personal Knowledge Management » (voir <http://outilsfroids.joueb.com/news/269.shtml>).

Pour les portails et les grands moteurs de recherche, les blogs représentent de nouveaux supports publicitaires. Ils pourraient en outre leur permettre prochainement de diversifier et d'enrichir les résultats, en proposant par exemple une liste de blogs pertinents en complément des actualités et des résultats Web. Il n'en reste pas moins vrai et important qu'un tri de l'information fourni par ce support est indispensable, le fait qu'une info soit publiée sur un blog n'étant en rien un gage de pertinence ou d'exactitude... Les réflexes acquis de vérification *a posteriori* envers les sites web restent valables pour le monde des blogs...

Outils

Pour la mise en ligne de vos blogs, voici les plate-formes d'éditions que nous vous recommandons :

En anglais

- Blogger (<http://www.blogger.com/>)
- Movable Type (<http://www.movabletype.org/>)
- Radio Userland (<http://www.leweblog.com/>)
- TypePad (<http://www.typepad.com/>)

En français

- BlogSpirit (<http://www.blogspirit.com/>)
- Joueb (<http://joueb.com/>)
- 20six (<http://www.20six.fr/>)
- U-blog (<http://www.u-blog.net/>)

Evénements

Pour les blogueurs parisiens qui souhaiteraient discuter et échanger sur les blogs, des réunions mensuelles « Paris Carnet » sont organisées chaque premier mercredi du mois. Pour plus d'information, nous vous invitons à consulter cette page : <http://embruns.net/blogosphere/000182.html>

A noter par ailleurs que l'ADBS Midi Pyrénées organise le 18/11/2004 une conférence sur les « Usages et enjeux des weblogs dans la publication » à l'IUT de Toulouse. Pour tout renseignement, vous pouvez contacter Cécile Daguilanes (tél : 05 61 73 40 70) ou Bénédicte Vincent (tél : 05 61 16 72 77).

Entretien avec Cyril Fievet, co-auteur du livre Blog Story



Blog Story, un ouvrage co-écrit par Cyril Fievet et Emily Turrettini, offre un descriptif intéressant des blogs et de leur fonctionnement, ainsi qu'une liste de « dix raisons de bloguer » ! ;)

Cet ouvrage de 306 pages a été publié aux éditions Eyrolles en septembre 2004.

A noter que les deux auteurs sont également à l'origine d'un blog très « riche » entièrement consacré au blogging : www.pointblog.com.

Nous avons décidé d'interroger Cyril Fievet pour connaître sa vision sur les weblogs et l'intérêt que ces outils représentent pour la recherche d'information :

- Pourquoi un tel engouement pour les weblogs ?

Si vous parlez de l'engouement des internautes, qui créent par millions leur blog sur le Web, la question est complexe. Pour faire simple, je pense que les blogs constituent l'évolution logique d'Internet, sur lequel tout un chacun veut s'exprimer, donner son avis, partager ses idées, et participer à une conversation globale. L'ampleur du phénomène s'explique par le fait qu'il s'inscrit dans la continuité du développement d'Internet : de plus en plus utilisé, et de plus en plus simple à utiliser, y compris lorsqu'on veut y publier régulièrement des informations.

Si vous parlez de l'engouement médiatique, et du fait que beaucoup de médias ont traité ce sujet ces dernières semaines, c'est en effet étonnant. Le phénomène des blogs n'est pas nouveau, loin de là. Il a véritablement démarré aux Etats-Unis au début des années 2000. Même en France, où il est largement moins mature qu'aux Etats-Unis, le phénomène a pris une forte ampleur depuis le début de l'année. On compte par exemple aujourd'hui un million de "skyblogs" sur la communauté créée par Skyrock il y a moins de deux ans. Et il existe une quinzaine de plates-formes de blogging francophones. Si l'on ajoute que ce phénomène est planétaire, il me semble pour le moins étonnant que certains observateurs ne le découvrent qu'aujourd'hui en France.

- Quel est selon vous l'intérêt des blogs pour la recherche d'information ?

Outre le fait que les blogs sont "favorisés" par l'algorithme utilisé par Google pour présenter ses résultats de recherche, les blogs ont principalement de l'intérêt pour deux raisons (en matière de recherche d'information).

D'abord, les blogs pris globalement constituent un sous-ensemble du Web, communément appelée "blogosphère". Cet ensemble peut constituer un outil puissant - et inédit - de mise en perspective et d'évaluation de l'importance relative accordée par les internautes aux informations qu'ils consultent. Par exemple, le fait de savoir qu'un article de presse est commenté par plusieurs dizaines de blogueurs (et de pouvoir accéder facilement à ses commentaires) est intéressant en soi. De même, il existe plusieurs outils pour mesurer la popularité d'un livre donné (ou d'une personnalité donnée) dans la blogosphère. Globalement, les blogs peuvent donc être un très bon outil de veille et d'analyse des tendances, et il existe d'ailleurs des outils conçus précisément dans ce but.

Le deuxième intérêt vient du fait qu'un blog présente une information "non institutionnelle", largement personnifiée par son auteur. Par exemple, si vous cherchez des informations relatives à une entreprise, vous pouvez lire sur son site "corporate" son rapport d'activité, et consulter ses communiqués de presse. Mais la lecture du blog de son PDG, ou de quelques uns de ses salariés, vous fournira sans doute beaucoup d'informations supplémentaires, et largement complémentaires. Ces informations ne sont pas réellement "officielles", au sens où on l'entend habituellement, mais elles sont plus "personnelles" et souvent très éclairantes.

- Pourriez-vous nous recommander 4/5 outils pour rechercher des blogs (qu'il s'agisse d'outils de recherche spécialisés ou des fonctionnalités avancées de certains outils "généralistes" comme Google...) ?

De multiples outils permettent de chercher dans le contenu des blogs, ou de mettre en perspective l'information qui y est publiée. On peut citer :

- Technorati (<http://technorati.com/>) : le moteur qui indexe à ce jour le plus grand nombre de blogs (4,5 millions), et propose plusieurs classements de popularité ou d'analyse des tendances.

- Feedster (<http://feedster.com/>) : un moteur restreint aux fils RSS, qui permet aussi d'identifier des fils RSS portant sur une thématique donnée.

- BlogPulse (<http://www.blogpulse.com/>) : un outil de mesure et d'analyse des tendances qui s'expriment dans la blogosphère.

- PubSub (<http://www.pubsub.com/>) : un moteur de recherche qui porte sur ce qui sera publié plus tard. L'utilisateur indique ses mots-clés, et il sera à l'avenir alerté - via un fil RSS créé sur mesure - lorsque ces mots apparaissent sur des blogs.

- Selon vous, le développement des blogs va-t-il avoir un impact sur les moteurs de recherche et les outils de communication ?

Oui, bien sûr, et c'est du reste déjà le cas. On a vu récemment Orange ouvrir un service de "moblogging", permettant à ses abonnés de bloguer à partir des photos qu'ils prennent avec leur téléphone. De même, Nokia a conclu il y a peu un partenariat avec la solution de blog Typepad, pour inclure par défaut une fonctionnalité de blogging dans ses futurs téléphones. Pour les moteurs de recherche, les outils que j'ai mentionnés montrent clairement deux choses : d'une part les blogs vont jouer un rôle majeur pour identifier des informations sur le Web, d'autre part l'emploi de RSS - popularisé par les blogs - va se généraliser, pour constituer la base de services de veille automatisée et personnalisée, très puissants mais simples à utiliser. Dans les mois et les années qui viennent, les blogs, ou plus généralement la fonction qui consiste à s'exprimer en ligne, et à partager des informations, qu'il s'agisse de textes, de liens ou d'images, va se généraliser sur tous les outils. Il existe déjà des outils de messagerie instantanée qui incluent des fonctions de blogging, ou des plug-ins pour bloguer à partir du menu de son navigateur Web. Il en va de même pour RSS, qui va s'imposer comme un élément central dans l'échange d'informations, ou dans la recherche indexée, ou dans la constitution de portails d'actualité personnalisés en fonction des centres d'intérêts de chaque utilisateur (comme le préfigure le service MyYahoo).

- Comment voyez-vous l'avenir des blogs ?

A court terme, les outils de blog vont gagner en popularité, s'immiscer à l'intérieur des autres outils que nous utilisons (lecteur email, messagerie instantanée, navigateurs) et apparaître sur la plupart des portails thématiques ou généralistes, pour lesquels ils constitueront un service de base, payant ou non, offerts aux visiteurs. Par la suite, les blogs vont s'enrichir de multimédia, et évoluer vers des médias plus riches, sur lesquels l'audio et la vidéo pourront être prépondérants. Il est très probable qu'une partie des blogs deviennent ainsi des "radios personnelles", voire des "programmes audiovisuels" produits par de simples individus.

Merci Cyril Fievet !