



Formation T.I.C.

Bibliothèque Départementale de Prêt de la Dordogne

Le Blog

Généralités

Sommaire

Qu'est ce qu'un blog	page 3
Créer son blog	page 3
Les pré requis humain à la création de votre blog	page 4
Comment trouver un nom pour votre blog	page 4
Les besoins pour votre blog	page 4
Choisir le design pour son blog	page 5
Définir les rubriques de son blog	page 5
La veille, l'arme secrète du blogueur	page 6
Comment écrire son blog	page 6
Petit rappel de droit sur le net	page 7
Quelques exemples de blogs de bibliothèques	page 9
Annuaire de blogs littéraires	page 9
Outils pour votre blog	page 10

Qu'est-ce qu'un blog ?

Un « **blog** » (*en français blogue, journal web ou carnet web*) est un **site Internet personnel permettant à un internaute de publier facilement et simplement des informations en ligne** sous forme de journal. Le terme « blog » est la contraction de « weblog » (au même titre, « blogue » est la contraction de « weblogue »).

Le blog est donc une page web, s'appuyant généralement sur un outil dynamique permettant de gérer la mise en page du contenu, dans laquelle son auteur publie des actualités, des liens vers des sites web ou de courts textes de sa création. Sur un blog, les brèves, appelées *notes* ou *billets*, sont publiées dans un ordre « antéchronologique », c'est-à-dire que les billets les plus récents sont affichés en haut de page, puis suivent les messages les plus anciens.

Ce qui fait la particularité d'un blog par rapport à un site web, c'est la **possibilité pour les lecteurs de réagir aux informations publiées**, ce qui fournit aux blogs une grande réactivité et une grande richesse.

Création d'un blog

La création d'un blog ne demande pas de compétences particulières en informatique. En effet, le principe des blogs est basé sur l'utilisation d'un outil en ligne permettant d'insérer et de mettre en forme ses articles. Ainsi, pour créer un blog, il suffit dans un premier temps de trouver un hébergeur de blogs et d'y ouvrir un compte et dans un second temps de publier le contenu grâce aux outils mis à disposition.

1. Choisir un hébergeur de blog

La liste ci-dessous recense les principaux hébergeurs de blog.

Le choix d'un hébergeur dépend du coût (certains sont gratuits), des fonctionnalités offertes et de la convivialité de l'interface :

Over-Blog (gratuit et sans publicité)	http://www.over-blog.com
Blogger (gratuit)	http://www.blogger.com/
CanalBlog (gratuit)	http://www.canalblog.com/
Skyblog (gratuit)	http://www.skyblog.com/
Cigogne.net (gratuit)	http://www.cigogne.net/
ZeBlog (gratuit)	http://www.zeblog.fr/
AceBlog (gratuit)	http://www.aceblog.fr/
20Six (gratuit ou formule payante)	http://www.20six.fr/
Haut et Fort (gratuit ou formule payante)	http://www.hautetfort.com/
Joueb (gratuit ou formule payante)	http://www.joueb.com/
Typepad (payant)	http://www.sixapart.com/typepad/
BlogSpirit (gratuit ou formule payante)	http://www.blogspirit.com/fr/
U-Blog (gratuit ou formules payantes)	http://www.u-blog.com
TooBlog (gratuit ou formules payantes)	http://www.tooblog.fr/
ViaBloga (payant)	http://www.viabloga.com

2. S'inscrire à un hébergeur de blog

La seconde étape consiste généralement à **ouvrir un compte** sur l'hébergeur de blog en remplissant le formulaire d'inscription.

3. Publier son blog

La publication d'un blog se fait tout simplement à l'aide de formulaires. Un simple clic suffit pour poster une note, un commentaire, une image, voire parfois une vidéo.

Toutefois, pour permettre au blog d'être lu par le plus grand nombre, il sera généralement nécessaire d'activer l'option "Syndication de contenu" ou "Fil RSS" afin de générer

automatiquement un fil RSS, c'est-à-dire un fichier utilisable par les autres blogueurs pour publier vos notes sur leur blog.

Les Pré-requis humains à la création d'un blog

Vous voulez créer un blog, êtes-vous prêt à :

1. **Consacrer du temps à écrire ? A lire ? A chercher ? A réfléchir ?**
2. **Exposer vos idées, réflexions et informations en public ?**
3. **Entendre un retour sur votre activité et vos articles ?**

« **Blogguer** », c'est pour vous avant tout une **envie**. Une envie de partager ses expériences, ses idées, ses réflexions au sein de ses **sphères d'intérêts**.

- Alors qu'avez vous envie de partager autour de vous ?**
Quelle est la ligne (éditoriale) directrice qui vous passionne ?
Quels sont les sujets qui vous motivent, qui vous tiennent à cœur ?

Prenez le temps de réfléchir à cela avant de lire la suite de cette série d'articles...

Comment trouver un nom pour votre blog ?

Dès que vous avez trouvé un début de réponse aux **pré-requis**, vous êtes maintenant prêt à nommer votre nouveau blog.

Si vous savez exactement de ce dont vous voulez parler.

Alors, il vous faut définir « **votre marque de fabrique** » qui peut aider (ou pas) à définir le contenu du blog en création. **Pour des questions de référencement**, il peut être intéressant de choisir des mots-clés dans l'adresse du site (URL).
Par exemple, un blog qui souhaiterait parler de la bibliographie d'un auteur pourrait se nommer « bibliographie.nomdelauteur.com » ou « nomdelauteur.bibliographie.com »

Si vous n'avez pas d'idée précise pour le moment sur le thème.

Les idées viendront probablement avec le temps lorsque votre blog évoluera avec son contenu. Vous pouvez toujours réserver votre nom de famille sur Internet (s'il n'est pas déjà pris) ou des compositions noms prénoms (ex www.jfruiz.com, www.plagane.fr, www.dupperrin.com...)

Dans le cas où vous n'avez vraiment pas d'idées de nom lié aux sujets que vous allez traiter et que vous ne souhaitez pas afficher votre identité sur le net, essayez de privilégier un nom commençant par les premières lettres de l'alphabet ou encore mieux des chiffres.

Pourquoi ?

Tout simplement par soucis de référencement dans les moteurs, les annuaires de sites etc. Le classement alphanumérique est souvent un choix par défaut.

Les besoins pour votre blog

1. **Quels sont les contenus que vous avez à disposition pour votre blog?**

Vous pensez publier sous forme textuelle, audio, vidéo.

2. **L'espace de stockage**

Dans la majorité des cas, les hébergeurs proposent plusieurs Go de stockage ce qui est largement suffisant pour supporter vos publications pour de nombreuses années (si textes et images). Si vous toutefois vous souhaitez publier des podcasts au format mp3, vous avez également largement de quoi vous satisfaire avec les plus petites offres des meilleurs hébergeurs.

3. La bande passante

Il y a beaucoup de disparités dans les offres de packs d'hébergement au niveau de la bande passante. A moins d'être un blogueur à temps plein 20 Go mensuel peut être largement suffisant si il n'y pas de podcasts. Si vous êtes podcaster, il est préférable d'avoir plus de bande passante disponible. Par exemple, une cinquantaine de podcasts consomme 20Go environs avec une centaine de visiteurs journalier.

Choisir le design de son blog et l'adapter à son message ?

Comment organiser le blog, en 2 ou 3 colonnes ? Le contenu sera-t-il au centre ? Un seul menu ? À droite, à gauche ? Quel est mon message principal ?

Après avoir défini le concept de votre blog, il est dans votre intérêt de le présenter de manière courte et claire. En d'autres termes, cela se résume à **une phrase d'accroche**. Cette phrase d'accroche sera présentée différemment suivant le thème choisi. Elle se configure dans les options générales du blog ("Slogan"). Ce message identifie la mission, le sujet de votre blog (cela peut être aussi une citation personnelle, celle d'un auteur...). Il s'agit, là, de votre accroche, choisissez la, le plus minutieusement possible.

Il existe de très **nombreux designs ou thème graphiques** dans la galerie officielle dans la majorité des fournisseurs de blog qui peuvent servir de base à une sélection et adaptation personnelle de votre **identité graphique**.

Les **couleurs** pourront être changé très facilement, soyez plus regardant sur **l'ergonomie et l'accessibilité** générale du contenu. **Préférez les fonds clairs qui donnent des espaces aérés et ouverts**.

Une fois que vous avez trouvé votre thème graphique, il faut le sélectionner puis le valider pour le mettre en ligne.

Définir les rubriques de son blog : catégories, menus, pages ...

Votre blog dispose d'une ligne directrice. **Comment décliner ce contenu en catégorie plus spécifique ? Quels sont les menus à mettre sur le blog ?**

Voici une liste de recommandations personnelle à ce sujet :

Catégories :

On peut créer une catégorie générale, que l'on nomme "général" sur votre blog et qui peut permettre de mettre les articles "divers", spécifiques ou hors-sujet. Ensuite il est préférable de disposer d'autant de catégorie qu'il existe de grands axes de publications. Ces axes peuvent apparaître et se créer au fur et à mesure que l'on avance dans sa réflexion. Cependant, il est préférable d'éviter de faire une catégorie pour un seul article pour ne pas surcharger la navigation. Même si vous avez une idée très claire des catégories de sujet que vous allez aborder, il faut éviter de créer des catégories tant qu'il n'y pas de contenu prêt à être publié dedans.

Menus de bases :

Les menus sont ceux qu'on retrouve souvent en barre horizontale sur un blog. Ces menus sont en réalité des pages qui sont créés à la manière d'articles. Dans ces pages, il est intéressant d'en réserver une ou deux pour donner les informations de contact (donner son mail ou installer un formulaire à remplir) et faire un "à propos". Cette page d'information sur le blog doit permettre au visiteur d'en savoir plus sur l'auteur et la thématique du blog.

La veille : l'arme secrète du blogueur

Afin de produire de l'information de qualité, le blogueur doit savoir faire de la veille, surveiller ce qui se dit sur sa thématique abordé ou dans ses sphères d'intérêts. Ses lectures lui serviront de sources à ses articles, d'influences à ses réflexions.

La veille est l'**art de faire sortir le signal du bruit** afin de créer de la valeur informative à son lectorat. Pour maîtriser cet art, **il faudra du temps**, un esprit de synthèse, de la curiosité et de la logique pour ne pas se retrouver noyer par de l'information parasite.

Pour faire simple, il faut différencier deux types de veille.

La veille active (pull)

Elle correspond plus à **une activité d'approfondissement sur un sujet déjà connu** et permet d'enrichir le contenu des articles écrits. Les moteurs de recherches sont souvent l'outil de base de ce type de veille. Cette veille est "active" car le blogueur prend une démarche active à la recherche d'information sur un sujet déjà connu qu'il souhaite approfondir.

La veille passive (push)

Elle est généralement effectuée quotidiennement de manière passive dans le sens où l'information vient au blogueur. Ce dernier souscrit (s'abonne) à différentes sources d'informations qui l'intéressent et dont il se fera l'écho sur son blog. **Ces sources seront des newsletters, des sites de news spécialisées, des blogs thématiques voisins.**

Lorsque vous découvrez une information via une de vos sources, citez-là. De cette manière, vous signifiez à votre source, l'intérêt que vous lui portez et vous donnerez à vos lecteurs, un moyen d'approfondir sa recherche et/ou de découvrir une nouvelle source. Via le système de trackback, il est possible également que vous bénéficiiez d'un lien en bas de l'article, source qui sera un plus appréciable en terme de trafic et de référencement.

Comment écrire sur un blog ?

Dans l'écriture, on dispose tous de notre propre style. Aussi, il existe quelques règles qui permettent de rendre la lecture de son contenu plus agréable.

1. **Ecrire ses articles en plusieurs fois, se relire** et se faire relire (*si possible*). Il peut toujours exister dans votre contenu, une mauvaise construction de phrase, un oubli de mot ou encore des fautes d'orthographe que vous ne verrez pas.
2. **Les visiteurs sont impatients.** Ils n'aiment pas jouer de l'ascenseur dans les textes longs. Si la version papier fait 500 mots, la version web ne doit pas excéder 250. Faites en sorte de conserver des phrases de moins de 20 mots. **Découpez en paragraphes** de 3 ou 4 phrases chacun séparés par des sauts de ligne.
3. **Définir une fréquence d'écriture** et s'y tenir. Cela permet d'établir une évolution dans la vie de votre blog et de son activité. Blogguer c'est en quelque sorte entretenir une relation avec ses lecteurs. Si vous avez une baisse d'activité pour telle ou telle raison, veuillez en informer vos lecteurs par un message sur votre blog.
4. Même si votre blog a une thématique précise, il est parfois intéressant **d'aborder des sujets annexes** au sujet principal. Un blog correct traitant d'une thématique particulière se situe alors autour des 80% du contenu ayant attiré à la thématique et 20% d'articles "hors sujets".
5. **Ne pas oublier de faire des références** à de précédents articles ou à des articles externes pour les lecteurs qui souhaitent en savoir plus.

6. **Choisissez avec précision vos titres.** Le titre est l'accroche qui donnera au lecteur l'envie de lire ou pas votre article.
7. **Inviter les lecteurs à participer** par des commentaires à vos articles. Une petite phrase du type " Qu'en pensez vous?" ou bien "Laissez moi vos impressions" ou encore " n'hésitez pas à me donner des liens correspondant " incite souvent les lecteurs à participer à la "discussion" et à créer une interactivité.
8. **Soyez éthiques, authentiques et transparents:**
Ne mentez pas sur un sujet abordé et si vous vous trompez, signalez le lorsque vous vous en rendez compte. La **qualité du contenu fait la réputation d'un blog.**
9. **Créez des liens** vers les autres tissez un réseau avec des blogs qui ont le même centre d'intérêt que vous. Vos lecteurs apprécieront et les administrateurs des blogs dont vous parlerez, le remarqueront et certains vous lieront à leur tour.
10. Concernant la récolte de vos informations et contenus, demandez-vous si vous êtes autorisés à les diffuser ou pas.
11. **Lisez tous les commentaires** que l'on dépose sur votre blog. Vous servez de modérateur. Sur les commentaires illicites, vous devez savoir intervenir et réagir.

Petit rappel de droit sur le net

Le droit d'auteur est une prérogative attribuée à l'auteur d'une oeuvre de l'esprit. Il comporte un **droit patrimonial** et un **droit moral**.

1°) Quelles sont œuvres protégées par le droit d'auteur ?

« Toutes les œuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination. » (*art. L 112-1 du Code de la Propriété intellectuelle*). C'est-à-dire toute matérialisation d'œuvre originale reflétant la personnalité de l'auteur. Les idées échappent au droit d'auteur.

Sont notamment protégés : les livres, articles de presse, conférences, œuvres dramatiques, œuvres chorégraphiques, compositions musicales, œuvres audiovisuelles, œuvres d'art (peintures, dessins d'architecture, sculpture, gravure, lithographie), œuvres graphiques, photographies, cartes géographiques...

L'œuvre n'a pas besoin d'être achevée pour en bénéficier (article L 111-2 CPI) : des esquisses ou ébauches suffisent.

L'œuvre ne doit pas forcément être pérenne pour être protégée.

Les bases de données bénéficient d'une protection spécifique (art. L 342-1 du CPI).

2°) Durée d'application

« L'auteur jouit, sa vie durant, du droit exclusif d'exploiter son œuvre sous quelque forme que ce soit et d'en tirer un profit pécuniaire. Au décès de l'auteur, ce droit persiste au bénéfice de ses ayants droit pendant l'année civile en cours et les soixante-dix années qui suivent. ». (Art. L.123-1 du CPI). Au-delà de cette période, les œuvres entrent dans le domaine public.

Le droit moral est perpétuel.

3°) Les sites web sont-ils protégés ?

Un site web est protégé par le droit d'auteur dès lors qu'il constitue un ensemble original.

Les différents éléments originaux le constituant sont également protégés.

4°) Comment bénéficier de cette protection ?

L'œuvre est protégée du fait même de son existence ; il n'est donc pas nécessaire d'effectuer de formalité particulière afin d'obtenir sa protection (contrairement au droit des marques ou des brevets).

Pas besoin de mention « copyright » ou « tous droits réservés ».

5°) Quelles actions sont délictueuses ?

Toute représentation ou reproduction (intégrale ou partielle, traduction, adaptation, transformation, arrangement) d'une oeuvre réalisée sans l'autorisation de l'auteur ou de ses ayants droit (héritiers et cessionnaires des droits d'auteur comme les éditeurs et les producteurs, sociétés de gestion des droits d'auteur) est illicite (art. L 122-4 du CPI) et constitue un acte de contrefaçon (art. L 335-2 et L 716-9 du CPI).

Droit moral

L'auteur dispose de droits moraux imprescriptibles, perpétuels et inaliénables protégeant sa personnalité. Seul l'auteur, puis ses héritiers peuvent les revendiquer.

Le droit moral comporte quatre prérogatives (art. L 121-1 du Code de la Propriété Intellectuelle):

1°) Le droit de première divulgation

Seul l'auteur a le droit de divulguer son oeuvre et d'en fixer les modalités (art. L 132-24 du CPI).

2°) Le droit au respect de son identité pour toute utilisation publique d'une oeuvre

Le droit à la paternité permet à l'auteur d'exiger la mention de son nom et de ses qualités sur tout mode de publication de son oeuvre (même dans l'hypothèse où l'auteur a cédé ses droits d'exploitation à un tiers). Il est obligatoire pour tout utilisateur de l'oeuvre d'indiquer le nom de l'auteur.

3°) Le droit au respect de l'intégrité de l'oeuvre

L'oeuvre ne doit pas être dénaturée, modifiée, altérée ou sortie de son contexte.

4°) Le droit de repentir ou de retrait vis-à-vis du cessionnaire

En contrepartie d'une compensation financière à hauteur du préjudice subi par le diffuseur. (Art. L. 121-4 du CPI).

Droit patrimonial

L'auteur dispose de droits patrimoniaux cessibles, portant sur l'exploitation de son oeuvre. Ceux-ci lui permettent de tirer un bénéfice économique de sa production

1°) Le droit de reproduction

L'auteur peut autoriser la copie de tout (ou d'une partie de) son oeuvre et fixer les modalités de cette reproduction.

La reproduction est une fixation matérielle de l'oeuvre permettant de la communiquer au public d'une manière indirecte (art. L 122-3 du CPI). Elle peut s'effectuer par impression, dessin, photographie, enregistrement mécanique, cinématographique ou magnétique

2°) Le droit de représentation

L'auteur peut autoriser la communication de son oeuvre au public lors d'une représentation ou d'une exécution publique (art. L 122-2 du CPI)

3°) Autres droits patrimoniaux

Le droit de traduction, le droit d'adaptation, le droit de destination...

Les exceptions

Diverses exceptions au **droit d'auteur** sont énumérées dans l'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle. Celles-ci ne peuvent porter atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre, ni causer un préjudice injustifié aux intérêts légitimes de l'auteur. Parmi celles-ci :

1°) Les brèves citations

« Sous réserve que soient indiqués clairement le nom de l'auteur et la source, les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées ».

Sont donc autorisées : les citations brèves (il n'existe pas de texte définissant un nombre de caractères maximum) avec mention du nom de l'auteur et du contexte.

2°) Les revues de presse

Pour être légale, la rubrique journalistique doit opérer une comparaison de divers commentaires émanant de différents journaux et concernant un même thème ou un même événement. S'il ne s'agit que d'une simple reproduction d'articles les uns derrière les autres, l'exception à la loi n'est pas applicable.

Les panoramas de presse réalisées par les services de communication des entreprises (ou des administrations) nécessitent de conclure un accord avec le Centre Français d'exploitation du droit de copie.

3°) Les parodies et caricatures

4°) Les discours destinés au public

« La diffusion, même intégrale, par la voie de presse ou de télédiffusion, à titre d'information d'actualité, des discours destinés au public prononcés dans les assemblées politiques, administratives, judiciaires ou académiques, ainsi que dans les réunions publiques d'ordre politique et les cérémonies officielles »

Deux exceptions sont inapplicables si l'œuvre est mise à disposition sur un site Internet

La représentation privée dans le cercle de famille.

La reproduction destinée à l'usage privé du copiste.

Quelques exemples de blogs de bibliothèques / médiathèques

- **Bibliothèque de Rions** <http://biblirions.canalblog.com/>
- **Bibliothèque de Martigny** <http://bibliothequemartigny.spaces.live.com/>
- **Bibliothèque de Chirens** <http://bmchirens.blogspot.com/>
- **Bibliothèque de St Michel de Maurienne** <http://biblio-st-michel-de-maurienne.over-blog.com/>
- **Médiathèque de Guebwiller** <http://mediathequeguebwiller.blog.fr/>
- **Bibliothèque de Wellin Tellin** <http://bibliotheque.wellin.over-blog.org/>
- **Bibliothèque de Mons** <http://epnmons.blogspot.com/>
- **Bibliothèque de Langoiran** <http://bibliothequelang.canalblog.com/>
- **Médiathèque de Guer** <http://mediathequedeguer.hautetfort.com/>

annuaire de blogs littéraires

- **Blog de Lecteurs**

<http://www.zazieweb.fr/site/blog/homeBlog.php>

Petit bonus, vous pouvez aussi référencer votre blog sur ce portail

Outils pour votre blog

• Hébergeurs d'images gratuits pour votre blog

Toutes les plateformes de blog (comme over-blog) n'hébergent pas toutes les images ! Sur over-blog, en mode confiance, les images ne peuvent pas dépasser la taille limite de 600x600 px, ce qui peut-être gênant pour certains aspects de son blog (par exemple une bannière de 1200 px) tout comme les animations flashes (.swf) que l'on peut avoir du mal à héberger... Il faut alors trouver un hébergeur d'images et certains sont gratuits.

Avantages :

- Vous allégez votre blog en lui évitant d'avoir à conserver un stock d'image important
- Vous réservez votre espace de stockage pour les albums photos. Généralement, les images des albums photos ne sont stockables que sur la plateforme du blog.
- Vous multipliez les sources d'affichages ce qui « économise » la bande passante de votre blog

Inconvénients :

- Certains hébergeurs limitent l'hébergement dans le temps (par exemple, un mois, six mois ou un an) ce qui peut réserver de drôles de surprises comme perdre l'apparence de son blog ou perdre ses images si on n'a pas pris le temps de les sauvegarder sur un support numérique ou sur son disque dur.
- Certains hébergeurs limitent la bande passante.
- Rare, mais possible : Vous pouvez perdre vos images si un problème technique arrivait sur le serveur de votre hébergeur. Ceci est rare mais possible.

Hébergeur d'images	Inscription obligatoire	Formats acceptés	Limite de taille par image	Limite dans le temps	Limite de bande passante
<u>Servimg (fr)</u>	oui	jpg, png, et gif	2 Mo	non	non
<u>Hiboox (fr)</u>	non	jpg, png, et gif	4 Mo	A vie si utilisée tous les 3 mois	non
<u>ImageShack</u>	non	jpg jpeg png gif bmp tif tiff swf	1 Mo	1 mois après la dernière visite	par image de 150 mo/heure
<u>Photobucket</u>	oui	Images et vidéos	1500 Mo par mois	A vie si utilisée tous les 3 mois	25 gigas/mois
<u>ZImageZ</u>	non	jpg png gif	1 Mo ou 4Mo si inscription	2 mois si non utilisée	non
<u>ImageVenue</u>	non	jpg	3Mo	non	non
<u>WebImages</u>	oui	Jpg gif png	1Mo	1 mois si non utilisée	oui 3000 affichages/mois
<u>xs.to</u>	non	Jpg gif png	1,5Mo	1 mois si non utilisée	?
<u>Mabul</u>	non	jpg, png, gif, bmp, tiff, tif, swf	1,5Mo	non	non
<u>UpandPost</u>	non	jpeg png gif bmp	8Mo	non	non
<u>Hosting Pics</u>	non	jpeg, png, gif, tiff, swf et bmp	4Mo	non	non

<u>ImageHotel</u>	non	jpg, gif, png	4Mo	Non si utilisée	non
<u>ImageCave</u>	oui	jpg	1Mo	Non	non
<u>PhotoManiak</u>	non	jpeg, png, gif, tiff, swf	1Mo	1 mois si non utilisée	15 gigas/mois
<u>ImageXoom</u>	oui	jpg, gif, png	1Go	non	500mb/mois
<u>Zepload</u>	non	jpg, jpeg, gif, png, bmp	4Mo	non	?
<u>Imagik</u>	non	jpg, gif, png	5Mo	1 an si non utilisée	?
<u>Zimage</u>	non	jpg, png, gif, bmp, tiff, swf	5Mo	non	non