

Le blog, un hobby, pas une vocation

Portrait de

blogger américain, signé Pew Internet & American Life Project.

La dernière étude publiée par l'organisme révèle que 77 % des bloggers publient pour exprimer leur créativité, mais pas pour être remarqué ou pour gagner de l'argent.

8 % des internautes américains publient un blog, soit 12 millions d'adultes. 54 % d'entre eux ont moins de 30 ans. Et 39 % des internautes lisent des blogs, soit 57 millions d'adultes.

82 % des bloggers pensent qu'ils continueront de publier dans un an. 3 % seulement d'entre eux ont déjà abandonné cette activité.

Que publient-ils ?

37 % publient en priorité sur leur vie et leurs expériences ; 11 % sur la politique et le gouvernement ; 7 % sur les loisirs ; 6 % le sport ; 5 % sur l'actualité ; et 2 % sur la religion et la spiritualité.

80 % publient du texte, mais 72 % publient des photos et 30 % proposent des liens audio. En revanche, 55 % des bloggers publient sous un pseudonyme !

13 % utilisent LiveJournal, 9 % MySpace et 6 % Blogger (Google). Depuis la fin de l'étude, en février 2006, MySpace a pris le dessus sur ses concurrents (*lire nos articles*).

Un tiers des bloggers se prennent pour des journalistes

34 % des bloggers assimilent cette activité à une forme de journalisme, mais 65 % s'opposent à cette vision. Le phénomène des blogs inquiète les médias, ces chiffres devraient rassurer.

En revanche, un tiers des bloggers affirment qu'ils adoptent une démarche journalistique, en particulier pour vérifier les faits et associer aux informations qu'ils publient les liens vers leurs sources.

Plus inquiétant, 61 % des bloggers avouent ne jamais ou rarement demander l'autorisation de publier du matériel faisant l'objet d'un copyright. 40 % reconnaissent d'ailleurs ne jamais citer leurs sources !

L'étude de *Pew Internet & American Life Project* rassure. La majorité des bloggers publient pour le plaisir, pas par prétentions journalistiques. De ce point de vue, on peut en déduire que l'internaute qui lit un blog sait prendre la distanciation nécessaire pour différencier l'information fournie par les sites professionnels, du contenu proposé par les blogs.

En revanche, l'étude rappelle qu'il y a encore un énorme travail de sensibilisation et d'information des bloggers à faire, en particulier sur l'utilisation de contenus soumis à des droits, et sur les règles de partage de l'information, comme de publier leurs sources?