

REALISER SON BLOG AVEC CANALBLOG

Franck VIDAL – CNRS - 2013

Un site Internet ? Trop compliqué !

Une page FaceBook ? Pas sérieux !

Pour les étudiants, les chercheurs, les enseignants, réaliser un blog permet d'afficher ses savoirs sur la toile, mais également de créer un support potentiel de données pour animer un réseau personnel, scientifique, pédagogique... Pourquoi ne pas en profiter, surtout quand il existe des outils simples et gratuits qui permettent, très rapidement, de se positionner dans la jungle du Net ? L'objectif de ce cours est d'en donner quelques clés, sous environnement « Canalblog ». Toutes les infos sur <http://www.canalblog.com/>

Qu'est-ce qu'un blog ?

Blog est la contraction de web log, littéralement journal sur le web. C'est un site web développé pour la publication régulière d'articles soit avec un seul auteur, soit coopératif. C'est une sorte d'intermédiaire entre les sites et les forums. Un blog est plus souple qu'un site, mais plus « sérieux » qu'une page type FaceBook. C'est un outil idéal de transmission des connaissances pour un public peu enclin à la programmation lourde de pages Html. On estime à plus de 160 millions le nombre de blogs dans le monde dont environ 14 millions en France. Le grand public s'en est emparé essentiellement par des échanges d'ordre « pratiques », notamment au travers de la foultitude de blogs culinaires, de jardinages ou de bricolages qui parsèment désormais l'Internet. Les sites web sont issus plutôt de sociétés, d'entreprises, les blogs sont un vrai reflet des savoir-faire individuels. Si peu gagnent véritablement de l'argent avec leur blog, beaucoup désormais le considère à juste titre comme un très bon outil d'affichage et de diffusion sur la toile.

Les hébergeurs

Il existe de nombreux sites qui proposent de développer et d'héberger son blog. Wordpress est le plus connu et utilisé mondialement et on voit se développer des plates-formes spécifiques à certains types de public et de bloggeurs. Skyblog de Skyrock par exemple est ouvertement dédié aux 15/25 ans...

Ici nous développons cet enseignement avec Canalblog pour ses facilités d'accès, de prise en main et de développement. Si Canalblog n'est pas l'hébergeur le plus diffusé (derrière Overblog et Blogger), il compte plus de 850 000 blogs. Tout le monde a sa page FaceBook, avoir son blog (y compris avec son propre nom de domaine) peut être très utile à l'heure de la multiplication des sources de diffusion.

4 étapes sont nécessaires pour réaliser son blog :

1 : créer la structure d'accueil, adresses et paramètres de base

2 : créer le look, l'apparence

3 : Créer du contenu

4 : Assurer la diffusion

1 – Créer l'adresse

Ce n'est pas une étape anodine, c'est la fondation même de l'édifice blog, l'acte de naissance

Création de compte

Comme dans toujours, il faut un identifiant (prenez un identifiant en rapport avec le sujet du blog de préférence), un mot de passe, une adresse mail (et pensez à « éviter » les mails intempestifs...)

Création de l'adresse

Attention, c'est très important, dès cette étape : choisissez une adresse plutôt claire, facile à taper, qui ne comporte pas de caractères spéciaux et qui ne fasse pas 10 km de long ! A ce stade, vous aurez une adresse avec une extension .canalblog.com obligatoire. Vous pourrez vous absoudre de

cette « appartenance » si vous le souhaitez plus tard, en achetant votre nom de domaine. Pensez aussi à bien renseigner le titre, la thématique, la description, c'est une source première d'indexation dans les moteurs de recherche.

C'est fait !

Voilà, c'est aussi simple que ça, vous êtes désormais l'heureux propriétaire d'un blog Internet rien que pour vous ! Reste maintenant le plus dur : le configurer, l'alimenter, le faire vivre !

Deux niveaux

Attention il faut distinguer 2 niveaux : la visualisation du blog, qui peut être affiché depuis n'importe quel accès Internet et l'alimentation et gestion du blog qui nécessite forcément de se loguer via Canalblog.

Pas si évident... au départ !

La navigation au sein de l'outil de gestion du blog n'est pas particulièrement évidente au départ. Les menus en onglets ouvrent sur des sous-menus dans des fenêtres soit en onglets soit dans des cartouches et parfois sur 3 ou 4 niveaux d'emboitements. Il y a une petite gymnastique à acquérir. Tout ce qui apparaît en noir, en haut, concerne en gros « le gestionnaire du blog » et ici, on est très proche d'une page de type FaceBook. Tout ce qui est « vie du blog » est concentré dans les menus en bleu. Une fois les paramètres et l'apparence définis, le blogueur n'utilisera pratiquement plus que l'onglet « contenu ».

Structure générale

Voici décomposé l'ensemble des fonctionnalités des menus canalblog (hors tableau de bord). Deux menus vont caractériser le contenant, c'est-à-dire le look et les rubriques : « Apparence » et « Paramètres ». Un menu va gérer le contenu. Le contenu peut-être sous forme de message, de page, de commentaire, de lien, d'album photo et de documents. Certains menus ne sont pratiquement jamais utilisés (mobiles, abonnements, outils)

2 - Gestion des paramètres

C'est la gestion des paramètres de base qui va permettre de bien définir le contexte, l'objectif et le contenu général du blog, notamment pour être bien répertorié dans les moteurs de recherche

Options

Les options générales définissent les thèmes, les mots-clés, le descriptif. Les options d'affichage concernent ici essentiellement les messages et le mode de fonctionnement des flux d'informations. Si vous fonctionnez en mode de type « site web », vous n'aurez pas trop à vous occuper de cette catégorie. Si, au contraire, vous délivrez les informations essentiellement sous forme de journal périodique (la vraie utilisation du blog !), ce menu est important.

Visibilité – Alertes – Commentaires – Membres – Protection - Badges...

Vous avez ici toutes les fonctionnalités pour le partage du blog, notamment avec les réseaux sociaux, en lien notamment avec vos comptes twitter, Pintrest, Hellocoton, google+ et bien sur FaceBook. De même, toujours dans les paramètres, sur l'option « Membres / Protection », vous pouvez quasiment créer un « Intranet », ou tout au moins une page privée qui ne pourra être vue que par des membres que vous avez désigné. Donc, vous avez plusieurs niveaux d'accès à votre blog. Dans tous les cas, une seule personne (vous) garde les droits administratifs (sauf si vous avez cédé login et password !), mais vous pouvez définir des contributeurs, des lecteurs et ouvrir des droits à commentaire ou non. C'est un peu le principe des « amis » dans la page FaceBook, mais ici avec des possibilités étendues sur le web collaboratif. On peut donc très bien imaginer un blog collectif, géré par une seule personne, mais alimenté en permanence par un groupe. Et la clé du blog, c'est peut-être ça ! On le sait, un site qui fonctionne, un blog qui est vu, ce sont des pages alimentées en permanence,

réactualisées périodiquement. C'est donc soit une seule personne qui y passe le plus clair de son temps (pour certains ou surtout certaines, c'est devenu une vraie profession, qui rapporte – je pense notamment à certains blogs culinaires), soit un groupe de personnes, le plus grand possible, qui alimentent de temps en temps.

3 - Gestion de l'apparence

Attention : il ne s'agit pas de réaliser entièrement la maquette et le design d'un site Internet, mais bien de bénéficier de modèles de bases, assez simples, que l'on peut légèrement faire varier. Si vous cherchez un affichage dynamique avec des effets flash, de la musique, de l'animation... ce n'est pas ici que vous le trouverez. Et c'est aussi l'avantage de ce type d'outil de création de blog, c'est que pour un non initié aux « feuilles de styles », aux « bodys » ou à la gestion html il peut personnaliser son blog assez facilement. A priori, un blog est d'abord une page d'informations, de messages, de commentaires. L'essentiel est donc dans le contenu. Cependant, une apparence soignée, un vrai « look » personnalisé peuvent attirer plus de monde.

Les modèles

Le principe est simple : on fabrique un modèle à partir de différentes « briques » de base : apparence, mise en page, couleurs. Le modèle est enregistré et peut s'appliquer sur le blog. Mais on peut aussi faire plusieurs modèles (par exemple faire évoluer le blog dans le temps après avoir fait un embryon de maquette) et faire appliquer un contenu à plusieurs modèles. C'est la transposée de ce qu'on fait désormais sur Internet : des contenus d'un côté et des feuilles de style de l'autre. On peut changer de style indépendamment. Dans un premier temps vous choisissez la mise en page générale (nombre de colonnes et position). Dans un second temps vous choisissez un thème général. Pas de panique si aucun des thèmes proposés ne vous satisfait, prenez celui qui ressemble le plus à vos ambitions, vous modifierez presque tout dans le menu style...

Les styles

C'est ici que vous allez « affiner » le modèle de base. En effet, vous pouvez choisir de changer presque l'intégralité des styles et ce, non seulement sur le look général de votre page d'accueil, mais également sur les rubriques et sous-rubriques (les messages, les liens, les titres...). A chaque fois vous pouvez faire varier les marges, les couleurs de fonds (y compris mettre une image de fond) les couleurs de textes... Attention, c'est l'un qu'intervient votre maîtrise des règles d'harmonie colorée. Trouvez un style simple, efficace et gardez-le. Apparence + modèle + style = un modèle général qui sera sauvegardé automatiquement (mais que vous pouvez nommer). Si vous décidez de changer telle ou telle couleurs de caractères ou effet de bordure, alors vous créerez automatiquement un nouveau modèle.

Les catégories en page d'accueil

Pour parfaire votre mise en page de départ, vous devez choisir les catégories qui apparaîtront automatiquement sur votre page d'accueil, notamment dans les colonnes. Par défaut, vous avez des catégories de type « calendrier » qui ne sont pas forcément très intéressantes à faire apparaître (sauf si vous avez de nombreux messages !), auquel cas vous supprimez (ou ajoutez) des rubriques, mais vous pouvez également les hiérarchiser (avec les flèches). Attention, il ne s'agit nullement du menu que vous allez créer, mais bien de catégories semi-automatiques déjà existantes.

4 - Gérer le contenu

La maison est bâtie, maintenant il faut emménager ! Désormais, l'essentiel de votre activité sur le blog sera dans la gestion du contenu : gérer les messages, créer et gérer des pages, gérer le menu, créer des albums...

Gérer les messages

Les messages correspondent aux textes qui apparaissent dès l'ouverture du site. Le principe du blog est de, périodiquement, publier des messages qui apparaîtront dans l'ordre chronologique inverse : du plus récent au plus ancien. La grande majorité des bloggeurs fonctionne essentiellement en alimentant leur blog par messages... Pas moi ! J'ai réduit les messages à un simple message d'introduction, m'appuyant beaucoup plus sur le menu et les sous-menus pour mettre à jour mon blog. La mauvaise habitude de la gestion d'un site web, j'en conviens, mais aussi l'objectif premier de mon blog : mettre de l'info à disposition et non révéler mes humeurs du moment !!! Certains blogs ne contiennent qu'une liste de messages (et on est alors dans un esprit proche de Twitter), d'autres sont plutôt utilisés comme de véritables sites web personnels. A vous de voir !

Création d'une page

Vous êtes ici dans une interface dite WYSIWYG (what you see is what you get) en d'autres termes, vous n'aurez pas à entrer des lignes de codes pour générer automatiquement des pages HTML. L'interface est plus ou moins de type word (mais bien moins élaboré), mais vous pouvez cependant accéder à nombre de fonctionnalités classiques du traitement d'images (choix des polices et fonts, mise en page simple, lien, insertion d'images...). Plusieurs choses à savoir :

- Le titre de la page n'est pas forcément le titre qui apparaîtra dans le menu
- Vous ne pourrez (à l'heure où j'écris ce cours) insérer des fichiers que de moins d'1 Mo (pensez-y notamment pour des liens sur des pdf)
- Vous ne pourrez faire de lien sur des vidéos que si vous avez un compte sur Daily Motion (et pas Youtube !?)
- Pour ceux qui s'y connaissent un peu, vous avez accès directement au code source HTML ; ça peut être pratique pour corriger plus facilement certaines erreurs (attention cependant, le code est lisible sans pointage sur les zones sélectionnées ; il faut tout passer en revue !)
- Vous pouvez enregistrer vos pages en « brouillon », c'est-à-dire créer des pages, mais ne les rendre visibles que pour vous (soit le temps de les « terminer », soit tout simplement si vous souhaitez créer des informations qui ne soient visibles que de vous).

Personnellement, je conseille d'écrire les contenus des pages en amont, sous un vrai logiciel de traitement de texte, et de se contenter de faire un copier/coller (attention cependant, parfois des petites surprises...). Il est aussi possible de récupérer directement des blocs de codes et de les insérer.

Changer la hiérarchie

Ce n'est pas très intuitif, mais pour corriger et éditer une page déjà créée, il est nécessaire de passer par « changer la hiérarchie ». En double-cliquant sur la page, on l'édite. Mais on peut également la faire passer de « brouillon » à « édition », la supprimer et la déplacer dans la liste des pages. Attention, cette modification de hiérarchie ne change en rien le menu. C'est juste une structuration visuelle qui vous aide dans la gestion de vos pages.

Ajouter un élément au menu

Pour pouvoir « appeler » un élément de votre blog, il vous faut un menu d'appel. Dans l'onglet menu, vous allez choisir le nom et le type d'info que vous voulez rendre actif en cliquant sur le nom. Il vous faut donc associer nom et élément, mais il faut que l'élément soit déjà existant. Par exemple vous voulez créer un bouton « Réaliser son blog », il vous faut indiquer le titre, choisir le type d'élément puis aller chercher dans la liste (ici la liste de page) l'élément correspondant (et qui ne s'appellera pas forcément « réaliser son blog »). C'est ce qu'on appelle une mise en abîme !!!

Gestion du menu

La gestion du menu est très simple : vous choisissez vous-même ce que vous voulez faire apparaître d'abord en ligne, puis en colonne, c'est-à-dire en sous rubrique d'un menu, de les déplacer, supprimer... Il vous faudra tenir compte d'un certain nombre de caractéristique de l'ergonomie. Par exemple il faut essayer de ventiler colonnes et lignes. Trop de colonnes rend la l'affichage difficile,

trop de ligne rend les « listes » fastidieuses. On estime qu'une bonne ventilation de l'information c'est moins de 5 secondes pour y accéder et moins de 3 clics pour l'afficher ! C'est aussi pour ça que, dès le départ, il vous faut prévoir les extensions possibles de votre blog. Pour ma part, au fur et à mesure que j'imaginai la mise en ligne de mes cours, je pensais à toutes ces « autres petites choses » que je voulais également afficher...

Créer un album photo

Comme pour FaceBook ou les sites de partages d'images de type Instagram Pinterest ou Picasa, la création et la gestion d'albums photos est un élément important de Canalblog. Les albums peuvent être mis en avant directement dans le menu principal (voir www.cruespyr2013.canalblog.com) ou être une des catégories du menu comme dans le présent blog. La création d'un album photo se fait en 2 étapes. D'abord on va créer l'album (nom, description...) et seulement une fois l'album créé, c'est en passant par le menu gestion que nous pourrons alimenter l'album en images (à part l'image symbole de l'album) notamment via l'interface d'ajout d'images. Il faut savoir que l'interface est capable de récupérer directement des albums dans Picasa et Google+ si vous avez fait des collections sur les serveurs Google...

Gestion des albums

C'est donc à ce stade qu'on va pouvoir ajouter ou supprimer des images. Il faut savoir que vous disposez d'un espace total sur serveur de 2 Go, espace qui peut être très vite rempli si vous envoyez de très grosses images. Je recommande donc, en amont, de rééchantillonner les images à transférer (notamment avec des outils gratuits comme Xnview qui font ça par lot très rapidement). Sauf si vous souhaitez montrer des images de très haute qualité (ce qui est quand même très rare pour des blogs de « non photographes » !), il n'est guère utile de dépasser des images de plus de 1024x728 pixels. Canalblog va les rééchantillonner, mais il va quand même télécharger vos images. De même, pensez à renommer vos images avec des noms « corrects ». Mieux vaut également multiplier les petits albums (30 à 60 images) plutôt que de faire des albums qui n'en finissent plus ! D'autant plus que l'interface par lequel Canalblog récupère vos images ne prend les photos que 10 par 10 et, qu'à chaque fois il faut refaire l'opération... ça peut être très long et fastidieux !

Gestion des contenus photos

Une fois les albums constitués, il est également possible de gérer une partie des données associées aux photos (les métadonnées), description notamment. A ma connaissance, par contre, il me semble que l'outil de gestion des images de Canalblog ne sait pas reconnaître automatiquement certains codages standards comme le format EXIF (caractéristiques techniques de l'image) ou le code IPTC. N'oubliez pas : c'est un blog, pas un outil de banque d'images en ligne !

Gestion des médias

Depuis quelques semaines, canalblog propose également un outil de gestion des documents (inclus ou non dans les pages) que l'on gère, a priori, sur le même modèle que la hiérarchie des pages. Bon, pas vu l'utilité indispensable, mais... ça existe. Pour rappel : pas de documents de plus d'1 Mo.

5 - La diffusion

Eh ben voilà, vous avez fait un magnifique blog. Maintenant il faut le faire connaître, le faire vivre, et en faire vraiment... VOTRE blog !

Le nom de domaine

C'est potentiellement la touche finale à VOTRE blog : acheter votre propre adresse Internet. Contrairement à ce que pensent certains, acheter sa propre adresse est non seulement facile, mais également peu chère. Dans le cas de CanalBlog, ceux-ci vous proposent l'achat de votre adresse (plus la sécurisation et la sauvegarde de vos données ainsi que des adresses mail) pour environ 25 euros par an. De nombreuses sociétés proposent ce type de prestation, parfois plus chères, parfois moins

(de l'ordre de 5 euros par an). Le grand intérêt ici est de pouvoir « faire disparaître » l'extension canalblog.com (dans le cas de blogs « publics », types blogs de chercheurs, c'est un peu gênant), mais c'est aussi un bon moyen d'affirmer son indépendance et son originalité. Dans mon cas, que me coûtent 2 euros par mois pour avoir une adresse aussi simple que franckvidal.fr ? Attention cependant à bien vérifier que le nom que vous envisagez est libre (par exemple « franckvidal.fr » n'est plus libre j'en ai acheté les droits ! Mais uniquement pour un an...). De nombreux sites proposent de vérifier (et d'acheter) les noms (<http://www.whois-raynette.fr/> - <http://www.1and1.fr> - <http://www.one.com/fr...>). Ici, par exemple, je me suis amusé à chercher des termes aussi stupides que « oh-my-god », pour me rendre compte qu'ils sont déjà pris pour la plupart ! Par contre, « il.est.penible.le.prof » est libre lui !!!! Amusez-vous, mais trouvez quand même un nom un peu « malin »...

Les statistiques – Se faire connaître

On accède aux statistiques soit depuis le menu d'accueil, soit depuis le menu outils. Clairement celles-ci commencent à être « significatives » à partir de plusieurs dizaines de visites. Mais il est parfois aussi intéressant de regarder la provenance (Géographie). Toutefois, ne rêvez pas ! Avec la quantité invraisemblable de sites, de blogs, de pages sur l'Internet aujourd'hui, il est bien difficile d'être « connu ». Le meilleur moyen pour attirer le public sur son blog est la diffusion de personne à personne d'une part (un réseau) et surtout l'utilisation de médias grand-public. J'en ai personnellement fait l'expérience dans le cadre d'un blog sur les crues (<http://cruespyr2013.canalblog.com/>) : pendant des mois, nous avons tenté de faire diffuser l'info auprès des chercheurs et par voie d'affiche dans les mairies concernées sans pratiquement n'avoir aucun retour, il a suffi d'un reportage d'une minute trente au journal France3 de Midi-Pyrénées pour voir l'info relayée par tous les grands médias et, exploser la fréquentation du site.

Mais quantité ou qualité ? Buzz ou notoriété ?

C'est le très grand problème de la communication actuelle. Vite vu, vite oublié, célébrité du jour au lendemain et retour à l'anonymat. Vous voulez que votre blog soit vu par énormément d'internautes : insultez les politiques et déshabillez les filles !! La mode est de faire le buzz, mais « buzz » signifie bourdonnement d'insecte : un bruit lancinant, énervant, mais juste un bruit. A quoi sert d'être « liké » par des milliers de partisans ? A quoi sert d'avoir un livre si ce n'est pas pour le lire ? Or, hélas, une grande partie du fonctionnement de la communication actuelle a désormais cette philosophie. On twitte 150 caractères vite, souvent, auprès d'un large public. Oui, et on dit quoi en 150 caractères ? Donc, sauf si vous cherchez à gagner de l'argent avec votre blog (et certains – très peu - le font plutôt bien !), ne vous focalisez pas trop sur le nombre de visites, mais plus sur la qualité du contenu...

Bon blog !