

# Les weblogs défient les grands médias américains

Quotidiennes, brèves, décalées et engagées, les nouvelles proposées sur de nombreux weblogs ont de plus en plus d'audience auprès des internautes en quête d'informations pointues et de commentaires acérés.

Savez-vous que vous pouvez "devenir une des personnalités médiatiques les plus influentes au monde" ? Non, Time n'est pas en train de se payer votre tête. D'ailleurs, ce grand magazine américain vous présente de parfaits inconnus de la vie publique qui régulièrement réussissent à attirer l'attention de millions d'internautes sur leurs weblogs, ces "sites amateurs qui offrent des nouvelles, des informations et, par-dessus tout, des opinions à l'intention d'un auditoire de plus en plus croissant et dévoué, attiré par un ou deux centres d'intérêt communs et par le pur magnétisme de l'auteur". Mathew Gross, 32 ans, ancien écrivain free-lance, Rob Malda, 28 ans, ancien étudiant, Denis Dutton, 60 ans, ancien professeur de philosophie, sont de ceux qui ont atteint les sommets de la notoriété grâce à leurs weblogs, ou blogs.

Le développement de ces chroniques journalistiques en ligne traitant des sujets les plus divers date de la fin des années 90, notamment sous la forme de sites Internet où l'on peut poster quotidiennement ses propres contributions. "A la différence des grands médias, les bloggers concentrent leurs efforts sur des thèmes précis, et en deviennent bien souvent des observateurs de facto et experts autoproclamés." Ensuite, le procédé s'est généralisé avec l'apparition de logiciels gratuits pour créer son propre weblog. (...)

Suite de l'article : [courrierinternational.com](http://courrierinternational.com)

*Par*

**Publié sur Cafeduweb - Archives le jeudi 17 juin 2004**

Consultable en ligne : <http://archives.cafeduweb.com/lire/4558-les-weblogs-defient-grands-medias-americains.html>