



## Sping et splog

Toute nouveauté est porteuse de pollution. En particulier en informatique. Les Blogs n’y échappent pas. Ainsi on a vu apparaître ces derniers temps le phénomène des **sping** et des **splogs**. Deux nouveaux borgorymes de la high-tech à connaître!

En gros, c’est le principe du spam et de la publicité intempestive appliqué aux blogs. Et surtout une des astuces utilisées par des bloggers à la limite de la déontologie pour générer du chiffre d’affaire publicitaire et faire remonter leurs blogs dans les statistiques des moteurs de recherche de blogs (à la TechnoRati ou BlogPulse). La science dans ce domaine est florissante et les astuces innombrables.

Cet article d’**Information Week** s’en faisait l’écho en mai dernier, c’est par là que j’ai découvert le phénomène. Cette revue emploie d’ailleurs une méthode d’indexation curieuse. Ainsi le titre de l’article dans la version web du journal était: *“Spam blogs pollute Internet searches – Spam blog, known as splogs, are invading the Web by the millions. Blog search engines are trying to stamp them out, but more work needs to be done”* tandis que celui de la version papier était tout différent *“Invasion of the splogs – Looking for a credible blog on a programming language or a vacation destination? Spam blogs could slow your search to a crawl”*. Quand on pense que le titre évoque la pollution sur les moteurs de recherche! Le secrétariat de rédaction est passé par là pour rendre plus vendeur le titre de la version papier, sans mettre à jour celui de la version en ligne. Un comble!

Ces phénomènes de sping et de splogs n’ont rien d’étonnant. Chaque nouveauté est contournée par des petits malins. Soit pour générer du trafic, soit de l’argent, soit les deux. Et de pervertir un modèle “sympathique”. Le cas des blogs est idéal d’autant plus que nombreux sont ceux qui se demandent encore non pas à quoi ils servent mais quel est le modèle économique sous-jacent. En voilà qui en ont trouvé un!

Il ne faut pas s’en effaroucher pour autant. Les contre-mesures vont arriver. Tout comme existent les contre-mesures visant le spam de commentaires dans les blogs (cf l’utilitaire Askimet qui complète WordPress). Et un vrai blog s’identifie rapidement par son contenu et la personnalité de son auteur. Les splogs sont rapidement identifiables, tout comme les blogs à connotation trop marketing des grandes entreprises qui envoient leurs chefs de produit en service commandé faire la promotion de leurs nouveautés.

Cet article a été publié le 20 juin 2006 et édité en PDF le 23 mars 2024.  
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>