

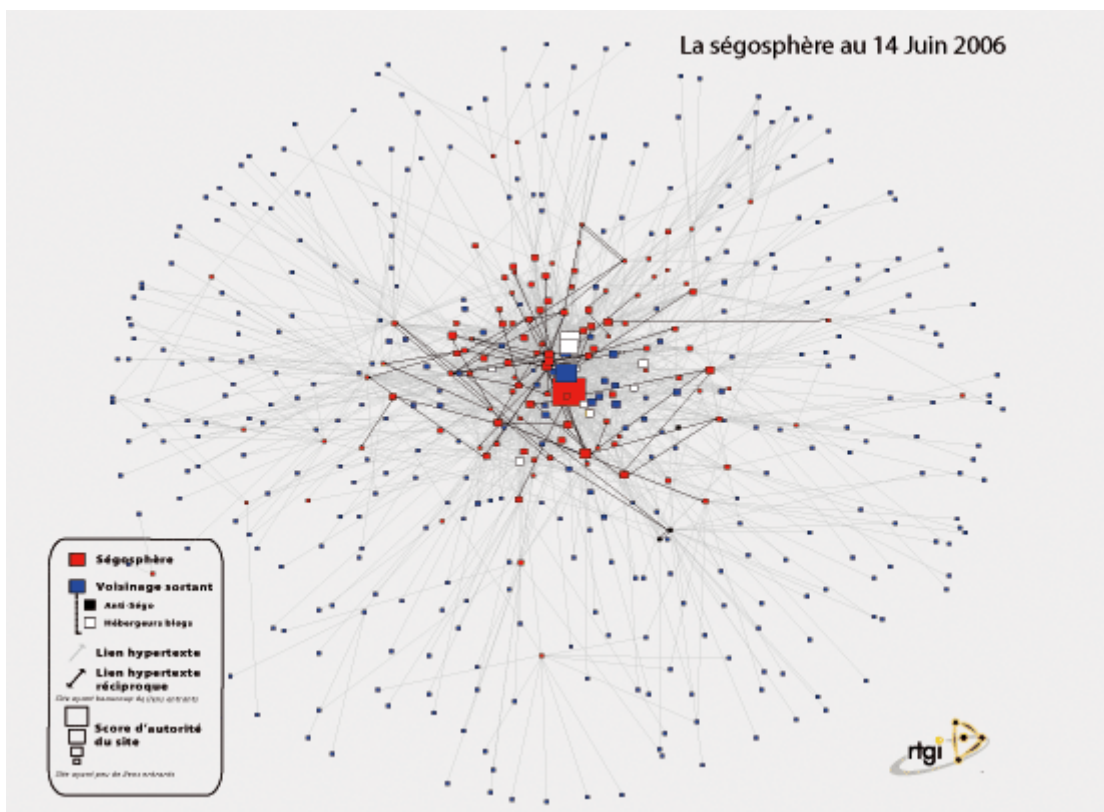


Réseaux, territoires
et géographie de l'information,
recherche & développement

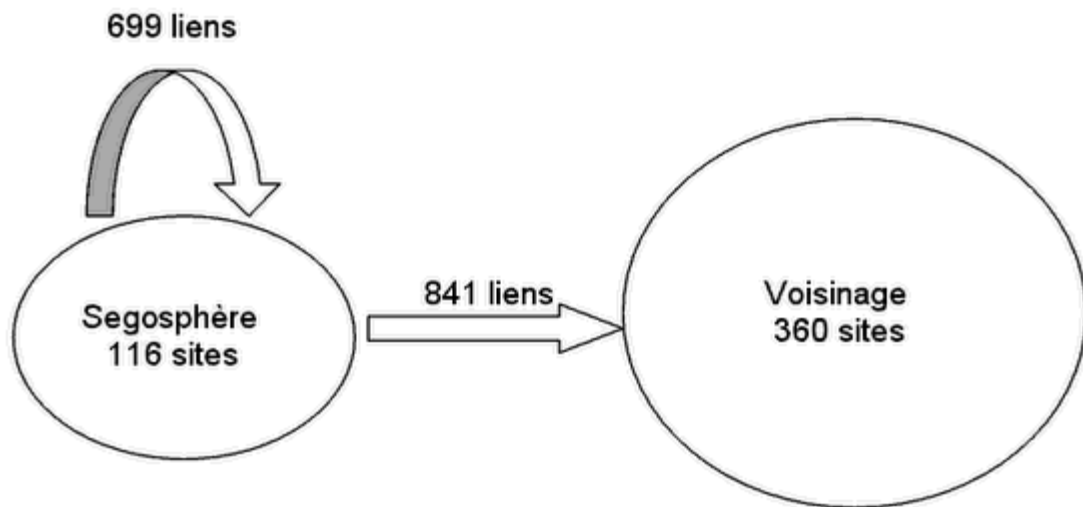
Ecologie de la « ségosphère »

1 - Organisation hypertextuelle de la ségosphère.....	4
1.1 - Connectivité entrante et sortante :	5
2 - La ségosphère : une flotte structurée et hiérarchisée	6
2.1 - Le vaisseau amiral : www.desirsdavenir.org	6
2.2 - La garde rapprochée (ou meilleures autorités).....	6
2.3 - Une flotte dévouée	7
2.4 - Les insolites	8
3 - La caisse de résonance ségosphère	8
3.1 - Comportements de publication.....	8
3.1.1 - La réplication de contenus	8
3.1.2 - Le blog agenda	9
3.1.3 - Le blog outil de communication du comité.....	9
3.1.4 - Le blog lieu de publication autonome	9
3.1.5 - L'autonomie éditoriale en question	9
3.2 - Blogs et forums : commentaires et discussions	10
4 - Le voisinage sortant de la Ségosphère.....	10
5 - De l'existence d'une ségosphère	12
6 - Discussions.....	12
6.1 - Stratégies d'occupation du territoire numérique	12
6.1.1 - Se construire un territoire convaincant	12
6.1.2 - Monter dans la googlearchie	13
6.2 - Blogs politiques : fantasme de la démocratie participative	14

La question qui nous a menés à réaliser cette étude a été de savoir s'il existe, sur le web, au delà du phénomène médiatique, un véritable mouvement de soutien pour l'investiture suprême de Ségolène Royal, de savoir si ce mouvement se cristallise sous la forme d'un agrégat dense de sites thématiquement et hypertextuellement proches (proches en nombre de clics) et si c'est le cas de décrire l'écosystème de cet agrégat que nous nommons dès à présent "ségosphère" (nous validerons ce choix terminologique en deux temps). Pour mener notre étude, nous avons utilisé nos robots crawler pour explorer la totalité des sites de soutien à Ségolène Royal ainsi que leur voisinage ; exploration qui a permis de dessiner la carte de cette localité du web.



1 - Organisation hypertextuelle de la ségosphère



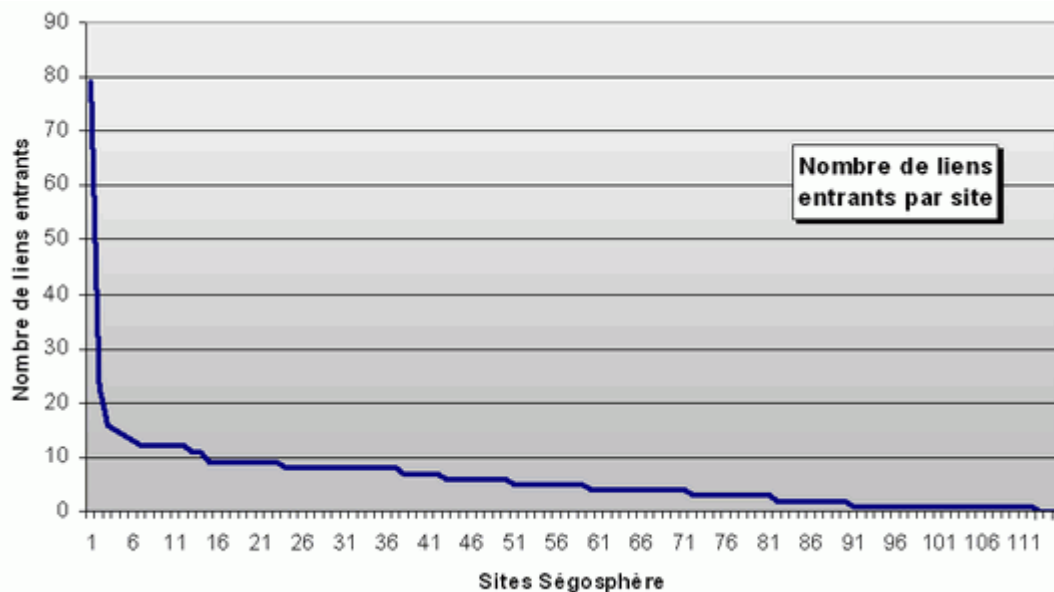
Notre exploration nous a permis de repérer une ensemble de 116 sites connexes (il existe un chemin non orienté entre tout couple de sites) proposant 1540 liens hypertexte sortants dont 45,4% vers d'autres sites de la ségosphère. Rapporté aux tailles respectives de nos deux ensembles (ségosphère et voisinage de la ségosphère), nous obtenons un coefficient d'ouverture de 0,72 ce qui signifie qu'en proportion la ségosphère privilégie en terme d'hyperliens les sites de la ségosphère.

Ces 116 sites présentent une densité interne de 0,05 soit plus de 6 liens sortants et donc 6 liens entrants par site, soit une très forte densité.

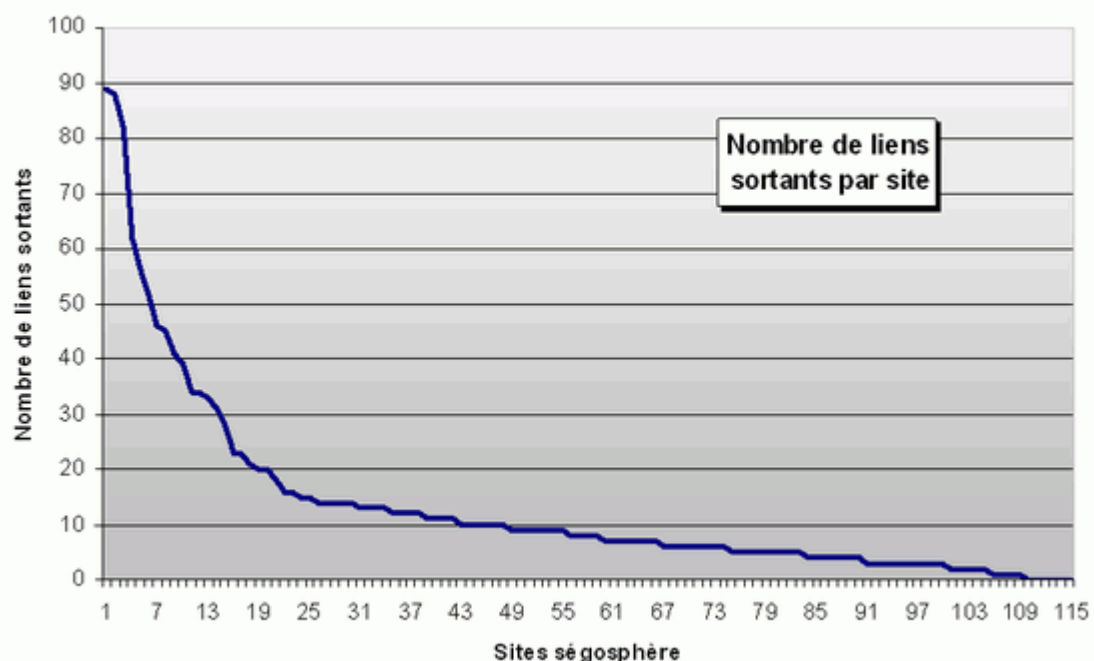
Enfin 150 liens réciproques engagent 55 sites, parmi ces 55 un bloc de 43 est connexe, cela signifie qu'il existe toujours pour l'internaute qui utilise les liens de navigation proposés par le site un chemin possible entre n'importe lequel de ces 43 sites.

Les trois critères révélés : coefficient d'ouverture, densité interne et liens réciproques prouve que nous sommes face à un agrégat fortement structuré et repérable a priori par ses qualités hypertextuelles, hypertextuellement donc le terme de ségosphère est justifié.

1.1 - Connectivité entrante et sortante :



Nous observons en terme de connectivité sortante une légère loi de puissance : 10% des sites les plus connectés proposent 43% des liens. Ces 10% représentent les sites de soutien qui tentent de référencer tous les autres sites de soutien existants.



En dehors de Désirs d'avenir, la répartition de la connectivité entrante est décroissante et quasi linéaire ce qui est peu courant sur le web, les distributions suivant la plupart du temps quel que soit le niveau de granularité une loi de puissance. Si on supprime le site désirs d'avenir, les 10% de sites les plus pointés ne représentent que 25% des liens entrants... La « long tail » des sites de comités de soutien à Ségolène

forme un « terreau hypertextuel » peu hiérarchisé mais extrêmement fertile localement (desirsdavenir.org autorité incontestable de cette localité)

2 - La ségosphère : une flotte structurée et hiérarchisée

Nos 116 sites présentent comme nous l'avons vu dans la partie précédente une structure hypertextuelle particulièrement resserrée et centrée sur le site desirsdavenir.org. Entrons maintenant un peu plus précisément dans l'observation de ces sites et voyons en quoi les contenus qu'ils proposent, leurs pratiques éditoriales ainsi que leur positionnement hypertextuel particulier nous amènent à parler d'un système pyramidal fortement hiérarchisé.

2.1 - Le vaisseau amiral : www.desirsdavenir.org

C'est l'embarcation que la quasi-totalité de la localité supporte. 78 des pages d'accueil de nos 116 sites visités pointent vers le site desirsdavenir.org. Preuve en est que cette ségosphère est toute entière tournée vers ce site qui trace la route, fixe les échéances, décide des débats et produit les synthèses découlant de ces débats.

2.2 - La garde rapprochée (ou meilleures autorités)

Contrairement à une hiérarchie militaire, cette garde rapprochée n'a pas été désignée par la tête mais a été élue par tous. En effet les sites qui la composent ne sont pas des sites tenus par l'équipe de campagne de Ségolène mais des initiatives individuelles de militants ou sympathisants qui de par leur activité et leur complémentarité se positionnent en terme de visibilité (nombre de sites pointant vers eux) dans le sillage du site desirsdavenir.org. Ce dernier bien qu'il ne coordonne pas cette garde rapprochée propose sur son site une « boîte à outils » pour tous les blogueurs soutiens de Ségolène leur permettant d'harmoniser leurs mise en page (peut être devrions nous dire « uniformiser », ne propose-t-on pas aux blogueurs de tous porter le même uniforme...). On voit déjà dans cette garde rapprochée se dessiner deux types de sites :

Les sites relais médias :

- www.segolene-presse.blogspot.com : revue de presse Française de Ségolène
- segonet.hautefort.com le portail qui référence tous les sites de comités de soutien à Ségolène
- segoloscope.blogspot.com tous les sondages sur Ségolène
- segolene-video.over-blog.com les extraits des passage télé de Ségolène

- segolene-headlines.blogspot.com Ségolène dans la presse étrangère

Les sites des comités de soutien :

- segolene2007.over-blog.com site pourtant moribond (pas de billet depuis avril) mais dont on peut expliquer le positionnement par l'ancienneté (date de création du blog décembre 2005)
- www.desirsdavenir33.org un des sites les plus actifs depuis fin mars 2006 et qui référence tous les sites des comités de soutien
- www.lesamisdesegoleneroyal.com sites des soutiens élus de Ségolène, site actif et référençant aussi tous les sites de comités de soutien
- www.segoleneparis.fr un des seuls sites de comité de soutien à proposer des contenus originaux, des critiques, des billets d'humeur...

Cette répartition des « charges » de campagne est particulièrement intéressante. Les sites « relais médias » d'un côté qui se partagent la tâche de relayer l'information publiée dans les grands médias (journaux, radio, télévision, sondages) et les sites des comités de soutien dont le caractère d'autorité est le fait combiné de leur activité et de leur ancienneté. En effet un site comme segolene2007.over-blog.com est notre première autorité des sites de comités de soutien malgré une absence de production depuis avril 2006. La moindre plasticité des blogrolls et autres sections liens des sites (on complète facilement ces sections mais on en supprime plus rarement des éléments) explique en partie la non répercussion de l'inactivité du blog sur son statut d'autorité.

2.3 - Une flotte dévouée

La ségosphère se positionne explicitement comme un ensemble de sites soutenant la candidature de Ségolène et se proposant de répondre à divers besoins en terme d'information. Les sites relais médias collectent et reproduisent les contenus ayant pour sujet Ségolène. Les sites des comités de soutien, beaucoup plus nombreux (plus de 90) profitent pour la plupart d'une visibilité bien moindre que ceux que nous avons nommés « la garde rapprochée ». Ces sites présentent une forte homogénéité en terme d'usage de l'outil blog et en terme de contenus proposés à leur visiteurs. Ce sont eux qui donnent son caractère local d'autorité suprême au site desirsdavenir.org. De par leur organisation (comités de soutien locaux et régionaux), ils tendent à reproduire une partition du territoire français, manifestant ainsi le réseau de soutien dense que la candidate Ségolène Royal possède sur tout le territoire.

2.4 - Les insolites

Dans cette ségosphère se sont glissés quelques insolites qui peuvent étonner, faire sourire ou interroger... En premier lieu le très champêtre [1000 fleurs pour Ségolène](#), un jardin secret de fleurs pour Ségolène, parfait pour se calmer et se ressourcer en nature... Ségolène ne pouvait échapper à la mode des skyblogs d'une part et de myspace de l'autre ! Elle possède donc un compte sur chacune de ces plateformes communautaires. [Pour skyblog](#) , quelques billets depuis la création début mai 2006 mais surtout de nombreux commentaires (une cinquantaine au moment de l'étude) démontrant à nouveau l'énorme activité générée par les skyblogs et le statut particulier de cette communauté (le fort sentiment d'appartenance à la skyblogosphère fait il que de nombreux skyblogueurs se laissent prendre au jeu du commentaire politique alors qu'en dehors de cette rassurante communauté, il ne s'y seraient pas aventurés ?). Côté myspace, [un profil non-officiel](#), en anglais qui propose peu de contenu mais qui est une porte d'entrée sur une communauté satyrique de faux profils de politiques ou de personnages historiques. Pour terminer un blog supposé être de soutien à Ségolène mais qui pourtant laisse sceptique, peut être à cause de son adresse d'ailleurs : [ambichieuse.blogspot.com](#)

3 - La caisse de résonance ségosphère

3.1 - Comportements de publication

La grande homogénéité éditoriale de la ségosphère nous a permis d'isoler 4 types de comportements de publication. Cette typologie hiérarchise ces comportements dans leur capacité à produire des contenus originaux.

3.1.1 - La réplique de contenus

Tous en premier lieu ont une forte tendance à la réplique brute de contenus. Réplique des textes de campagne de Ségolène, réplique des synthèses réalisées sur le site [desirsdavenir.org](#), réplique d'articles, dépêches, émission de radio, interventions télévisées.

La réplique brute implique de ne pas introduire le contenu répliqué autrement que par son titre et son origine, il n'est pas reformulé, synthétisé, contextualisé, critiqué, comparé. De plus pour les contenus textuels contrairement à une photocopie, seul le discours est repris, sa mise en forme, elle, devient celle du blog qui l'accueille, ainsi lorsque, et c'est souvent le cas, la source n'est pas connue, la question de la traçabilité de l'information et de « l'original » se pose pleinement et trouve difficilement réponse (à moins de devenir l'objectif du lecteur dans sa quête d'information mais la plupart du temps l'investissement temporel limité consacré à cette recherche amène à ne pas questionner

l'origine du contenu dont aucune source n'est précisée et à l'attribuer par convention de lecture au propriétaire du blog).

3.1.2 - Le blog agenda

C'est là une fonction commune à tous les blogs des comités de soutien. C'est aussi notre niveau de publication le plus bas en terme de production de contenus originaux. Au-delà de la manifestation de l'existence d'un comité de soutien local ou régional et de son positionnement hypertextuel visant à renforcer le statut du vaisseau amiral (tout le temps), de la garde rapprochée (souvent) et de quelques autres membres de la flotte, les blogs des comités de soutien publient les dates et les lieux de rendez vous des réunions des comités. Le blog est alors utilisé comme un lieu d'affichage, transposition numérique des tracts et/ou affiches placardées annonçant une réunion publique.

3.1.3 - Le blog outil de communication du comité

Quelques blogs (beaucoup plus rares déjà), assurent l'essentiel des fonctions de communication de leur comité grâce au blog. Ils publient les comptes rendus des réunions, les listes des membres du comité, communiquent sur leurs actions, donnent aux visiteurs les contacts (mail et téléphone souvent) pour s'inscrire.

3.1.4 - Le blog lieu de publication autonome

C'est le niveau de publication le plus élevé que nous avons observé mais aussi de loin le moins présent (seulement quelques blogs). Le blog continue d'être le prolongement numérique du comité de soutien mais propose une véritable tribune à laquelle s'expriment les auteurs : ils produisent des billets d'analyse, commentent l'actualité de Ségolène Royal ou plus largement l'actualité politique, proposent des synthèses d'articles, critiquent telle ou telle posture. Le blog gagne ainsi son autonomie sur l'action de terrain du comité de soutien et complète celle-ci en adaptant l'exercice militant au territoire numérique.

3.1.5 - L'autonomie éditoriale en question

L'exploitation des pleines potentialités du support blog si elle est souhaitable pour l'internaute en quête de contenus originaux et diversifiés ne l'est peut être pas pour la tête du parti. A ceci une raison principalement : le parti politique ne contrôle pas le contenu des blogs de soutien mais lui échoit une forme de responsabilité morale quand aux contenus qui sont diffusés sur le blog. Ainsi lorsque le blog de soutien segoleneroyal.over-blog.com dérape et provoque une polémique au sujet de propos arguant de la judaïté de Fabius et Strauss Kahn, c'est Ségolène Royal et le site [desirsdavenir](http://desirsdavenir.com) qui sont immédiatement stigmatisés car le site propose un lien vers le blog incriminé. La réaction de l'équipe de Ségolène Royal fut de supprimer la totalité des liens vers les blogs de soutien marquant ainsi leur volonté

d'instaurer une distance entre l'activité de leur site et celle des blogs de soutien. Il y a fort à parier que ce geste ne suffira pas à dédouaner la tête de la Ségosphère de sa responsabilité vis à vis des choix éditoriaux de sa base.

A l'opposé, l'inactivité de certains blogs, leur maintien en ligne malgré leur état de friche peut aussi prêter à critiques et desservir la tête. Preuve en est la décision de l'U-M-P de délaïsser la plate-forme [blog militant](#) peu contrôlée et hébergeant nombre de blogs inactifs (voir le [billet](#) de Franck Ghitalla à ce sujet) pour lancer une nouvelle [plate-forme de blogs](#) gratuite pour tous les 3 premiers mois et qui le restera uniquement pour les blogs les plus actifs. En d'autres termes, l'établissement d'une règle qui limitera au maximum l'existence de blogs sans contenus au delà du premier trimestre, une forme de "sélection naturelle" qui débouchera sur une blogosphère U-M-P assurément dynamique... (en effet, peu décideront de s'affranchir de l'abonnement mensuel à la plate-forme typepad pro pour maintenir un espace de publication qu'ils n'utilisaient pas durant la période de gratuité).

Ainsi allons nous sûrement nous diriger vers une nouvelle forme de contrôle avec l'établissement de chartes, la création de labels à destination des blogueurs militants, signifiant qu'ils respectent les règles édictées. Les partis trouveraient là un moyen de se protéger des dérives en manifestant leur désapprobation à un dérapage par la suppression du label...

3.2 - Blogs et forums : commentaires et discussions

Si le débat ne semble pas être à l'initiative des auteurs des blogs de la ségosphère, ce n'est pas non plus du côté des commentaires qu'il faut aller chercher cette dynamique de discussions, de confrontations de points de vue. En effet, la ségosphère (en dehors évidemment du site [desirdavenir.org](#) qui est extrêmement actif) ne génère quasiment aucune interaction entre les auteurs des blogs et leurs lecteurs. On trouve en moyenne moins de 2 commentaires présents par blog sur les 5 derniers billets publiés et nous n'avons relevé aucun fil de discussions suivi. On trouve aussi quelques fora dans notre ségosphère mais qui pour le moment sont soit quasi-inactifs, soit fermés pour des problèmes de modération, rappelant ainsi qu'il n'est pas possible de laisser vivre un forum sans modération (il est en effet quasi immédiatement pollué par des messages à caractère insultants, pornographiques, publicitaires etc.) et que mettre à disposition un outil de communication n'implique pas forcément que celui-ci sera utilisé.

4 - Le voisinage sortant de la Ségosphère

On appelle voisinage sortant l'ensemble des sites pointés par les sites de la Ségosphère. Il se divise en 6 catégories formant un tout particulièrement cohérent.

1. Le parti socialiste : première autorité du voisinage, le site du PS (www.parti-socialiste.fr), suivent, moins visibles, un nombre important de sites d'élus (michelpineau.over-blog.com), de sections (www.ps-paris.org), programmatiques (www.lesetatsgeneraux.fr), militants (gauche2007.over-blog.com)...
2. Les institutions : suivant de près le site du PS, le site du conseil régional Poitou Charente (www.cr-poitou-charentes.fr) et de leurs initiatives (www.democratie-participative.fr/bpl/index.dml) mais aussi le site de [l'assemblée nationale](http://lassemblee-nationale.fr) et quelques .gouv.fr
3. Les plate-formes de blog : intéressant de noter que dans la hiérarchie des plates forme de blog on trouve en premier la plate forme [over-blog](http://over-blog.com) qui abrite d'ailleurs 35 blogs de la segosphère, suivie par [hautetfort](http://hautetfort.com) (17 blogs) puis [blogger](http://blogger.com) (14 blogs) et [blogspirit](http://blogspirit.com) (13 blogs)
4. Les médias d'information/actualités (presse télé radio) : en tête les-4-verites.france2.fr, émission dans laquelle Ségolène a été invitée et dont les images sont reprises sur nombre de blogs soutien et relais médias, suivies par [LCI](http://lci.fr), [Le nouvel obs](http://le-nouvel-obs.com), [Le Monde](http://le-monde.fr), [Libération](http://liberation.fr), [Radio France](http://radiofrance.fr), [RTL](http://rtl.fr), [20 Minutes](http://20minutes.com), [Les Echos](http://les-echos.fr), [L'Express](http://lexpress.fr) etc.. Ces liens mènent en grande majorité vers des articles consacrés à Ségolène, la hiérarchie qui se dessine est en conséquence celle de l'importance accordée à Ségolène par ces médias...
5. Les sources d'information/actualité web : [wikipedia](http://wikipedia.org) en tête pour la [biographie de Ségolène](http://biographie-de-segolene.net) suivi de www.netpolitique.net (pas vraiment contre-intuitif, on parle de net et de politique...) et les agrégateurs d'actualités de [google](http://google.com) et de [yahoo](http://yahoo.com).
6. Les sites anti-ségolène : ils ne sont pas nombreux à appartenir à cette localité :
 - o 143rebelles.over-blog.com
 - o desirdavenir.over-blog.com
 - o segoleneroyalevisited.hautetfort.com

Leur rattachement est le fait de certains sites de comités de soutien qui proposent des passerelles vers eux : segolene2007.canalblog.com cite desirdavenir.over-blog.com dans son blogroll mais dans une catégorie dédiée nommée : CELUI QUI N'AIMAIT PAS SEGOLENE et s'attaque à 143rebelles.over-blog.com dans un billet plutôt vindicatif. Quant à segoleneroyal.over-blog.com elle présente desirdavenir.over-blog.com comme un blog anti Ségolène Royal. Ces blogs anti cependant possèdent, eux, de nombreuses passerelles vers la ségosphère, conscients qu'ils sont de devoir se rattacher hypertextuellement à la dynamique pro-Ségolène pour exister sur le Web ou du moins être visibles sur les moteurs de recherche.

5 - De l'existence d'une ségosphère

Notre étude écologique nous a menés à préciser les contours de notre localité web. Nous y avons trouvé un cœur thématique précisément circonscrit qui ne présente ni rupture, ni chevauchement mais seulement des glissements en proximités thématiques. Notre hypothèse consistant à nommer cette localité Ségosphère se voit donc validée. La Ségosphère se définit comme un lieu hypertextuellement dense et traitant exclusivement de Ségolène Royal (monothématique) ; lieu possédant un voisinage sortant prolongeant la thématique politique Ségolène.

6 - Discussions

6.1 - *Stratégies d'occupation du territoire numérique*

Nous avons montré en quoi selon nous l'enjeu de la ségosphère n'est pas de construire un lieu de démocratie participative, de débat démocratique dans la lignée du vaisseau amiral ; preuve en est le peu de productions originales, la forte tendance à la réplication de contenus et l'absence de confrontations d'idées.

Cet enjeu, nous le voyons ailleurs ; il s'agit de gagner la bataille de la visibilité et cette bataille se joue sur deux champs : celui des réponses des moteurs de recherche aux requêtes qui lui sont soumises et celui du territoire même d'information de la ségosphère (le territoire tel qu'il est expérimenté par les usagers lorsqu'ils naviguent dessus).

6.1.1 - **Se construire un territoire convaincant**

Gagner cette bataille sur le territoire lui-même, cela impliquerait, comme ce fut en partie le cas pour les partisans du [non au TCE](#), de proposer un territoire étendu et dense dans lequel les internautes en quête de débats pour les présidentielles arpentent une ségosphère labyrinthique où la multiplicité des contenus étroitement hyperliés mène inexorablement à une unique conclusion : voter Ségolène (voter non dans le cas du TCE). La ségosphère, eut égard à la pauvreté des contenus observés ne semble pouvoir convaincre par la force des arguments, elle propose un territoire du même dans lequel l'absence d'hétérogénéité peut provoquer de la lassitude. D'un autre côté, la multitude de sites, l'étendue du territoire donnerait-elle à cette ségosphère la force convictionnelle de la masse?

Ainsi cette ségosphère, même si elle possède déjà une taille conséquente propre à impressionner voire à influencer, devra alimenter en contenus cette multitude si elle ambitionne de véritablement devenir un territoire visité, lu et influant...

6.1.2 - Monter dans la [googlearchie](#)

Gagner la bataille sur le champ des moteurs de recherche se résume en France à gagner la bataille de la googlearchie (hiérarchisation des sites web dictée par google avec son pagerank). En effet, bien plus qu'aux Etats-Unis, Google reste pour les français le leader incontesté de la recherche d'information (plus de [80% de parts de marché](#) pour [moins de 50% aux Etats-Unis](#)) sachant que les moteurs de recherche représentent encore plus de [60% de l'origine du trafic web](#).

Concrètement gagner la bataille de la googlearchie, c'est être suffisamment haut dans la hiérarchie Google pour que le vaisseau amiral qu'est [desirsdavenir.org](#) apparaisse dans les résultats de tête du moteur de recherche lorsque des requêtes lui sont soumises sur les futurs thèmes de campagne (gagner la bataille de la requête PS, desirsdavenir ou UMP étant évidemment nécessaire mais aucunement un enjeu difficile à tenir pour les intéressés). La ségosphère s'emploie à gagner cette bataille de par son activité systématique de production de liens vers le site desirsdavenir lui conférant au moins localement un statut de super autorité (le statut d'autorité étant central dans la bonne tenue du pagerank).

Cependant, le rang de petits dans la googlearchie de ces sites du au peu de liens entrants qu'ils possèdent (quelques uns quasi exclusivement au sein de la ségosphère) fait qu'ils n'ont que peu d'influence sur le [pagerank](#) de [desirsdavenir](#) qui étonnamment reste bloqué à 3 ce qui pour un site de cette ampleur est assez faible (le pagerank fourni par la google toolbar étant un nombre entier entre 0 et 10 évoluant sur une échelle non linéaire, pagerank qui est une simplification du véritable pagerank, seul connu de google, qui doit être linéaire, non entier et non borné).

Ainsi la ségosphère ne semble pas profiter grandement au site [desirsdavenir.org](#) dans le système googlearchique, ce dernier restant encore loin derrière les sites de partis comme [l'U-M-P \(PR de 6\)](#), [le PS \(PR : 6\)](#) ou d'hommes politiques blogueurs stars comme [DSK \(PR : 5\)](#), [Alain Juppé \(PR : 5\)](#).

Au final, la ségosphère et le site [desirsdavenir](#) connaissent une réussite toute relative dans cette bataille pour la visibilité. Pourtant les stratégies (qu'elles soient explicites ou non, coordonnées ou pas) sont bien présentes :

- Une organisation pyramidale permettant de faire émerger quelques sites de par l'action de dizaines de sites de section locale.
- Une tendance forte à la réplication, construisant ainsi une caisse de résonance qui amplifie un bruit déjà existant mais qui ne l'enrichit pas et qui surtout ne prend pas le risque que ce bruit diverge de trop obligeant ainsi la tête à s'en désolidariser.

Ceci permet l'émergence d'un territoire homogène fortement hiérarchisé de non-contestation. Ce qui fait la force et l'avance de cette ségosphère et du site desirsdavenir.org, c'est qu'ils prennent déjà part à cette bataille de la visibilité ; qu'ils sont **sur** le champ de bataille à un moment où de nombreux partis et candidats n'ont que vaguement conscience de son existence et de son importance à venir. Cette avance aura forcément des conséquences dans 10 mois et tous ceux qui auront investis ce terrain précocement en retireront assurément des bénéfices.

6.2 - Blogs politiques : fantasme de la démocratie participative

L'effet d'emballlement des politiques pour le web avec d'abord la mode du blog personnel et maintenant l'émergence de plates formes de blogs marquées politiquement marque l'annexion par les politiques d'un nouvel outil de communication politique. Les enjeux restent les mêmes que dans les médias traditionnels : être vu, entendu, lu. C'est au niveau des militants que la donne se voit changée, non content d'offrir un outil de publication accessible à tous permettant de régler en interne la vie du comité de soutien, ils ont la possibilité de médiatiser leur action au delà de leur habituelle zone de rayonnement, de tisser un réseau militant dense et visible par tous, de coordonner des actions, de mutualiser des ressources. Les perspectives sont nombreuses et peu sont encore explorées mais il nous semble qu'à l'échelle de la multitude des blogs militants, deux fonctions risquent de se stabiliser :

1. manifester à la vue de tous l'ampleur des forces en présence indépendamment du contenu proposé
2. offrir des outils de coordination et de mutualisation des ressources en interne

Les lieux de débat, d'échange, de confrontation resteront réservés à des zones franches telles que les fora des sites des grands médias, les zones de commentaires de certains blogs qui génèrent une importante activité et qui rassemblent des lecteurs et contributeurs de différentes couleurs politiques, certains newsgroups consacrés à la politique et non à un parti. Les lieux de délibération se doivent d'être des lieux neutres, non marqués ou du moins pas explicitement. A partir du moment où un parti politique s'affiche en devanture d'un site, nombreux seront les internautes qui n'en franchiront pas la porte.