

الاتصالات السياسية والانتخابية على شبكة الإنترنت

فهرس رسالة ماجستير

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| PLAN | 4 |
| INTRODUCTION | 6 |
| PARTIE 1. LA COMMUNICATION POLITIQUE ET ÉLECTORALE A L'ÈRE DU NUMÉRIQUE | 10 |
| A) CYBERPOLITIQUES, CYBERCITOYENS : LES ENJEUX | 11 |
| Internet, vitrine des partis politiques et support privilégié pour la revendication partisane | 12 |
| Un renouvellement pour la communication politique ? | 15 |
| L'interactivité : nouvelle alternative de la communication politique en ligne | 17 |
| B) LA COMMUNICATION EN LIGNE AU SERVICE DE LA PROPAGANDE POLITIQUE | 19 |
| Le site Internet, outil de communication électorale | 20 |
| Les différents supports de la communication au public en ligne | 26 |
| a. Les blogs et l'activisme politique | 26 |
| i. Définition, anatomie et fonctionnalité de l'outil | 27 |
| ii. Les facteurs de succès des blogs politiques | 29 |
| b. L'effet vidéo et les web TV | 33 |
| i. Les web TV au coeur de la campagne | 33 |
| ii. Les vidéos : un format de communication libre pour les Internauts | 36 |
| c. Web radio & podcasting | 39 |
| i. Un mode de diffusion particulier de message : le podcasting | 39 |
| ii. La fidélisation de « la communauté podcast » | 41 |
| d. La réservation des noms de domaine, le risque de l'abus patronymique | 44 |
| e. Le « e-mailing » ou la prospection électronique au service du politique | 48 |
| PARTIE 2. LES RÉGULATIONS DU PROCESSUS ÉLECTORAL SUR L'INTERNET | 53 |
| A) L'ENCADREMENT DE L'ACTIVITÉ POLITIQUE EN LIGNE | 54 |

La propagande électorale et la réglementation des contenus
54

a. De la responsabilité éditoriale et du respect de la
netiquette 56

i. Le cas particulier du blog 59

ii. L'importance du respect de la netiquette 70

b. De la diffusion de tracts 72

c. Le maintien du site en ligne le jour du scrutin 73

d. La publicité en ligne et référencement 77

Le droit électoral à l'épreuve de la net-campagne : le
financement spécifique des campagnes sur l'Internet 79

a. Un financement encadré des sites Internet 81

b. Les soutiens en ligne : de l'adhésion au don 83

i. L'appel au soutien moral : l'adhésion en ligne 83

ii. L'appel au soutien économique : la sollicitation de dons
en ligne 85

c. Les comptes de campagne et le bénévolat 87

La publication des sondages et la diffusion du résultat des
élections 91

a. Les sondages 92

b. Leur publication électronique 93

c. La tentation d'un résultat (anticipé) des élections 95

B) L'IMPACT RÉEL DE LA WEB CAMPAGNE : QUEL
AVENIR POUR CETTE FORME DE COMMUNICATION
POLITIQUE VIRTUELLE ? 98

Les actions d'influence de la Toile 99

a. L'outil Internet, entre nécessité communicationnelle et
efficacité symbolique 99

b. « Fracture numérique, fracture communicationnelle,
fracture civique » 102

L'Internet au centre de la communication politique : un
enjeu démocratique plus qu'informatique 104

a. Un signe de modernisation de la vie politique 105

b. Vers une démocratie électronique ? 109

CONCLUSION 112

BIBLIOGRAPHIE 113
ANNEXES 124