

TRIBUNE : après les 'blogs', la dérive 'splogosphère'

Serons-nous tous victimes d'un 'splog'...?

Qu'est-ce donc ? Un *splog* a la forme d'un *blog*, le goût d'un *blog*, et parfois le contenu d'un *blog*, mais ce n'en est pas un. Et pourtant, cette forme de parasite envahit les plates-formes *blogs* !

Le but de leurs créateurs est moins de publier de l'information pour attirer les internautes que de pointer vers un site plus ou moins légitime afin d'augmenter artificiellement son '*pagerank*' (notation des pages web indexées par les moteurs de recherche à partir du nombre de liens qui pointent vers la page, une démarche qui participe à leur classement).

Décidément, la technologie de *ranking* initiée par Google aura généré de nombreuses dérives et tentatives pour tromper ses algorithmes d'indexation.

Un phénomène anodin ? Pas tant que cela car, pour prendre la mesure du phénomène, Technorati dans son étude '*State of the Blogosphere*' a estimé qu'il se crée entre 3.000 et 7.000 *splogs* par jour!

Les *splogs* sont des verrues qui ne cessent de prendre de l'ampleur au sein de la 'blogosphère'. Ainsi, leur rythme de création est désormais supérieur à celui des *blogs* ! Mais comme ils s'appuient sur les plates-formes de création et d'hébergement de *blogs*, leur expansion est ainsi noyée.

Les marketeurs commencent à s'en inquiéter. Parce que cela modifie la règle du jeu sur les moteurs de recherche. Mais également parce que cela contribue à créer un trafic artificiel et sans intérêt, sauf pour ceux qui emploient volontairement cette méthode.

Mais le plus grand perdant dans cette affaire sera certainement le *blog*. Au moment où celui-ci atteint une certaine légitimité, certains commencent à être reconnus dans la sphère pourtant fermée de l'information (aux Etats-Unis, 22 *blogs* figurent parmi les 100 premiers sites d'information), c'est la crédibilité du média qui va s'en trouver remise en cause...

Bref, encore une dérive à surveiller sur le Net!