

**Référence :** Greffet, Fabienne. "Partis politiques et démocratie numérique, une relation sous tensions" dans Dominique Andolfatto et Alexandra Goujon (dir.), *Partis politiques et démocratie*, Bruxelles, Presses de l'Université de Bruxelles, 2016, 43-55.

## **Partis politiques et démocratie numérique : une relation sous tensions**

Fabienne Greffet<sup>1</sup>

De multiples manifestations de l'appropriation des technologies numériques au sein des partis politiques et par les équipes des candidats, ont été médiatisées ces dernières années à travers la référence à la campagne présidentielle de Barack Obama en 2008 (Kreiss, 2012 ; Pène, 2013)<sup>2</sup> ou, en France, les initiatives prises en 2012 pour mobiliser les électeurs et les impliquer dans les net-campagnes (Greffet, Wojcik, Blanchard, 2014 ; Théviot, 2014). Pourtant, la relation entre les syntagmes parti politique et « démocratie électronique » – ou désormais « numérique » ou « digitale » – demeure ambivalente. Elle renvoie en effet, plutôt qu'à un âge numérique du « cyber-parti » (Margetts, 2006) envisagé dans une perspective évolutionniste, à un ensemble de tensions qui tiennent autant aux ambiguïtés de la notion de démocratie numérique qu'aux structures concernées par l'appropriation des technologies.

Ce chapitre montre en effet qu'en dépit de l'émergence d'enjeux et d'organisations politiques propres au monde numérique, la position des partis politiques dans ce qu'on pourrait appeler la « démocratie numérique »<sup>3</sup> est incertaine, car les différentes conceptions de la démocratie numérique intègrent peu les partis politiques, autrement dit incarnent davantage des variantes de la « démocratie du public », marquée par l'emprise des techniques de communication, qu'une « démocratie des partis » (Manin, 1995). Parallèlement, et en dépit de la mise en scène des publics qui s'opère sur internet, la population des publics partisans numériques demeure circonscrite : la démocratie partisane à l'ère d'internet porte une

---

<sup>1</sup> Maître de conférences en science politique, Université de Lorraine, IRENEE (Nancy) et Pacte-CNRS (Grenoble). L'auteure remercie Pierre Favre, Arthur Renaud et Sandrine Roginsky pour leur lecture d'une version antérieure de ce texte.

<sup>2</sup> Le livre de Guillaume Liégey, Arthur Muller et Vincent Pons (2013) sur le porte-à-porte constitue un tel exemple de tentative d'importation en France de techniques de campagne s'appuyant sur les technologies numériques et éprouvées dans le cadre des campagnes de Barack Obama.

<sup>3</sup> Sans présupposer évidemment d'un caractère supposément "démocratique" des technologies numériques, puisque des usages non-démocratiques peuvent évidemment en être faits (cf. par exemple Arsène, 2011).

diversification des modes de militantisme sans que la sociologie des populations engagées en soit – pour l'instant - profondément modifiée.

## **1. Une présence discrète des partis politiques dans les « démocraties numériques »**

La présence des partis politiques dans la littérature académique évoquant une possible « e-democracy » ou « démocratie numérique » relève d'un mouvement tardif. Dans « l'imaginaire d'internet », c'est-à-dire les visions du monde portées par ses créateurs (Flichy, 2001), les espaces ouverts par le biais des technologies numériques ne seraient pas soumis aux règles de l'État et de la représentation politique. Ils conviendraient davantage à des formes de participation individualisées, exprimées en dehors d'organisations institutionnalisées, de la part de citoyens de plus en plus réflexifs et désireux d'exposer leurs idées et leurs intérêts. Dans ces conceptions initiales, l'articulation entre technologies numériques et démocratie est pensée soit de façon complètement individuelle, soit plus collective mais structurée par des mouvements sociaux, en ligne ou hors ligne, plutôt que par des entreprises politiques construites sur des objectifs de conquête du pouvoir et d'implication dans la compétition électorale.

### *Les débuts d'internet, ou l'exclusion des partis*

L'histoire des débuts d'internet est ainsi marquée par la présence d'informaticiens et d'intellectuels qui ont vécu la période hippie des années 1960 en Californie et promeuvent des valeurs de liberté individuelle, d'autonomie et d'auto-organisation. Il s'agit de faire confiance aux machines et aux appropriations citoyennes de celles-ci plutôt qu'aux institutions établies, pour atteindre au changement social. Des personnalités comme Stewart Brand (Turner, 2012) participent à la production et à la diffusion d'une telle vision technologique du futur, appuyée sur des individus et des petits collectifs, qui auto-définissent ce que doit être le bien commun en utilisant au mieux les techniques qu'elles s'approprient, sans dépendre de l'industrie ni de l'Etat. Cette vision véhicule une méfiance à l'égard de la politique institutionnelle et un refus de s'engager dans le combat politique classique. Dans cette perspective, les partis politiques constituent un repoussoir, l'anti-acteur de la démocratie numérique, car représentant un âge

révolu, celui de la délégation à une organisation chargée de représenter une collectivité (par trop) homogène.

Parallèlement, la démocratie électronique sera plus souvent associée aux notions de communauté locale et de participation (Wojcik, 2011) que de parti, comme en témoigne l'histoire de cette notion, centrée tour à tour sur la cybernétique et la vision utopique des années 1950 de « machines à gouverner » développées grâce à l'informatique en vue d'aboutir à une gestion rationnelle des questions collectives ; puis, de la télé démocratie, imaginée avec l'essor et télévision locales dans les années 1970, qui ouvre à des échanges renouvelés entre élus et citoyens, mais aussi au sein des communautés civiques ; et finalement, d'un internet ouvert et mondialisé où les citoyens pourraient réinventer l'ordre politique (Vedel, 2003). Reprenant dans son ouvrage de synthèse une définition de Kenneth Hacker et Jan van Dijk (2000), Andrew Chadwick (2006, p. 85) définit dès lors la « e-democracy » comme « un ensemble de tentatives de pratiquer la démocratie sans les limites de temps, d'espace et autres contraintes physiques, en utilisant les technologies de l'information et de la communication ou la communication par ordinateur au lieu de et en supplément, non en remplacement, des pratiques politiques traditionnelles »<sup>4</sup>, en la rapprochant des trois notions-clés de communauté, délibération et participation. C'est donc une démocratie plus directe et participative (Blondiaux, 2008) qui est valorisée. La démocratie électronique ou numérique sera ainsi souvent définie par ses promoteurs de façon normative, comme une modalité de renouvellement d'un modèle démocratique présentée comme étant à bout de souffle (Pharr, Putnam, 2000)<sup>5</sup>. Cette perception reste relativement présente dans le discours des acteurs politiques et les politiques publiques, comme en témoigne par exemple « l'agenda digital pour l'Europe »<sup>6</sup>, qui insiste sur la recherche d'une participation active des citoyens, renvoyant de fait les organisations instituées à leur incapacité supposée à représenter ces mêmes citoyens.

### *Des conceptions de la démocratie numérique éloignées des organisations partisanes*

On retrouve également ces réflexions dans des approches plus conceptuelles de la démocratie et de la citoyenneté numériques (Greffet, Wojcik, 2014). A l'instar d'autres auteurs

---

<sup>4</sup> Traduction libre de la citation suivante, adaptée de Hacker et van Dijk (2000, p. 1) : « a collection of attempts to practise democracy without the limits of time, space and other physical conditions, using information and communications technology or computer-mediated communication instead, as an addition, not a replacement, for traditional... political practices » (Chadwick, 2006, p. 85).

<sup>5</sup> Elle n'est de ce fait pas étrangère à des réflexions antérieures portant sur les médias et le rapport à l'information politique, singulièrement concernant la télévision, à propos de laquelle était évoquée une « démocratie cathodique » (Cotteret, Gerstlé, Ayache, Casile, 1981).

<sup>6</sup> <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>

(Fuchs, 2007, Monnoyer-Smith, 2011), Lincoln Dahlberg (2011) propose ainsi quatre grandes conceptualisations : libérale-individualiste, délibérative, contre-public et marxiste autonomiste, en précisant néanmoins qu'il peut en exister d'autres, notamment une perspective cyber-féministe et une perspective cyber-libertarienne. Parmi les quatre conceptions principales identifiées par L.Dahlberg, la seule où les partis politiques sont mentionnés est la première, libérale-individualiste, mais il s'agit en fait de les exclure du champ de la réflexion. En effet, cette conception, sous-tendue par une vision schumpéterienne du citoyen, comme un individu rationnel qui n'a pas le désir ni les compétences nécessaires pour s'impliquer activement dans la gestion des affaires de la cité et qui défend en priorité ses intérêts personnels, insiste sur les opportunités offertes par les médias numériques pour s'informer. Les technologies numériques permettraient aux citoyens de disposer d'éléments fiables pour porter des jugements politiques, puis pour formaliser leurs choix par le vote électronique, les pétitions et consultations en ligne. Les technologies numériques sont ainsi conçues comme une voie de substitution ou de contournement des institutions que sont l'Etat, les partis politiques ou les groupes d'intérêt, qui demeurent des acteurs majeurs du système politique. L.Dahlberg signale qu'il s'agit de la conception dominante de la démocratie numérique, car la norme des institutions représentatives, où le rôle des citoyens reste circonscrit et ses moyens d'expression limités, est très ancrée.

La deuxième forme décrite par L.Dahlberg est la « démocratie numérique délibérative », qui s'inspire de la conceptualisation de la délibération d'Habermas. Ici, il s'agit de pointer que le développement des technologies permettrait d'ouvrir des espaces de délibération et plus généralement de discussion (Greffet, Wojcik, 2008), voire de « participation politique expressive » (Rojas, Puig-i-Abril, 2009), définie comme « une forme de participation politique qui entraîne l'expression publique d'orientations politiques »<sup>7</sup>. Cette conception a donné lieu à de nombreux travaux sur la notion d'espaces publics numériques et la catégorisation de ces espaces comme plus ou moins « politiques » (Dahlgren, 2009). Scott Wright étudie ainsi des espaces de discussion non politiques, mais où émergent des processus de politisation qui répondent à une définition moins institutionnalisée et plus extensive du politique (Wright, 2012a et b).

Cette conception n'est certes pas antinomique avec l'existence de partis politiques, comme l'a montré en France l'ouvrage dirigé par Rémi Lefebvre et Antoine Roger (2009) qui analyse plusieurs exemples d'implantation et de mise en œuvre de procédures délibératives dans les

---

<sup>7</sup> Traduction libre de : « a form of political participation that entails the public expression of political orientations » (Rojas and Puig-i-Abril, 2009, p.906-907).

partis français et britanniques<sup>8</sup>. Cependant, les auteurs relativisent cette « injonction délibérative » adressée aux organisations partisans, en soulignant qu'elle est (in)dissociable de luttes symboliques et politiques pour la légitimation de certains agents » (Lefebvre et Roger, 2009, p. 13) et que ce qui est à l'œuvre est peut-être davantage un processus d'autonomisation des dirigeants qu'une soumission (des instances de direction) aux adhérents et plus globalement au public partisan. En outre, dans les travaux sur la démocratie numérique, c'est rarement au sein des espaces numériques *partisans* que cette conception délibérative - ou plus largement dialogique - de la démocratie est recherchée, ou analysée dans ses origines ou ses effets, à l'exception de quelques travaux comme ceux de Raphaël Kies (2008) sur le parti radical italien, ou de Gersende Blanchard (2007 et 2011) sur les forums des partis politiques français. Il a même été souligné (Beauvallet, 2007) que la migration vers l'expression écrite que supposent ces espaces de discussion, en lieu et place de l'expression orale privilégiée dans les réunions en face-à-face, peut avoir des effets excluant sur certaines fractions des populations militantes des partis. Un exemple de tels mouvements – vers l'expression écrite d'une part, hors le parti d'autre part – peut être repéré avec la candidature de Ségolène Royal en 2007, très axée sur la démocratie participative en ligne et hors ligne. Lors de cette campagne, plus de 150 forums de la plate-forme « Désirs d'avenir » avaient recueilli environ 150 000 messages, avec pour objectif la construction de propositions susceptibles de s'intégrer au programme de la candidate, en marge de celui défini par le parti (Desquinabo, 2008).

Il est significatif que ces espaces de discussion aient aujourd'hui pratiquement disparu des sites des candidats et des organisations partisans. Ils ont migré sous une forme remaniée vers des réseaux socionumériques (Stenger, Coutant, 2011) tels que Facebook ou Twitter, ou vers des espaces dédiés à l'action militante où la discussion est moins importante que les activités de promotion du candidat ou du parti (Gibson, 2015 ; Mabi, Théviot, 2014). Dans un contexte où apparaissent de nouvelles pratiques, comme le « like » ou l'échange de photos et de vidéos, l'enjeu de la délibération, argumentée et rationnelle, et même celui de la discussion, s'éloignent, au profit d'une diversification des modalités de participation politique en ligne (Blanchard, Gadras, Wojcik, 2013) associée à une massification des usages d'internet.

La troisième conception de la démocratie électronique proposée par L.Dalberg est celle d'une démocratie « des contre-publics », fondée sur la formation via l'usage du numérique, de

---

<sup>8</sup> On se reportera notamment aux contributions de Rémi Lefebvre, Laurent Olivier et Eric Treille sur les procédures délibératives au sein du PS, d'Anne-Sophie Petitfils sur l'UMP et de Florence Faucher sur les partis politiques britanniques.

groupes plus ou moins formalisés, contestataires de la démocratie représentative et plus largement des pouvoirs institués. La démocratie des contre-publics serait marquée par une conception « plus affective » (Dahlberg, 2011, p. 860) de la citoyenneté, appelée à s'exercer face à l'exclusion et l'injustice. Dans cette perspective, les technologies numériques sont à la fois dénoncées comme un instrument de domination, de la part par exemple des grandes entreprises ou des systèmes de surveillance, mais aussi perçues comme un lieu possible de formation des contre-publics. Cette thèse fait écho à ce que Pierre Rosanvallon (2008) nomme la « contre-démocratie », qui place les technologies numériques davantage du côté de la vigilance citoyenne que du côté du fonctionnement routinier des institutions.

Les exemples de « contre-publics » cités par L.Dahlberg sont notamment les mouvements alter-mondialistes ou les mouvements zapatistes. On pourrait y ajouter des collectifs plus récents qui ont fait l'objet de travaux soulignant les appropriations des technologies numériques pour les mobilisations, comme Occupy Wall Street (Beraldo, Galan-Paez, 2013), ou les Indignés (Anduiza, Christancho et Sabucedo, 2014). Ici, les organisations font retour, mais en tension avec les partis. L.Dahlberg (2011, p. 861-862) précise que les technologies numériques sont mobilisées à deux niveaux : les « contre-publics » se forment en s'appuyant sur la constitution d'outils et d'espaces propres aux mouvements sociaux, comme des mailing-lists de contestation ou des vidéos alternatives. Puis, une fois constitués, les différents « contre-publics » peuvent se fédérer et articuler leurs luttes en utilisant les mêmes supports, de façon à développer des discours oppositionnels plus englobants et efficaces.

La dernière conception de L.Dahlberg s'inspire des travaux du philosophe marxiste Antonio Negri, pour qui l'Etat centralisé et les systèmes capitalistes constituent une négation de la démocratie. A.Negri appelle de ses vœux une société nouvelle, un *commons*, dont l'édification s'appuierait sur l'intelligence collective et la multitude. Ce *commons* constituerait un changement radical de perspective sur la démocratie : il s'agit en effet de s'émanciper de toute organisation centralisée du pouvoir et d'affirmer à la fois l'autonomie du sujet et l'émergence d'un « sujet collectif en réseau » (Dahlberg, 2011, p. 863), la *multitude*, qui opèrerait un renversement des rapports capitalistiques et politiques antérieurs. Les technologies numériques sont envisagées comme permettant de créer ce *commons* de la *multitude*, produit en-dehors du capital (Dalhberg, 2011, p. 864) et émancipé de la domination. Toutes les formes de redistribution non-capitalistes – le partage d'informations y compris par le piratage informatique, l'échange de biens gratuits à réutiliser ou recycler... - sont valorisées dans cette réinvention souhaitée de la démocratie. Cela conduit à promouvoir

par exemple, l'utilisation de logiciels libres, les biens immatériels culturels *peer-to-peer*, et même le *hacking* informatique.

### *L'exception Pirate*

Ces deux dernières conceptions « contre-public » et « des commons » développées par L.Dalhberg sont en apparence les plus étrangères aux partis politiques institués. Pourtant, elles permettent d'envisager une approche principielle, et non plus seulement instrumentale, des technologies numériques<sup>9</sup>, à travers l'exemple des partis Pirate<sup>10</sup> (Bolleyer, Little, von Nostitz, 2015 ; Renault, 2013).

L'enjeu de la constitution des partis Pirate est l'existence même des technologies : il s'agit de produire des discours et propositions sur les questions propres au numérique, telles que la gestion des données publiques et privées, le « fichage » des citoyens, ou la neutralité des réseaux. Dans cette optique, la démocratie ne peut être que numérique et nécessite que les citoyens prennent conscience et s'approprient les enjeux liés à ces technologies, tout en constituant des organisations politiques. Par ailleurs, les partis Pirate défendent l'idée d'une démocratie « liquide », en s'inspirant des travaux de Zigmunt Baumann ; ils se présentent comme profanes, et revendiquent, comme d'autres acteurs partisans avant eux, une extériorité et une illégitimité politiques comme fondement à intervenir dans le jeu politique (Renault, 2013). Dès lors, la question de la compatibilité de la démocratie numérique et de la forme parti se pose dans des termes inverses aux conceptions libérale-individualiste et délibérative définies par L.Dalhberg : la démocratie numérique n'est plus conçue comme une possibilité de renouvellement expressif et procédural qui soulignerait surtout la disjonction (à combler) entre partis politiques « traditionnels » et démocratie, mais comme ce qui justifie l'institutionnalisation partisane et une réappropriation de la politique par les citoyens, autrement dit un retour aux organisations politiques impliquées dans la compétition électorale et l'exercice de mandats. Ainsi, en prônant un retour des citoyens au cœur du jeu politique, les partis Pirate réhabilitent du même coup, et paradoxalement, une forme réaménagée de représentation politique<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> L'auteur remercie Yohann Aucante et Arthur Renault pour des échanges stimulants à ce sujet.

<sup>10</sup> Le parti pirate dispose actuellement d'une eurodéputée allemande, de trois députés au Parlement islandais, et de nombreux élus locaux en Allemagne, mais aussi dans une moindre mesure en Autriche, Espagne, République Tchèque et Suisse. Depuis 2014, deux conseillers municipaux sont également élus en France.

<sup>11</sup> L'implication dans la démocratie représentative d'élus Pirate fait l'objet de procédures particulières, notamment l'instauration de formes de mandat impératif, « permettant de faire de la politique depuis le réseau expressif des

## 2. Ni démocratie (numérique) du public, ni démocratie (numérique) des partis

Pourtant, à l'exception du cas des partis Pirate, la démocratie électronique, particulièrement dans ses acceptions libérale-individualiste et délibérative, est envisagée plutôt comme une « démocratie du public » que comme une « démocratie de partis » (Manin, 1995). Suivant l'analyse de Bernard Manin, la « démocratie de partis » se caractérise par la stabilité des relations d'identification entre les électeurs et les organisations partisans, et sur une homologie entre structure sociale et systèmes partisans. Les partis, acteurs majeurs de la représentation politique, organisent autant l'expression de l'opinion publique que la compétition électorale ou la discipline parlementaire. Par opposition, l'idéal-type de la « démocratie du public » intègre comme acteur central le public, entité au singulier qui « réagit aux termes qui lui sont proposés et exposés sur la scène publique » (Manin, 1995, p. 286). Le public discute des affaires publiques et est susceptible de fournir aux acteurs politiques les éléments permettant d'opérer une concordance entre le public et la sphère publique<sup>12</sup>. La représentation politique est axée sur des personnalités politiques qui interviennent dans les médias, plutôt que sur des organisations. Et, les clivages sociaux étant multiples, les acteurs réévaluent sans cesse les lignes de partage qui traversent la société et ajustent leurs propositions à celles-ci. B. Manin souligne que : « la démocratie du public est le règne de l'expert en communication » (1995, p. 281) : de nombreuses techniques, telles que les sondages d'opinion, peuvent être mises en œuvre par les acteurs politiques pour cerner les demandes et lignes de partage qui traversent le public et se positionner par rapport à elles.

L'étude empirique des publics mobilisés en 2012 conduit à énoncer l'hypothèse d'une hybridation entre « démocratie de partis » et « démocratie du public », dans ce contexte particulier qu'est une campagne présidentielle, soit un aspect de la démocratie électronique particulièrement contraint et circonscrit à la représentation politique. La mise en scène du public y est particulièrement visible mais ne s'opère pas – encore ? - complètement en-dehors des partis.

---

personnes, en refusant le processus, jugé mortifère, de la délégation et de la professionnalisation politique » (Cardon et Granjon, 2013, p. 171).

<sup>12</sup> Cette définition du public n'est bien sûr pas unique et prête à discussion, comme l'ont montré Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (2003). Suivant leurs analyses, et les études empiriques disponibles, un correctif à apporter à la notion de public telle que définie par Bernard Manin est que les appropriations des technologies numériques et les , « observables » auxquelles elles donnent lieu ne se caractérisent pas seulement par des , « réactions » ou un positionnement du public vis-à-vis des acteurs de la représentation politique.



## *La mise en scène du public*

Le « règne de l'expert en communication » comme la personnalisation de la communication caractéristiques de la « démocratie du public » se perçoivent notamment, en ce qui concerne les appropriations politiques des technologies numériques, en amont et au moment des élections présidentielles. Des « experts web » sont désormais présents dans les équipes de campagne, en plus des conseillers en communication classiques qui écrivent les discours, organisent les activités de terrain et les relations avec les médias traditionnels. Là où l'activité se limitait il y a une dizaine d'années à la maintenance d'un site pouvant être assurée par une agence extérieure ou des bénévoles (Villalba, 2003), les campagnes ne se conçoivent plus en-dehors d'internet ou des réseaux socionumériques, ce qui a multiplié les espaces investis en ligne et les personnels spécialisés, avec des statuts très variables, du bénévolat au poste salarié, en passant par le stage. Ainsi, l'équipe de la webcampagne de François Hollande, la plus nombreuse en 2012, comptait une quarantaine de personnes au plus fort de la période pré-électorale et était organisée en-dehors des activités de communication du parti socialiste ; les plus restreintes, celles de François Bayrou ou Eva Joly, intégraient trois à cinq personnes, avec une proximité entre équipe du candidat et personnel de communication du parti. Parallèlement, un ensemble de savoir-faire techniques et de croyances sur l'usage des technologies numériques en politique se constitue autour du « management des communautés en ligne » et de la mobilisation électorale et militante, en s'appuyant sur des outils numériques, notamment des bases de données très développées, surtout aux Etats-Unis (Pène, 2013). Des pratiques spécifiques, telles que les « riposte parties », constituent également des phénomènes très médiatisés en 2012 (Théviot, 2014) : les « coulisses » des webcampagnes, les « batailles » entre militants déployées sur les réseaux socionumériques sont désormais traitées comme des sujets à part entière dans la presse écrite, les radios et télévisions.

Ces pratiques et savoir-faire s'inscrivent dans un processus plus général de mise en scène des publics – et d'individualités au sein de ces publics – perceptible dans d'autres domaines, comme la mise en œuvre de dispositifs participatifs, ou les émissions de télévision. Elles ne sont pas dissociables, comme le montrent Sandrine Roginsky et Sophie Huys (2015), en s'appuyant notamment sur des travaux d'Eden Litt (2012), de figures du public « imaginées », projetés par les acteurs politiques et qui se prêtent à de telles mises en scène. La scène politique est ainsi investie par des publics, suscités et projetés via et sur internet, qui constituent une ressource de légitimation des éléments distinctifs du candidat ou du parti, autant qu'une nécessité organisationnelle pour faire campagne.

## *Des transformations organisationnelles ambivalentes*

Cependant, les liens entre appropriation croissante des technologies numériques pour interagir avec les publics et organisations partisans sont discutés. Des chercheurs comme Philip Howard (2006) considèrent que les citoyens sont de plus en plus encadrés, « managés » par des organisations politiques centralisées et professionnalisées. Daniel Kreiss (2012) qui a travaillé sur la campagne d'Howard Dean en 2004, note de même que les réseaux citoyens constitués en ligne sont au fur et à mesure des campagnes de plus en plus intégrés à une organisation centralisée et hiérarchisée. Dans cette perspective, la « démocratie électronique du public » ne constitue pas tant un effacement des organisations qu'un potentiel renforcement de leur capacité à s'appuyer sur des techniques de communication et de marketing, en recourant notamment aux potentialités virales du numérique et à la constitution de bases de données visant à cibler des segments de population à mobiliser ou convaincre. Aux Etats-Unis, le projet Narwhal de 2012 apparaît caractéristique d'un tel encadrement, puisqu'il s'agit de rapprocher différents fichiers de données – notamment issues de Facebook – et de les exploiter systématiquement pour favoriser un vote Obama. Cette opération est indissociable d'une relative mise à distance du parti, le réseau des volontaires étant géré en-dehors du parti démocrate (Milkis, Rhodes et Charnock, 2012).

Rachel Gibson (2015) estime pour sa part, en comparant les campagnes de 2010 au Royaume-Uni et aux Etats-Unis en 2012 que l'autonomie par rapport aux organisations va croissant, puisqu'émergerait selon elle un modèle de campagne « initié par les citoyens » (*citizen-initiated campaigning*), qui transfère certaines tâches de mobilisation directement aux citoyens par le biais des technologies numériques, plutôt que de les confier à des agences de communication ou aux échelons intermédiaires du parti. Il en est ainsi de l'organisation d'événements qui promeuvent les candidats, ou d'opérations de mobilisation de terrain.

Ce type d'opération a été mis en avant en 2012 par l'équipe de François Hollande, avec l'opération de porte-à-porte organisée par le biais du site « TousHollande.fr ». L'équipe de campagne a annoncé et médiatisé « 5 millions de portes frappées » par des militants et sympathisants. Il s'agissait de contribuer à la création —et de mettre en scène - des « communautés » en ligne et hors ligne de supporters. Cette organisation de campagne, centralisée autour du candidat, au contraire des premières communautés PS et UMP de la fin des années 2000 (Greffet, 2011) s'appuyait pourtant sur ses ressources militantes, ce qui n'est pas allé sans réserves sur le terrain (Mabi et Théviot, 2014). Dans les deux cas, l'entrée dans

la « communauté » n'est plus subordonnée à une appartenance formelle, elle est possible quelle que soit la relation au parti.

Ces éléments sont à rapprocher de transformations internes aux partis, comme les primaires ouvertes (Lefebvre, 2011), ou la création de statuts de sympathisants - tel que celui de « coopérateur » à EELV - qui visent à agréger des soutiens aux partis sans nécessairement intégrer ces personnes dans l'organisation, en tant que membres à part entière. Des affiliations partisanses « à plusieurs vitesses » (Scarrow, 2014) sont proposées, particulièrement dans des contextes de campagnes électorales. Les technologies numériques participent alors d'un processus plus général de fluidification des frontières des organisations partisanses. Présentées comme un « renouvellement » potentiel des organisations, cette fluidification ne produit pourtant pas les effets - officiellement escomptés - de diversification des publics impliqués dans les campagnes en ligne.

### *Identifier les publics des webcampagnes*

Un des enjeux d'une approche plus empirique consiste à tenter de saisir les publics mobilisés lors des webcampagnes, dans leurs relations à l'organisation partisane. Cela a notamment été réalisé dans le cadre de la campagne présidentielle française de 2012 sur internet, via le projet franco-québécois *enpolitique.com*<sup>13</sup>. Une enquête post-électorale exploratoire a été conduite durant les trois semaines qui ont suivi l'élection présidentielle (du 7 au 27 mai 2012). Cette enquête a été réalisée sans impératif de représentativité, mais avec l'objectif de cerner les pratiques des personnes ayant participé aux campagnes en ligne<sup>14</sup>. Elle a été diffusée par la méthode « boule de neige », à partir d'une diversité de supports numériques (Blanchard, Gadras, Wojcik, 2013).

---

<sup>13</sup> La recherche intitulée, « *enpolitique.com : stratégies, contenus et perceptions des usages politiques du web en période électorale. Le cas des campagnes électorales présidentielle française et législative québécoise* » a été financée en France par l'Agence Nationale de la Recherche (Programme de collaboration France-Québec en SHS) et au Québec par le Fonds de Recherche Québec – Société et Culture. Elle a été menée sous la responsabilité scientifique de Fabienne Greffet et de Thierry Giasson (Université Laval). Participaient également à ce projet en France : Gersende Blanchard (Université Lille 3), Simon Gadras (Université Lyon 2), Stéphanie Wojcik (Université Paris-Est Créteil) et au Québec : Frédérick Bastien (Université de Montréal), Mireille Lalancette (Université du Québec à Trois Rivières) et Gildas Le Bars (Université Laval).

<sup>14</sup> Ce choix d'une technique exploratoire et non-représentative s'explique par la faible proportion de la population générale française impliquée dans les webcampagnes. Ainsi, selon l'enquête menée en face-à-face par le Centre d'Etudes Européennes et TNS/Sofres juste après le deuxième tour, auprès d'un échantillon aléatoire représentatif, 6,7% des répondants avoir utilisé Internet ou leur téléphone mobile pour souscrire à des informations ou des alertes d'un parti ou d'un candidat ; et 2,1% avoir utilisé des moyens Internet pour aider un parti ou un candidat dans leur campagne. Nous remercions Nicolas Sauger pour la mise à disposition de ces données.

Les répondants de l'enquête sont majoritairement des hommes (61,3%), très diplômés (57,9% ont bac + 4 ou plus), jeunes puisque les 18-24 ans représentant 20,3% de l'échantillon, alors que l'enquête du CEE en dénombre 6,6%. Ce sont des personnes favorisées socialement, incluant 38,5% de cadres et professions intellectuelles supérieures. Leurs caractéristiques apparaissent relativement proches de celles identifiées par Anaïs Théviot (2013) lorsqu'elle analyse le profil des répondants d'un questionnaire diffusé *via* Facebook à des militants PS et UMP en octobre 2011. 38,8% des répondants sont membres de partis, 99,3% se déclarent proches d'un parti. Il s'agit donc d'adhérents et de sympathisants<sup>15</sup>, d'un « milieu partisan » (Sawicki, 1997) gravitant autour des candidats et partis. On observe par ailleurs une grande diversité en termes de proximité partisane, qui reflète largement la présence en ligne de chacun des univers partisans, mais assez peu le rapport de force politique du premier tour de l'élection présidentielle (Greffet, Wojcik, Blanchard, 2014).

Pour ces personnes largement impliquées dans la campagne, l'adhésion déclarée au parti – qu'elle soit digitale ou hors ligne – est corrélée à un engagement fort dans la campagne, mais également à un engagement citoyen, comme le montrent les indices présentés ci-dessous. Signalons que l'indice d'engagement politique hors ligne est composé de quatre actions, dont trois directement liés à la campagne : avoir participé à un meeting de campagne ; avoir collé une affiche ou distribué des tracts durant la campagne ; avoir participé à une autre action en faveur d'un candidat dans sa région. Il est complété du fait de déclarer avoir fait un don à un parti au cours des 12 derniers mois. L'indice d'engagement politique en ligne est également composé de quatre actions, dont trois directement liées à la campagne : avoir regardé une vidéo de meeting, avoir téléchargé du matériel de campagne, avoir envoyé un e-mail à un candidat, complétés de la déclaration d'un don en ligne au parti au cours des 12 derniers mois.

L'indice d'engagement citoyen en ligne et hors ligne est à chaque fois composé de trois actions : avoir signé une pétition en ligne ou hors ligne au cours des 12 derniers mois ; avoir acheté des produits en ligne ou hors ligne pour des raisons politiques, éthiques ou environnementales ; avoir été bénévole pour une association en ligne ou hors ligne au cours des 12 derniers mois. Le tableau 1 présente les moyennes obtenues pour chacun des indices, par type d'affiliation partisane, à savoir une déclaration d'adhésion à un parti par internet ou hors ligne au cours des 12 derniers mois, ou une déclaration dans le questionnaire de non-adhésion au parti.

---

<sup>15</sup> Comparativement, 60,2% des personnes de l'échantillon aléatoire interrogées dans l'enquête post-électorale CEE se déclarent proches d'un parti politique en particulier, dans le même contexte post-électoral de mai 2012.

**Tableau 1 : Scores moyens d'engagement politique et citoyen en ligne et hors ligne des répondants à l'enquête enpolitique.com**

|  | Indice d'engagement politique en ligne [sur 4] | Indice d'engagement politique hors ligne [sur 4] | Indice d'engagement citoyen en ligne [sur 3] | Indice d'engagement citoyen hors ligne [sur 3] |
|--|--|--|--|--|
| Adhérents en ligne de partis<br>( <i>N</i> = 202)          | 2,37   | 1,97   | 1,46   | 0,90   |
| Adhérents hors ligne de partis<br>( <i>N</i> = 119)        | 1,71   | 2,31   | 1,27   | 1,30   |
| Non adhérents<br>( <i>N</i> = 506)                         | 1,10   | 0,51   | 0,87   | 0,74   |
| Score moyen (ensemble des répondants)<br>( <i>N</i> = 827) | 1,50   | 1,13   | 1,07   | 0,85   |

Le tableau ci-dessus permet de constater une très nette différence entre membres et non-membres de partis et, parmi les membres, entre ceux qui privilégient un engagement hors ligne et ceux qui sont davantage engagés sur le terrain. Les adhérents en ligne sont également ceux qui participent le plus à la campagne en ligne, et qui font également montre d'un engagement citoyen plus fréquent sur internet. A l'inverse, les adhérents déclarant s'être affilié hors ligne déclarent davantage d'activités de campagne sur le terrain, et un engagement citoyen hors ligne également supérieur. A partir de ces données, il est impossible de conclure à la dilution des partis et de leurs réseaux dans la diversité des publics numériques : en France, en 2012, les campagnes sur internet impliquent d'abord des personnes insérées dans les organisations, qui constituent le premier cercle de la mobilisation. Contrairement à ce qu'avance Evgueni Morozov lorsqu'il évoque un « slacktivism » – un engagement « mou » - propre aux mondes numériques, ces personnes mobilisées en ligne ne substituent pas leur investissement en ligne à un militantisme de terrain : les adhérents en ligne des partis sont nettement plus actifs que les non-adhérents, que ce soit sur internet ou ailleurs. En revanche, il est d'ores et déjà perceptible que certaines personnes, parmi les adhérents de partis, sont surtout orientées vers des activités numériques, et qu'elles ne s'investissent pas autant dans les actions de terrain que les autres adhérents. Cela préfigure des formes d'engagement plus diverses et plus directement reliées à l'usage des technologies numériques, qui conduisent au minimum à réévaluer la place et le rôle de l'organisation de terrain dans la coordination des pratiques concrètes des soutiens, particulièrement en période de campagne.

Ainsi, la place des partis politiques dans la démocratie numérique peut être analysée à l'aune d'un certain nombre de tensions : tensions liées aux origines des technologies numériques, qui ont été promues comme a-représentatives et organisent donc l'exclusion des partis ; tensions associées aux différentes conceptions de la démocratie numérique, qui n'intègrent que très partiellement les partis antérieurs au développement d'internet et structurés en-dehors de lui, mais qui ont permis l'émergence de nouveaux acteurs partisans, les partis Pirate ; tensions ouvertes par la constitution de « publics » internautes éloignés des partis, tandis que les webcampagnes restent pour l'essentiel l'apanage des « milieux partisans ». Au vu de ces éléments, les appropriations des technologies numériques peuvent être considérées comme un des éléments participant de la redéfinition du rôle et de la place des partis dans la démocratie représentative, entre pérennisation dans la durée et fragilisation organisationnelle.

En revisitant les travaux de B.Manin, on peut évoquer une hybridation entre « démocratie de partis » et « démocratie du public ». Dans cette hybridation, les publics, leurs demandes, et dans une moindre mesure leurs capacités créatives sont suscités et stimulés par le biais des technologies numériques. Cependant, lorsqu'il s'agit des partis les plus institués, les potentialités d'action sont contraintes à la fois par le *design* des dispositifs techniques (Badouard, 2014) et par les procédés marketing mis en œuvre par les équipes des candidats. Si le parti s'efface sur internet, ce n'est pas tant pour laisser place à des groupes contestataires de la représentation politique, comme invitent à le penser les modèles alternatifs de démocratie numérique avancés par L.Dahlberg, qu'au profit d'une organisation de la webcommunication politique plus professionnalisée et personnalisée, éventuellement appuyée par des prestataires extérieurs à ce parti. La notion d'hybridité organisationnelle forgée par A.Chadwick (2007) lorsqu'il décrit le rapprochement entre partis et mouvements sociaux du point de vue de leurs techniques de mobilisation en ligne, semble particulièrement adaptée pour rendre compte de ces évolutions, même s'il existe des variations importantes selon les organisations et les cultures internes. On assiste donc à une mutation des organisations politiques, qui donnent à voir ce qu'on peut qualifier de *démocratie numérique des publics partisans* caractérisées par trois éléments : le développement de compétences numériques au sein des organisations qui appuient les personnalités politiques, éventuellement en marge des partis ; une mise en visibilité accrue du public et de ses capacités d'action ; et une fluidification des frontières partisanes afin d'intégrer des sympathisants appelés à se mobiliser en ligne comme hors ligne, même si les membres de partis restent très présents et constituent le premier cercle de la mobilisation. Dans ce contexte, l'enjeu d'une reconfiguration des partis

à l'ère des technologies numériques est double : conserver une capacité de mise en œuvre de dispositifs de communication et de mobilisation, tout en s'ouvrant aux « savoir-faire » et aux usages du numérique ; agréger des publics internautes non-partisans, pour ne pas être encore davantage concurrencés par d'autres collectifs ou organisations dans la définition et l'identification des lignes de partage qui traversent les sociétés.

## Bibliographie

- Anduiza E., Cristancho C., Sabucedo J. M., 2014, « Mobilization through online social networks. The political protest of the indignados in Spain », *Information, Communication & Society*, n° 6, p. 750-764.
- Arsène S., 2011, *Internet et politique en Chine*, Paris, Karthala.
- Badouard, R., 2014, « La mise en technologie des projets politiques. Une approche "orientée design" de la participation politique », *Participations*, vol. 1, n°8, p. 31-54.
- Beauvallet G., 2007, « Partie de campagne : militer en ligne au sein de "Désirs d'avenir" », *Hermès*, 47, p. 155-166.
- Beraldo D., Galan-Paez J., 2013, « The #OCCUPY network on Twitter and the challenges to social movements theory and research », Special issue, « New Developments in Online Political Participation », *International Journal of Electronic Governance*, n° 4, p. 319-341.
- Blanchard G., 2007, *La Communication politique partisane sur Internet : des pratiques et des stratégies nouvelles ?*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble 3.
- Blanchard G., 2011, « Le forum, espace ambigu de la communication du parti », in Greffet F., dir., *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011, p. 267-280.
- Blanchard G., Gadras S., Wojcik S., 2013, « Analyser la participation politique en ligne : des traces numériques aux pratiques sociales », in Barats C., dir., *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin, p. 166-180.
- Blondiaux L., 2008, *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*, Paris, Seuil / La République des idées.
- Bolleyer N., Little C., von Nostitz F.-C., 2015, « Implementing Democratic Equality in Political Parties: Organisational Consequences in the Swedish and the German Pirate Parties », *Scandinavian Political Studies*, n° 2, p. 158-178.
- Cardon D., Granjon F., 2013, *Médiactivistes*, Paris, Presses de Sciences Po, coll. « Contester ».
- Cefaï D., Pasquier D., 2003, « Introduction » in Cefaï D., Pasquier D., dir., 2003, *Les sens du public, Publics politiques, publics médiatiques*, Paris, PUF, p. 13-59.
- Chadwick A., 2006, *Internet Politics. States, Citizens, and New Communication Technologies*, Oxford, Oxford University Press.
- Chadwick A., 2007, « Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity », *Political Communication*, 24 (3), p. 283-301.
- Cotteret J.-M., Gerstlé J., Ayache G., Casile N., 1981, *Démocratie cathodique, L'élection présidentielle de 1981 à la télévision*, Paris, Dunod.
- Dahlberg L., 2011, « Re-constructing digital democracy: An outline of four 'positions' », *New Media and Society*, n° 6, p. 855-872.
- Dahlgren, P., 2009, *Media and Political Engagement*, Cambridge, Cambridge University Press.

- Desquinabo N., 2008, « Dynamiques et impacts des propositions politiques dans les webforums partisans », *Réseaux*, vol. 26, n°150, p. 107-132.
- Flichy P., 2011, *L'Imaginaire d'Internet*, Paris, La découverte, 2001.
- Fuchs D., 2007, « Participatory, liberal and electronic democracy », in Zittel T., Fuchs D., eds., *Participatory Democracy and Political Participation. Can participatory engineering bring citizens back in?*, Londres, New York, Routledge / ECPR Studies in European Political Science, p. 29-54.
- Gibson R. K., 2015, « Party change, social media and the rise of “citizen-initiated” campaigning ». *Party Politics*, n° 2, p. 183–197.
- Greffet F., 2011, « Introduction : le web, espace de luttes partisanses » in Greffet F., dir., *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de sciences po.
- Greffet F., Wojcik S., 2008, « Parler politique...en ligne : une revue des travaux français et anglo-saxons », *Réseaux*, n° 150, p. 19-50.
- Greffet F., Wojcik S., 2014, « La citoyenneté numérique. Perspectives de recherche », *Réseaux*, n° 184-185, p. 125-159.
- Greffet F., Wojcik S., Blanchard G., 2014, « S'engager dans la campagne présidentielle. Les formes multiples de la participation politique en ligne », *Politiques de communication*, n° 3, p. 25-58.
- Hacker K., van Dijk J., 2000, « What is Digital Democracy ? » in Hacker K., van Dijk J., eds, *Digital Democracy, Issues of Theory and Practice*, London, Sage, p. 1-9.
- Howard P., 2006, *New Media Campaign and the Managed Citizen*, Cambridge University Press.
- Kies R., 2008, « Forum en ligne et partis politiques. Analyse des "Radicali italiani" », *Réseaux*, n° 150, p. 133-158.
- Kreiss D., 2012, *Taking our Country Back, The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*, Oxford, Oxford University Press.
- Lefebvre R., 2011, *Les primaires socialistes*, Paris, Raisons d'agir.
- Lefebvre R., Roger A., dir., 2009, *Les partis politiques à l'épreuve des procédures délibératives*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Liégey G., Muller A., Pons V., 2011, *Porte-à-porte, reconquérir la démocratie sur le terrain*, Paris, Calmann-Lévy.
- Litt E., 2012, « Knock, Knock. Who's there ? The Imagined Audience », *Journal of Broadcasting et Electronic Media*, n° 3, p. 330-345.
- Mabi C., Théviot A., 2014, « La rénovation par le web ? Dispositifs numériques et évolution du militantisme au PS », *Participations*, n° 1, p. 197-126.
- Margetts, H., 2006, « The cyber party », in Katz, R.S and Crotty, W., eds., London, Sage, p. 528-35.
- Manin B., 1995, *Principes du gouvernement représentatif*, Paris, Calmann-Lévy.
- Milkis, S.M., Rhodes, J.H., et Charnock, E.J., 2012, « What Happened to Post-Partisanship? Barack Obama and the New American Party System », *Participations*, n° 1, p. 197-126.
- Monnoyer-Smith L., 2011, *Communication et délibération. Enjeux technologiques et mutations citoyennes*, Paris, Hermès Lavoisier.
- Pène C., 2013, « La nouvelle "science électorale" américaine », *Politique étrangère*, 2013/2, p. 127-139.
- Pharr (S. J., Putnam R. D., 2000, *Disaffected Democracies. What's troubling the trilateral countries?*, Princeton: Princeton University Press.
- Renault A., 2013, « Démocratie liquide », in Casillo, I. et alii (dir.), *Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation*, Paris, GIS Démocratie et Participation, publication en ligne : <http://www.dicopart.fr/fr/dico/democratie-liquide>.



- Roginsky S., Huys S., 2015, « A qui parlent les professionnels politiques ? La fabrique des publics des députés européens sur les dispositifs "Facebook" et "Twitter" », *Communications* (à paraître).
- Rojas H., Puig-i-Abril E., 2009, « Mobilizers mobilized: information, expression, mobilization and participation in the digital age », *Journal of Computer-Mediated Communication*, n° 4, p. 902-927.
- Rosanvallon P., 2006, *La Contre-démocratie. La politique à l'âge de la défiance*, Paris, Seuil.
- Sawicki F., 1997, *Les réseaux du PS, sociologie d'un milieu partisan*, Paris, Belin.
- Scarrow S., 2014, *Beyond Party Members*, Oxford, Oxford University Press.
- Stenger T., Coutant A., 2011, Introduction au dossier « Ces réseaux numériques dits sociaux », *Hermès*, n° 59, p. 9-17.
- Théviot A., 2013, « Qui milite sur Internet ? Esquisse du profil sociologique du "cyber-militant" au PS et à l'UMP », *Revue française de science politique*, 2013, n° 3-4.
- Théviot A., 2014, *Mobiliser et militer sur internet. Reconfigurations des organisations partisans et du militantisme au Parti Socialiste (PS) et à l'Union pour un Mouvement Populaire (UMP)*, Thèse pour le doctorat en science politique, Université de Bordeaux.
- Turner F., 2012, *Aux sources de l'utopie numérique. De la contre-culture à la cyberculture, Stewart Brand, un homme d'influence*, Paris, C&F Editions.
- Vedel T., 2003, « L'idée de démocratie électronique. Origines, visions, questions », in Perineau P., dir., *Le Désenchantement démocratique*, La Tour d'Aigues, éditions de l'Aube, p. 243-266.
- Villalba (B.), 2003, « Moving Towards an Evolution in Political Mediation ? French Political Parties and the New ICTs », in Gibson R. K., Nixon P. G., Ward S. J., eds, *Political Parties and the Internet. Net Gain ?*, Londres, Routledge, p. 120-138.
- Wojcik S., 2011, « Prendre au sérieux la démocratie électronique. De quelques enjeux et controverses sur la participation politique en ligne », in Forey E., Geslot C., dir., *Internet, machines à voter, démocratie*, Paris, L'Harmattan, p. 111-141.
- Wright S., 2012a, « From "third place" to "third space". Everyday Political Talk in Online Non-Political Spaces », *Javnost-The Public*, n° 3, p.5-20.
- Wright S., 2012b, « Politics as usual? Revolution, normalization and a new agenda for online deliberation », *New Media & Society*, n° 2, p. 244-261.