

## **Résumé de la thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication**

BLANCHARD, Gersende, « *La communication politique partisane sur Internet : des pratiques et des stratégies nouvelles ?* », thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication, sous la direction d'Isabelle Pailliar, GRESEC, Université Stendhal Grenoble 3, volumes principaux p.449 ; volume des annexes p.481 et cédérom, soutenue le 26 novembre 2007.

### **Problématique de la recherche :**

L'Internet est venu s'ajouter aux outils traditionnels de la communication partisane. Pour cette recherche, nous avons choisi de confronter la vision "optimiste" d'une démocratie renouvelée et d'une communication politique innovante, qui accompagne le recours à ce "nouvel" outil, aux usages et plus largement aux pratiques de l'Internet des partis politiques, pour leur communication.

Notre démarche, à l'instar de celle de Bernard MIEGE<sup>1</sup>, ne consiste pas à évacuer la dimension technique dans les possibles évolutions en cours que nous proposons d'interroger, mais de centrer la réflexion sur la contribution de la technique aux phénomènes observables en raison de ses spécificités. Cette recherche, à la suite de nombreux travaux menés dans le champ des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC), interroge donc les rapports entre TIC et société.

L'une des finalités de la recherche était d'examiner en quoi la communication développée sur l'Internet s'inscrit dans le prolongement des pratiques antérieures de la communication politique et/ou propose des éléments innovants. Notre démarche de questionnement s'inscrit donc dans une problématique de l'évolution de la communication politique et plus largement de l'évolution de l'espace public. De manière plus spécifique, notre travail interroge les formes de la médiation hors-médias dans le contexte de la diversification des outils de communication des acteurs politiques.

**La problématique** autour de laquelle a été fondée cette recherche était donc la suivante :

*la communication électronique partisane participe à la complexification des formes de médiation, qui s'inscrit dans la tendance à la médiatisation des instances de médiation politique - que sont les partis - et accompagne une redéfinition des rôles des acteurs, dans le processus de communication partisane.*

Notre analyse a été conduite à partir de **deux hypothèses principales** :

1) la première suppose que le recours à l'Internet par les partis s'inscrit dans un processus de professionnalisation de la communication politique et participerait au mouvement d'autonomisation du champ politique, par rapport aux intermédiaires que représentent les journalistes et les instances médiatiques, dans le processus de médiatisation de la communication politique.

L'un des objectifs de la recherche a consisté à analyser le rôle attribué par les partis politiques à la communication développée sur l'Internet, dans un contexte marqué par

---

<sup>1</sup> MIEGE, Bernard, *La société conquise par la communication. Tome III, Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2007.

l'idéologie communicationnelle participative qui lui est associée. De manière plus précise, nous avons cherché à identifier comment les stratégies de communication politique tentent d'intégrer l'Internet, les espoirs et les logiques de fonctionnement qui lui sont rattachées, pour proposer des alternatives à la crise à laquelle les partis sont confrontés et tenter de répondre à la demande citoyenne en faveur d'une participation plus directe et plus active dans le processus démocratique. Dès lors, la deuxième hypothèse que nous avons formulée est la suivante :

2) les partis politiques, au moyen de stratégies mises en place sur l'Internet, chercheraient à renforcer leur rôle de médiateur social et à proposer de nouveaux modes de relation avec les citoyens.

### **Méthodologie de la recherche :**

Deux partis pris ont été au fondement de la mise en œuvre de la démarche empirique pour cette recherche.

Premièrement, nous avons appréhendé la communication politique des partis sur l'Internet non seulement à partir de son contenu, mais aussi en fonction des conditions et des pratiques de sa mise en œuvre, ainsi que des acteurs impliqués. Notre souci était de penser conjointement le contenu de la communication électronique partisane et ses dispositifs de modes de production et d'organisation. Pour ce faire, nous avons eu recours à deux outils méthodologiques pour effectuer notre enquête :

- l'analyse du contenu d'un corpus de dix sites web officiels "nationaux" et permanents de partis politiques français<sup>2</sup> ;
- et la réalisation d'une quarantaine d'entretiens semi-directifs menés auprès des acteurs de la communication de ces dix partis.

Les données recueillies au moyen des entretiens ont été confrontées à l'analyse des sites dans un mouvement de va-et-vient constant.

Par rapport à l'analyse du contenu des sites web, une attention particulière a été portée à l'étude de la présence de dispositifs permettant la prise de parole "citoyenne ordinaire", et au-delà au contenu de cette parole publicisée par l'intermédiaire des forums de discussion sur les sites web officiels des partis. Nous avons ainsi procédé à l'analyse d'un corpus de 1018 messages issus des forums des cinq sites web du corpus proposant ce dispositif.

Deuxièmement, dans la mesure où l'une de nos présuppositions était que les pratiques de la communication électronique partisane sont en phase de développement, nous avons choisi d'inscrire notre enquête dans une temporalité d'un an. Ainsi l'observation menée sur les sites web du corpus a été conduite entre janvier 2004 et février 2005. L'objectif était d'essayer d'appréhender les évolutions perceptibles de la politique d'utilisation de l'Internet des partis sur la période de l'observation, et de proposer ainsi une méthodologie qui permette de rendre compte du caractère mouvant de notre objet d'étude.

---

<sup>2</sup> Les sites web officiels "nationaux" et permanents des partis politiques retenus pour cette étude sont ceux de : l'Union pour un Mouvement Populaire (UMP), du Parti Socialiste (PS), du Parti Radical de Gauche (PRG), du Front National (FN), de l'Union pour la Démocratie Française (UDF), du Parti Communiste Français (PCF), des Verts, de Chasse Pêche Nature et Traditions (CPNT), de la Ligue Communiste Révolutionnaire (LCR), et de Lutte Ouvrière (LO).

### **Principaux résultats de la recherche :**

1) concernant **les pratiques relatives à la diffusion et à la circulation des informations politiques par l'intermédiaire des TIC**, et plus précisément vis-à-vis de la possibilité d' « autopublication » que permet notamment l'Internet.

L'analyse de l'usage de l'Internet, par les partis politiques pris en compte dans notre étude, confirme pour partie les constats dressés par les travaux déjà menés sur les sites web de partis politiques français ou d'autres démocraties : le site web est prioritairement utilisé comme un moyen de diffusion supplémentaire de la communication produite par le parti. C'est donc une logique de reproduction de contenus existants, produits et diffusés sur d'autres supports ou occasions, qui prévaut – comme en atteste la mise en ligne de tracts ou de discours des responsables politiques du parti. Même si la production d'un contenu spécifique au site web est un objectif "idéal", commun aux discours de l'ensemble des gestionnaires des sites web des partis interrogés, dans les faits, l'observation montre que cette pratique reste marginale.

Cependant, l'analyse de la majorité des sites web du corpus a permis de mettre en évidence un mélange de produits discursifs de registres différents et d'origines extérieures au parti. Ceci nous a conduite à parler en terme d'autonomisation de la diffusion des discours, dans la mesure où la possibilité d' « autopublication » ne se limite donc pas, pour certains des partis étudiés, à la seule publication de leurs propres productions - comme en témoignent la reprise de contenus issus des médias relevée sur leur site web. La présence de ces discours médiatiques sur les sites web de partis politiques nous est apparue comme la manifestation d'une « réintermédiation » de ces discours : les partis assurant une activité de sélection qui s'ajoute à celle déjà opérée par les entreprises médiatiques. Et les discours issus des médias, assujettis à une stratégie de communication, ont alors pour finalité de valoriser le discours et la politique du parti.

Conjointement, la publicisation de paroles d'internautes, telle qu'observée sur les sites web de certains des partis étudiés, manifeste, selon nous, une évolution de la communication partisane, caractérisée par une diversification - sous contrôle - de ses acteurs. L'analyse met au jour un processus de légitimation croisée : avec la publicisation de ces expressions d'initiés, amenées à incarner la figure du "citoyen", les partis tentent de gagner en légitimité par rapport à leur rôle de médiateur, en même temps qu'ils donnent une certaine légitimité à ces paroles, en leur permettant d'accéder à une forme de visibilité publique sur leur site. La monstration des expressions des internautes s'intègre à une stratégie de communication qui répond à une démarche d'auto-réhabilitation du rôle du parti et de son rapport aux citoyens.

2) concernant **le phénomène de recomposition du processus de médiation dans le contexte de l'information partisane hors-médias**.

Les résultats de la recherche permettent de s'inscrire en faux contre les discours technicistes annonçant la fin des médiateurs et l'établissement d'une communication directe, synonyme d'une démocratie directe. L'analyse indique en effet une recomposition du processus de médiation qui va dans le sens d'une complexification des formes de médiation, caractérisée par un enchevêtrement et un allongement des médiations humaines qui accompagnent la médiation technique. L'émergence constatée de nouveaux types d'intermédiaires, qui interviennent et parfois se rajoutent dans la

chaîne de diffusion de l'information partisane ; qui sont garants du contrôle de la publicisation de la parole des internautes sur les sites web des partis et dont dépend également la prise de connaissance de cette parole par les dirigeants du parti, participe à la redéfinition du rôle des intermédiaires traditionnels dans le processus de transmission et de circulation de la parole politique.

3) concernant les **caractéristiques de l'espace public** dans le cadre de l'utilisation de l'Internet par les partis politiques.

L'analyse a permis de constater que le contrôle du processus informationnel et communicationnel partisan apparaît comme l'objectif prioritaire de l'usage de l'Internet, pour les partis politiques. Toutefois, il est intéressant de souligner que l'analyse des messages publicisés sur les forums de discussion des partis a permis de mettre en évidence l'expression de points de vue critiques (entre les internautes mais aussi à l'égard du parti à l'origine du forum) en même temps qu'elle manifeste l'engagement politique des individus. Ainsi, les échanges entre les participants des forums ont parfois un caractère polémique. Ceci nous incite à appréhender les manifestations de cette communication comme relevant davantage de la presse d'opinion. Nous considérons que les dispositifs sociotechniques de publicisation des échanges entre les internautes, sur les sites web des partis, assument le rôle traditionnellement assuré par la presse d'opinion : de mise en visibilité, de médiateur et de stimulant des discussions publiques, en référence à la définition qu'en donne Jürgen Habermas<sup>3</sup>.

4) concernant **la spécificité et l'évolution de la communication politique**

Notre approche a consisté à analyser les questions de la spécificité et de l'évolution de la communication politique en les repositionnant dans le temps long et en les reliant aux pratiques antérieures de la communication politique médiatisée. Une telle démarche permet alors de nuancer le caractère innovant de la communication développée par les partis politiques sur l'Internet.

L'analyse permet de montrer que l'idée d'un prolongement et d'un approfondissement de tendances, déjà en cours, de l'évolution de la communication politique apparaît davantage justifiée, même si certains phénomènes repérés, comme l'intégration de paroles "ordinaires" ou la publicisation de productions initialement réservées aux membres du parti, révèlent de nouvelles pratiques dans la communication officielle des partis. Cependant, l'observation du caractère inconstant de ces pratiques émergentes incite à la prudence et montre que les orientations de la communication électronique partisane ne sont pas encore stabilisées. Si les sites web des partis politiques font preuve d'une importante évolutivité, celle-ci s'oppose au mouvement plus lent de l'évolution des pratiques politiques des acteurs. La malléabilité et la déconcentration de la gestion de l'information et de la communication partisane, que permet l'utilisation de l'Internet, se heurtent aux logiques organisationnelles des partis, au poids des pratiques traditionnelles et aux logiques des acteurs du champ politique.

<sup>3</sup> HABERMAS, Jürgen, *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, trad. de l'allemand par Marc B. de Launey, Paris : Ed. Payot, 2000.