

## LES PARTIS POLITIQUES PAR TEMPS DE PLATEFORMES

Mobilisations électorales, transformations organisationnelles, initiatives citoyennes

[Fabienne Greffet](#)

La Découverte | « Réseaux »

2022/6 N° 236 | pages 9 à 33

ISSN 0751-7971

ISBN 9782348076206

DOI 10.3917/res.236.0009

Article disponible en ligne à l'adresse :

-----  
<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2022-6-page-9.htm>  
-----

Distribution électronique Cairn.info pour La Découverte.

© La Découverte. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

PRÉSENTATION

# LES PARTIS POLITIQUES PAR TEMPS DE PLATEFORMES

Mobilisations électorales,  
transformations organisationnelles,  
initiatives citoyennes

Fabienne GREFFET

L'évocation de plateformes politiques et partis plateformes concernant les appropriations des technologies numériques à des fins partisans apparaît *a priori* comme déconcertant. En effet, historiquement, le terme anglophone *platform*, de même que, de façon moins usuelle, les mots français plate-forme et plateforme, renvoient non à des dispositifs sociotechniques mais à un programme politique, c'est-à-dire à l'exposé des intentions, des projets d'une personne ou d'un groupe, soit un genre politique codifié, distinct du reste du matériel électoral, qui a une portée illocutoire et varie selon les contextes sociohistoriques (Bué *et al.*, 2016). Les expressions plateforme politique et plateforme de parti (*political/party platform*) concernent, au sens premier, un ensemble de propositions politiques et de politiques publiques, élaboré et utilisé en vue de la conquête de positions électorales, sans préjuger ni du type d'organisation, ni des techniques avec lequel cet ensemble se construit, s'impose ou se donne à voir dans le débat public.

Pourtant, depuis une douzaine d'années, et plus encore avec la parution de l'ouvrage de Paolo Gerbaudo *The Digital Party* (Gerbaudo, 2019), qui nourrit une grande partie des travaux rassemblés dans ce numéro, l'usage des syntagmes « politique plateforme » et « parti plateforme » contribue à réorienter le sens de ceux-ci vers leurs déclinaisons numériques. La politique plateforme signale ainsi un état de la politique institutionnalisée dans lequel les organisations qui participent à la compétition électorale, quelles qu'elles soient – partis mais aussi organisations citoyennes, mouvements sociaux, voire agences spécialisées – s'ajustent à l'emprise des plateformes numériques sur les pratiques sociales et politiques et sont travaillées par celle-ci, du point de vue de leur fonctionnement interne et externe. Comme pour d'autres activités affectées par le développement des infrastructures numériques, les composantes de ces processus de « platformisation » se confondent dans un mot-valise à l'ambiguïté sémantique et politique, employé d'abord par les acteurs du numérique eux-mêmes, dont la transposition aux sciences sociales ne relève pas de l'évidence (Beuscart et Flichy, 2018 ; Bullich, 2021). Ainsi que l'a bien montré Tarleton Gillespie (2010 et 2021) à propos de YouTube, le terme de plateforme signale en effet un positionnement stratégique des firmes du numérique. Il permet de combiner un affichage d'accessibilité et d'égalité « démocratique » à

l'égard des utilisateurs, avec les préoccupations de rentabilité et d'économie de l'attention des publicitaires-clients et la construction d'une image « d'intermédiaire » neutre, destinée à minimiser la responsabilité éditoriale des plateformes et l'imposition de réglementations par les acteurs publics. En lien avec cet usage, l'horizon d'un « État-plateforme » (O'Reilly, 2011), qui accueillerait, stimulerait et tirerait parti de l'innovation et de la participation citoyennes, est présenté comme souhaitable (voire inéluctable) par des acteurs impliqués dans l'ouverture des données publiques et l'offre de services publics numériques. Ceux-ci participent activement à la promotion de ce qui est devenu un ensemble de choix de politiques publiques dans plusieurs pays européens (Chevallier, 2018 ; Jeannot, 2020). En pratique, dans le cas français, l'État-plateforme donne surtout lieu à des projets qui font vivre la dramaturgie de la modernisation de l'État, même s'ils laissent aussi une part à des usagers-contributeurs (Alauzen, 2021). Simultanément, les partis nativement numériques, qui cherchent à se démarquer d'organisations partisans antérieures délégitimées et de plus en plus distantes des citoyens-électeurs et valorisent des formes participatives digitales, sont scrutés et repérés comme des « partis plateformes », substantiellement différents de leurs prédécesseurs, au moins dans leur conception originelle (Gerbaudo, 2019 ; voir également son article dans ce numéro). De sorte que la « platformisation de la politique », définie par Fabrizio Li Vigni comme la « tendance des partis, des mouvements sociaux et des institutions publiques à mettre en avant des dispositifs participatifs numériques, avec la promesse de « donner voix » aux citoyens « profanes » et relégitimer ainsi l'action politique » (Li Vigni, 2022, p. 2) devient une des composantes d'un mouvement plus vaste de « platformisation de la société », qui lie intimement et inextricablement technologies et pratiques sociales.

Parallèlement, le déploiement des plateformes contribue à déplacer les objets de recherche et à reformuler les questionnements portés par les chercheurs et chercheuses en science politique et en sciences sociales du numérique. De ce point de vue, les notions de parti plateforme et de plateforme politique sont des marqueurs d'un processus de consolidation d'un champ de recherche porteur d'héritages disciplinaires et émaillés de controverses, dont les articles présents de ce dossier rendent compte de façon exemplaire.

## LES PLATFORMES AU CŒUR DE LA POLITIQUE

Transposées en sciences sociales, les notions de politique plateforme et de parti plateforme renvoient à des dimensions distinctes de la numérisation des

organisations partisans, et corrélativement à des dispositifs numériques différents. Pour les chercheurs en science politique et communication Alberto Liroy, Marc Esteve del Valle et Julian Gottlieb (Liroy *et al.*, 2019, p. 45), la politique plateforme se définit comme « l'introduction d'intermédiaires numériques (par exemple des applications logicielles, des sites web, des services de réseaux sociaux) dans la structure des partis politiques, pour faciliter la communication interne, participer à la prise de décision, organiser l'action politique et transformer l'expérience globale de participation dans les partis politiques »<sup>1</sup>. Cette définition, qui insiste sur la dimension participative des technologies numériques présente dans la définition du web 2.0 forgée par Tim O'Reilly, est suffisamment large pour s'appliquer à la diversité des objectifs assignés aux plateformes introduites au sein des organisations politiques ces deux dernières décennies. Elle recouvre cependant au moins trois types de plateformes différents : les plateformes de mobilisation électorale, les plateformes constitutives de l'organisation intrinsèque du parti et les plateformes citoyennes visant à se substituer à la forme-parti.

## LES PLATFORMES POUR LA MOBILISATION ÉLECTORALE : LE « PROTOTYPE OBAMA »

Le type le plus répandu de plateforme est utilisé à des fins de mobilisation électorale. Dans ce cas, la plateforme intègre l'organisation militante, la collecte et l'exploitation des données concernant les personnes qui soutiennent l'organisation et/ou le candidat, ainsi que les messages qui leur sont envoyés. La campagne de Barack Obama en 2008, appuyée sur la plateforme mybo.com, a souvent été décrite comme l'aboutissement d'une telle intégration, au sein et aux marges du Parti démocrate américain. Si l'histoire de la plateforme mybo.com s'inscrit dans un ensemble de transformations techniques ouvert avec la création des premiers sites partisans dans les années 1990 (Stromer-Galley, 2014), elle devient à la fin des années 2000 un « prototype » répliqué et adapté ensuite à d'autres contextes (Kreiss, 2016). Il s'agit alors d'engager les soutiens du candidat dans des activités en sa faveur, en collectant à leur sujet les données qui permettront de forger les messages réputés les plus efficaces pour

---

1. Traduction libre de : « *introduction of digital intermediaries (e.g. software applications, websites, social networking services) into the structure of political parties, to facilitate internal communication, engage in political decision-making, organize political action, and transform the overall experience of participation in political parties* » (Liroy, Esteve del Valle et Gottlieb *et al.*, 2019, p. 45).

stimuler leur engagement. Se réclamant de la tradition du *community organizing* (bien que dénuées de toute dimension subversive), ces plateformes organisent le contact de pair à pair, mais fonctionnent surtout de façon centralisée et hiérarchisée. Elles reposent en effet sur une échelle d'engagement (*ladder of engagement*), matérialisée par exemple dans les logiciels NGPVan, Blue State Digital et la plus implantée à l'international, NationBuilder (McKelvey et Piebiak, 2018)<sup>2</sup>. L'échelle d'engagement constitue l'application au marketing numérique politique d'une combinaison de la « pyramide de Milbrath » introduit en science politique dans les années 1960 (Mayer, 2010, p. 37) et de la théorie de l'engagement, dite du « pied dans la porte », selon laquelle une première action peut coûteuse favorise ensuite une deuxième action plus coûteuse (Joule et Bauvois, 2014). Elle a été adaptée en marketing du consommateur, puis aux stratégies de mobilisation au sein des organisations non-gouvernementales américaines. L'idée qui sous-tend ces dispositifs est que l'engagement en faveur d'un candidat, comme l'engagement en faveur d'une cause, d'une marque ou d'un produit, est progressif. Seule une minorité de personnes participe de façon très active à une campagne ; néanmoins, il est possible d'accroître cette base de soutiens en multipliant les enregistrements de contacts, et en proposant aux personnes contactées un volant ciblé d'activités, y compris de la sensibilisation auprès de leur réseau personnel, ce qui constitue un moyen par lequel rendre viraux les contenus relatifs au candidat. Ceci suppose d'envoyer des messages favorisant l'interaction avec les candidats – et entre les soutiens du candidat – de façon à générer une implication plus importante. Ces interactions s'effectuent en ligne par des messages reçus et envoyés, dont la fréquence, le vocabulaire et la structure sont ajustés, dans une optique de communication persuasive. Peut également être proposée la « co-construction » d'activités, telles que l'organisation d'événements, voire la production de contenus texte, photo ou vidéo par les internautes. La plateforme logicielle est utilisée pour sélectionner et diffuser ces contenus, et pour centraliser les informations concernant les contacts et leurs interactions avec le candidat, et entre les contacts. Elle automatise la planification de futures interactions, par exemple en faisant appel pour des dons à des personnes ayant déjà effectué précédemment un premier versement financier en faveur de la campagne. Elle génère des indicateurs, établis à partir de traces numériques, permettant en principe de quantifier un « retour sur investissement ».

---

2. Forgées à partir d'expériences de mobilisation électorale, ces logiciels sont ensuite devenus des « standards » repris internationalement.

En Europe, où le militantisme est surtout le fait des adhérents des partis, la transposition de plateformes inspirées de la campagne Obama, qui induisent une séparation et une articulation entre site du candidat et plateforme de mobilisation, revient à « fédérer une communauté partisane élargie au-delà de ses seuls adhérents » (Barboni et Treille, 2010, p. 1139) et à les activer plus particulièrement au moment des élections, par exemple lors d'opérations de porte-à-porte (Lefebvre, 2016)<sup>3</sup>. Lors des campagnes présidentielles françaises de 2012 et 2017, de telles stratégies de mobilisation électorale sont mises en place par les équipes de campagne des candidats, mais avec des différences selon les équipes quant au type de logiciel utilisé (pas de solution spécifique, solution standardisée ou solution *opensource*), à la sophistication des relances opérées (pratique ou non de l'*A/B testing* et du *nudge*), au degré de contrôle sur les internautes, ou au contraire d'autonomie, conféré par les équipes des candidats quant à la prise en charge de la campagne, et l'attribution ou pas aux internautes de récompenses, sortes de rétributions symboliques gratifiant leur activité. Dans ce pays fortement régulé du point de vue de la collecte et de l'exploitation des données personnelles comme du point de vue du financement des campagnes électorales, l'appropriation de ces plateformes de mobilisation n'est ni unifiée, ni linéaire ; elle peut même être remise en cause à la faveur d'un changement d'équipe ou d'une réduction budgétaire liée à des défaites électorales, ou à l'anticipation d'une défaite future (Greffet, 2020). Des variations sensibles sont ainsi perceptibles d'un parti et candidat à l'autre,

---

3. Ces initiatives sont souvent présentées comme des espaces de rassemblement et d'échanges autour de l'organisation partisane, avec un objectif de mobilisation électorale implicite. En France, c'est le cas pour tout un ensemble de plateformes de réseaux sociaux militants ouvert dans les années 2010, après une première tentative d'Europe Ecologie les Verts en 2009 : les « Créateurs de possibles », lancé par l'UMP en 2009 en vue de l'élection présidentielle de 2012, mais fermé en 2011 devant un coût jugé trop important au regard du nombre d'internautes inscrits, à l'occasion d'un changement de direction du parti ; la Coopol, au PS, une « coopérative politique » destinée à rassembler les militants et sympathisants au sein d'un espace de discussion et d'organisation (Barboni et Treille, 2010 ; Greffet, 2011), qui sera complétée dès 2012 par le site de mobilisation du candidat [toushollande.fr](http://toushollande.fr), puis abandonné ; [lespatriotes.net](http://lespatriotes.net), au Front national, lancé en 2014 en vue de la présidentielle de 2017, mais fermé en 2016 (Boyadjian, 2015). En octobre 2017, le Président de Debout la France, Nicolas Dupont-Aignan, allié à Frédéric Poisson, Président du parti chrétien-démocrate, annonce à son tour la création d'une « plateforme participative », « Les amoureux de la France », destinée à rassembler les électeurs de droite en vue de la constitution d'une coalition pour les élections européennes de 2019. Autour de la présidentielle de 2022 a été notamment créé un site participatif socialiste où les internautes étaient invités à partager des idées et voter pour des propositions, [rdv2022.fr](http://rdv2022.fr).

et d'un pays à l'autre, dans les processus d'adoption, les temporalités d'introduction et les fonctionnalités des plateformes (Gibson, 2020).

Ces plateformes politiques de mobilisation électorale sont tournées vers les militants, les sympathisants et les électeurs. Elles permettent la production et la publicisation d'un récit sur la « modernité » de la campagne à destination des médias (Théviot, 2018). Elles tendent à invisibiliser d'autres transformations politiques, qui renforcent la place des plateformes dans la politique institutionnalisée tout en réorientant leur usage. La première évolution est celle du recours de plus en plus fréquent, particulièrement aux États-Unis, puis au Royaume-Uni, à la communication ciblée, appuyée sur des collectes de données massives et l'analyse de traces numériques, soit ce qui apparaît comme une « scientification » accrue des campagnes électorales (Gibson et Römmele, 2020), révélée notamment par le scandale *Cambridge Analytica* (Manokha, 2018). Ce renouvellement de la communication persuasive, et de la croyance en celle-ci, via la mise en œuvre du micro-ciblage sur les réseaux, s'effectue au détriment de la mobilisation interpersonnelle et de l'ambition communautaire des plateformes de mobilisation électorale. Il suppose la maîtrise de savoirs techniques. Il ouvre aussi la possibilité d'une automatisation de la dissémination des messages via des *bots*, la création de faux comptes ou d'autres procédés « subversifs », comme la rémunération de citoyens (Bradshaw et Howard, 2017). Il met surtout l'accent sur l'usage par les candidats et leurs équipes d'autres plateformes numériques, celles des réseaux sociaux majeurs, qui structurent puissamment l'offre médiatique et les sociabilités en ligne. Dès lors, les plateformes de mobilisation inventées autour du « prototype Obama » deviennent principalement des bases de données, complétées par diverses modalités de prises de contact comme les messageries instantanées ou les applications mobiles dédiées.

Une deuxième transformation concerne l'organisation interne des partis : avec les plateformes, de mobilisation comme de réseaux sociaux, les possibilités d'appartenances aux organisations politiques se sont fluidifiées et deviennent plus visibles<sup>4</sup> ; la frontière entre membres et non-membres du parti est

---

4. Les partis ne se sont jamais uniquement appuyés sur leurs membres ou militants formels, mais plutôt sur des réseaux relationnels variables d'une région à l'autre, comme le montre l'exemple du PS en France (Sawicki, 1997). Les modes informels d'appartenance aux partis repris dans le modèle « à plusieurs vitesses » de Susan Scarrow (2014) ne résultent donc pas exclusivement de l'expansion des plateformes, mais celles-ci les rendent plus accessibles et leur confèrent de la visibilité.



floutée<sup>5</sup>. L'appartenance au parti est « à plusieurs vitesses » (Scarow, 2014) ; elle entremêle militants engagés, adhérents formels, soutiens ponctuels, *followers* et amis – dont les métriques sont scrutées –. Cette appartenance « à plusieurs vitesses » est associée à des formes de participation et d'engagement numériques et sur le terrain, proposées pour certaines aussi bien aux soutiens informels qu'aux membres du parti. De telles activités en ligne recouvrent par exemple la réponse à des consultations ou sondages en ligne, le partage de contenus et plus largement la participation à des campagnes de soutien en ligne ou, de façon informelle, à des attaques de type *trolling* ou de cyberharcèlement<sup>6</sup>. Elles complètent la coordination d'activités plus classiques de mobilisation sur le terrain, telles que le porte-à-porte. Bien qu'opérant une transformation du répertoire d'action électorale, cette implantation de plateformes au sein de partis existants demeure limitée quant à ses effets organisationnels : les organisations politiques ou partisans restent dotées de règles internes de fonctionnement stabilisées, notamment pour la désignation des candidats aux élections, même si la diffusion du modèle des primaires – que celles-ci se déroulent en ligne ou hors ligne – tend à modifier ces procédures et à externaliser la légitimation des candidats auprès d'un public plus large que la base militante (Lefebvre et Treille, 2019). De ce point de vue, les plateformes numériques de mobilisation électorale peuvent être considérées

5. Cette transformation était déjà soulignée en France, au milieu des années 2000, à propos de la section déterritorialisée du Parti socialiste, Temps Réels. La section, créée en 1998 par des professionnels de l'internet, des télécommunications et de l'informatique, comportait trois types de membres : les adhérents (adhérents au PS par le biais de la section Temps réels), les membres associés (déjà membres du PS, participant aux travaux de Temps Réels sans quitter leur propre section), les correspondants (participant aux travaux de Temps réels sans être membres du PS). En 2003, cette section atteignait 230 adhérents (dont 60 adhérents PS, 70 « membres associés » et 100 « correspondants »). Au total cependant, l'influence de cette section semble être restée faible au sein du PS pour l'appropriation de l'internet, liée au niveau national aux échéances électorales. De plus, la logique était davantage celle d'un « parti en ligne », avec une communication tournée vers l'extérieur, que d'un « parti en réseau », tourné vers la délibération (Beauvallet et Ronai, 2005, p. 284 et 295-296).

6. Dans un article récent, Alejandro M. Peña et Tomás Gold construisent à partir de la notion goffmanienne de rôle une typologie des rôles digitaux exercés par les personnes engagées pour ce qu'ils appellent la face digitale de l'organisation partisane sur internet. Leur typologie articule deux dimensions : l'alignement fonctionnel (sur la composante organisationnelle dominante du parti) et l'influence au sein de l'organisation. A titre d'exemples, le rôle de *troll* présente un faible degré d'alignement sur l'organisation, et un faible degré d'influence au sein de l'organisation. Le rôle « d'élite digitale », c'est-à-dire de dirigeant du parti très présent sur les réseaux sociaux, combine un haut degré d'alignement fonctionnel avec une forte influence organisationnelle (Peña et Gold, 2022).

comme une disposition supplémentaire (et peut-être secondaire), qui participe d'un ensemble de tentatives visant à légitimer les dirigeants de partis et les candidats aux élections dans un contexte de perte d'implantation, au même titre que les innovations procédurales qui se sont multipliées ces dernières années au sein et aux marges des partis : consultations, primaires ouvertes ou fermées, création de statuts intermédiaires entre adhérent et sympathisant.

## DES PLATEFORMES POUR TRANSFORMER LA POLITIQUE : PARTIS PLATEFORMES ET PRIMAIRES CITOYENNES EN LIGNE

Cette situation se retourne avec les plateformes introduites plus récemment, qui ont donné lieu à la formalisation de l'expression de « parti digital » ou de « parti plateforme » par Paolo Gerbaudo (Gerbaudo, 2019) à travers l'analyse qu'il propose de formations politiques qui ont surtout émergé dans les années 2010, telles que Podemos, Le Mouvement 5 étoiles, La France insoumise ou Momentum, organisation progressiste créée au sein du parti travailliste britannique. La plateforme constitue le dispositif central de structuration du parti digital au sens de Paolo Gerbaudo. Elle est conçue non seulement comme un mode renouvelé d'agrégation et de mobilisation des soutiens, mais aussi comme un espace d'organisation de la décision collective et d'interaction continue entre la « superbase » des internautes qui s'agrègent de façon autonome à la plateforme et le leadership du parti, lui-même le plus souvent très personnalisé. La plateforme permet de consulter et de faire adopter des textes. Elle fait disparaître toute adhésion formelle à l'organisation, ainsi que les échelons organisationnels intermédiaires typiques des partis conventionnels (implantations locales, désignation de délégués, tenue de congrès) ; au profit de rassemblements des foules numériques qui ne perdurent pas nécessairement dans le temps, tout comme l'organisation elle-même, susceptible de disparaître aussi rapidement qu'elle s'est constituée, à l'instar d'une start-up. La plateforme, également accessible sur application mobile, est, au moins partiellement, appuyée sur des solutions *open source*<sup>7</sup> et répliquable par d'autres organisations.

---

7. C'est notamment le cas pour Liquefeedback, la plateforme Pirate ; pour Plaza Podemos, appuyée sur le logiciel libre Consul ; de la plateforme de La France insoumise, même si cette organisation a brièvement utilisé NationBuilder à ses débuts. Rousseau, la plateforme du M5S, n'a pas ouvert son code et reste propriété d'une société, Casaleggio Associati, qui est la propriété du fils d'un des deux co-fondateurs du mouvement 5 étoiles, Gianroberto Casaleggio, décédé en 2016.

La généalogie de ce qu'on nommera ici les plateformes politiques configuratrices des organisations partisans est marquée par la structuration des premiers partis nativement numériques, les Partis Pirates, dont le parti initial a été fondé en Suède en 2006 ; puis par la constitution de formations politiques après la crise financière de 2008 : le Mouvement 5 étoiles italien, créé en 2009 (Conti et Tronconi, 2016) ; Podemos en Espagne, fondé en 2014 à la suite du mouvement social des Indignés de 2011 (Nez, 2018 ; Petithomme, 2021) ; La France insoumise en France (Cervera-Marzal, 2021), créé en 2016 autour de la deuxième candidature de Jean-Luc Mélenchon à l'élection présidentielle, qui englobe le Parti de gauche mais permet au candidat de s'émanciper de la coalition électorale qui l'avait soutenu en 2012 ; Momentum, constitué en 2015, qui a appuyé la direction de Jeremy Corbyn et a œuvré en 2017 à sa réélection en tant que leader du parti. Idéologiquement, ces organisations sont très diverses. Certaines d'entre elles, parfois issues de mouvements sociaux, sont clairement ancrées à gauche, telles Podemos ou la France insoumise. Mais d'autres partis correspondent à des assemblages politiques plus incertains et se réclament du « ni droite, ni gauche ». C'est le cas des partis Pirate, qui se focalisent surtout sur la défense des libertés numériques et la libre circulation des savoirs. C'est également le cas du Mouvement 5 étoiles (M5S) en Italie, qui combine défense des enjeux environnementaux, expansion de l'État-Providence et des thématiques relatives au rejet des politiques européennes ou la lutte contre les migrations<sup>8</sup> (Conti et Tronconi, 2016, p. 32-33). Comme d'autres organisations dites « populistes », le M5S dénonce en outre la passivité et la corruption des élites politiques en place dans la prise en compte des difficultés sociales et économiques.

Ces organisations partagent un ancrage numérique (*netroots*) et l'adhésion au projet de mettre en œuvre un nouvel état de la démocratie, plus direct et débarassé des anciennes structures bureaucratiques des partis de masse. Elles sont focalisées sur une vision utopique (et procédurale) de la participation en ligne comme moyen de réintégrer au processus politique ceux qui en sont sinon exclus, du moins se situent à bonne distance de la politique institutionnalisée. Il s'agit de lutter contre l'apathie citoyenne en réinventant des espaces de délibération (numérique et sur le terrain) et des partis capables de porter un message critique vis-à-vis des grandes multinationales et des élites instituées. Le « participationnisme », c'est-à-dire la conception politique selon laquelle

---

8. Ce qui rend possible une coalition gouvernementale avec la Ligue, parti d'extrême droite, en 2018-19.

la participation supplante la représentation en tant que fondement de la légitimité démocratique, est centrale. Les partis digitaux portent en effet la promesse d'une désintermédiation de la représentation politique, accusée d'avoir laissé proliférer trop d'acteurs (bureaucrates, consultants, *spin doctors*...) susceptibles de distordre la volonté du peuple (Gerbaudo, 2019, p. 15). Cela constitue un paradoxe dans la mesure où ces organisations adoptent la forme parti, et reconnaissent donc le rôle des partis en tant qu'opérateurs majeurs des mécanismes de délégation propres à la représentation politique. Néanmoins, à rebours des promesses de renforcement de la démocratie interne, le « plébiscitarisme » – c'est-à-dire la recherche de réactions qui ratifient les propositions de l'équipe dirigeante, plutôt que de véritables débats (Gerbaudo, 2019, p. 127) – et des taux bas de participation prévalent au sein des partis digitaux (Vittori, 2020). En outre, et contrairement à l'illusion de désintermédiation que comporte la plateforme, celle-ci constitue un moyen de censurer ou d'exclure les internautes – ou groupes – qui apparaîtraient comme trop éloignés des orientations du leadership. L'absence de statuts formels, et par conséquent de règles protectrices des minorités, renforce l'emprise de l'équipe de direction du parti. Deux variantes semblent dès lors coexister parmi les partis digitaux : les partis « plateformes », centralisés et personnalisés ; et les partis « en réseaux », qui laissent une large part d'initiative et de participation aux foules numériques (Deseriis, 2020), à l'instar des partis Pirate, à travers la mise en place de procédures délégatives de prise de décision inspirées de la notion de démocratie liquide (Renault, 2018).

Beaucoup de ces partis plateformes récusent le terme de parti, renvoyé à des structures dépassées, inefficaces et corrompues. Beppe Grillo et Gianroberto Casaleggio, par exemple, citaient souvent le philosophe anarchiste David Graeber et ses travaux sur la démocratie « aux marges », égalitaire, consensuelle, sans leader (Graeber, 2014), dans les premières années du M5S. Ils présentaient alors leur organisation comme un anti-parti, destiné à disparaître, une fois qu'une communauté de citoyens serait établie et deviendrait elle-même l'expression démocratique (Vignati, 2016).

Cette promesse d'une désintermédiation partisane complète est réalisée dans un troisième type de plateforme, les plateformes citoyennes intervenant dans la compétition électorale, qu'on pourrait presque considérer comme des variantes de partis plateformes, sur le modèle de la start-up politique pointé par Paolo Gerbaudo. Ces plateformes citoyennes, représentées par exemple en France en 2017 par laprimaire.org (désignation d'une candidate à l'élection présidentielle) et #mavoix (sélection de candidats aux législatives),

s'inscrivent dans un mouvement plus global, celui des *civic tech*, qui cherche à revitaliser la démocratie par la mobilisation d'outils numériques. Plus spécifiquement, ces *civic tech* en particulier se positionnent comme des opérateurs de « transformation de la démocratie institutionnelle » (Mabi, 2017), qui feraient mieux que les partis, dans la mesure où elles permettraient de renouer avec les citoyens-profanes, de plus en plus exclus de la politique institutionnalisée. Cette forme électorale de démocratie participative numérique se focalise alors sur un enjeu, celui de faire émerger des candidats aux élections. Paradoxalement, alors qu'il s'agit de faire vivre la démocratie à travers la participation, celle-ci est conçue à travers la représentation politique dans sa version la plus individualisée, celle de la personnalité et des compétences du candidat. Il s'agit donc de remplir un des rôles essentiels des partis en démocratie – la sélection des candidats aux élections –, mais au sein d'une structure éphémère et désidéologisée. Cette « pureté » revendiquée doit également permettre l'élaboration de propositions et d'un programme consensuel, susceptibles de rassembler un grand nombre de citoyens. Néanmoins, le bilan de ce type d'initiatives reste contrasté : elles se heurtent à des obstacles institutionnels (les 500 signatures), politiques (la concurrence des autres candidats à gauche, le faible nombre de citoyens impliqués) et médiatiques (les difficultés d'accès). En outre, elles concernent surtout des candidats potentiels dotés d'une expérience politique, bien loin des espoirs de réconciliation avec la politique annoncés (Lefebvre, 2020).

L'aspiration à une transformation de la représentation politique est une préoccupation partagée par les plateformes citoyennes et les partis plateformes, au moins à leurs débuts. Ceux-ci se qualifient souvent de « mouvements », pour marquer la rupture avec les partis politiques conventionnels. Ce faisant, ils opèrent un glissement sémantique d'avec la définition première des partis-mouvements, forgée à partir du cas des partis écologistes, selon lequel un « parti-mouvement » est d'abord issu de mobilisations et de mouvements d'action collective (Kitschelt, 2006). En effet, parmi les partis qui se réclament de « mouvements », plusieurs – le Mouvement 5 étoiles, mais aussi en France, La France insoumise ou LREM/Renaissance – ne sont pas principalement issus de mouvements sociaux, mais constituent plutôt, dès l'origine, des entreprises classiques de mobilisation électorale et de conquête de postes, ce qui est l'élément principal de différenciation des partis par rapport à d'autres types de relations sociales et d'organisation. Ces organisations sont également extrêmement personnalisées et, pour ce qui est de La République en Marche/Renaissance, plus proches du modèle du parti « électoral professionnel », qui se caractérise par sa dépendance à l'égard de « professionnels », experts par

exemple en communication et marketing (Panebianco, 1988), que du partimouvement. Dès lors, on peut se demander si les transformations politiques apportées par les partis plateformes sont aussi substantielles qu’affiché, et si les partis autoproclamés « mouvements » ou labellisés « plateformes » ne sont pas surtout des entreprises de disqualification des organisations partisans conventionnelles, qui restent des concurrentes dans la compétition électorale. L’identification en termes de « mouvement », « plateforme » ou « citoyen » permet de rompre avec un label partisan démonétisé, et de construire le projet de faire de la politique autrement<sup>9</sup>.

### MODÈLES DE PARTIS ET PLATEFORMES, DES ASSEMBLAGES NON STABILISÉS

Cette question, de la substance ou non d’un modèle spécifique de « parti plateforme », traverse la littérature internationale ces dernières années. Paolo Gerbaudo y apporte une réponse aujourd’hui plus nuancée : il indique à la fin du texte publié dans ce numéro que les partis plateformes se transforment en s’institutionnalisant et se rapprochent de modèles de fonctionnement plus classiques ; et que, parallèlement, les partis conventionnels ont adopté certaines des pratiques numériques inventées au sein des partis digitaux. La catégorie de « parti digital » ou « parti plateforme » est donc fluide et, comme tout idéaltype, elle est surtout une construction destinée à faire apparaître des traits saillants. Dans son ouvrage, Paolo Gerbaudo inscrit en effet son travail dans une longue tradition de production d’idéaux-types de partis, initiée en 1951 par Maurice Duverger lorsque celui-ci établit la distinction canonique entre partis de cadres et partis de masse. Pour Paolo Gerbaudo, le parti plateforme est à la société numérique ce que le parti de masse était à la société industrielle, à savoir une structure organisationnelle façonnée par la culture et les modes de faire propres aux sociétés (et aux entreprises) numériques. En ceci, la teneur du propos est critique et post-marxiste : contrairement à la tradition wébérienne d’affirmation d’une autonomie (relative) du champ politique, le champ politique est d’abord pour Paolo Gerbaudo le reflet (culturel et organisationnel) des infrastructures économiques dominantes, celles des entreprises du numérique. Les chercheurs Jose Piquer et Anton M. Jäger replacent davantage

9. En France, ce positionnement n’est pas limité à la période récente : « la prétention à mettre en place des pratiques alternatives, à stigmatiser la classe politique pour imposer de nouveaux modes de légitimation, voire à subvertir certaines règles du jeu politique, semble constituer une constante dans l’histoire de la politique française ». (Guionnet, 2005, p. 117).

au contraire des partis qu'ils appellent « techno-populistes » dans un continuum historique et politique, en les faisant succéder au modèle précédent du parti-cartel (Katz et Mair, 1995). Selon ces auteurs, Podemos en Espagne et le Corbynisme au Royaume-Uni constituent une réponse à un état de fermeture du jeu politique à gauche, lié à la cartellisation des partis de gouvernement depuis les années 1980, particulièrement autour des politiques européennes et, pour les pays d'Europe du Sud, de l'euro. En rupture avec le modèle du parti cartel, où les partis tirent principalement leurs ressources de l'Etat (non de leur implantation dans la société civile) et défendent des positions de politiques publiques élaborées selon des processus complexes et peu transparents, les partis « techno-populistes » développent une expertise technique alternative, post-néo-libérale – par exemple, à l'égard de l'Union européenne –, qui s'articule à un discours mobilisant une rhétorique agonistique, opposant le peuple et la caste, nous et eux (Mouffe, 2018). C'est dans le cadre de ce projet politique de redéfinition de la gauche qu'il convient d'analyser l'émergence des plateformes de Momentum ou de Podemos, à savoir comme un mode d'investissement à la fois d'une expertise technique numérique et du « nous » citoyens, opposés à la minorité des plus privilégiés (Piquer et Jäger, 2020).

Le modèle du parti plateforme s'inscrit également en rupture avec d'autres modèles qui ont cherché à rendre compte des transformations partisans liées à l'extension des pratiques sociales et politiques numériques. Le plus ancien et le plus connu est celui du *cyber party*, présenté dans le *Handbook of Party Politics* au milieu des années 2000 (Margetts, 2006). Il traduit la façon dont l'expansion des technologies est alors perçue, en termes d'opportunités pour les nouvelles organisations politiques et les mouvements sociaux d'avoir accès à l'arène partisane de façon égalitaire avec les formations politiques établies. Helen Margetts met également l'accent sur les potentialités d'internet pour renforcer les relations directes entre la direction du parti et les électeurs, au détriment des adhérents et militants, qui perdraient les attributs liés à leur statut de membre, notamment en ce qui concerne la désignation des dirigeants. Elle signale que la communication nationale des partis peut être centralisée et renforcée, au détriment de l'autonomie locale, et les modes de financement bouleversés par la possibilité de dons en ligne. Elle note enfin l'impératif de se conformer à la généralisation de l'adoption des technologies numériques : les organisations qui s'abstiendraient d'utiliser internet pourraient être distancées par leurs concurrentes.

Ce modèle initial de cyber-party, qu'on peut qualifier de « cyber-optimiste », et qui s'inscrit dans un contexte où les technologies numériques étaient nimbées



d'espoir de renouvellement de la démocratie, n'envisage pas une transformation des partis en organisations centralisées autour d'un leader, comme le propose le modèle du parti digital : il est sous-tendu par un idéal de démocratisation et de réinvention de la démocratie avec le numérique. Il a ensuite été complété par d'autres tentatives, qui insistent moins sur les apports du numérique en termes de démocratisation et de relations aux membres qu'en termes de changement organisationnel : le modèle du parti-réseau (*network party*) (Heidar et Saglie, 2003) et surtout celui du parti connecté (*connective party*) insistent sur la centralité de la plateforme pour le fonctionnement routinier du parti. Ainsi, le parti connecté est une organisation dans laquelle « les plateformes et les moyens techniques sont indistincts, et remplacent, des composantes-clés de l'organisation et des fonctions internes au parti »<sup>10</sup> (Bennett *et al.*, 2018, p. 12). Les auteurs mentionnent, au titre des composantes-clés, la construction des positions politiques, la désignation des leaders et bien sûr la communication politique. En outre, ils établissent une distinction entre organisations hiérarchisées et centralisées, plus autoritaires et davantage situées à droite de l'échiquier politique ; et organisations plus horizontales et délibératives, plutôt situées à gauche.

D'autres chercheurs proposent plus récemment de raffiner la typologie en travaillant davantage la relation entre organisation politique et plateforme numérique. Alberto Liroy, Marc Esteve del Valle et Julian Gottlieb (2019) mettent ainsi en relation la structure organisationnelle du parti (décentralisée/stratarchique/hiérarchique) avec le degré d'ouverture des plateformes (évalué notamment à travers la transparence du fonctionnement et l'effectivité de la possibilité de participer). Cette ambition rejoint celle de Fabrizio Li Vigni, qui propose de combiner trois axes d'études des plateformes à partir d'un « cube idéal-typique » appliqué au *civic tech* : une dimension politique, qui mesure la gouvernance de la plateforme, de l'informationnel au co-décisionnel ; une dimension logicielle, où la communication se distribue entre un pôle unilatéral et un pôle délibératif ; et une dimension infrastructurelle, où les plateformes se distribuent selon leur degré de proximité soit à des formes de centralisation/privatisation, soit à des structures de commun numérique (Li Vigni, 2022, p. 24-25). L'objet d'étude se déplace alors de

---

10. Traduction libre de : « *We define connective parties as organizations in which technology platforms and affordances are indistinguishable from, and replace, key components of brick and mortar organization and intra-party functions. These components include affiliation management, policy generation, leader and candidate selection, and public communication.* » (Bennett *et al.*, 2018, p. 12).



l'organisation partisane ou politique, vers la plateforme en tant qu'elle matérialise l'organisation et le projet politiques et se confond avec eux.

Ces propositions récentes sont indicatives de manières distinctes de problématiser la relation entre technologies numériques et politique. En STS et dans toute une partie des sciences sociales du numérique, les dispositifs sont primordiaux et façonnent l'expérience politique. La conception et l'agencement des dispositifs, leur *design*, rendent possibles ou empêchent actions et inventions ; ils redéfinissent ainsi les frontières de la politique, en redessinent les enjeux et mettent à l'épreuve les institutions. À l'inverse, en sociologie des partis, les chercheurs découpent l'objet de recherche à partir du présupposé de l'autonomie relative de la politique institutionnalisée et de ses règles du jeu. Dès lors, la dimension technique qui sous-tend ce jeu est auxiliaire, elle constitue une ressource parmi d'autres pour s'imposer dans le jeu politique. Les questionnements portent davantage sur les transformations organisationnelles liées à l'institutionnalisation des partis et à l'exercice du pouvoir, qui conduisent les partis digitaux à réviser l'usage qu'ils font des plateformes, et parfois les infrastructures elles-mêmes (Dommett *et al.*, 2021). Des effets de mimétisme se produisent d'une organisation à l'autre, qui rendent difficile l'appréhension empirique des partis digitaux par rapport aux partis conventionnels (Barberà *et al.*, 2021) et conduisent plutôt à relever des formes « d'hybridité organisationnelle » (Chadwick, 2007), entre partis et mouvements sociaux, ou entre partis nativement numériques et partis conventionnels. L'adoption de solutions techniques politiques participe de ce mimétisme et, au-delà, de la constitution de marchés, que des acteurs parties prenantes, qui font aussi profession de conseil politique, promeuvent (Ehrhard *et al.*, 2019).

En outre, les effets des dispositifs numériques restent limités en termes de démocratisation et de participation. Comme le note Linn Sandberg, les partis digitaux n'ont pas contribué à une relégitimation des acteurs politiques, individuellement ou en tant qu'organisations (Sandberg, 2022). De ce point de vue, il n'est pas écrit que les plateformes conservent un caractère de centralité au sein des organisations partisans, y compris celles qui sont désignées comme des « partis plateformes » plus ou moins proches de la catégorie idéaltypique forgée par Paolo Gerbaudo. Les plateformes peuvent être remplacées, selon les choix politiques, les orientations idéologiques<sup>11</sup> et les intérêts des

11. Certains discours politiques critiques des GAFAM et des plateformes, ou l'enjeu de la sobriété numérique (Flippo, 2021), pourraient contribuer à réorienter les stratégies de communication des acteurs politiques.

acteurs, à l'instar des primaires ouvertes qui, après avoir été perçues comme une réponse au manque de légitimité de la démocratie interne dans le départage des leaders, sont aujourd'hui remises en question. Mais inversement, les plateformes, par leur omniprésence dans la vie sociale, particulièrement les plateformes de réseaux sociaux non maîtrisées par les acteurs politiques, transforment profondément la politique à travers des normes culturelles inscrites dans leur *design* et les pratiques sociales afférentes. Le développement de la présence des acteurs politiques sur les réseaux sociaux plus récents, comme Tiktok ou Twitch, témoigne de leur dépendance à ces plateformes, de même que la construction des métriques de réputation – issues des réseaux sociaux majeurs – comme indicateurs de popularité électorale, ou la diffusion massive et automatisée de messages politiques. Le travail politique est profondément modifié par les impératifs de la communication numérique (Blanchard, 2019 ; Neihouser, 2020), de même que les modes d'engagement militant (Greffet et Wojcik, 2018), qui n'ont peut-être pas autant bénéficié de l'extension des pratiques numériques que les mouvements sociaux (Blandin, 2017 ; Pleyers, 2013).

Pour trancher entre ces hypothèses, ou les articuler davantage, combiner une sociologie fine des techniques avec une connaissance approfondie de la diversité des façons d'appréhender les dispositifs et de s'engager (Macq et Jacquet, 2018) s'impose. Cette démarche est au fondement de la voie interdisciplinaire à laquelle invite ce numéro de *Réseaux*, par la diversité des terrains, des objets et des approches méthodologiques qu'il accueille.

Le premier texte est une traduction d'un chapitre de Paolo Gerbaudo, paru initialement en 2019 sous le titre « *The Platform Party: the Transformation of Political Organisation in the Era of Big Data* », dans un ouvrage collectif sous la direction de David Chandler et Cristian Fuchs. Le texte présente l'idéal-type du parti plateforme, à partir de ces trois composantes : la plateforme, plus ou moins centralisée, dont l'usage comme espace de rassemblement et de discussion principal a pour effet « d'écraser » les échelons intermédiaires des partis antérieurs ; « l'hyperbase » des internautes, appelée à participer de façon active et répétée ; « l'hyperleader », c'est-à-dire une personnalité de dirigeant charismatique, qui concentre le pouvoir. L'hyperleader est également le porte-parole du parti dans les médias.

C'est à partir de cette proposition initiale, discutée et enrichie par Marco Deseriis lorsqu'il distingue « partis plateformes », plus centralisés et consultatifs, et « partis en réseaux », plus décentralisés et orientés vers la

co-décision (Deseriis, 2020), que Fabrizio Li Vigni analyse le *design* des plateformes Rousseau (Mouvement 5 étoiles) et Decidim (Barcelone en Commun, proche de Podemos). Il montre que les deux projets politiques distincts de ces organisations se matérialisent dans les spécificités techniques des plateformes, qui structurent ensuite des régimes argumentatifs différents, caractérisés, par exemple, par une plus grande complexité argumentative dans Decidim que dans Rousseau, et par davantage d'énoncés consensuels dans Rousseau que dans Decidim. Ces régimes argumentatifs renvoient également à des inégalités de prise de parole, notamment de genre.

L'étude de Giulia Sandri, Felix von Nostitz et Marie Neihouser discute le modèle du parti plateforme à partir d'un travail comparatif sur 54 partis dans quatre pays (France, Italie, Allemagne, Espagne). Les auteurs montrent que la sélection des dirigeants et des candidats est relativement digitalisée, alors que la digitalisation des élections internes varie davantage d'une organisation à l'autre. En outre, des résultats contre-intuitifs émergent, tels que le fait que de nombreux partis plus anciens digitalisent davantage leurs élections internes que les formations récentes ; ou qu'il n'y a pas de différence significative en la matière entre partis de droite et partis de gauche. L'étude constitue donc une invitation à tester empiriquement le modèle du parti plateforme, et à revisiter d'autres composantes essentielles de l'implantation des plateformes au sein des organisations partisans, telles que les ressources dont celles-ci disposent ou les effets de mimétisme institutionnel.

L'article d'Anaïs Théviot porte sur le troisième type de plateformes politiques présenté dans cette introduction : des expérimentations numériques citoyennes, mises en place lors des élections présidentielle et législatives de 2017 en France, en vue de faire émerger des candidats, LaPrimaire.org et #mavoix. Anaïs Théviot met à jour la confiance accordée aux promoteurs et acteurs de ces plateformes pour dépasser et remplacer la forme-parti, et au-delà pour réenchanter la démocratie et rendre les citoyens davantage acteurs de celle-ci, tout en restant dans les bornages institutionnels établis. L'architecture des plateformes traduit pourtant des conceptions différentes de la désignation des candidats et de la compétition électorale, l'une fondée sur les capacités individuelles des candidats et la personnalisation, l'autre sur le collectif. Dans les deux cas cependant, l'étude montre que les publics des plateformes restent très spécifiques en termes de genre, d'orientation politique, de niveau de diplôme et de lieu de résidence et que la démocratisation de la démocratie par les plateformes reste un horizon lointain.

Aboubakar Sidi Njutawoui montre comment, au Cameroun, à travers l'usage des réseaux sociaux, une entreprise politique présidentielle d'opposition entremêle interventions citoyennes et prises de position politiques. En contexte autoritaire, les organisations d'opposition ne sont que tolérées par le pouvoir et leur répertoire d'action se module selon les opportunités ouvertes (Combes, 2011). Aboubakar Sidi Njutawoui analyse comment les réseaux sociaux sont investis comme un espace d'expression politique en période électorale, ce qui suppose tout un travail d'enrôlement et d'encadrement des internautes, assuré par des militants. En-dehors des élections, ces appropriations évoluent, les réseaux devenant des espaces publics permettant de politiser des enjeux sociaux et de susciter des réactions. Pourtant, ces efforts ne permettent pas (encore) de susciter davantage de participation électorale.

Le texte de Zhuoran Ma sur la Chine populaire vient rappeler que, si les plateformes peuvent être des espaces et des outils de critique démocratique, elles sont également investies par des acteurs politiques puissants et soucieux de contrôler les contenus qui circulent. Le Parti communiste chinois ne dispose pas d'une hégémonie sur la plateforme de réseau social Weibo, mais celle-ci est utilisée pour diffuser la propagande gouvernementale. Néanmoins, et c'est l'apport de ce travail, des espaces demeurent pour une expression politique plus distanciée et autonome, à la fois du fait de la structuration de l'offre médiatique et du fait des appropriations par les internautes chinois de ces espaces de discussion.

Ce numéro se clôt avec, outre des notes de lecture, deux articles Varia. Le premier, de Nicolas Oppenheim, Marie-Pierre Lefeuvre et Julian Devaux, aborde la question des « activités menées sur les plateformes numériques » (Beuscart et Flichy, 2018) au prisme d'une sociologie des stratégies des hébergeurs AirBnB. Le second, de Benoît Lelong, revient sur la manière dont les connaissances sur l'électron ont pu être « privatisées » au profit des entreprises.

---

 RÉFÉRENCES
 

---

- ALAUZEN M. (2021), Splendeurs et misères d'une start-up d'État. Dispute dans la lutte contre le non-recours aux droits sociaux en France (2013-2020), *Réseaux*, vol. 1, n° 225, p. 121-150.
- BARBERÀ O., SANDRI S., CORREA P., RODRÍGUEZ-TERUEL J. (2021), « Political Parties Transition into the Digital Era », in BARBERÀ O., SANDRI S., CORREA P., RODRÍGUEZ-TERUEL J. (eds), *Digital Parties. The Challenges of Online Participation and Organisation*, Cham, Springer, p. 1-23.
- BARBONI T., TREILLE E. (2010), L'engagement 2.0. Les nouveaux liens militants au sein de l'e-parti socialiste, *Revue française de science politique*, vol. 60, n° 6, p. 1137-1157.
- BEAUVALLET G., RONAI M. (2005), Le renouvellement des pratiques militantes autour des TIC est-il possible au sein des partis de gouvernement ?, *Réseaux*, vol. 1, n° 129-130, p. 275-309.
- BENNETT W.L., SEGERBERG A., KNÜPFER C.B (2018), The democratic interface: technology, political organization, and diverging patterns of electoral representation, *Information Communication and Society*, vol. 2, n° 11, p. 1655-1680.
- BEUSCART J.-S., FLICHY P. (2018), Plateformes numériques, *Réseaux*, vol. 6, n° 212, p. 9-22.
- BLANCHARD G. (2019), Avant/Après, le rôle de la campagne dans les carrières des faiseurs des webcampagnes de l'élection présidentielle de 2012 in POZZI J. (dir), *De l'attaché de presse au conseiller en communication*, Nancy, Presses universitaires de Lorraine, p. 125-137.
- BLANDIN C. (2017), Présentation. Le web : de nouvelles pratiques militantes dans l'histoire du féminisme ?, *Réseaux*, vol. 1, n° 201, p. 9-17.
- BOYADJIAN J. (2015), Les usages frontistes du web, in CRÉPON S., DÉZÉ A., MAYER N. (dir.), *Les faux-semblants du Front National*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 141-160.
- BRADSHAW S., HOWARD Ph. (2017), Troops, Trolls and Troublemakers: a Global Inventory of Social Media Manipulation, *working paper*, n° 17.12, Oxford Internet Institute.
- BUÉ N., FERTHIK K., HAUCHECORNE M., (2016), Introduction. Les programmes politiques dans une perspective sociohistorique, in FERTHIK K., HAUCHECORNE M., BUÉ N. (dir), *Les programmes politiques. Genèses et usages*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, collection Res publica, p. 9-22.
- BULLICH V. (2021), Plateforme, platformiser, platformisation : le péril des mots qui occultent ce qu'ils nomment, *Questions de communication*, n° 40, p. 47-70.

CERVERA MARZAL M. (2021), *Le populisme de gauche, Sociologie de la France insoumise*, Paris, La découverte.

CHADWICK A. (2007), Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity, *Political Communication*, vol. 24, n° 3, p. 283-301.

CHEVALLIER J. (2018), Vers l'État-plateforme ?, *Revue française d'administration publique*, vol. 3, n° 167, p. 627-637.

COMBES H. (2011), *Faire parti. Trajectoires de gauche au Mexique*, Paris, Karthala.

CONTI N., TRONCONI F. (2016), Le Mouvement 5 étoiles. Organisation, idéologie et performances électorales d'un nouveau protagoniste de la politique italienne, *Pôle Sud*, vol. 2, n° 45, p. 21-41.

DESERIIS M. (2020), Two variants of the Digital Party, The Platform Party and the Networked Party, *PAC0. "Partecipazione e Conflitto"*, [En ligne] disponible à l'adresse : [https://www.academia.edu/42998837/Two\\_Variants\\_of\\_the\\_Digital\\_Party\\_The\\_Platform\\_Party\\_and\\_the\\_Networked\\_Party](https://www.academia.edu/42998837/Two_Variants_of_the_Digital_Party_The_Platform_Party_and_the_Networked_Party) (consulté le 07/12/2022).

DOMMETT K., FITZPATRICK J., MOSCA L., GERBAUDO P. (2021), Are digital parties the future of party organization? A symposium on The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy by Paolo Gerbaudo, *Italian Political Science Review/Rivista Italiana di Scienza Politica*, vol. 51, n° 1, p. 136-149.

EHRHARD T., BAMBADE A., COLIN S. (2019), A la conquête des élections 2.0, étude des acteurs et du marché de la technologie politique en France, *Politiques de communication*, n° 12, p. 97-133.

FLIPPO F. (2021), *La numérisation du monde, un désastre écologique*, Paris, L'échappée.

GERBAUDO P. (2019), *The Digital Party, Political Organisation and Online Democracy*, Pluto Press.

GIBSON R. (2020), *When the nerds go marching in, How Digital Technologies Moved from the Margins to the Mainstream of Political Campaigns*, Oxford University Press.

GIBSON R., RÖMMELE A. (2020), Scientific and Subversive: the two faces of Digital Campaigning, *New Media and Society*, vol. 22, n° 4, p. 595-510.

GILLEPSIE T. (2010), The politics of 'platforms', *New Media & Society*, vol. 12, n° 3, p. 347-364.

GILLESPIE T. (2021), La politique des « plateformes », *Questions de communication*, vol. 2, n° 40, p. 23-46. [Traduction du texte mentionné ci-dessus]

GRAEBER D. (2014), *La démocratie aux marges*, Lormont, Le Bord de l'eau, coll. « La bibliothèque du Mauss ».

GREFFET F. (2011), dir., *Continuerlalutte.com, Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de sciences po.

GREFFET F. (2020), « Les mobilisations numériques des élections présidentielles en France », manuscrit inédit pour l'Habilitation à diriger des recherches en science politique, Université de Lille.

GREFFET F., WOJCIK S. (2018), Une participation politique renouvelée. L'invention de modes individualisés et critiques d'engagement numérique en campagne électorale, *Quaderni*, n° 97, p. 107-125.

GUIONNET C. (2005), « La politique autrement » à Rennes entre récurrences et réinvention, in Lagroye J., Lehinque P., Sawicki F. (dir), *Mobilisations électorales, le cas des élections municipales de 2001*, CERAPS/CURAPP, Paris, PUF, p. 117-143.

HEIDAR K., SAGLIE J. (2003). Predestined parties? Organizational change in Norwegian political parties, *Party Politics*, vol. 9, n° 2, p. 219-239.

JEANNOT G. (2020), Vie et mort de l'État plateforme, *Revue française d'administration publique*, vol. 1, n° 173, p. 165-179.

JOULE R-V., BAUVOIS J-L. (2014), *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.

KATZ R., MAIR P. (1995), Changing models of Party Organizations and Party Democracy, the Emergence of the Cartel Party, *Party Politics*, 1 (1), p. 5-28.

KITSCHHELT H. (2006), « Movement Parties », in KATZ R. S, CROTTY W. (eds), *Handbook of Party Politics*, p. 278-290.

KREISS D. (2016), *Prototype Politics, Technology-Intensive Campaigning and the Data of Democracy*, Oxford university press.

LEFEBVRE R. (2016), « La modernisation du porte-à-porte au Parti socialiste. Réinvention d'un répertoire de campagne et inerties militantes », *Politix*, n° 113, p. 91-115.

LEFEBVRE R. (2020), « LaPrimaire.org : une démarche citoyenne à l'épreuve des règles du jeu politique », *Quaderni*, n° 101, p. 119-138.

LEFEBVRE R., TREILLE E. (2019), dir., *Les primaires ouvertes, un nouveau standard international ?*, Lille, Presses universitaires du Septentrion.

LIOY A., ESTEVE DEL VALLE M., GOTTLIEB J. (2019), Platform politics: Party organisation in the digital age, *Information Polity*, vol. 24, n° 1, p. 41-58.

LI VIGNI F. (2022), Un cube idéal-typique pour l'étude de la plateformesisation de la politique, *Terminal*, n° 134-135, [En ligne] disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/terminal/8867> (consulté le 07/12/2022).

MABI C. (2017), Citoyen hackeur, Enjeux politiques des *civic tech*, *Laviedesidees.fr* [En ligne] disponible à l'adresse : <https://laviedesidees.fr/Citoyen-hackeur.html> (consulté le 07/12/2022).



MACQ H., JACQUET V. (2018), S'engager dans un cyberparti. Internet et militantisme au sein du parti pirate belge, *Reset*, n° 7, [En ligne] disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/reset/1102> (consulté le 07/12/2022).

MANOKHA I. (2018), Le scandale Cambridge Analytica contextualisé : le capital de plateforme, la surveillance et les données comme nouvelle « marchandise fictive », *Cultures et Conflits*, n° 109, p. 39-59.

MARGETTS H. (2006), « The cyber party », in KATZ R. S., CROTTY W. (eds), *Handbook of Party Politics*, London, Sage, p. 528-535.

MAYER N. (2010), *Sociologie des comportements politiques*, Paris, Armand Colin.

MCKELVEY F., PIEBIK J. (2018), Porting the political campaign: The NationBuilder platform and the global flows of political technology, *New Media and Society*, vol. 20, n° 3, p. 901-918.

MOUFFE C. (2018), *Pour un populisme de gauche*, Paris, Albin Michel.

NEIHOUSER M. (2020), Les collaborateurs parlementaires en charge de la communication numérique des députés, *Les Enjeux de l'information et de la communication*, [En ligne] disponible à l'adresse : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2020/dossier/04-les-collaborateurs-parlementaires-en-charge-de-la-communication-numerique-des-deputes> (consulté le 07/12/2022).

NEZ H. (2018), Des Indignés à Podemos : continuités et ruptures, *Mouvements*, vol. 2, n° 94, p. 75-86.

O'REILLY T. (2011), Government as a Platform. Innovations : Technology, Governance, *Globalization*, vol. 6, no 1, p. 13-40.

PANEBIANCO A. (1988), *Political Parties: Organization and Power*, Cambridge, Cambridge University Press.

PEÑA A.M., GOLD T. (2022), The party-on-the-Net: the digital face of partisan organization and activism, *Information, Communication and Society*, [En ligne] disponible à l'adresse : <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2147399> (consulté le 7 décembre 2022).

PETITHOMME M. (2021), *Génération Podemos, Sociologie politique d'un parti indigné*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. Res Publica.

PIQUER J., JÄGER A.M.M. (2020), After the Cartel Party: « Extra-Party » and « Intra-Party » Techno-Populism, *Politics and Governance*, vol. 8, n° 4, p. 533-544.

PLEYERS G. (2013), Présentation, *Réseaux*, vol. 5, n° 181, p. 9-21.

RENAULT A. (2018), Hacker les élections législatives, Le parti Pirate à l'épreuve du jeu politique, *Politique et Sociétés*, vol. 37, n° 2, p. 157-181.

SANDBERG L. (2022), « Digital Parties », in CERON A. (ed.), *Elgar Encyclopaedia of Technology and Politics*, p. 147-151.



SAWICKI F. (1997), *Les réseaux du PS, Sociologie d'un milieu partisan*, Paris, Belin, coll. « Socio-histoires ».

SCARROW S. (2014), *Beyond Party Members*, Oxford, Oxford University Press.

STROMER-GALLEY J. (2014), *Presidential Campaigning in the Internet Age*, Oxford University Press.

THEVIOT A. (2018), *Faire campagne sur internet*, Lille, Presses universitaires du Septentrion.

VIGNATI R. (2016), The organization of the Movimento 5 Stelle: a contradictory party model, in Tronconi, F. (eds), *Beppe Grillo's Five Star Movement*, Londres, Routledge, p. 29-52.

VITTORI D. (2020), Membership and member's participation in new digital parties: Bring Back the People?, *Comparative European Politics*, p. 609-629.