

LE PARTI PLATEFORME

La transformation des organisations politiques à l'heure du *Big Data*

[Paolo Gerbaudo](#), Traduction et adaptation par [Fabienne Greffet](#)

La Découverte | « Réseaux »

2022/6 N° 236 | pages 37 à 56

ISSN 0751-7971

ISBN 9782348076206

DOI 10.3917/res.236.0037

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2022-6-page-37.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.

DOSSIER

Partis plateformes, plateformes de partis

LE PARTI PLATEFORME

La transformation des organisations politiques
à l'heure du *Big Data*

Paolo GERBAUDO¹

Traduction et adaptation par Fabienne Greffet

1. Cet article a été initialement publié en langue anglaise, sous la forme d'un chapitre intitulé « The Platform Party: The Transformation of Political Organisation in the Era of Big Data » dans l'ouvrage sous la direction de David Chandler et Cristian Fuchs, *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*, Londres, University of Westminster Press, 2019, p. 187-198. doi:<https://doi.org/10.16997/book29>.p. License: CC-BY-NC-ND 4.0. Paolo Gerbaudo lui a ajouté en juillet 2022 un paragraphe de mise à jour, placé à la fin du texte.

À chaque génération sa constitution, a formulé Condorcet de façon fameuse, en défendant l'idée que le système institutionnel doit nécessairement s'adapter aux transformations historiques. À chaque génération sa forme organisationnelle, pourrait-on ironiser en réponse, en notant les changements qui ont affecté les partis politiques au cours de l'histoire. Lorsqu'on prononce le mot « parti », ou « parti politique », l'esprit y associe, du moins chez la plupart des personnes de gauche, une forme très spécifique de parti : celle que le sociologue politique français Maurice Duverger (1959) a qualifiée de « parti de masse », un type de parti qui a émergé à l'apogée de l'ère industrielle. Mais beaucoup d'autres formes partisans ont existé au cours de l'histoire, à l'instar de celle du parti de notables, très présent au XIX^e siècle. Avec le déclin du parti de masse, de nouveaux types de partis sont apparus, comme le parti « attrape-tout » et le parti « cartel », décrits respectivement par Otto Kirchheimer (1966) et par Richard Katz et Peter Mair (1995). Nous sommes maintenant au point où émerge un nouveau type de parti. Ses prémisses sont perceptibles dans de nouvelles formations politiques qui ont vu le jour dans différents pays au moment de la crise financière de 2008. C'est ce que, dans ce texte, je nomme « parti plateforme » ou « parti numérique », à savoir un type de parti qui correspond à la société numérique, de la même façon que le parti de masse s'inscrivait dans la société industrielle.

Le parti plateforme peut également être qualifié de « numérique » du fait qu'il repose sur l'adoption des technologies numériques comme moyens centraux de communication et d'organisation. Ce modèle émergent incarne les formes d'organisation, les valeurs et les relations sociales qui deviennent dominantes dans les sociétés digitalisées. Les exemples de partis plateformes sont multiples et se déclinent dans des contextes nationaux différents. Parmi les plus représentatifs figurent Podemos en Espagne, le Mouvement 5 étoiles en Italie, le Parti pirate dans les pays d'Europe du Nord, La France Insoumise en France ou des organisations comme Momentum au Royaume-Uni. Ces formations ont été qualifiées de « partis numériques », « partis Internet » ou « partis en réseau » car elles se sont autoproclamées les championnes de formes organisationnelles renouvelées, porteuses des valeurs de la société numérique.

Les appropriations du numérique par ces partis sont perceptibles à différents niveaux, à la fois dans la communication externe et dans l'organisation interne. À l'extérieur, ces formations exploitent la puissance des réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter, ainsi que des chaînes YouTube dédiées, pour construire une ample base de soutiens et de sympathisants. À l'intérieur, elles développent de nombreuses plateformes de prise de décision en ligne, pour inviter les internautes inscrits à débattre et à voter sur les propositions politiques, sur les candidats et sur le choix des leaders.

Cependant, ces spécificités ne semblent pas suffisantes pour caractériser ces partis sous une dénomination unique. Il y a plus que ces éléments communs qui justifie de les associer, tandis que d'autres partis qui font également usage des technologies numériques sont exclus de la catégorisation. Pourquoi peut-on, par exemple, avancer que Momentum est une organisation numérique alors que le Parti conservateur (britannique) ne le serait pas ? Sur quels fondements peut-on argumenter que le Mouvement 5 étoiles correspond à l'idéaltype du parti plateforme, tandis que ce n'est pas le cas pour son adversaire, la formation italienne de centre-gauche du Parti Démocrate ? Qu'ont en commun ces organisations, qui bousculent l'axe droite-gauche et revendiquent même de le transcender ? Quelle forme organisationnelle est-elle typique du parti numérique ? Et comment les partis plateformes incarnent-ils la culture numérique, ainsi que les nouvelles formes de subjectivité et de pouvoir qui émergent à l'ère des réseaux sociaux et du *Big Data* ?

Les partis plateformes ne sont pas seulement des partis qui utilisent les technologies numériques dans un rapport purement instrumental, comme moyen de poursuivre des objectifs définis, tout en maintenant des formes et dynamiques organisationnelles héritées du passé. Le changement est beaucoup plus ample et systémique. Ces partis opèrent une restructuration profonde de leurs formes organisationnelles et de leurs principes, de façon cohérente avec les caractéristiques d'une société numérique et de ses tendances à la communication directe, à la désintermédiation, à l'interactivité, à l'adaptabilité et à la réactivité immédiate (Van Dijck, 2013). Ces formations témoignent d'une tentative d'améliorer et de simplifier la politique, de répondre à la perception d'un décalage croissant entre les citoyens et le processus politique. Elles s'efforcent d'adopter des formes de personnalisation, d'adaptabilité et d'interactivité qui les font ressembler aux réseaux sociaux et aux applicatifs tels que Facebook, Airbnb ou Uber.

Cette restructuration organisationnelle est axée sur un abondant « participationnisme », c'est-à-dire sur la croyance qu'une participation sans restriction

des citoyens ordinaires aux discussions, aux décisions et aux actions est bel et bien une force. Néanmoins, cette tentative ne conduit pas à une situation d'horizontalité parfaite ni à l'abolition du principe de représentation ou de la hiérarchie, contrairement à ce que les plus fervents disciples de la désintermédiation tendraient à faire croire. En fait, tout en éliminant certaines des formes d'intermédiation qui existaient dans les partis de masse bureaucratiques, en particulier les niveaux dits « intermédiaires », ceux des apparatchiks, des bureaucrates et des dirigeants locaux, les partis plateformes ne vont pas jusqu'à éliminer le leadership du sommet. Bien au contraire, beaucoup de ces partis se caractérisent par un leadership puissant. Ils sont autant « participationnistes » qu'ils sont « présidentialistes ». À l'intérieur de ces organisations, la tendance à la désintermédiation prend la forme d'une polarisation organisationnelle, dans laquelle l'hyperleader – une figure de dirigeant médiatisée, charismatique, porteuse d'une culture de la célébrité – se regarde lui-même dans le miroir tendu par la superbase et s'allie à elle. Cette superbase est une assemblée numérique très active et réactive, constituée de tous les membres du parti ou « utilisateurs », qui ont trouvé de nouvelles occasions de discussions quotidiennes dans les conversations sur les réseaux sociaux et dans les processus de décision conduits sur les « plateformes participatives » créées par ces formations politiques.

DU PARTI INDUSTRIEL AU PARTI PLATEFORME

Pour chaque période historique, on peut tendre vers une analogie entre le mode de production et ce qu'on peut appeler le « mode d'organisation », c'est-à-dire l'ensemble des mécanismes organisationnels, des pratiques et des structures qui prévalent à cette période. En d'autres termes, les partis politiques sont spécifiques historiquement : ce ne sont pas des structures organisationnelles imposées à la société par le haut, mais des phénomènes qui, pour être performants, contiennent et reflètent nécessairement les tendances sociales qui spécifient une société donnée à une période historique donnée.

Comme l'a montré le politiste italien Marco Revelli, le parti de masse incarnait la logique de production de la société industrielle, les structures et les formes de l'expérience sociale propres à cette période. Le parti en est venu à ressembler à une usine fordiste, fondée sur une organisation solide et lourde, marquée par une fermeture importante vis-à-vis de l'extérieur, et une hiérarchie et une intégration verticale à l'intérieur. Le parti de masse était donc un reflet fidèle de la société industrielle, avec une tendance « au gigantisme,

pour incorporer des grandes masses d'hommes de façon stable, et les organiser en structures solides et permanentes »² (Revelli, 2013). « Le parti était conçu comme une usine, où la politique devait être produite par un “travail politique” collectif, comme s’il était une sorte de manufacture, inspirée par les critères tayloristes d’efficacité et de rationalisation. Dans cette structure, les militants étaient l’équivalent d’ouvriers sur la chaîne de montage, les cadres locaux celui des techniciens de production, et le comité central la direction de l’entreprise (*ibid.*) »³. Ici, nous retrouvons le parti comme « Prince moderne », pour reprendre l’expression d’Antonio Gramsci dans *Les Cahiers de prison* : un centre névralgique à partir duquel l’action politique est coordonnée, pour conquérir l’État et en même temps contrôler la société, en suivant la logique de l’intégration verticale de la grande entreprise fordiste (1971).

Ce modèle organisationnel est entré en crise en raison d’une série de transformations économiques et culturelles intervenues à partir des années 1960. Celles-ci étaient largement dues à la crise du modèle d’accumulation du capitalisme fordiste, qui a affaibli la classe ouvrière et l’ancienne bourgeoisie. L’essor de nouveaux mouvements sociaux, les mouvements étudiants de 1968, les mouvements écologistes, le féminisme et les révoltes urbaines ont constitué le signe de la complexité grandissante d’une société qui devenait de plus en plus difficile à intégrer verticalement. L’individualisme rampant et le consumérisme de l’ère néolibérale ont supplanté le militantisme politique de l’ère industrielle.

Le parti de masse a ouvert la voie à de nouveaux partis, qui ont été élaborés et discutés en science politique à travers différents concepts : le « parti électoral-professionnel » (Panebianco, 1988), le « parti attrape-tout » (Kirchheimer, 1990) et le « parti cartel » (Katz et Mair, 1995). Il semble utile pour l’analyse de noter que ces syntagmes pointent finalement tous dans la même direction : l’émergence d’un nouveau parti « léger », post-fordiste, comme alternative au parti de masse. Le « parti télévision » est le terme que je préfère adopter, car il s’agit d’un parti pour lequel la télévision, plutôt que la presse ou

2. Traduction de la citation originale suivante : « *gigantism to incorporate large masses of men in a stable way, by arranging them in solid and permanent structures* » (Revelli, 2013). [NdT]

3. Traduction de la citation originale suivante : « *The party was conceived as a factory where politics had to be produced through collective “political work”, as if it were a sort of manufacture, inspired by the Taylorist criteria of efficiency and rationalisation. In this structure the militants were the equivalent of workers on the assembly line, the local cadres the production technicians, and the central committee the corporate management body (ibid.)* ». [NdT]

la propagande partisane, devient le moyen de communication principal avec l'électorat, ainsi qu'un substitut à un militantisme engagé. Ce changement implique une transformation profonde dans la structure organisationnelle des partis politiques. D'abord, le parti télévision est un parti qui perd le soutien d'une base active de militants et qui expérimente un déclin sévère du nombre de ses adhérents. Ensuite, il s'agit d'un parti qui ne dispose plus de la structure bureaucratique du parti de masse, mais qui adopte une structure légère ressemblant plutôt à un comité électoral, comme l'exprime le concept de « parti électoral professionnel ». Enfin, ce parti, à l'inverse du parti de masse, n'a plus de bases sociales définies, il cherche à obtenir le soutien de différents groupes sociaux de façon opportuniste, en fonction des circonstances. C'est pourquoi il est également décrit comme un « parti attrape-tout » ou un « parti d'opinion », c'est-à-dire un parti qui n'est plus basé sur des intérêts économiques prédéfinis mais qui poursuit des intérêts et des opinions changeants.

Le parti télévision est un type de parti que les Italiens connaissent bien, car il s'est manifesté dans l'aventure politique de Silvio Berlusconi et de son « parti entreprise » Forza Italia. Pour ce parti, un rôle central est dévolu au processus médiatique : il compte sur l'accès à la télévision et sur son influence sur la population, ce qui, dans le cas de Berlusconi, était garanti par le fait qu'il possédait la moitié des chaînes de télévision nationales. Ce parti introduit aussi une forte personnalisation de la politique. Le leader, qui joue le rôle d'un acteur délivrant une performance politique, devient la source centrale de la notoriété du parti, et le moyen de construire une « connexion sentimentale » – pour utiliser là encore une expression d'Antonio Gramsci⁴ – entre les citoyens et le parti. C'est aussi précisément parce qu'il compte quasi exclusivement sur les apparitions télévisées comme moyen de relation entre le leader et le peuple, que le parti télévision perd le soutien des militants actifs.

Suivant l'analyse de Revelli, le parti télévision incarne la transformation du mode de production dans la société post-fordiste. Ce parti ne ressemble plus à une usine fordiste, mais plutôt à une entreprise prestataire de services, particulièrement celles qui interviennent dans le domaine de la communication et de la publicité, qui sont l'avant-garde de l'économie de services postindustrielle.

4. L'expression est utilisée par Gramsci dans *Le Cahier de prison* 11, à la rubrique « Passage du savoir au comprendre, au sentir, et vice-versa, du sentir au comprendre, au savoir ». Évoquant les relations entre les intellectuels et le peuple, Gramsci écrit : « On ne fait pas de politique-histoire sans cette passion, c'est-à-dire sans cette connexion sentimentale entre intellectuels et peuple-nation » (Gramsci, 1983, p. 136). [NdT]

Il est significatif que Silvio Berlusconi ait fondé Forza Italia à partir du réseau territorial de sa régie publicitaire Publitalia et de la force de frappe de ses chaînes de télévision. Le parti télévision internalise les techniques de marketing et de publicité, afin de manipuler les désirs des individus. Le parti est peuplé d'une petite armée de consultants en communication, de sondeurs et de *spin doctors*. La politique y est vue comme une extension de la sphère de la consommation. Les citoyens sont considérés comme un « marché électoral », qui peut être traité comme n'importe quel autre marché de biens et de services, où la zone stratégique est représentée par les électeurs centristes, plus enclins à basculer d'un parti à l'autre. Ce type de parti génère également une attitude passive de l'électorat, qui rappelle l'habitude des téléspectateurs de lézarder sur leur canapé. Un parti qui transforme la politique en émission de variétés pousse les citoyens vers l'apathie et le désenchantement.

Sur la base de ce modèle, on peut dire qu'une nouvelle étape est maintenant atteinte dans la transformation de la forme-parti. Les mutations profondes du mode de production, signalées par la diffusion des réseaux sociaux et des applications, et par la montée en puissance d'entreprises du web 2.0 telles que Facebook, Twitter, Uber, Airbnb et beaucoup d'autres, engendrent le développement d'un nouveau type de parti. Le parti numérique reflète, dans son *eidos*, les tendances émergentes de la société en réseaux (Castells, 2011), de la même façon que le parti de masse reflète la nature et les tendances de la société industrielle, et le parti télévision les tendances émergentes de l'ère postindustrielle. Le parti plateforme n'est pas un parti de classes. C'est un parti marqué par une forte inclusivité et une orientation interclassiste. Bien que comptant sur les fractions basses et jeunes d'une classe moyenne appauvrie, la plupart de ces partis ne font pas appel aux classes sociales, mais aux individus qui appartiennent à ces classes. Le parti plateforme n'est pas non plus un parti idéologique, du moins pas dans le sens étroit utilisé au XX^e siècle. Le parti plateforme n'a pas une vision messianique de changement social à long terme, il est focalisé sur des enjeux qui apparaissent comme concrets et immédiats.

Pour résumer, et en utilisant des expressions issues du jargon des start-up et des logiciels, le parti plateforme est une structure partisane « légère » et « agile », mais puissante. Elle est légère dans son organigramme, mais puissante par la profondeur et l'intensité de la participation de ses membres ; elle est agile au sommet et extrêmement réactive à la base. Elle combine donc deux caractéristiques qui semblaient irréconciliables dans les anciens partis : une direction légère et une base militante de soutiens active, terme qu'il faut entendre pour l'essentiel dans le sens plus limité de « réactive ».

LE PARTI COMME PLATEFORME

Le parti plateforme est la forme que le parti politique adopte à l'ère des réseaux sociaux et des applications, dans une période où de nouvelles façons de communiquer, de travailler, d'acheter en ligne bouleversent les modèles sociaux. Comment ce changement dans le domaine technologique conduit-il à des modifications de la nature des partis ? Quelles différences les réseaux sociaux et plateformes numériques, intensément utilisés par des formations politiques telles que Podemos, le Mouvement 5 étoiles ou les partis Pirate, font-elles pour les partis plateformes ? En suivant le raisonnement précédent sur l'analogie entre le mode de production et le mode d'organisation, on peut dire que le parti plateforme internalise les formes d'expériences sociales propres à l'âge numérique et les formes de production, de consommation et de relations interpersonnelles qui y prévalent. Au cœur de ces transformations, le rôle central joué par les plateformes numériques est à l'origine du terme alternatif utilisé ici pour qualifier le parti plateforme : le « parti numérique ».

En science politique, le terme « plateforme »⁵ est généralement adopté lorsqu'il s'agit de faire référence aux programmes des partis politiques, à savoir l'ensemble des propositions de politiques publiques que ceux-ci défendent et proposent aux électeurs. Pourtant, dans le contexte du parti numérique, il s'agit d'un autre type de plateforme. La plateforme évoquée est la plateforme numérique, un terme utilisé pour décrire la logique inhérente à un ensemble de services en ligne, de Facebook à Twitter en passant par des applications de consommation telles qu'Uber et Airbnb, qui en viennent à incarner l'ère des réseaux sociaux et du *Big Data*. Les plateformes numériques, telles que celles utilisées par ces firmes comme par d'autres entreprises, sont de mini-systèmes d'exploitation, des environnements d'exécution de plusieurs programmes et applications, qui permettent aux utilisateurs d'accomplir différentes activités : se mettre en relation avec des amis et des connaissances (Facebook) ; publier des opinions personnelles ou des actualités (Twitter) ; trouver des partenaires sentimentaux et sexuels (Match.com, Tinder) ; commander un taxi (Uber, Grab, etc.) ; ou réserver un logement (Airbnb, Booking.com, etc.). Ces dernières années, beaucoup a été dit sur la nature de telles plateformes et sur les conséquences sociales, politiques et économiques de leur existence. Le théoricien des médias Joss Hands (2013, p. 1) a défini les plateformes comme des modules logiciels basés sur des *clouds*, qui agissent comme des portails

5. Il s'agit du sens classique du terme anglophone platform [NdT].

vers différents types d'informations et hébergent des applications agrégeant des contenus souvent produits par les usagers eux-mêmes. Dans son ouvrage récent *Platform capitalism*⁶, Nick Srnicek les approche comme des « infrastructures numériques qui permettent à deux groupes au moins d'interagir »⁷ (2016, p. 43). Les plateformes sont donc positionnées comme des « *intermédiaires* qui connectent de multiples usagers : des clients, des publicitaires, des fournisseurs de services, des fabricants [...] et même des objets physiques »⁸. L'aspect clé des plateformes en ligne concerne ainsi la manière dont elles brisent les médiations dans les relations économiques et sociales. Cependant, ce processus de désintermédiation engendre une réalité plus complexe. Par la désintermédiation, les plateformes créent en fait de nouveaux intermédiaires numériques qui créent et portent de nouvelles relations de pouvoir.

La désintermédiation/ré-intermédiation introduite par les plateformes numériques s'articule autour d'un ensemble d'éléments clés : la dépendance aux données et informations fournies par les utilisateurs, comme l'exprime l'expression « contenu généré par les utilisateurs » (*user-generated content*) ; le degré élevé de personnalisation ; la logique agrégative qui permet par exemple aux personnes partageant les mêmes centres d'intérêt de se connaître, ou aux producteurs et consommateurs d'un lieu donné de se connecter, ou aux publicitaires de cibler un marché de niche ; le caractère partiellement fermé ou totalement clos de ces systèmes, afin d'exploiter les « effets de réseaux ». Les plateformes en ligne cherchent à répondre à l'extrême mutabilité des sociétés et des économies contemporaines en construisant des systèmes capables d'intercepter instantanément la demande des consommateurs ; en développant des formes complexes d'intelligence concernant les comportements et les choix de consommation des individus ; en créant de nouveaux services en vue de répondre rapidement à de nouveaux besoins (ou de susciter de nouveaux besoins) ; et en « perturbant » les marchés préexistants grâce à de nouvelles formes de courtage, comme l'exprime le discours sur la « disruption numérique », mobilisé pour décrire des entreprises telles qu'Uber et AirBnb.

6. L'ouvrage de Nick Srnicek, paru initialement en anglais en 2016, a été traduit en français sous le titre *Le capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal, Lux, 2018 [NdT].

7. Traduction de la citation originale suivante : « *digital infrastructures that allow two or more groups to interact* » (Srnicek, 2016, p. 43). [NdT]

8. Traduction de la citation originale suivante : « *intermediaries that connect multiple users: customers, advertisers, service providers, manufacturers [...] and even physical objects* » (Srnicek, 2016, p. 43). [NdT]

Les partis plateformes reflètent différents éléments de cette nouvelle logique des plateformes qui sous-tend le monde des réseaux sociaux et des applications. En premier lieu, le parti plateforme intègre dans ses opérations un ensemble de plateformes en ligne, depuis les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter pour la communication externe, jusqu'à divers services de messagerie comme Whatsapp et Telegram pour la communication interne. En second lieu, les partis plateformes ont développé leurs propres plateformes de discussion et de vote. Les plateformes dites « participatives » sont devenues un symbole de leurs tentatives de construire des formes de démocratie directe et participative. Ces formations adoptent les logiques de fouille de données, d'agrégation et d'analyse des entreprises du numérique, et les adaptent à des fins de création de consensus et de mobilisation politique. De la même façon que ce qui se passe dans les entreprises telles que Facebook, Twitter et Airbnb, les partis plateformes réunissent dans la même base de données des citoyens qui, en dépit de leurs particularités individuelles, sont rassemblés par centres d'intérêts communs, demandes et souhaits. Ainsi, à titre d'exemple, La France Insoumise a utilisé le logiciel Nationbuilder⁹ pour enrôler un demi-million de soutiens à la campagne de Jean-Luc Mélenchon, en les faisant simplement cliquer sur le bouton « Je soutiens ». D'autres partis ont utilisé des plateformes participatives et des comptes de réseaux sociaux pour rassembler des milliers de soutiens, souvent dans un délai très court. Les plateformes en ligne ne deviennent donc pas seulement une architecture participative pour ces partis, mais aussi un « échafaudage » organisationnel, qui leur sert à compenser leur manque de structure bureaucratique fiable, qu'on trouvait dans les partis et syndicats du XX^e siècle.

CLOUD/START-UP/FORUM

En adoptant les logiques de plateforme des entreprises du numérique, le parti plateforme en vient à refléter certaines des fonctions typiques et caractéristiques associées à la culture numérique. Cette tendance est perceptible dans différentes « facettes » du parti plateforme, qui correspondent à ses opérations : le parti *cloud*, le parti start-up et le parti forum.

9. La France Insoumise n'a utilisé NationBuilder que quelques mois, en 2016-2017. Pour gérer sa communauté, elle a ensuite développé ses propres outils, issus de logiciels libres, conformément à son programme [NdT].

D'abord, le parti plateforme est un parti cloud, un parti agile qui, à l'instar des plateformes logicielles en ligne, est accessible de n'importe où et avec n'importe quel dispositif. Dans ce contexte, la communication digitale devient un substitut à l'infrastructure physique de bureaux, de cercles et de sections, qui constitue la structure organisationnelle des partis traditionnels. Le parti plateforme est aussi un parti start-up. Il partage avec les start-up leur croissance rapide, leur capacité à s'étendre rapidement pour répondre à la demande grandissante de produits et services de la part des consommateurs. Cette dynamique est renforcée par la similarité de ces partis aux mouvements sociaux, raison pour laquelle ils sont souvent décrits comme des « partis mouvements ». Elle l'est aussi par la nature « gazeuse » et extrêmement flexible de ces formations, qui résulte de leur manque de structure organisationnelle fiable et stable. Cependant, les start-up sont aussi caractérisées par un fort taux de « mortalité infantile ». Et en effet, même si beaucoup de partis plateformes se créent, peu passent du statut de start-up à celui d'entreprise politique établie.

Pour le succès de ces formations, la phase de lancement et de création d'une atmosphère d'enthousiasme et de soutien s'avère décisive. Les partis plateformes essaient de susciter l'enthousiasme de la base, en utilisant une communication très émotionnelle sur les réseaux sociaux, et en mettant en scène des événements symboliques qui visent à montrer le soutien dont ils bénéficient, situations dans lesquelles la foule fantôme des soutiens numériques se matérialise temporairement en une foule physique.

Le parti plateforme est enfin un parti dont le succès dépend beaucoup de la participation de ses soutiens et des discussions qui se développent sur ses plateformes d'organisation et de communication. En ce sens, il peut être décrit comme un parti forum, en référence aux forums de discussion en ligne qui soutiennent l'existence quotidienne du parti et qui constituent le lieu d'une assemblée numérique permanente de tous les membres, où les sujets les plus divers sont débattus, depuis l'actualité jusqu'aux positions programmatiques, voire aux candidats et à la direction du parti. Cette composante participative du parti plateforme est liée à sa nature même de plateforme, qui fait du parti une sorte de « conteneur », dont le contenu est orienté par le processus et largement dépendant des interactions qui se déroulent entre les membres.

La participation à la vie des partis plateformes peut emprunter différentes modalités, plus ou moins formalisées. D'un côté, la participation a lieu sur les réseaux sociaux et sous forme de discussions continues sur des réseaux tels que Facebook et Twitter, qui informent finalement le positionnement de

ces formations. D'un autre côté, la participation existe aussi de façon plus formalisée, sur les plateformes de prise de décision qui constituent le cœur véritable des partis numériques, et où les décisions controversées, qui ont des conséquences importantes pour ces organisations politiques, sont prises.

Podemos, le Mouvement 5 étoiles et les partis Pirate ont établi leurs propres plateformes participatives, qui constituent les innovations organisationnelles les plus importantes que les partis plateformes mettent en avant. Ces plateformes ont acquis une grande importance, en marquant la différence entre ces partis et les partis traditionnels, accusés d'être sourds à la volonté de la base. Les plateformes participatives semblent répondre non seulement au désir de participer, mais aussi à l'extrême fragmentation et à la dispersion de la société postindustrielle.

Le forum numérique, comme le forum de l'Antiquité, est un espace de rassemblement, un lieu de rencontre où les individus, qui seraient autrement réduits à l'anomie, peuvent participer à des discussions collectives et partager des identités communes. Cette opération agrégative a des points communs avec la logique des applications comme Uber et Airbnb et la manière dont elles profilent les utilisateurs et les réunissent en micro-niches. Si, dans le cas des plateformes commerciales, l'objectif est de connecter les consommateurs avec les producteurs d'un service donné, dans le cas des partis plateformes, il s'agit de rassembler tous ceux qui sont intéressés par une certaine orientation de politiques publiques ou par un bien commun qui lui est lié (par exemple, l'air pur ou l'enseignement public). Le parti plateforme est un système d'agrégation qui répond à des conditions sociales dans lesquelles la masse – une métaphore centrale qui sous-tendait le modèle du parti de masse de l'ère industrielle – n'est pas le point de départ, mais plutôt le résultat d'un long processus politique, soutenu par des discussions et des délibérations conduites sur internet, et menées au moyen d'une identification avec un leader charismatique, qui agit comme un porte-parole de la « volonté générale » émergeant de ces interactions.

SUPERBASE ET HYPERLEADER

La promesse qui se trouve au cœur de tous les partis plateformes est celle d'une nouvelle démocratie, qui dépasse la crise profonde des démocraties actuelles. Ces partis sont portés par un même diagnostic, selon lequel les inégalités croissantes, l'insécurité et l'injustice des sociétés contemporaines résultent de

la déconnexion entre les électeurs et ceux qu'ils élisent, et la trahison d'une classe politique de plus en plus éloignée des besoins du peuple. En réponse à cette situation, les partis plateformes utilisent les technologies numériques comme un moyen de construire de nouvelles formes de participation démocratique, adaptées aux expériences sociales de l'âge numérique. La promesse d'une démocratie radicale portée par les partis plateformes s'articule autour du noble projet d'une démocratie directe et participative, dans laquelle les citoyens contournent complètement leurs représentants. Cependant, ce narratif techno-utopique ne correspond pas à la réalité. L'adoption de formes plus ou moins radicales de démocratie numérique ne conduit pas à l'élimination totale des hiérarchies organisationnelles et de l'asymétrie entre la base et le sommet inhérentes à la forme parti, mais à une redéfinition radicale de ces relations.

Pour comprendre cette restructuration, nous devons nous tourner vers un des débats classiques sur la nature de la forme-parti et sur la relation problématique entre la démocratie, l'organisation et la représentation, posée au début du XIX^e siècle par Robert Michels (1915)¹⁰. Michels a montré que les partis étaient régis par une loi d'airain de l'oligarchie, qui peut être résumée ainsi : la démocratie exige des organisations ; les organisations sont caractérisées par une tendance oligarchique et sont inévitablement dominées par un petit groupe dirigeant ; donc la démocratie est impossible. Ces contradictions entre la démocratie et l'organisation refont surface dans le contexte des partis numériques.

Les partis plateformes se présentent comme des partis radicalement démocratiques, qui veulent donner aux citoyens un droit de regard direct sur la prise de décision collective, et donc éliminer les formes de médiation suspectées de fausser le processus démocratique. Cependant, et c'est là que réside le paradoxe, ils sont souvent caractérisés par la présence d'un leadership extrêmement centralisé et unifié. Comment ces deux éléments peuvent-ils coexister ? Pour résoudre cette énigme, nous devons comprendre précisément

10. L'œuvre originale de Robert Michels, intitulée *Zur Soziologie des Parteiwesens in der modernen Demokratie*, a été initialement publiée en allemand en 1911, traduite en français en 1914 sous le titre *Les Partis politiques. Essai sur les tendances oligarchiques des démocraties*, puis en anglais en 1915 sous le titre *Political Parties. A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracies*. La traduction originale francophone, de Serge Jankélévitch, a été rééditée en 2009 par les Éditions de l'Université de Bruxelles. Plus récemment, Jean-Christophe Angaut a proposé une nouvelle traduction intégrale, totalement révisée, de l'ouvrage de Michels, intitulée *Sociologie du parti dans la démocratie moderne. Enquête sur les tendances oligarchiques de la vie des groupes*, Paris, Gallimard, 2015. [NdT]

quel type de désintermédiation est proposé par ces partis. Dans leur cas, la désintermédiation implique un renforcement des pôles organisationnels des extrémités – la base et le sommet – aux dépens des structures intermédiaires, les cadres et la bureaucratie du parti. Le parti plateforme opère une mise en équivalence entre le terme de base et celui d'appartenance, mais aussi entre la base et l'émergence d'une « superbase » – pour reprendre un terme utilisé en chimie, pour décrire un composant extrêmement basique et réactif –, c'est-à-dire une situation dans laquelle les membres acquièrent un important pouvoir de négociation grâce à leur participation continue à des discussions et des votes en ligne. Ceci s'accompagne cependant, à l'autre extrémité, de l'émergence d'un « hyperleader », qui bénéficie d'un important pouvoir et d'une liberté d'action. La superbase tire son pouvoir de sa participation à des plateformes de prise de décision collective qui, comme on l'a montré précédemment, hébergent différentes propositions et enjeux politiques.

Ces processus démocratiques offrent de nouvelles possibilités pour l'implication dans les décisions des membres ordinaires, qui étaient précédemment contrôlés par des délégués. De plus, ils ont facilité des expérimentations intéressantes quant au développement de politiques participatives. Cependant, un certain nombre de problèmes se posent et conduisent à pointer la qualité démocratique limitée de ces formes de participation en ligne. Premièrement, des doutes s'expriment concernant le niveau d'influence de la direction des partis sur ces plateformes, notamment en ce qui concerne la planification temporelle des consultations et la formulation des questions. Deuxièmement, la fréquence faible à laquelle les consultations sont conduites fait l'objet de critiques. Troisièmement, dans certains cas, il existe des allégations de manipulations de telles consultations, ce qui peut en effet se produire lorsqu'un vote est conduit à l'intérieur d'un système propriétaire, en dehors d'une validation externe, comme cela est souvent arrivé dans le cas du Mouvement 5 étoiles. Enfin, la plupart du temps, ces consultations produisent des résultats plus qu'attendus, avec des super-majorités de soutiens aux options défendues par la direction du parti. Les rébellions de la base sont très rares. Une des plus notables s'est produite en janvier 2014, au sein du Mouvement 5 étoiles, lorsque la base a voté pour l'abrogation du délit d'immigration clandestine, en dépit de recommandations contraires de la part de la part des cofondateurs du Mouvement 5 étoiles, Beppe Grillo et Gianroberto Casaleggio. Le renforcement du pouvoir de la base ne signifie pas, cependant, que ces partis créent un espace pour une prise de décision horizontale, comme le souhaiteraient les libertariens qui défendent la démocratie directe. La superbase s'incarne dans un hyperleader, une direction personnalisée et très centralisée qui se

matérialise corporellement dans la personne d'un leader charismatique. Ce phénomène n'affecte pas seulement les partis plateformes. À l'ère de Trump, Sanders, Mélenchon, Salvini et Marine Le Pen, cette tendance se manifeste dans les contextes les plus divers, en particulier dans des formations populistes et *anti-establishment*, qu'elles soient de droite ou de gauche.

Le terme « hyperleader » a été utilisé dans les débats internes de Podemos, pour décrire le rôle de Pablo Iglesias. L'hyperleader s'entendait dans ce contexte comme un leader charismatique, dont la tâche consiste à représenter le parti et ses membres dans la sphère médiatique. Le rôle de Beppe Grillo a été similaire, au début du Mouvement 5 étoiles, quand il a mis à disposition du mouvement son capital symbolique, accumulé durant sa longue carrière de comédien.

L'hyperleader est souvent aussi le fondateur, l'individu singulier sans lequel le parti n'existerait pas, de la même façon que ce qui est observé concernant les fondateurs d'entreprises du numérique tels que Jack Dorsey pour Twitter ou Mark Zuckerberg dans le cas de Facebook. Il est significatif que lors des élections européennes de mai 2014, le symbole que les électeurs ont trouvé sur leur bulletin, à côté du nom « Podemos », était non le logo rond du parti, mais une photo du visage déterminé et en colère de Pablo Iglesias. Il existe des similarités évidentes entre l'hyperleader et la figure du « dictateur bienveillant » perceptible dans plusieurs phénomènes de la culture numérique, à l'instar de Jimmy Wales, le fondateur de Wikipédia, ou de Linus Torvalds, le fondateur de Linux. Comme ces figures, l'hyperleader se présente comme le garant ultime du parti et de ses principes fondateurs.

L'intervention de la superbase est principalement réactive plutôt qu'active, requiert une rétro-alimentation constante de la part de l'hyperleader, et l'alliance conflictuelle entre les deux sert à écraser les échelons intermédiaires – les structures officielles, lourdes et bureaucratiques des partis traditionnels – que beaucoup soupçonnent de distordre la volonté populaire. Cependant, cela ne signifie pas que les partis plateformes fonctionnent sans structure intermédiaire. Ils comptent sur la présence d'un personnel « politique » restreint mais stratégiquement important, responsable de la gestion des ressources, des canaux de communication et des plateformes. Dans certains cas, cette structure rappelle les mouvements sociaux, qui dépendent pour beaucoup du travail gratuit fourni par des bénévoles. Dans d'autres cas, le parti s'apparente davantage à une « entreprise politique », un parti-entreprise, pour reprendre un concept utilisé pour décrire Forza Italia dans les années 1990.

Ce type de distorsion – la situation ne peut être qualifiée autrement – est clairement perceptible dans le cas du Mouvement 5 étoiles, dont le logo est protégé comme une marque et dont le management de la plateforme décisionnelle est confié à une entreprise privée, Casaleggio Associati, dont le rôle va bien au-delà du simple conseil en communication et s'apparente plutôt à une entreprise externalisée de direction politique. Indiscutablement, ce modèle organisationnel s'avère beaucoup plus efficace que celui des partis politiques traditionnels, mais l'efficacité est acquise au prix de la démocratie et de la transparence.

On peut d'ores et déjà avancer que les formations telles que les partis Pirate, le Mouvement 5 étoiles et Podemos ont réussi à subvertir un système politique fatigué et ont démontré une agilité remarquable dans l'expérimentation de nouvelles formes d'organisation, qui révèlent un grand potentiel et ont facilité la mobilisation de centaines de milliers de personnes précédemment distancées du processus politique. Néanmoins, les partis numériques comportent également des contradictions majeures entre les promesses de participation directe et de désintermédiation qu'ils mettent en avant, et leur dépendance à un leadership charismatique et fortement centralisé.

Ces dernières années, certaines des contradictions et des risques identifiés dans la sociogenèse des partis plateformes ont été confirmés. Le Mouvement 5 étoiles et Podemos, les principaux exemples de partis numériques présentés dans ce texte, ont souffert de difficultés majeures, en particulier d'un manque de capacité organisationnelle et de problèmes de procédure et de légitimité liés aux élections internes et aux processus de désignation des dirigeants. Ces problèmes sont perceptibles de façon spectaculaire dans le cas du Mouvement 5 étoiles. Après avoir remporté les élections législatives italiennes de 2018, le M5S a appartenu à trois coalitions gouvernementales différentes, suscitant à chaque fois le mécontentement de certains de ses partisans ; et cela en dépit du fait que, dans tous les cas, la base avait été consultée en ligne et avait exprimé son soutien (avec un pourcentage de personnes favorables plus faible dans le deuxième cas que dans le troisième). En outre, le parti a traversé une crise du leadership, avec la démission de Luigi Di Maio, le dirigeant qui avait porté le parti au pouvoir lors des élections de 2018, et l'élection pour le remplacer de l'ancien Premier ministre Giuseppe Conte en 2021¹¹. Cette élection a fait

11. En juin 2022, après que le Mouvement 5 étoiles a participé à la chute du gouvernement de Mario Draghi, Luigi di Maio a quitté le Mouvement 5 étoiles. Il a depuis annoncé le lancement d'un nouveau parti, Engagement civique (Impegno Civico) [NdT].

l'objet de contestations judiciaires¹². Et la direction de Giuseppe Conte a été critiquée par le fondateur et « garant » du mouvement, Beppe Grillo. Conte a tenté de réformer le parti en faisant adopter de nouveaux statuts qui abandonnent certaines des orientations les plus marquées du Mouvement 5 étoiles en matière de démocratie directe, défendues historiquement par Casaleggio. Une division du travail similaire à celle que l'on trouve dans des partis plus traditionnels est instituée entre un président du mouvement, responsable de la direction du parti, qui centralise le pouvoir, et un garant des valeurs du parti, qui désigne les candidats à la Présidence au détriment de la base des adhérents, désormais uniquement pourvus d'un pouvoir de ratification. En d'autres termes, même le Mouvement 5 étoiles, qui avait été l'un des plus fervents partisans de l'abandon de la démocratie représentative dans les organisations et les institutions, s'est trouvé aux prises avec les limites de la démocratie directe et a été contraint de se réformer.

Podemos a traversé des processus similaires, abandonnant progressivement certaines de ses pratiques de participation numérique les plus innovantes pour se tourner vers des structures organisationnelles plus familières. Ces transformations sont révélatrices des importantes limites du modèle de parti numérique signalées dans ce texte, notamment l'illusion de supprimer les conflits en créant une intervention directe de la superbase dans les décisions. En même temps, des partis et des organisations plus traditionnels ont adopté certaines pratiques de prise de décision en ligne introduites par les partis numériques, comme en témoignent les cas du PSOE en Espagne et du Partito Democratico en Italie, qui tentent d'imiter les discussions en ligne popularisées par les partis numériques. Ces tendances contraires soulignent qu'après la phase pionnière d'expérimentation, inévitablement parsemée d'illusions et d'échecs, les partis digitaux entrent peut-être maintenant dans une phase plus mature de transformation organisationnelle.

Une leçon importante aurait dû être tirée de ce qui s'est passé jusqu'à présent : la communication numérique n'élimine pas la démocratie représentative ni le besoin de leadership. Elle appelle plutôt le développement de nouvelles pratiques par lesquelles la représentation et le leadership peuvent être réconciliés avec les aspirations de la base à participer. C'est le défi majeur qui attend les partis politiques dans les années à venir.

12. Puis d'une invalidation en 2022 [NdT].

————— RÉFÉRENCES DE L'ARTICLE ORIGINAL —————

CASTELLS M. (2011), *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture*, vol. 1, London, John Wiley & Sons.

DUVERGER M. (1959), *Political Parties: Their Organization and Activity in the Modern State*, London, Methuen & Co.

GRAMSCI A. (1971), *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*, Edited and translated by Quintin Hoare and Geoffrey Nowell Smith, New York, International Publishers.

HANDS J. (2013), Introduction: Politics, Power, and “Plformativity”, *Culture Machine*, vol. 14, p. 1-9.

KATZ R. S., MAIR P. (1995), Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party, *Party Politics*, n° 1 (1), p. 5-28.

KIRCHHEIMER O. (1990), The Catch-All Party, in MAIR P. (ed.), *The West European Party System*, New York, Oxford University Press, p. 50-60.

MICHELS R. (1915), *Political Parties: A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*, New York, Hearst's International Library Company.

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

REVELLI M. (2013), *Finale di partito*, Turin, Giulio Einaudi.

SRNICEK N. (2016), *Platform Capitalism*, Cambridge, Polity Press.

VAN DIJCK J. (2013), *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, New York, Oxford University Press.

RÉFÉRENCES FRANCOPHONES AJOUTÉES PAR LA TRADUCTRICE

GRAMSCI A. (1983), *Textes*, Édition réalisée par André Tosel, Paris, Éditions sociales, édition électronique par Jean-Michel Tremblay, CEGEP de Chicoutimi, pour le site Classiques des sciences sociales, [En ligne] disponible à l'adresse : http://classiques.uqac.ca/classiques/gramsci_antonio/textes/textes.html (consulté le 12/10/2022).

MICHELS R. (2009), *Les partis politiques : essai sur les tendances oligarchiques des démocraties*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles.

MICHELS R. (2015), *Sociologie du parti dans la démocratie moderne. Enquête sur les tendances oligarchiques de la vie des groupes*, Paris, Gallimard.

SRNICEK N. (2018), *Le capitalisme de plateforme. L'hégémonie de l'économie numérique*, Montréal, Lux.