
La transformation de la politique sur Internet : de la politique-spectacle à la cyberdémocratie d'activisme citoyen

The transmutation of politics by Internet: Between the virtual political hype and the cyber-democracy with e-civic activism

José Luis Dader

**Édition électronique**

URL : <http://netcom.revues.org/90>
DOI : 10.4000/netcom.90
ISSN : 2431-210X

Éditeur

Netcom Association

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 2012
Pagination : 15-36
ISSN : 0987-6014

Référence électronique

José Luis Dader, « La transformation de la politique sur Internet : de la politique-spectacle à la cyberdémocratie d'activisme citoyen », *Netcom* [En ligne], 26-1/2 | 2012, mis en ligne le 20 mars 2012, consulté le 30 septembre 2016. URL : <http://netcom.revues.org/90> ; DOI : 10.4000/netcom.90

Ce document est un fac-similé de l'édition imprimée.



Netcom – Réseaux, communication et territoires est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Networks and Communication Studies,
NETCOM, vol. 26 (2012), n° 1-2
pp. 15-36

**LA TRANSFORMATION DE LA POLITIQUE SUR INTERNET :
DE LA POLITIQUE-SPECTACLE A LA CYBERDEMOCRATIE
D'ACTIVISME CITOYEN**

***THE TRANSMUTATION OF POLITICS BY INTERNET:
BETWEEN THE VIRTUAL POLITICAL HYPE AND THE CYBER-
DEMOCRACY WITH E-CIVIC ACTIVISM***

DADER JOSE LUIS¹

Résumé – *Les nouvelles technologies de la communication et de l'information appliquées à la communication politique sont en train de provoquer une transformation profonde de la représentation et de l'exercice de la politique dans les sociétés avancées. La plupart des nouvelles ressources de ce qu'on a commencé à appeler «la technopolitique» n'introduisent qu'une plus grande spectacularité, sentimentalisation et futilité dans la présentation des leaders, partis politiques et gouvernements face à la citoyenneté. Les vidéos politiques sur Youtube, le « marketing viral » et la « twitter-manie » augmentent certes l'impact scénique mais souvent aussi la distorsion propagandiste au détriment de l'analyse des propositions électorales et des réalités de la gestion politique. Cependant, ces mêmes technologies facilitent la création de nouveaux espaces de contrôle social, de délibération et suivi critique de la politique grâce à des mouvements citoyens qui profitent du potentiel des TIC pour avancer vers une « Démocratie 2.0 » ou « Cyberdémocratie » progressive. Quelques exemples choisis parmi les deux tendances permettront de comprendre les ombres et lumières de l'environnement numérique de la nouvelle communication politique.*

Mots-clés – *communication politique, Internet, cyberdémocratie, e-campagne, web politique*

¹ José Luis Dader est Professeur de Journalisme, spécialisé en *Communications politique* et en *Journalisme de Précision* (ou journalisme d'investigation selon l'analyse socio-informatique des données) à la Faculté de « Ciencias de la Información de la Universidad Complutense » de Madrid (Espagne). Il est auteur avec Victor Sampedro et al. de *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica* (Madrid, Complutense, 2011). E-mail : dader@ccinf.ucm.es.

Abstract – *The New Technologies of Information and Communication (ICT's) applied to the political communication are provoking a profound conversion into the realm of politics of the most developed societies. A lot of the new tools of what it starts to be called "technopolitics" only add bigger sensationalism, sentimentalism and triviality to the portrayal of leaders, political parties and governs. The political videos in Youtube, the viral marketing and the twitter-craziness boost the political hype impact but they only strength, most of the times, the propagandist distortion instead of the analysis of electoral proposals and the basic data of policy management. However, those same technologies facilitate the emergence of new public places of social scrutiny, deliberation and aware monitoring of political matters, thanks to civic movements who take advantage of cybernetic empowerment to advance through a "Democracy 2.0" or a progressive "Cyberdemocracy". A selection of examples of those opposite trends will permit to understand the lights and shadows of the Internet environment in the new political communication.*

Key-words – *political communication, internet, cyber-democracy, e-campaigns, political websites, political infotainment*

1. TECHNO-POLITIQUE ET UTOPIE CYBERDEMOCRATIQUE

Internet et les nouvelles technologies de la communication et de l'information (désormais TIC) apportent à l'activité politique le scénario de théâtralisation le plus récent de l'interaction démocratique soi-disant la mieux renseignée. Les annonces de satisfaction pleine de l'utopie démocratique grâce aux avances successives de la liberté de parole et d'imprimerie, le droit de vote universel, l'expansion de la presse de masse, la réactivité radiophonique et l'ubiquité télévisuelle ont engendré, en conséquence, des frustrations vers un avènement ultérieur de remplacement, lequel prend de nos jours le visage de la maille numérique.

La politique, d'une part, dans sa nécessité de feed-back des appuis populaires, a toujours intégré les technologies de communication -les places publiques, les parlements, les plateaux télévisuels- qui ont, à chaque époque, été utilisées comme béquille ou trompe-l'œil -selon les intentions- dans l'échange discursif entre dirigeants et dirigés. C'est pour cela que toute politique dispose de sa propre technopolitique, et même si le terme est récent (Rodotà, éd. 1996 et éd. 2000 ; Kellner, 2003; Sampedro, 2005), Internet et ses outils ne sont que l'expression la plus actuelle d'accompagnement constant de la communication politique « mise en scène » -« political hype » selon Cashmore (1994) et Eric Louw (2005 : 18 et ss)- qui s'est construite grâce à des techno-matérialisations.

L'irruption accélérée des techno-politiques de nouvelle génération pendant les années soixante et soixante-dix du XX^{ème} siècle a amené beaucoup d'intellectuels et spécialistes des questions politiques à parler de médiacratie ou démocratie basée sur les media (De Virieu, 1990 ; Darras, 1995 ; Donsbach, 1995 ; Swanson, 1955) pour caractériser le type d'interaction politique en cours dans la culture occidentale à cette époque.

On pourrait donc énumérer une série d'artefacts consolidés au long de ces années comme l'accomplissement logique et matériel de la communication politique. Ainsi au cours des campagnes électorales, les candidats ont recours à plusieurs moyens de communication allant des débats télévisés jusqu'au « spin doctoring » en passant par les meetings, les conférences de presse et les spots publicitaires (Moloney, 2000 : 125 ; Ingham, 2001 : 121 ; Pitcher, 2003 : 3 et 4 ; Louw, 2005 : 297-298).

Nous pouvons donner l'exemple du prompteur, un dispositif permettant de lire des textes de grande taille défilant sur un écran dissimulé à côté de l'orateur, dont la fausse naturalité s'applique d'une manière de plus en plus raffinée. Celui-ci peut lire son discours en ayant l'air de le formuler spontanément. Cet outil était déjà apparu dans la vie politique, d'une manière expérimentale, aux temps de Herbert Hoover (1952) et faisait partie des tables de présentation des bulletins d'information des télévisions dans les années soixante. Depuis, son utilisation est devenue habituelle et très répandue parmi les politiques lors des meetings et des débats audiovisuels. Mais, la plus grande habileté à lire du coin de l'œil, sans faire trop remarquer le mouvement des yeux, n'avait pas empêché, jusqu'à très récemment, l'arrimage du politicien au lutrin ou à sa table (tel un bagnard enchaîné à son boulet !), où le prompteur restait « encastré » (Georges Bush en 2004 aurait pu cacher, au cours de ses affrontements avec John Kerry, dans un pli secret de sa veste, un écouteur qui lui aurait permis de remplacer la robotisation visuelle par l'auditive).

Pendant la campagne de 2007-2008 Barak Obama semblait avoir coupé tous les fils de la marionnette quand il se promenait de long en large sur la scène de ses meetings en exposant avec une spontanéité apparente, et « du fond de son cœur », ses projets et idées. L'astuce ne pouvait pas être plus simple, bien que plus coûteuse : les techniciens-scénaristes de sa « mise en scène » disposaient, à différents niveaux et endroits, des prompteurs aidant le candidat à voir le texte de n'importe quel point de la tribune afin qu'il puisse se promener tout du long de celle-ci, comme s'il improvisait, en même temps qu'il dirigeait son regard vers les différentes zones de l'auditoire sans s'arrêter de lire². Les « préparateurs » des campagnes en ont pris bonne note et de plus en plus les candidats aux mots spontanés se multiplient. Paradoxalement, des disputes sur l'usage de cette machine ont fait d'elle un « sujet de campagne », en déplaçant encore une fois les vrais sujets qui auraient dû être centrés sur la confrontation électorale³. La généralisation d'Internet et des TIC entre la fin du XX^{ème} siècle et le début du XXI^{ème} ont amorcé une profonde et interminable transformation des supports techno-politiques. Jusqu'à tel point que cette deuxième

² Des analyses et des commentaires critiques sur ce sujet ont été publiés pendant la campagne électorale de 2008 et tout au long du mandat de Barak Obama (cf. par exemple, Baker, 2009 ; James, 2009 ; Orbe, 2011). L'utilisation systématique du prompteur lui a été de nouveau reprochée, pendant la campagne de 2012 : « Obama's Téléprompter: The Attack Ad », présenté à l'origine sur SlateNews Channel, et ensuite associé à Youtube <http://www.youtube.com/watch?v=Fsozgj7IIAE>.

³ Voir à ce sujet, par exemple l'article « Obama's Teleprompter: An Optional Accessory on the Road », de Simmendinger (2012).

vague de la politique mass-médiatique a mérité le nom spécifique de « cyber-politique » (Cerfontaine, 1997; Hill & Hugues, 1998 ; Jordan, 1999 ; Amadeo, 2002 ; Dader, 2009).

Les sites web des partis et des candidats, les blogs des personnages publiques, les cyber plateformes des vidéo politiques, la diffusion virale de la satire et de l'humour politique, l'irruption de Facebook et d'autres réseaux sociaux en cybercampagnes, le microblogging politique à la manière de Twitter, les initiatives de crowdsourcing et flashmobs, la récupération et le croisement d'informations dans des bases de données informatiques d'information politique, les pages du Gouvernement Ouvert ou l'administration électronique, forment un immense répertoire d'instruments numériques d'approvisionnement, d'échange et de discussion sur les messages politiques, impensable il y a deux décennies.

Le potentiel analytique de ces nouvelles ressources, au service de la mémoire universelle et de l'inclusion citoyenne dans la discussion des affaires publiques, a fait naître l'espoir de la réussite d'une communication politique idéale, jusqu'alors utopique et caractérisée de « transparente », « multipolaire », « délibérative » et « d'interpellation civique universelle » (Dader, 2006). La réussite définitive d'une authentique « démocratie délibérative », (Nino, 1997 ; Elster, 1998) cristallisée en une dynamique et continue cyberdémocratie (Chadwick, 2009 ; Sampedro, 2011 ; Ramos-Vielba & Campos, 2012).

Pourtant le suivi de telles applications démontre que, dans la plupart des cas, les nouveaux outils sont employés comme s'ils étaient d'anciens outils ; c'est-à-dire, de nouvelles technologies pour des usages et avec des buts traditionnels. Une bonne partie du potentiel novateur imaginé avant est resté simplement sous-exploité et la réduction de la politique aux histoires séduisantes de personnages, l'exploitation propagandiste des émotions, la diffusion de scandale politique et la prolifération des anecdotes banales de la « politique-spectacle » continuent à dominer le paysage virtuel, de la même manière qu'ils avaient colonisé le domaine de la presse et de l'audiovisuel auparavant.

Nonobstant, les plus pessimistes au sujet de la transformation apportée par Internet ne peuvent pas éviter de reconnaître que le nouveau « trafic » des réseaux sociaux et la dissémination virale des messages accélèrent et rendent accessible à tous l'actualité politique à la manière d'une pénétration capillaire de la politique comme mise en scène populaire.

Ainsi, bien que l'analyse politique ne soit pas rigoureuse, ni le débat politique de qualité, les individus se trouvent plus proches des affaires publiques, de telle sorte que la politique cesse d'être élitiste et ennuyeuse, exclusivité des classes dirigeantes au regard du peuple. L'info-entertaining télévisuel et de la presse à sensation avait déjà créé et mûri progressivement cet effet de la politique pop (Mazzoleni & Sfondini, 2009), mais Internet a contribué de façon exponentielle à son accroissement dans une dimension que les médias du passé, essentiellement unidirectionnels, ne pouvaient pas faciliter. Les nouvelles technologies offrent des manières distrayantes et simples pour participer, comme l'envoi des commentaires (« posts ») aux sites web politiques, le visionnage et la redistribution des vidéos satiriques dans la lecture des twitts croustillants sur les i-Pads et la réponse avec d'autres, etc. Toutes ces pratiques

contribueraient à l'idéal délibératif pour réduire la distance entre l'action institutionnelle bureaucratique et la connaissance incertaine du devenir des affaires d'État qui, même de cette manière, arriverait aux « représentés ». Néanmoins, de telles approches n'apportent que très faibles succédanés au genre de délibération engagée et généralisée qui défendent par exemple les théoriciens de la démocratie délibérative, comme c'est le cas chez Fishkin (2009), Dryzek (2000) ou Habermas (1984), entre autres.

Le domaine où cette double possibilité s'exprime le mieux, c'est peut-être celui de l'humour politique. La critique politique, grâce à l'humour et au comique, a trouvé un plein essor chez les nouveaux media -tout en renforçant sa présence chez les média traditionnels- mais sa pratique conforte avec ambiguïté deux effets contradictoires. D'une part, il est indubitable que la satire ou l'ironie intelligente ont toujours aidé à éveiller les consciences contre le pouvoir fatigant du discours conventionnel et presque uniforme des groupes dominants. D'autre part, dans leurs expressions les plus banales et grossières, elles contribuent à renforcer les stéréotypes et la vision simpliste. Le traitement comique de la politique risque dès lors de générer plus de futilité et d'éloigner l'attention citoyenne des authentiques causes des problèmes et de leurs possibilités très complexes de résolution. Il reste que le fait incontesté, indépendamment du choix effectué, c'est que l'humour politique triomphe dans le cyberspace.

Même avant, certains pays comme la France, avaient déjà montré une solide disposition à l'heure de transformer la politique en divertissement comme si c'était un exercice de distanciation ironique d'une fausse grandeur des dirigeants, mais aussi -et peut-être surtout- comme un spectacle mercantile avec lequel l'opinion publique dépolitisée jouait à exercer son devoir de surveillance civique sans franchir le seuil de la banalité distrayante. Sans intention d'exhaustivité rétrospective, il suffira de rappeler les livres en format BD sur Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal, publiés avec grand succès pendant la campagne électorale de 2007 (Cohen, Malka et al. 2006 ; Rousseau, JPS & Frevin, 2007 ; Algoud & Fioretto, 2007) ou la réitération de la même formule à la campagne électorale de 2012 (par exemple, Morchoisne & Guerra, 2012 ; Jul, 2012). Ces publications imprimées ne se limitent pas dans « l'Ere Digitale » à une distribution dans les kiosques et les librairies. Là encore, l'utilisation du virtuel sert de vitrine, de plateforme des ventes et de divulgation transfrontalière. Sous la même impulsion, quelques magazines satiriques « papier » comme Charlie Hebdo, ont profité d'Internet pour continuer de caricaturer des politiques. D'autres, comme « Désinformations.com » ont surgi directement en format numérique, se configurant ainsi sur un secteur de cybersatire politique.

Ainsi le vaste répertoire international des sites web dédiés -exclusivement ou majoritairement- au comique politique est révélateur. Des exemples tels que Jibjab, The Onion, BarelyPolitical.com ou The Satirical Political Report ne sont que quelques preuves d'un grand écho mondial. A la fin de l'année 2011, la chaîne de télévision par câble (Alandete, 2012) de Jon Stewart The Daily Show (en tête des audiences avec plus de 2 millions de téléspectateurs par émission) et bien que faisant parti du format télévisuel, s'est distinguée par sa page de rediffusion sur Internet (www.thedailyshow.com), montrant la tendance à une synergie multiplicatrice entre

anciens et nouveaux media⁴. En outre, en ce cas, le mélange calculé entre les formats du journalisme « sérieux » et la fiction plus délirante produit un nouveau type de surveillance sociale qui, au lieu d'appliquer une critique rigoureuse, préfère les formes imprécises et plus aimables de la « pensée débile » ou de la critique postmoderne. Cela se traduit par une audience fidèle qui abandonne la connaissance fournie par les informations et la remplace par la perception oblique de la farce⁵.

L'utilisation du « sexe », le plus démocratique égalisateur des attentions civiques et des sensibilités idéologiques, ne pouvait manquer à l'appel, surtout lorsqu'il est associé à une musique accrocheuse.

L'exemple parfait de tous ces éléments réside dans la série des vidéos lancée par BarelyPolitical.com pendant la campagne aux États-Unis en 2008. Une jeune fille en minimaliste bikini avec d'exubérants neurotransmetteurs chantait alors son appui érotico-politique en faveur de Barak Obama. La vidéo de la surnommée Obama's Girl -« I got a crush on Obama »-, a franchi les trois millions de visionnages pendant les deux premiers mois de diffusion sur la plateforme originale et sur Youtube. Avant la fin de la campagne, elle avait reçu jusqu'en novembre treize millions de reproductions.

L'autorité de l'Obama's Girl, parvenant à fixer l'attention de ses auditeurs sur les atouts « remarquables » en lieu et place des propositions ou des stratégies pour la création d'emplois, pour une nouvelle politique sanitaire ou une meilleure intégration des étrangers, a pu influencer sur le lancement d'autres « Girls » par d'autres candidats comme « Giuliani's Girl » ou encore l'anti-sexy « Hillary's Boy ». La reprise de cette formule à l'occasion d'autres processus électoraux a été quelque fois intense. En Catalogne, en 2010, on est allé jusqu'à parler de « pornocampagne »⁶.

⁴ Un programme similaire, *The Colbert Report* (www.colbernation.com), créé par un ancien membre de l'équipe de Jon Stewart, est devenu un vrai concurrent avec une audience estimée à 1,5 millions de téléspectateurs à la fin de 2011.

⁵ Selon Jeffrey Jones (2007), « bien que le Daily Show soit un faux journal télévisé (*fake*), son style de journalisme d'imitation permet de mettre en question et critiquer la présentation manipulatrice et les symbolismes produits dans la campagne présidentielle, tandis qu'il ouvre en même temps la perception vers des vérités plus profondes de la politique, sur lesquelles il offre la présentation « objective » du journalisme traditionnel. Quand il signale les hautes dosages de séduction (*spin*) et rhétorique que les candidats produisent, il fait des coups de heurtor humoristiques (*retorts*) qui mettent dans le mille des affaires ». Le même auteur réfute « le mythe soutenant que les jeunes gens sont désinformés sur l'actualité politique à travers des programmes satiriques comme The Daily Show », et pour appuyer sa thèse il fait mention d'une étude de 2004 à la Annenberg School de l'Université de Pennsylvanie, qui remarquait chez les téléspectateurs de cette émission une plus grande probabilité de connaissance des positions des candidats face à des affaires polémiques que celle des fidèles de la presse et de la télé (Jones). D'autre part, la combinaison farce et réalité, préméditée par les créateurs de ces émissions, a abouti à la création d'un Comité pour l'Action Politique (PAC) par les susnommés Stewart et Colbert. Ce PAC, conforme au système institutionnalisé aux États-Unis, a permis de collecter des fonds d'appui aux candidats en campagne. Ces fonds ont été employés pour aider les candidats marginaux d'idéologie contraire dans le but de ridiculiser le système. Dans ce même objectif, Colbert arriva à se présenter comme candidat pour les élections premières en Caroline du Sud (Alandete, 2012).

⁶ Cf. par exemple «Se 'calienta' la campanya electoral catalana», *Antena3* (2010).

Pendant les élections présidentielles françaises de 2012, est apparue une version light de Victoire Passage, « la jeune femme » de Jean-Luc Mélenchon, (« Prends le pouvoir sur moi Jean-Luc Mélenchon⁷ »).

Ces derniers exemples montrent cependant que la « réclame » érotico-musicale peut faire porter, en premier lieu, l'attention sur des candidats minoritaires ou générer une vague d'amusement des personnes se désintéressant de la politique, mais sans parvenir toutefois à se traduire par un accroissement réel et substantiel des appuis des votants.

2. UNE AUTRE CYBERPOLITIQUE : VERS LA DEMOCRATIE ACTIVE

Ainsi, la cyberpolitique devient fréquemment une simple réitération des tendances vers la spectacularisation et l'émotionalité, déjà dénoncée dès la phase d'implantation intensive de la *mediacratie*.

Mais contrairement à l'étape précédente, la cyberpolitique montre un deuxième visage d'encouragement à la participation civique, comme l'a démontré la campagne développée par Barak Obama en 2008. À ce moment-là, le candidat et son équipe ont été capables de créer de nouveaux usages en développant un nouveau type d'interaction numérique avec les citoyens. Comme le signale quelques études (Vaccari, 2010 ; Baumgartner & Morris, 2010), cela a permis de combiner des stratégies propres du XIX^{ème} (*grassroots* : mouvements de base) avec des techniques du XXI^{ème} (*flash mobs*, Facebook, MyBo, Youtube, etc.). Sous cette nouvelle approche, l'objectif immédiat de la campagne n'était pas tant de demander aux gens de voter, mais de leur demander leur adresse mail et leur numéro de portable, pour construire des réseaux sociaux capables de développer des initiatives décentralisées.

Ainsi, la mobilisation de la campagne ne se construisait pas sur l'effort prédominant des militants permanents (comme cela arrive dans le modèle traditionnel encore en vigueur dans plusieurs pays) mais surtout grâce aux collaborateurs conjoncturels, orientés par des agents locaux entraînés qui se coordonnaient par Internet dans la ligne déjà esquissée par Bimber (2003), de « l'appartenance à une société basée sur des événements spécifiques » et le développement des « modalités post-bureaucratiques de la politique ». Ainsi, les initiatives de « sentimentalisation » massive dans la ligne traditionnelle, aussi très présentes, telle que par exemple l'énorme diffusion de la chanson et la devise « *Yes, we can* », étaient combinées avec des réseaux de coopération citoyenne qui, à partir de cet enthousiasme suscité par l'idéalisation cyber-médiatique du leader, établissaient ensuite leurs propres stratégies de renforcement communautaire, grâce aux assemblées des voisins, aux visites de porte-à-porte, aux fêtes de quartier pour le soutien et la collecte des fonds, etc., dont la coordination et l'appui logistique aboutissaient à chacune de ces entités locales par Internet (Hendricks & Denton, 2010).

Telles mobilisations continuent à dépendre en grande partie d'impact médiatique construit par les stratèges de la communication politique et sont aussi

⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=1LMEvmVplxY>

rattachées en grande partie au contrôle des élites politiques. Mais ce modèle commence à vivre avec le développement d'une cyberpolitique, plus proche d'une cyberdémocratie idéale ou idéalisée –selon les conditions définies auparavant pour ce terme-. De multiples et croissantes initiatives de pédagogie civique, reflet de délibération et de participation démocratiques permettent d'aller au-delà de cette dimension préliminaire où les interactions moins hiérarchisées décrites dans les paragraphes ci-dessus dépendent toujours des activités offline et online des campagnes *émotionalisantes* et de la représentation symbolique de la politique.

Le problème de ces initiatives réside dans le peu d'échos qu'elles trouvent encore dans l'espace public central, étouffées dans le Net par l'immensité des plateformes politiques et sociales à caractère ludique, spectaculaire ou, tout simplement, d'usage et de consommation personnels et pratiques.

Le fait qu'elles soient peu connues -même par les cercles intellectuels et médiatiques- ne veut pas dire qu'elles n'existent pas, et qu'elles ne provoqueront pas des changements profonds dans l'avenir politique ou dans les attitudes et valeurs qui créent les fondements de nouvelles façons d'organiser les relations entre les institutions et les citoyens. Leurs propositions, encore minoritaires et dispersées, méritent une plus grande attention, bien que cela ne soit qu'à la manière d'un laboratoire de réformes à grande échelle. Voilà pourquoi les pages suivantes essaient d'établir un bref répertoire de ces espaces numériques peu connus. Les plateformes de *Gouvernement ouvert* constituent sans doute un des supports le plus prometteur pour doter les sociétés d'un accès égalitaire à toute sorte d'information publique, au nom d'un exhaustif compte-rendu démocratique.

Le portail Internet *Open Government* des États-Unis (<http://www.data.gov/>) est le principal représentant de cette modalité⁸ à travers laquelle certains gouvernements mettent à la portée de leurs citoyens de grandes quantités de renseignements et statistiques officielles sur leur travail, dans un portail électronique facile à manier.

⁸ Il a existé de précédentes initiatives des portails numériques issus de gouvernements locaux ou régionaux, restreints aux thèmes spécifiques (Baltimore en 1999, Washington D.C. et l'État de Maryland en 2007 ou la ville de New York en 2008 -Tauberer, 2012-), mais il est considéré que le Memorandum sur la Transparence et le Gouvernement Ouvert, émis par Barack Obama la première journée de sa présidence (Lathrop / Ruma, 2010:xxi) et sa « Open Government Directive » immédiate, approuvée par son Gouvernement ont généré la mise en fonctionnement du premier portail Internet national d'un Gouvernement Ouvert, au début de 2009. Cette même année, les villes de Vancouver (Canada) et Portland (Oregon) ont approuvé des standards similaires (Tauberer, 2012). Cependant, il est nécessaire de rappeler que, l'existence aux États-Unis de la *Freedom of Information Act* depuis 1966, avait facilité un climat favorable à la transparence et à l'accès aux données en possession de l'Administration, bien que l'obtention sur demande spécifique à chaque organisme supposait un niveau de difficulté et une dispersion que les plateformes du Gouvernement Ouvert ont réduit significativement. De même, l'ouverture d'autres sites web nationaux similaires en Grande Bretagne, France, etc. a été basée sur la préexistence de législation favorable aux accès et sur la transparence des données de nature publique.

Le principe que prône cette offre c'est celui de l'auto-exigence maximale dans la transparence proactive des institutions de l'État, au moyen de lois contraignantes pour faciliter l'accès aux données publiques. Grâce à elles, les modestes portails web de l'e-administration, utilisés facultativement et limités aux démarches simples et rapides de services ou pour les relations publiques, sont dépassés. Leur utilisation est facilitée par nombre d'expédients et de mémoires d'activité qui, auparavant, restaient enfouis sous l'enchevêtrement bureaucratique et qui ne parvenait au public que par des fuites intéressées ou à la suite de longs processus judiciaires.

Comme Jim Willis, cadre supérieur du Secrétariat d'État de Rhode Island, l'a signalé (cf. Díaz Cruz, 2010 : 127), « *Il devient vraiment inacceptable au moment de l'histoire qu'on vit, qu'un citoyen puisse utiliser les services web pour contrôler les films qu'il loue, la météo de sa ville et les livres qu'il a achetés récemment, tandis qu'il ne puisse pas accéder avec la même facilité aux données sur la qualité de l'eau qu'il boit, ni aux adjudications publiques ouvertes pour l'embauche des services à la communauté dans sa ville, ni aux délits récemment commis dans sa rue* ».

Le lancement du portail web du Gouvernement Ouvert au Royaume-Uni (<http://www.data.gov.uk/>) et du Gouvernement Régional du Pays Basque en Espagne (<http://www.irekia.euskadi.net>), tous deux en janvier 2011 (Vercelli, 2010 : 254-257), ou du Gouvernement Français en février 2011 (www.data.gouv.fr)⁹ illustrent l'expansion rapide de ces nouvelles sources qui fournissent des données publiques. Pourtant, le volume et l'ampleur de l'information accessible est bien dissemblable selon les cas, comme le démontre une comparaison élémentaire entre l'offre de la plateforme française et celle de la plateforme nationale espagnole (www.datos.gob.es), ouverte au public à la fin 2011¹⁰. La distance entre les buts idéaux et la pratique réelle de certaines de ces initiatives est encore grande. Cela peut nous laisser à penser que nous sommes encore loin des conditions strictes de la cyberdémocratie énoncées auparavant.

Le canal institutionnel de demandes électroniques au Gouvernement, lancé au Royaume-Uni par son premier Ministre, Tony Blair, en novembre 2006 représente une autre initiative de vraie orientation de la cyberpolitique vers l'horizon de la cyberdémocratie.

Par le biais d'un accord susmentionné du gouvernement avec l'organisation civique My.Society.org -pionnière elle-même au Royaume-Uni de la facilitation des canaux pour que les citoyens interpellent les institutions-, le portail *e-petitions* du GH Gouvernement (<http://epetitions.direct.gov.uk>) déclarait être à disposition de tout citoyen Britannique intéressé pour, pas seulement faire une proposition de réforme administrative ou légale, mais aussi pour présenter cette proposition au reste des

⁹ L'ouverture du portail du Gouvernement Français est subordonné à la création par arrêté ministériel de l'organisme Etalab, le 21 février de 2011 et l'ouverture de son website eu lieu le 5 décembre de la même année (cf. <http://www.data.gouv.fr/A-propos>).

¹⁰ Le portail web espagnol est créé à partir de la publication du Décret Royal 1495/2011, le 8 novembre de 2011. Dans les jours suivants il entrait en fonctionnement une version beta du portail espagnol (Soto, 2011). Une rapide comparaison vers le mois de mai de 2012 entre l'offre de contenus des deux portails, français et espagnol, montre une écrasante majorité du premier.

contribuables et faciliter leur adhésion quand ils seraient prêts à l'appuyer. Le mécanisme, expliqué rapidement et graphiquement dans ce site web, se compose des étapes suivantes :

1. Le citoyen intéressé suit les traces des e-demandes enregistrées pour connaître s'il peut y avoir quelques correspondances avec ses intérêts.
2. Au cas où il ne trouve aucune similitude, il peut formuler une nouvelle e-demande.
3. La nouvelle demande enregistrée est vérifiée par un office gouvernemental afin de garantir un minimum de rigueur (par exemple : qu'il ne s'agisse pas d'un sujet déjà en vigueur, etc.).
4. Après avoir surmonté le filtre antérieur, cette demande reste officiellement « ouverte » et accessible sur la page web pendant un an.
5. Pendant ce temps, tout citoyen qui consulte la liste des demandes peut mettre sa signature.
6. Si une demande atteint les 100.000 signatures, elle « pourra » être débattue dans la Chambre des Communes¹¹.

Le fait que la discussion parlementaire ne soit pas obligatoire, mais à l'initiative de la Chambre, semblait réduire d'une façon drastique l'intérêt de cette mesure. Heureusement, cela n'a pas empêché l'immense écho que cette formule a eu au Royaume-Uni.

Le projet original a été clos en avril 2010, alors qu'il avait rassemblé près de 12 millions de signatures pour appuyer l'ensemble des e-demandes recueillies. La plus aboutie d'entre elles, contre un projet de péage routier par satellite, lequel a été retiré à la suite de cette protestation, avait réuni 1,8 millions de signatures. Le Premier Ministre, Tony Blair, est parvenu à envoyer un email en réponse à tous les signataires de cette initiative (Tempest, 2007). Mais malgré, ou peut-être à cause, de cette activité le Gouvernement suivant a procédé à sa fermeture en alléguant de son incapacité à répondre à toutes les demande effectuées, ce qui a engendré une considérable frustration citoyenne. De même, les responsables ministériels reconnaissaient qu'une grand part des plaintes déposées était maximaliste comme les 100.000 signatures qui demandaient directement la démission du Premier Ministre, Gordon Brown, et au final détérioraient l'image du gouvernement (Robinson 2010). Cependant, les pressions de certains groupes politiques et sociaux ont mené à la réouverture de cette plateforme en août 2011, en la dotant d'un rang institutionnel renforcé, car elle a été organisée comme organe de collaboration entre le *Government Digital Service* et *The Office of the Leader of the House of Commons* (Wintour, 2011 ; Laja, 2011).

Ce dispositif de demandes électroniques a trouvé aussi des applications locales, telle celle de la Mairie de Paris qui a initié la même idée en 2010 (www.paris.fr/petition), la condition étant d'obtenir la signature de 1 % des parisiens adultes (un peu plus de 18.000 signatures) afin que cette question soit abordée à l'occasion du Conseil municipal. Le problème s'est posé en mars 2012 car il n'y avait que 90 demandes, dont aucune ne dépassait les 91 signatures. Une observation

¹¹ Voir l'explication graphique du procédé en <http://epetitions.direct.gov.uk/how-it-works> (dernière consultation, 5/07/2012).

ultérieure montre qu'en septembre de la même année, seulement 36 demandes avaient été enregistrées entre le mois d'octobre 2011 et la date de la révision. De plus, aucune des demandes existantes n'avait dépassé les 51 adhésions. Notez que les e-demandes qui n'obtiennent pas les signatures suffisantes durant l'année sont éliminées. Cela met en évidence le problème principal de trop d'initiatives cyberdemocrates qui n'est pas tant dû au manque de collaboration ou d'appui des institutions, qu'à l'absence de leur connaissance publique et d'un effort intensif de diffusion afin que les citoyens soient davantage conscients de leurs possibilités.

Malgré ces difficultés, l'idée d'activer les mécanismes de consultation électronique pour augmenter la participation citoyenne dans les processus de prise des décisions, semble se propager. En plus de constituer une véritable aide, ces mécanismes permettent aux pouvoirs politiques d'avoir une image moderne. C'est le cas du site ouvert par le Gouvernement d'Espagne à l'occasion de la rédaction des brouillons initiaux du Projet de Loi de *Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno* pendant le printemps 2012. La nature de cette réforme, clé de voûte de tout développement ultérieur, déjà commenté dans *Gouvernement Ouvert*, et de tout exercice plus progressif de la surveillance populaire de l'activité politique-administrative, semblait s'ajuster de manière adéquate dans un processus de délibération civique-électronique. Le Gouvernement espagnol l'avait présenté de cette manière et en mars de cette même année il a créé un site dans ce but (www.leydetransparencia.gob.es/index.htm), doté d'un dispositif de « consultation publique électronique ». Un brouillon du texte que le ministère responsable soumettait en consultation à tous les Espagnols était accessible et, dans une section complémentaire, les personnes intéressées pouvaient afficher leurs propositions de modification du texte. Le Gouvernement promettait d'étudier ces révisions citoyennes reçues et s'engageait à revoir avec elles le projet qui finalement serait envoyé au Congrès pour son débat parlementaire.

Une procédure, si inouïe pour la culture espagnole, a tôt fait de dévoiler ses duperies. La principale, consistant à ouvrir la consultation publique pendant une durée de seulement 15 jours, dont la plupart concordait avec les congés de Pâques (la fin de mars et début d'avril). Deux semaines après la date d'expiration du délai, le ministère responsable se limitait à notifier devant les journalistes et sur son site qu'il y avait eu près de 80.000 visites et que les propositions reçues de personnes individuelles et des collectivités s'élevaient à près de 3.600 (Fabra, 2012a).

Cependant, à aucun moment l'accès aux questions, ou le listage basique de leur classification par thèmes n'ont été facilités. Les auteurs des questions n'ont pas reçu non plus d'autre communication ultérieure que l'accusé de réception automatique faisant suite à leur envoi. Face aux protestations des participants à cette expérience qui réclamaient une publication des résultats et un débat public sur les initiatives versées, une source ministérielle est allée jusqu'à déclarer paradoxalement (alors que le projet était présenté comme un pas vers plus de transparence) que : « *l'on n'allait pas les publier pour la simple raison qu'aucun ministère ne rend publique sa correspondance autour des propositions reçues ce qui pourrait avoir pour conséquence d'aménager ou de changer les normes de son activité sectorielle* » (De Cózar, 2012).

Peu après, le 18 mai, le Conseil des Ministres approuvait comme texte - prétendu d'intégration- une nouvelle rédaction où n'avaient été incorporées que de minimes rectifications par rapport au brouillon initial du gouvernement. De plus, cette décision avait été prise alors que le Centre des Études Constitutionnelles, mandaté par le même Gouvernement, avait en cours -avec des experts et des promoteurs- quelques sessions d'analyse du brouillon de certaines propositions présentées à la suite de la consultation populaire. Tout ceci a été perçu comme un manque flagrant de considération à l'égard de ses propres initiatives (Fabra, 2012b). Enfin, le Gouvernement a fini par envoyer au Congrès à la fin juillet, un Projet de Loi qui avait à peine tenu compte des résultats de la consultation populaire, promue par lui-même et qui finalement, a aussi reçu de dures critiques issues du Conseil d'Etat, organe consultatif d'intervention obligatoire avant l'approbation d'une loi (ibid)¹².

La procédure ci-dessus décrite contredit l'espoir que les recours à la cyberpolitique soit applicable pour l'obtention de la réussite d'une délibération responsable parmi les électeurs et les dirigeants. Bien au contraire, elle semble illustrer un choix déprimant dans lequel les ressources de l'interaction sont exploitées aux seules fins de propagande par les élites politico-administratives dans leurs manifestations les plus voyantes mais sans aucune opérativité substantielle, de sorte que le maquillage de modernité technologique ne modifie pas la traditionnelle prise de décisions, restreinte, elle, aux petits groupes de décision. En même temps, elle encourage une perspective beaucoup plus optimiste si on considère que les dirigeants habitués à une négociation restrictive et silencieuse commencent à se sentir obligés, par une sorte de pression ambiante, d'ouvrir les procédures aux possibilités offertes par les outils interactifs, même si leurs intentions continuent à faire obstacle à une application avec toutes ses conséquences.

Les réactions produites sur une partie des média et des habitants au travers de tous ces éléments démontrent aussi que pour certaines ressources activées, et bien que cela ne se produise que pour des raisons « esthétiques », il est difficile de ne pas altérer la nature interne des choses. La semence de la consultation publique électronique est déjà répandue. Il sera difficile d'arrêter le processus.

3. LES MOUVEMENTS CITOYENS DE MOBILISATION ET INTERPELLATION ELECTRONIQUE

Ce sont sans aucun doute les mouvements citoyens indépendants qui contribuent le plus à faire le contrepoids de l'activité politique institutionnelle au moyen des initiatives électroniques d'interpellation, de contrôle et de surveillance, et en dernier recours, de la cyberdémocratie. Parmi les initiatives qui confirment maintenant une trajectoire plus consolidée, trois exemples américains paraissent intéressants. Contrairement au reste du monde, c'est aux États Unis, que ce type de

¹² Au moment de la rédaction de cet article, la procédure parlementaire du Projet n'avait pas encore commencé.

plateformes est devenu populaire. La population dans son ensemble, ainsi que les médias leur prêtent de l'attention.

La plateforme *MoveOn* est l'une des plus reconnues (www.moveon.org). Fondée en 1998 par Joan Blades et Wes Boyd, deux entrepreneurs de la Silicon Valley, elle concentre ses activités sur l'Internet et dans deux domaines : la Section Civique, envisageant des projets sociaux, et la Section Politique pour des interventions de réformes législatives, l'implication dans les campagnes électorales, etc. Selon ses fondateurs, le projet a pour but d'« offrir aux gens sans poids politique individuel l'opportunité de se regrouper pour obtenir une voix forte ». D'inspiration « progressiste », mais sans lien organique avec le Parti Démocrate, et sans non plus renoncer à la défense des causes susceptibles d'être promues par des politiques républicains ou par des politiques sans affectation, *MoveOn* avait dans la première moitié de 2012 plus de 7 millions d'individus inscrits¹³.

Elle dispose en même temps d'un important nombre de sièges physiques et des personnes y travaillant gratuitement. Cela représentait en 2007 des chiffres étonnants : plus de 260.000 bénévoles et des bureaux ouverts dans 10 États. En 2004, cette organisation avait collecté au moyen des petits dons de ses affiliés et de ses visiteurs environ 11 millions de dollars pour aider aux campagnes électorales de 81 candidats qui défendaient des propositions proches de leurs idées. Chaque année, et selon les différents types d'élections en cours (des gouverneurs, des congressistes, des candidats présidentiels, etc.) elle collecte plusieurs millions qui sont employés au soutien direct de certains candidats, à la réalisation de leurs spots dont l'insertion est payée directement aux télévisions quand ils ne sont pas diffusés sur leur site et sur autres plateformes numériques.

Les actions du mouvement comportent pourtant, un éventail de stratégies et de mécanismes varié, combinant en même temps la participation online et offline. Cela se traduit par l'envoi massif de lettres à des hommes politiques à titre individuel, aux institutions ou aux médias, ou par le débat interne et la collecte des signatures dans le but de proposer des réformes législatives au niveau national ou local, ou encore par l'organisation des manifestations de rue ou la convocation aux rencontres dans des parcs etc.

Un autre trait distinctif de *MoveOn* par rapport à d'autres associations ou groupes plus traditionnels repose sur sa décentralisation et son indépendance quand démarre une action. Chaque membre peut lancer des propositions et ce sera le score obtenu sur Internet qui déterminera la réussite, en plus ou moins grande mesure, de chaque proposition particulière.

L'organisation *Vote Smart* (www.votesmart.org) constitue un autre exemple remarquable mais avec une approche différente. L'idée consiste ici à apporter à chaque citoyen intéressé une information éclairante sur le parcours biographique, politique et

¹³ Chiffre publié dans le site de l'organisation (dernière consultation le 31/08/2012). La description réalisée dans ce paragraphe provient du matériel informatif de cette organisation, qui a été rassemblé au cours de différentes visites sur le site pendant plusieurs années -dont une partie n'est plus disponible- et du matériel accessible sur : <http://en.wikipedia.org/wiki/MoveOn.org> et www.docstoc.com/docs/6279844/MoveOn#.

économique des milliers de candidats qui aspirent à être élus dans n'importe quel processus électoral des États-Unis. Dans les conditions normales, la surabondance d'information mise en circulation et la rhétorique de la campagne empêchent l'électeur de distinguer l'information clé de la propagande ou de l'anecdote. Les médias de masses n'aident pas plus à clarifier toute cette information, parce que c'est l'impact dramatique et symbolique qui va être au centre de leur attention médiatique, sans approfondir les aspects techniques ou les connexions corporatives et intéressées des politiques.

Afin de surmonter ce déficit qui gangrène la vraie confrontation des offres, un important groupe de personnalités politiques et intellectuelles de toutes tendances idéologiques a décidé, dès 1988, de constituer une association sans but lucratif et en marge des intérêts politiques ou économiques, pour explorer les voix diverses de rassemblement et facilitation des données systématisées et vérifiées, qui puissent aider n'importe quel citoyen à prendre ses propres décisions électorales. Pour atteindre cet objectif, ils ont créé un réseau de recherche sur les hommes politiques en activité. Ce réseau est formé de bénévoles, chargés de retrouver l'information significative parmi des milliers de documents. Une fois identifiée, l'information est enregistrée dans la banque de données. Le développement informatique et celui des TIC a permis, tout au long de ces années, que cet énorme travail devienne plus conséquent et sa diffusion plus efficace, dès la création de son site web.

Aujourd'hui, plus de 5.000 bénévoles travaillent de manière simultanée dans le projet, y consacrant quelques heures hebdomadaires ou quelques semaines de leur temps libre, dans un système flexible d'entrée et sortie continues de collaborateurs. D'un point de vue organisationnel, le Comité de Direction est composé par de remarquables personnalités de la vie publique, en général à la retraite ou positionnées à distance de la politique active (comme les ex présidents Jimmy Carter et Gerald Ford, ex candidats comme Dukakis et McCain, des anciens maires ou des membres de l'Administration Publique, etc.). Une particularité différencie ce comité : l'acceptation d'un nouveau membre doit toujours être compensée par l'acceptation d'un autre, de profil idéologique ou de parcours politique contraire. Le soutien financier de *Vote Smart* vient des apports multiples et divers des milliers de sympathisants et d'utilisateurs de son information. Il provient aussi des dons considérables de la part de fondations non liées aux intérêts corporatifs qui auraient pu compromettre son indépendance.

Grâce à cet effort collectif, le site web de l'organisation offre aux visiteurs l'accès à certaines sections systématisées et détaillées de compilation de données spécifiques archivées qui permettent de localiser et de suivre la trace numérique de n'importe quel candidat ou homme politique pour les catégories suivantes : renseignements biographiques et contacts personnels, parcours historique des résultats de votes dans les Assemblés et chambres de représentation, parcours des déclarations publiques notamment polémiques et parcours financier des campagnes, tenant compte des revenus et des dépenses. Cette organisation permet aussi de consulter les évaluations et les déclarations personnelles qu'un ensemble de 150 groupes d'intérêt très différents les uns des autres réalisent sur les différents hommes politiques enregistrés dans les bases de données.

Parmi les outils de recherche employés, l'organisation dispose aussi des demandes directes d'information adressées aux hommes politiques concernés. Le but final de tout ce travail est -selon une déclaration tirée du site¹⁴- qu'« on puisse obtenir de chaque candidat, avec sa coopération ou sans elle, son parcours de travail détaillé » ; c'est-à-dire, le même type d'information et dans de similaires catégories d'analyse qu'un entrepreneur voudrait absolument connaître avant de sélectionner un demandeur d'emploi. Ici, on se pose la question suivante : « *Que doit savoir un employeur sur les postulants à un poste pour pouvoir prendre correctement (avec bon sens) sa décision d'embaucher quelqu'un ?* ».

Grâce à cette puissante structure de recherche et d'accès aux données, il suffit de taper le nom d'un homme politique ou le nom du district électoral du visiteur du site, pour suivre la trace entre autre, du détail de tous les appuis financiers reçus à l'occasion de la dernière campagne (avec spécification des noms des donateurs, de leurs liens entrepreneuriaux et politiques lorsque le nom tapé appartient à quelque organisation partisane ou corresponde à la localisation géographique, etc.). De même, l'information récupérée comprend la distribution des dépenses faites. Il est aussi possible de retrouver, à partir d'autres données, l'ensemble des dons qu'un même donneur a pu faire aux différents candidats.

Le type d'information fournie par cette organisation n'est plus unique aux États-Unis car d'autres sociétés publiques ou privées font des croisements de données semblables, surtout à propos du suivi du financement électoral. De fait, quelques organismes, comme la *Federal Election Commission* <www.fec.gov>, ou le *National Institute for Money in State Politics: Follow the Money* <<http://www.followthemoney.org>> archivent officiellement les factures et autres reçus que les hommes politiques en campagne sont obligés de présenter. Ces documents constituent également des sources de données alimentant l'information de l'organisation Vote Smart par exemple. Ces organismes sont aussi d'accès public et direct, ouverts à tous ceux qui veulent consulter leurs banques de données.

Le troisième exemple est celui d'une organisation privée, spécialisée exclusivement dans l'analyse et la divulgation du financement des différentes élections américaines. Il s'agit du *Center for Responsive Politics*, mieux connu par son sous-titre, *Open Secrets* (www.opensecrets.org). Fondée en 1983 par les sénateurs Frank Church (du Parti Démocrate, de l'Idaho) et Hugh Scott (du Parti Démocrate de Pennsylvanie), elle travaille pour « *informer les citoyens sur comment l'argent que reçoivent les hommes politiques concerne les vies des gens, rendre plus forts les votants et les activistes par le biais d'une information non partielle ni tordue, et aider à l'établissement d'un gouvernement transparent et responsable* »¹⁵. Dans ses premières années de vie, avant même le développement d'Internet, le Centre avait publié plusieurs livres volumineux avec un découpage exhaustif des

¹⁴ Cette description provient dans son ensemble d'information facilitée par la propre organisation (<http://votesmart.org/about> dernière consultation 31/08/2012) et des données complémentaires que le même site avait fourni auparavant, tous les renseignements compilés dans diverses consultations sur son website pendant plusieurs années. Cf. aussi http://en.wikipedia.org/wiki/Project_Vote_Smart.

¹⁵ <http://www.opensecrets.org/about/index.php>. Le reste de l'information sur cette organisation est issu de son propre site (dernière visite, 3/09/2012).

contributions des groupes et individus aux campagnes des correspondants candidats au Congrès de 1988 jusqu'à 1992, de même que l'analyse détaillée des règles de financement pratiquées pendant ces confrontations par les grands groupes d'intérêt ou les lobbies, les corporations et les principaux donneurs. En 1996, à l'occasion des élections de cette année-là, l'organisation a lancé son site web à partir duquel elle a continué à faire son travail de façon encore plus intense et avec une répercussion médiatique et populaire beaucoup plus grande. À la différence d'autres organisations publiques, comme *Federal Election Commission* et *National Institute for Money in State Politics*, qui ne comptabilisent que l'argent récolté comme *fonds directs* à la campagne, *Open Secrets* fait aussi des recherches sur d'autres sources indirectes de financement, qui d'habitude passent inaperçues de l'opinion publique, comme « l'argent externe » dépensé en annonces électorales, en activités de soutien faites par des groupes de sympathisants (mais qui ne sont pas organiquement liés aux partis et candidats), comme le coût des lobbies de toute sorte qui travaillent de manière officielle auprès du Congrès et les différents bureaux de l'Administration ou encore comme les subventions fédérales que les congressistes accordent à de multiples institutions qui deviennent souvent, en contrepartie, donneurs lors de leur campagne.

De nos jours, *Open Secrets* se présente comme une organisation « *non partisane, indépendante et sans but lucratif* ». Elle est dirigée par un comité de cadres supérieurs avec une longue expérience dans des postes de l'Administration Publique, des universités ou des grands cabinets d'avocats, des corporations et des fondations. Elle se finance grâce aux dons de plusieurs fondations et par des apports directs individuels. Dans tous les cas, son site internet fournit des listes de ses contribuables, individuels ou collectifs. Elle tire aussi ses revenus de la vente de rapports élaborés expressément pour des clients déterminés, comme certains mass médias. Elle refuse aussi tout apport d'entreprises, d'associations corporatives ou de syndicats. Toujours dans un souci de transparence, elle publie sur son site ses déclarations d'impôts annuelles sur les revenus et ses dépenses dans le même formulaire envoyé au Trésor Public des États-Unis.

4. L'INFLUENCE D'INTERNET SUR LA DEMOCRATIE. REFLEXIONS FINALES

Les divers modes d'emploi des TIC dans l'activité politique examinés jusqu'ici mettent en évidence un bilan inégal et ambivalent. D'une part il est clair que les applications numériques les plus populaires prolongent le populisme et la politique-spectacle sans qu'on puisse sous-estimer non plus le fait que ces outils permettent aux électeurs ayant une implication politique quasi nulle d'avoir un suivi plus ou moins « affectif » de la politique (ce qui est positif pour une cohésion basique du système démocratique). Mais, d'autre part, le développement des activités de cyberpolitique délibérative, d'analyse et de mobilisation citoyenne qui sont en train de perfectionner le contrôle des élites politiques par les groupes -encore minoritaires- de public attentif est aussi évident.

Le parcours de synthèse offert illustre comment de nouvelles formes d'action associative et collective, à l'échelle nationale ou internationale, peu coûteuses et bien plus efficaces que les actions existantes aux temps de la première démocratie « médiocratie »,¹⁶ profitent du potentiel d'intégration des données, de l'accès aux élites et de la diffusion massive fournie par les nouvelles technologies. La facilité d'implication dans des causes précises et d'abandon de certains groupes pour en construire d'autres, génère une flexibilité plus grande chez les citoyens actifs. Cela permet d'affirmer que « *le système continue d'être maîtrisé par les élites, mais il est de nos jours beaucoup plus poreux* » [à l'inspection et à la réaction de groupes de citoyens] (Karpf, 2009).

Les TIC ne changent pas par elles-mêmes les attitudes des citoyens et la pratique politique. De fait, quelques-unes des expériences exposées mettent en relief que leur effort transformateur était déjà développé antérieurement à « l'Ère d'Internet ». En conséquence, dans l'approche proposée par diverses analystes, il n'y a pas lieu d'attendre un changement de la dynamique des démocraties lié au seul fait de l'ouverture d'un éventail de nouvelles technologies, alors que les citoyens continuent d'adhérer à une passivité complaisante et que les institutions évitent la délibération et la négociation ouverte effectives. Cependant ces mêmes expériences démontrent que, lorsque les attitudes participatives disposent de ressources techniques qui analysent et amplifient cette activité transformatrice, elles stimulent une spirale de transparence et de divulgation, et la possibilité de mobilisation des foules. Mais, il ne faut pas oublier que la transparence sans critère peut gêner la gouvernance et que la mobilisation sans information de qualité conduit au chaos, ce qui pourrait être qualifié de « paradoxe de l'ouverture ».

L'enjeu donc, comme Nathan Gardels (2012) le signalait, c'est que « *la multitude idiote* », qui est celle qui accapare le plus grand nombre de messages sur Twitter et d'autres réseaux sociaux, devienne une « *multitude intelligente* ». Gardels lui-même (2012), comme beaucoup d'autres critiques, rappelle que « la délibération solide se base sur l'existence d'une information neutre, objective et de qualité » et celle-ci, malheureusement, n'est ni la plus abondante ni la plus facile à trouver dans les autoroutes de l'information (en tout cas reste-t-elle sur quelques sentiers collatéraux). Malgré tout cela, il est clair aussi qu'Internet constitue une puissante source d'opportunités pour réinventer la démocratie.

Pour que ce choix agisse, il est nécessaire tout d'abord, que les promoteurs des nouvelles plateformes cyberpolitiques ne dénaturent pas les objectifs incontournables d'une information rigoureuse et d'une rationalité communicative exigeante. L'abus du charme consumériste et la recherche de l'impact émotionnel sont des risques véritables. Mais il faut aussi que la créativité collaborative d'Internet soit bien intégrée par les élites institutionnelles elles-mêmes, afin de générer une

¹⁶ La « médiocratie », comme il a été déjà signalé au début de cet article, se réfère au type de dépendance des médias de masse que, d'après un bon nombre d'auteurs, les démocraties libérales commencèrent à expérimenter à partir des années soixante du XX^{ème} siècle. Cette « médiocratie » eut sa première étape entre les années soixante et quatre-vingt, en fonction des TIC existantes en ce temps-là, et une deuxième phase, à partir des années quatre-vingt-dix, avec la parution d'autres TIC de nature et fonctionnalité très différentes.

gouvernance plus co-responsable, de façon à ce que les initiatives mises en route par quelques citoyens avec leurs généreux apports de temps, d'argent, et leur collaboration intellectuelle et technique, puissent entrer dans le circuit de l'attention publique centrale et soient libérées de la marginalité ou de l'image de « démocratie en version beta » que, très souvent, elles traînent.

C'est à ces conditions que la « démocratie réelle » peut être moins utopique : grâce à des formes d'équilibre entre la gestion déléguée classique et les multiples invitations 2.0 que le cyberspace propose.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ABC (2012), "Premian la web datos.gob.es como el portal europeo de apertura de datos más 'amigable'", *ABC.es*, 26 janvier, www.abc.es/20120126/medios-redes/abci-datos-gobierno-201201261801.html (dernière consultation 6/08/2012).
- ALANDETE D. (2012), "El azote de los políticos en EE.UU", *El País*, 31 janvier, p. 53.
- ALGOUD A. et FIORETTO P. (2007), *Elysée Machine 2007*, Paris, Hugo & Cie.
- AMADEO B. (2002), "Comunicación, democracia e Internet. La ciberpolítica como nuevo ámbito de estudio", *Epolíticos / Sociedad Argentina de Análisis Político*, <http://www.saap.org.ar/esp/docs-congresos/congresos-saap/V/docs/schmucler/belen-amadeo.pdf> (dernière consultation 27/08/2012).
- ANTENA 3 (2010), "Se 'calienta' la campaña electoral catalana", *Antena3.com*, 18 novembre, http://www.antena3.com/especiales/noticias/espana/elecciones-catalanas/noticias/campana-electoral-calienta_2010111800048.html (dernière consultation 28/08/2012).
- BAKER P. (2009), "President Sticks to the Script, With a Little Help", *The New York Times*, 5 mars, http://www.nytimes.com/2009/03/06/us/politics/06memo.html?_r=2&scp=1&sq=teleprompter&st=cse (dernière consultation 28/08/2012).
- BAUMGARTNER J. et MORRIS J. (2010), "Who Wants to be My Friend? Obama, Youths and Social Networks in the 2008 Campaign", In : HENDRICKS J. et DENTON, R. (eds.), *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used Media Technology to Win the White House*, Lanham, MD, Lexington Books, pp. 51-65.
- BIMBER B. (2003), *Information and American Democracy. Technology in the Evolution of Political Power*, New York, Cambridge University Press.
- CASHMORE E. (1994), *And There Was Television*, Milton Park (UK), Routledge.
- CERFONTAINE E. (1997), « Le futur démocratique: utopie d'une cyberpolitique ? Plaidoyer en faveur d'un retour de l'activisme politique », Mémoire de DEA Communication, technologies et pouvoir, Science Politique, Université Paris I.

- CHADWICK (2009), “Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance”, *A Journal of Law and Policy for the Information Society*, vol. 5, n° 1, pp. 9-41.
- COHEN P., MALKA R., RISS LEBEAU I. (2006), *La face cachée de Sarkozy*. Paris, Vents d'Ouest - Fayard.
- DADER J. L. (2006), “Comunicación política en la red: desde las cibercampañas a la transparencia virtual de la Administración”, *Jornadas sobre Autoría y Contenidos en la Red*, [CD-ROM], Valencia, Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- DADER J.L. (2009), “Ciberpolítica en los websites de partidos políticos. La experiencia de las elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales”, *Revista Sociologia e Politica*, (Curitiba, Brasil) vol. 17, n° 34, pp. 45-62.
- DARRAS E. (1995), « Le pouvoir ‘médiocratique’ ? Les logiques du recrutement des invités politiques à la télévision », *Politix*, vol. 8, n° 30, pp. 183-198.
- DE CÓZAR Á. (2012), “El Gobierno replica las objeciones a la Ley de Transparencia”, *El País*, 5 juin, www.elpais.com.
- DE VIRIEU F.-H. (1990), *La médiocratie*, Paris, Flammarion.
- DÍAZ CRUZ P. (2010), “Una historia con dos finales”, In : CALDERÓN C. et LORENZO S. (eds.), *Open Government / Gobierno Abierto*, Alcalá la Real (Jaen), Algon Editores, pp. 127-141.
- DONSBACH W. (1995), “Contenidos, utilización y efectos de la comunicación política”, In : MUÑOZ ALONSO A. et ROSPIR J. I. (eds.), *Comunicación política*, Madrid, Universitas, pp. 41-67.
- DRYZEK J. S. (2000), *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*. New York, Oxford University Press.
- ELSTER J. (1998), “La deliberación y los procesos de creación constitucional”, In : ELSTER, J. (ed.), *La democracia deliberativa*, Barcelona, Gedisa.
- FABRA M. (2012a), “Sin plazo para estudiar las 3.600 aportaciones a la Ley de Transparencia”, *El País*, 16 abril, www.elpais.com.
- FABRA M. (2012b), “El Consejo de Estado reprocha las prisas con la Ley de Transparencia”, *El País*, 28 juin, www.elpais.com.
- FISHKIN J. (2009), *When the People Speak: Deliberative Democracy and Public Consultation*. Oxford, Oxford University Press.
- GARDELS N. (2012), “Medios sociales y democracia deliberativa”, *El País*, 21 mars, http://elpais.com/elpais/2012/03/15/opinion/1331811901_336964.html (dernière visite, 16/04/2012).
- HABERMAS J. (1984), *The Theory of Communicative Action*, Boston, Beacon.
- HENDRICKS J. et DENTON R. (eds.) (2010), *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used Media Technology to Win the White House*, Lanham, MD, Lexington Books.
- HILL K. et HUGHES J. (1998), *Cyberpolitics: Activism in the Age of the Internet*, Lanham (Maryland), Rowman and Littlefield.
- INGHAM B. (2001), *The Wages of Spin: A Clear Case of Communications Gone Wrong*, London, John Murray.

- JAMES F. (2009), "Obama's TelePrompter Addiction", *The Swamp-Chicago Tribune*, 6 mars, http://www.swamppolitics.com/news/politics/blog/2009/03/obamas_teleprompter_addiction.html (dernière consultation 28/08/2012).
- JONES J. (2007), "Fake News versus Real News as Sources of Political Information. The Daily Show and Postmodern Political Reality", In : RIEGERT, K. (ed.), *Politicoainment. Television's Take on the Real*, New York, Peter Lang.
- JORDAN T. (1999), "New Space, New Politics: The Electronic Frontier Foundation and the Definition of Cyberpolitics", In : JORDAN, T. et LENT, A. (eds.), *Storming the Millenium: The New Politics of Change*. London, Verso.
- JUL (2012), *Le Président de vos rêves*, Paris, Dargaud.
- KARPF D. (2009), "Unexpected Transformations: The Internet's Effect on Political Associations in American Politics", Thèse de doctorat, Philadelphia, University of Pennsylvania in Candidacy for the Degree of Doctor of Philosophy, AAT 3381630.
- KELLNER D. (2003), "Globalization, Technopolitics and Revolution", In : FORAN J. (ed.), *The Future of Revolutions. Rethinking Radical Change in the Age of Globalization*, London, Zed Books.
- LAJA S. (2011), "Government Reveals Cost of E-Petitions Website", www.guardian.co.uk, 30 octobre, (dernière consultation 6/04/2012).
- LATHROP D. et RUMA L. (2010), « Preface », In : LATHROP D. et RUMA L. (eds), *Open Government*, Sebastopol, CA, O'Reilly Media, Inc.
- LÉCHENET A. (2011), « L'open-data ouvre son portail officiel en France », *Le Monde*, 5 décembre, http://www.lemonde.fr/politique/article/2011/12/05/l-open-data-ouvre-son-portail-officiel-en-france_1613302_823448.html, (dernière consultation 20/05/2012).
- LOUW E. (2005), *The Media and Political Process*, London, Sage.
- MAZZOLENI G. et SFARDINI A. (2009), *Politica Pop. Da 'Porta a Porta' a 'L'Isola dei Famosi'*, Bologna, Il Mulino.
- MOLONEY K. (2000), *Rethinking Public Relations: The Spin and the Substance*, New York, Routledge.
- MORCHOISNE J.-C. et GUERRA L. (2012), *Tous au piquet*, Paris, RTL.
- NINO C. S. (1997), *La constitución de la democracia deliberativa*, Barcelona, Gedisa.
- ORBE M. (2011), "Teleprompter as Crutch", In : ORBE, M. (ed.), *Communication Realities in a 'Post-Racial' Society. What the U.S. Public Really Thinks About Barack Obama*, Lanham (Maryland), Lexington Books.
- PITCHER G. (2003), *The Death of Spin*, Chichester, Wiley.
- RAMOS-VIELBA I. et CAMPOS E. (eds.) (2012), *Citizenship in 3D: Digital Deliberative Democracy. An Exploratory Analysis*, Madrid, Fundación Ideas / Fondation Européenne D'Etudes Progressistes.
- ROBINSON J. (2010), "E-petitions Website Shelved. The Infamous Side Launched by the Previous Government Is under Review, According to Whitehall", *The Guardian*, www.guardian.co.uk, 22 novembre, (dernière consultation 6/04/2012).

- RODOTÀ S. (ed.) (2000), *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*, Buenos Aires, Losada.
- RODOTÀ S. (1996), “La soberanía en el tiempo de la tecnopolítica”, In : BERGALLI R. et RESTA E. (eds.), *Soberanía: un principio que se derrumba: aspectos metodológicos y jurídico-políticos*, Barcelona, Paidós.
- ROUSSEAU M., JPS et FREVIN (2007), *Tout sur SeGo*, Paris, MC Productions.
- SAMPEDRO V. (ed.) (2005), *13-M. Multitudes OnLine*, Madrid, Los Libros de la Catarata.
- SAMPEDRO V. (ed.) (2011), *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las elecciones generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*, Madrid, Complutense.
- SIMMENDINGER A. (2012), “Obama’s Teleprompter: An Optional Accessory on the Road”, *Real Clear Politics*, 15 août.
- SOTO I. (2011), “La Administración Pública abre sus datos”, #OGov, 27 octobre, <http://www.ogov.eu/la-administracion-publica-abre-sus-datos>, (dernière consultation 20/05/2012).
- SWANSON D. (1995), “El campo de la comunicación política. La democracia centrada en los medios”, In : MUÑOZ ALONSO A. et ROSPIR J. I. (eds.), *Comunicación política*, Madrid: Universitas, pp. 3-24.
- TAUBERER J. (2012), *Open Government Data. The Book*, Lulu, <http://opengovdata.io>, (dernière consultation 29/08/2012).
- TEMPEST M. (2007), “MP to Assess E-petitions in Wake of Road Pricing Fiasco”, *The Guardian*, www.guardian.co.uk, 8 mars, (dernière consultation 6/04/2012).
- VACCARI C. (2010), “Technology Is a Commodity: The Internet in the 2008 United States Presidential Election”, *Journal of Information Technology & Politics*, pp. 318 - 339.
- VERCELLI A. (2010), “Datos, informaciones, obras y gobiernos abiertos a los ciudadanos”, In : CALDERÓN C. et LORENZO S. (eds.), *Open Government/Gobierno Abierto*, Alcalá la Real (Jaen), Algon Editores, pp. 251-265
- WINTOUR P. (2011), “Government’s E-Petition Website Crashes on First Day”, www.guardian.co.uk, 4 août, (dernière consultation 6/04/2012).

