¿ Interrogations ?
revue pluridisciplinaire de sciences humaines et sociales

**Theviot Anaïs**

# Au cœur de la web campagne présidentielle française. Contraintes et modalités d'objectivation de l'observation participante "engageante"

## Pour citer l'article

Theviot Anaïs, « Au cœur de la web campagne présidentielle française. Contraintes et modalités d'objectivation de l'observation participante "engageante" », dans *revue ¿ Interrogations ?*, N°19. Implication et réflexivité – II. Tenir une double posture, décembre 2014 [en ligne], http://www.revue-interrogations.org/Au-coeur-de-la-web-campagne (Consulté le 8 novembre 2026).

ISSN 1778-3747

Tous les textes et documents disponibles sur ce site sont, sauf mention contraire, protégés par la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 France.

## Résumé

Politiste, stagiaire, militant – le chercheur doit souvent jouer avec de multiples facettes identitaires lors d'enquêtes en immersion. Cet article opère un retour réflexif sur l'usage de l'observation participante 'engageante' à partir d'une recherche consacrée à la campagne présidentielle française de 2012, au sein de la Direction du web du siège du Parti Socialiste. Une constante est apparue : la négociation permanente, de l'entrée du terrain au rendu académique, entre statut de stagiaire et position de chercheur, ou autrement dit entre le « *régime de proche* » (Thévenot) établi au long cours et les exigences d'objectivation du travail scientifique. L'article montre que l'observation participante "engageante" impose des contraintes, tant dans le travail quotidien d'observation que dans celui d'utilisation des données. Celles-ci rendent difficile, mais non impossible, l'objectivation. Différentes solutions ont été adoptées pour répondre à ces contraintes.

**Mots clés :** Observation participante, élection présidentielle, Internet, Parti Socialiste, méthodologie

## Abstract

*At the heart of the web-campaign during the French presidential election. Reflecting on an "engaging" participant observation.*

Political analyst, trainee, activist - the researcher often has to play with multiple identities during field investigation. This article reflects on my experience of participant observation during the 2012 French presidential election campaign, within the Socialist Party's Department dedicated to the Web. A constant appeared : the negotiation between my status as a trainee and my position as a researcher, i.e. between the "close relationship regime" (Thévenot) established in the long run and the objectivity requirements for scientific work. This article shows that "engaging" participant observation entails constraints, both for the daily observation and for using data. These constraints complicate, but do not prevent, working towards scientific objectivity. Various solutions have been explored.

**Keywords :** Participant observation, presidential election, Internet, political party, methodology.

## Introduction

L'élection présidentielle, « *élection centrale dans le fonctionnement du système politique* » (Grunberg, Haegel, 2007 : 7), est observée par de nombreux politistes. En 2012, la place accrue occupée par le web dans la campagne électorale s'est vue questionnée par des chercheurs de disciplines différentes. Ces derniers s'appuient, dans leur majorité, sur l'observation des dispositifs numériques. Rares sont les travaux qui proposent de dépasser l'interface, d'aller au-delà des « *traces numériques* » (Barats, 2013) pour analyser les stratégies partisanes en ligne. Les origines disciplinaires des chercheurs et la "nouveauté" de ce terrain numérique peuvent expliquer cet intérêt porté à la plateforme. Pourtant se centrer sur l'outil, c'est risquer de mal-interpréter ses usages, en ne les reliant pas à leurs dimensions sociales et politiques. Recourir aux méthodes "hors ligne" permet de saisir les intentions qui ont été tissées dans le dispositif [1], c'est-à-dire le cadre imposé par les partis politiques dans les discussions en ligne. Ainsi, les entretiens avec des stratèges web peuvent être une première approche pour dépasser l'interface et l'enrichir des discours de ceux qui la construisent, la gèrent et l'utilisent. Toutefois, ces enquêtés ont l'habitude d'être en représentation et de fournir un récit construit et pensé en amont. Ces entretiens doivent donc être considérés, non comme une "vérité", mais bien plutôt comme un affichage, une construction stratégique, intériorisée et/ou conscientisée. Lucie Bargel souligne d'ailleurs qu'une approche ethnographique est nécessaire « *dès lors que l'on souhait*[e] *étudier les pratiques d'acteurs partisans : les enquêtés ont en effet la spécificité de produire un discours politique général, tant sur le monde qui les entoure que sur leurs propres activités* » (Bargel, 2008 : 55). Il s'agit donc de dépasser ces discours "tous faits" pour pénétrer dans le monde du non-dit, des « *pratiques non officielles* » (Schwartz, 1993 : 126) en intégrant de l'intérieur les partis politiques.

Observation participante, participation observante, observation participative (Soulé, 2007), intervention sociologique (Touraine, 1978), etc. Les termes sont nombreux pour nommer une expérience d'enquête en immersion et renvoient à des formes d'observation différentes. La spécificité de mon implication se trouve non pas dans la longue durée de l'immersion, mais dans son intensité (en période de campagne électorale) et sa

forme quasi-professionnelle – ce qui, dans cet espace social signifie “engageante”. En effet, le contexte particulier de la campagne électorale réclame un investissement intense. Ma présence était permanente [2] rue de Solférino à la Direction du web du PS [3] du 15 mars au 21 mai – la campagne officielle pour l’élection présidentielle française débutant à partir du 20 mars 2012. Mon approche se distingue fortement de l’« *intervention sociologique* » préconisée par Alain Touraine, *« visant à faire bénéficier certaines mobilisations choisies de la contribution de sociologues à la compréhension et donc à l’optimisation de l’action »* (Broqua, 2009). Ma méthode d’enquête correspond davantage aux critères de la participation observante développés par Pfadenhauer au sens où le chercheur fréquente le terrain examiné aussi intensément que possible (Pfadenhauer, 2005). Celle-ci mérite d’être assortie de qualificatifs afin de marquer ses spécificités : à la fois “ouverte” et “engageante”. D’une part, mon observation participante peut être qualifiée d’ouverte : elle n’est pas clandestine ni couverte puisque ma démarche se veut transparente, connue de tous les membres du service web. D’autre part, la période pendant laquelle j’ai effectué mon observation participante et l’implication demandée par le directeur du web du PS m’amènent à qualifier mon observation participante d’engageante et non d’engagée au sens où l’engagement dans la campagne m’est imposé. Quels sont alors les effets de cette forme d’observation participante “engageante” sur le travail d’objectivation des données ? Cette forme d’immersion ethnographique complique le travail d’objectivation des données. Le chercheur doit donc recourir à un travail d’objectivation spécifique et pragmatique pour pouvoir respecter les contraintes émanant de son engagement sur le terrain avec celles inhérentes à tout travail de recherche.

J’expliquerai tout d’abord comment l’engagement militant s’est imposé dans mon travail de recherche et ses effets sur les modalités d’observation. Ensuite, je présenterai les solutions utilisées pour me distancier de cet engagement et objectiver les données recueillies : la tenue d’un carnet de terrain, la distance temporelle entre l’immersion et le travail d’écriture, la réalisation d’entretiens *a posteriori* avec les membres de l’équipe de campagne côtoyés pendant mon observation participante.

**Encadré 1 – Pénétrer dans le monde du non-dit**

Ma recherche doctorale présente un double questionnement, à la fois au niveau de l’organisation des partis politiques et d’une campagne électorale (par le haut), mais aussi dans une approche plus sociétale des partis, au niveau des adhérents (par le bas). Cette enquête se donne pour objectif de rendre compte de la manière dont les formations politiques et leurs membres incorporent le numérique en développant de nouveaux dispositifs. Notre propos tente de répondre à la question centrale suivante : la numérisation progressive des partis politiques induit-elle des modifications au sein de l’organisation partisane et des stratégies de campagne, ainsi que de “nouvelles” formes de militantisme ? L’accent est mis sur la construction et la promotion d’une croyance numérique visant à « *moderniser* » le parti, ainsi que sur les luttes internes qui sous-tendent les évolutions observées.

L’observation participante au sein de l’équipe numérique du PS (Parti Socialiste, dont le candidat était François Hollande) permet d’analyser, de l’intérieur les enjeux de pouvoirs et logiques organisationnelles afin de dessiner les “carrières” de leurs membres. Ma recherche s’inscrit dans une démarche comparative afin d’identifier l’influence des cultures partisanes de l’UMP (Union de la Majorité Présidentielle, dont le candidat était Nicolas Sarkozy) et du PS, induisant des ajustements différenciés aux logiques de professionnalisation et à l’introduction d’une gestion des équipes de campagne à tendance managériale. Mes résultats rapprochent les partis étudiés du modèle du parti électoral professionnel, mais remettent en cause un des principes communs à l’ensemble des grilles d’analyse sur la mutation des partis politiques : l’effacement des cultures politiques allant dans le sens d’une désidéologisation partisane. La prégnance des cultures partisanes internes distinctes ajuste et module les dynamiques de recrutement, de management et de reconversions des équipes de campagne.

L’idée d’avoir recours à l’observation participante m’est venue lors d’une attente imprévue pour un entretien semi-directif au bureau national des Jeunes Populaires. Les jeunes engagés présents alors ne savaient pas que j’étais ici pour rencontrer leur Président dans le cadre de travaux de recherche. Ils n’ont donc pas fait attention à leurs propos, pensant certainement que j’étais aussi une jeune militante. J’ai alors pu observer les conversations de deux Jeunes Populaires sur la création de faux comptes Twitter. L’un conseillant au nouvel arrivé de se créer un compte sous un faux nom et de ne pas mentionner son engagement afin de ne pas être « *fiché* » par les médias et compromettre son parti. L’objectif était alors de pouvoir dire ce qu’il souhaitait sur son compte en laissant croire qu’il n’était pas engagé politiquement afin que son avis paraisse plus personnel et non l’expression d’une appartenance à un courant. Autrement dit, par l’observation, le chercheur peut avoir accès à des pratiques non officielles et non revendiquées lors de l’enquête par entretiens.

Une fois négociées les modalités de mon immersion, j’ai pu intégrer l’équipe web de Solferino au sein du « *pôle contenu* » [4] du fait de mes « *facilités rédactionnelles* » [5]. Mon travail était multiforme : rédaction d’articles pour le site du PS, gestion du direct pendant les meetings sur *Coveritlive* [6]*, interviews d’hommes politiques, actrice dans des vidéos « *lol* »* du PS, veille sur le web, twitter sur le compte du PS (Theviot,

2012), etc.

[7]

## L'immersion sur le terrain : un engagement militant imposé

Une des particularités de mon terrain est qu'il s'est déroulé en période de campagne électorale. J'ai en effet effectué un stage au printemps 2012 à la Direction du web du Parti Socialiste (PS) à Solferino afin d'observer (de 'pister') les pratiques des acteurs stratégiques du numérique. Cette observation participante a duré trois mois, le temps de la campagne présidentielle française officielle. Les équipes de campagne semblent des « *bastions imprenables* » (Arborio, Fournier, 2002 : 19) et de manière générale, l'étude des partis politiques serait jonchée « *d'une panoplie de contraintes, de sanctions, d'interdictions que l'on ne trouve pas sur d'autres terrains, mises en œuvre en vue d'orienter, de tronquer ou de bloquer le cours de l'enquête* » (Cefaï, Amiraux, 2002). Certains travaux viennent nuancer ces propos en considérant que « *la réputation de clôture et de contrôle apparaît largement exagérée* » (Bachelot et *al.*, 2010 : 31). Si globalement, enquêter sur les partis politiques – tout du moins dans le contexte français – semble un terrain plus ouvert que dans le passé (Agrikoliansky et *al.*, 2011), la période de campagne constitue une période temporelle pendant laquelle les instances partisanes font particulièrement attention ; d'autant plus qu'elles sont forcément sous les feux des projecteurs, que ce soit au niveau médiatique, académique ou au niveau de la société civile elle-même. Cette période particulière laisse croire qu'il aurait été difficile d'effectuer une immersion au sein de la Direction du web du PS. Or, mon parcours d'enquête montre que, sous certaines conditions, il est possible de pénétrer dans ce monde considéré *a priori* comme fermé.

### Un accès étonnamment aisé à l'observation participante en période de campagne au PS

De nombreux travaux se sont intéressés aux interfaces numériques en période de campagne politique en France. L'analyse de contenu, souvent complétée par des entretiens est la méthode que l'on rencontre le plus souvent dans les travaux sur l'usage du web en politique (voir notamment Bastien, Greffet, 2009 ; Small, 2008). Mais peu observent de l'intérieur les personnes en charge de la gestion de ces outils numériques partisans, en dépit de l'intérêt de compléter l'analyse de contenu par « *une observation participante impliquant le chercheur, ce qui lui permet d'élaborer un cadre d'analyse fécond en lien avec la culture et le contexte des groupes étudiés* » (Henri, Charlier, Peraya, 2005 : 5).

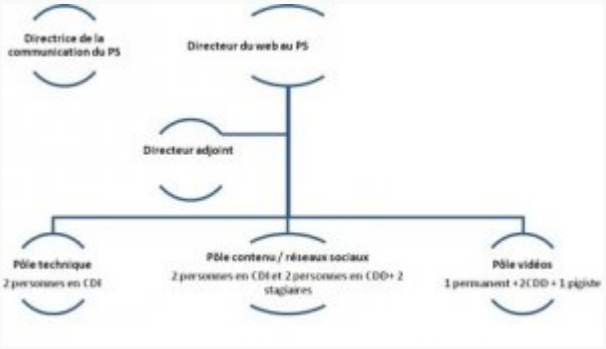
Le faible recours à l'observation participante dans les enquêtes sur l'usage du web au sein des partis politiques pourrait laisser penser qu'en période de campagne les partis sont effectivement des bastions imprenables pour le chercheur. En effet, la période de campagne est un temps où la méfiance est de rigueur en interne [8]. Pourtant, je n'ai pas rencontré de difficultés majeures pour négocier mon immersion à la Direction du web du PS. Cette facilité d'accès à l'observation participante ne peut être généralisée à l'ensemble des partis politiques. Il est vrai que le PS a l'habitude de voir des chercheurs s'intéresser à son fonctionnement et accueille ces recherches, généralement, avec bienveillance (Bargel, 2008). Par ailleurs, bien que non encartée, je m'étais déjà socialisée, dans le cadre de ma thèse, en participant à quelques rendez-vous ritualisés du PS (Université d'été, congrès) et avais effectué quelques entretiens, notamment au sein de la Direction du web à Solferino. « *Partager des moments symboliquement importants de la vie du parti (universités d'été, journées parlementaires, congrès) peut servir d'accélérateur dans la carrière au sein des groupes dirigeants.* [...] *Le fait d'y être présent permet d'accéder à une forme d'entre-soi dont les barrières ne peuvent se refermer si facilement de retour dans des configurations plus ordinaires* » (Bachelot, 2011). Cela m'a en effet permis de me faire connaitre de l'entre-soi des équipes numériques socialistes. Le fait d'être une femme et de s'intéresser à une équipe partisane particulièrement peu féminisée a certainement amplifié la 'curiosité' de mes enquêtés.

**Encadré 2 - Un entre-soi numérique : jeunes, masculins, diplômés (et cooptés !)**
Quand il passe le seuil de la porte des locaux des équipes web, au PS et à l'UMP, l'observateur ne peut être que frappé par le peu de femmes présentes. En parcourant les autres services de campagne, on constate que ce déséquilibre n'est pas propre au numérique – les femmes ne sont jamais majoritaires. Concernant le métier politique, Catherine Achin a souligné que la prise en compte du genre dans le fonctionnement de la représentation parlementaire permet de mieux comprendre le rôle attaché au mandat de député, longtemps façonné exclusivement par des hommes (Achin, 2005). De même, lorsqu'on se représente un « *geek* »*, on imagine un homme, jeune, blanc, peu sociable et en permanence derrière son écran. Cumuler le profil type du politique et du « *geek* » ne peut aller que dans le sens de la masculinité, si bien que cela est intégré comme une norme. À l'UMP et au PS, lorsque je questionne les membres des équipes de campagne sur les raisons du faible nombre de femmes intégrées en leurs seins, les acteurs rencontrés sont étonnés et constatent avec ma question qu'effectivement le genre féminin est peu représenté, comme s'ils ne s'en étaient jamais rendus compte avant, par eux-mêmes.
Que ce soit au PS ou à l'UMP, les membres des équipes web partagent un profil commun : des hommes jeunes. L'une des spécificités du numérique est de donner à des jeunes des responsabilités de premier ordre. Dans les autres services de campagne, les jeunes sont nombreux, mais cantonnés à des activités de "petites mains" alors qu'au web, ils occupent des postes de leaders. Cette cellule semble donc constituer une "fenêtre d'opportunité" pour un accès rapide à des responsabilités politiques.
Si l'on creuse leur profil sociodémographique, un autre élément vient compléter cet univers commun : la formation. Afin de souligner l'univocité des carrières des élites politico-administratives et économiques en France, certains auteurs évoquent la « *tyrannie du diplôme initial* » (Bauer, Bertin-Mourot, 1995). Il est en effet pertinent de s'intéresser aux diplômes obtenus par les membres des équipes web de campagne : d'un côté les formations de Grandes Écoles liées au domaine politique (du type Sciences po) ou des Masters de communication et de l'autre, des formations plus hétéroclites liées au domaine du numérique, voire sans rapport avec les missions confiées au sein de l'équipe de campagne en raison d'un recrutement à la faveur d'un ancrage militant. Les responsables de ces équipes, ainsi que ceux qui dirigent les pôles entrent tous dans la première catégorie, c'est-à-dire des formations en science politique (Grandes Ecoles).
Le recrutement par cooptation explique en partie cette uniformité sociodémographique des membres des équipes de campagne numérique, que ce soit à l'UMP ou au PS, car cela amène à recruter des amis partageant les mêmes croyances et les mêmes caractéristiques sociodémographiques : « […] *les ami(e)s ont tendance à choisir des ami(e)s qui leur ressemblent, en termes à la fois de valeurs et de croyances, mais aussi de caractéristiques socio-démographiques. Ils ou elles agissent ainsi probablement pour minimiser l'inconfort que génère la différence et pour éviter de menacer le réseau d'ami(e)s existant. Il en résulte alors une moindre diversité que celle que les membres auraient souhaitée.* » (Polletta, 2002 : 154).

Je bénéficiais également de l'appui d'une amie [9] - connue lors de mes études à l'Institut d'études politiques de Bordeaux - travaillant dans les services de Solferino. Ces éléments m'ont permis de solliciter le directeur du web du PS afin d'effectuer un stage dans son service, au moment de la campagne électorale [10]. Suite à plusieurs relances, j'ai pu obtenir l'accord de principe du directeur du web du PS. Cette facilité d'accès à un univers censé être clos est révélatrice de transformations actuelles des instances partisanes au niveau national. La professionnalisation des équipes et l'introduction de techniques managériales dans l'organisation interne sont des tendances lourdes que l'on retrouve dans les travaux sur les mutations des partis politiques. Ces tendances ont participé à la diversification du profil des permanents à Solferino, en recrutant des personnels plus distanciés par rapport au parti et possédant des compétences plus techniques (Aldrin, 2007 ; Duriez, Sawicki, 2003). L'introduction de savoir-faire techniques dans les missions demandées aux permanents a eu tendance, pendant un temps, à externaliser certaines parties du travail politique (communication, marketing électoral, études d'opinion, etc.). La création d'un service web à Solferino a matérialisé une volonté de retour à l'internalisation de pratiques techniques, confiées auparavant à des professionnels de la communication en externe. Cette volonté de travailler en interne s'est accompagnée d'une ouverture effective du siège du parti à des profils plus techniques et non-encartés, même si proches idéologiquement ("de gauche") : *« Moi j'ai quand même besoin qu'il y ait une sensibilité, un partage de valeurs, d'orientation politique. Le truc que je demandais en général c'est 'Si vous aviez vu la même annonce pour un autre parti politique, y auriez-vous répondu ? Et si oui, pour quel parti politique ?' De Front de Gauche à Europe Écologie, ça ne me posait pas de problème »* [11]. À la Direction du web de Solferino, la primauté n'est pas donnée à l'investissement militant, mais plutôt à la compétence technique. *« Dans ce contexte particulier, la désinstitutionalisation relative a ouvert des brèches dans des espaces qui auraient sans doute été moins faciles d'accès au temps de l'institution forte »* (Bachelot, 2011). Ainsi, le chercheur non-encarté peut s'insérer dans le service web de Solferino sans que son manque d'affiliation partisane pose problème, puisque dans le recrutement même du personnel, cet élément n'est plus

déterminant.

**Encadré 3 – Organisation et organigramme de l'équipe web du PS à Solferino**
La Direction du web est organisée selon trois pôles : le pôle technique / graphisme (deux personnes en CDI), le pôle contenu (deux personnes en CDI, deux personnes en CDD embauchées un an en amont de la campagne et deux stagiaires), le pôle vidéo (une personne en CDI et deux personnes en CDD embauchées pour le temps de la campagne et un pigiste).




La période de campagne engendre un rythme plus soutenu et de nombreux déplacements pour suivre notamment les meetings, demandant une réorganisation en interne afin d'améliorer l'efficacité de l'équipe. Chaque matin, à 9h, le directeur du web fait un point à l'oral sur les objectifs de la journée et les missions attribuées à chacun.

### Jongler avec les contraintes de l'observation participante : l'engagement militant face à la nécessaire distanciation du chercheur

Les chercheurs optant pour l'immersion au sein d'un terrain militant sont confrontés à la négociation d'une "juste" mesure entre militantisme et distanciation (Lefebvre, 2010). Dans mon cas, les conditions de mon immersion m'ont été, dans un premier temps, imposées. En effet, suite à un entretien avec le directeur du web afin de valider ma convention de stage, celui-ci a explicité les modalités dans lesquelles il acceptait de m'insérer dans son équipe. Pour le directeur du web, il n'était pas question de m'intégrer dans le cadre d'une simple observation et sans une réelle participation aux activités de campagne sur Internet. Il n'envisageait pas qu'une personne puisse observer son équipe en période de campagne, sans prendre part au collectif. Il m'a demandé de m'engager auprès de l'équipe de François Hollande, de militer sur le web pour la victoire d'un parti politique. Prendre part à ces activités de campagne questionne mon positionnement de chercheuse. La recherche impliquée (Cefaï, 2010) a tendance à paraitre moins "sérieuse"- car plus influençable - qu'une recherche distanciée, entendue ici comme non engageante. La validité des analyses est alors mise en doute puisque l'auteur en est partie prenante. Pourtant, la neutralité du chercheur est aujourd'hui un élément dépassé. L'objectif en tant que chercheuse est la réflexivité et non une neutralité impossible. Toutefois, trouver la juste distance s'avère compliqué, le chercheur étant tiraillé entre s'impliquer davantage sur son terrain et la peur de s'y voir "absorbé", si bien qu'*a posteriori*, le chercheur peut regretter ses choix.

La démarche d'émancipation conseillée par Hughes (1996) a guidé ma réflexion : j'ai pris part aux actions militantes en ligne lorsque cela m'était demandé lors de mon stage et, dans le même temps, je conservais mon statut d'observatrice par la tenue quotidienne de mon carnet de terrain, mais aussi à travers des discussions avec des proches hors du contexte électoral afin d'entretenir un rapport distancié avec mon objet de recherche [12]. Il faut noter que le statut de stagiaire est le dernier échelon dans la hiérarchie du service web de Solferino, je devais donc me conformer aux règles et répondre aux demandes de mes supérieurs. Leurs injonctions quotidiennes laissaient peu de place à mon travail de recherche. À mon sens, c'est davantage après l'immersion que le travail de mise à distance a réellement pu se concrétiser, notamment par la relecture de mon carnet de terrain. Je n'en faisais pas une relecture passive : l'objectif était de repérer les passages où le travail de mise à distance n'était pas opérant et de les annoter de commentaires.

Pour toutes les méthodes d'enquêtes, l'enquêteur ne maîtrise jamais complètement la représentation de soi et encore moins la perception qu'en ont les autres. Cette difficulté est exacerbée dans le cas d'une observation participante, mais peut s'avérer stratégique. Selon les circonstances, la nature des interactions, la position des acteurs rencontrés et ce qu'on souhaite en retirer, il est possible de jouer, bricoler avec notre double position en faisant valoir l'une ou l'autre. Le risque est d'être perçu comme un usurpateur d'identité ou un dissimulateur

qui cherche à tromper les autres dans ses interactions. Les acteurs rencontrés lors de mon stage ne m'ont pas fait ce reproche car j'ai toujours opté pour l'honnêteté. Je répondais aux questions que certains pouvaient me poser sur mes recherches, sans pour autant en dévoiler les enjeux. Au sein du service web, j'ai choisi de mentionner mon travail de thèse puisque le directeur en était lui-même informé, mais ce positionnement n'a pas été mis en avant lors de mes interactions avec d'autres permanents ou responsables de campagne, extérieurs à ce service. Ainsi, mon observation peut être qualifiée de "à découvert" au sein du service web, mais s'avère plus "clandestine" hors de ce cadre. Mon statut de chercheuse, connu de quelques-uns, pouvait potentiellement l'être de tous. Je ne savais pas toujours si mon interlocuteur avait été informé de mon double statut ce qui pouvait parfois me mettre moi-même mal à l'aise. Au sein de l'équipe web, une certaine connivence générationnelle a permis de dépasser les méfiances possibles autour de mon statut de chercheur. En fait, je possède la plupart des caractéristiques identifiées du profil sociodémographique de l'entre-soi de la web politique (cf. encadrés 2 et 3) ce qui m'a permis de passer inaperçue. Un chercheur senior aurait certainement rencontré davantage de difficultés à se fondre dans ce terrain, caractérisé par la jeunesse des enquêtés.

Les difficultés à se détacher du terrain, lors de mon observation participante "engageante", se retrouvent lors du passage à l'écriture. Ce dernier révèle cette tension entre l'engagement auprès des acteurs qui ont accepté de m'intégrer à leur équipe et l'exigence d'objectivation du travail scientifique. La partie suivante explore des pistes dans le travail d'objectivation des données, nécessaire au rendu académique.

## De l'immersion au rendu académique : l'objectivation des données

Le passage de l'observation participante aux écrits académiques interroge le positionnement du chercheur et sa vision impliquée du terrain. Comment se détacher de la posture d'observatrice participante engagée pour objectiver les données recueillies dans le cadre de la recherche ?

### Usage des données recueillies lors de l'immersion et anonymat

J'ai pu récolter et archiver tout au long de mon stage des données non publiques, telles que les contenus présents dans le *back-office** du site internet du PS. Ces données sont particulièrement intéressantes pour comprendre l'architecture du site internet, mais aussi les pratiques de modération* [13]. Toutefois, elles ne sont pas publiques et relèvent des stratégies internes du parti. La question de leur usage dans le cadre de ma recherche avait été déjà évoquée avec le directeur du web du PS lors de l'entretien effectué avant la validation de mon stage. Ce dernier avait posé comme condition la non-publication d'éléments récoltés lors de mon observation participante pendant toute la durée de la campagne pour l'élection présidentielle.

Au-delà de ces éléments, j'ai également archivé mes conversations avec les membres de l'équipe web dans le cadre de mon travail de stagiaire. En effet, toutes les discussions entre collègues se réalisent par *chat** via *gmail**. Toutes les consignes et les remarques que mes collègues ont pu m'adresser ont été sauvegardées sur la plateforme de messagerie *gmail,* ce qui a d'ailleurs facilité la tenue de mon carnet de terrain [14]. L'encadré ci-dessous illustre cette pratique : un membre de l'équipe web du PS m'a demandé de twitter* sur le compte du parti pendant un meeting de F. Hollande alors que je n'avais encore jamais utilisé ce dispositif. Cet extrait de conversation par *chat* souligne aussi la difficulté à s'intégrer dans cette équipe lorsque l'on ne dispose pas de compétences numériques comme cela était mon cas. La compréhension du vocabulaire spécifique employé, dont on retrouve des traces dans le lexique situé en annexe, m'a demandé quelques semaines.

**Encadré 4 - Chat à la Direction du web de Solférino (29 mars 2012) [15]**
*WEB : tu vas prendre le live tweet* de fh ; moi je vais me mettre dans le storify* ; ok ?*
12:21 moi : si tu veux, mais je ne suis pas une grande tweeteuse* ;-)
WEB : facile
. @fhollande '...blablabla' lien du papier = #hollande2012
moi : en gros, je prends des extraits de son discours ?
WEB : ouais et tu rt* des trucs coolos ; genre son compte ou des JS [Jeunes Socialistes] présents
12:25 moi : je tweet sur le compte du PS ?
12:26 WEB oui
12:52 WEB : hop c'est parti
12:58 WEB n'oublie de prendre des quotes* et de linker* vers le papier [sic]
13:00 pas que des RT tu prends les punchlines* de FH
13:01 'c'est au premier tour qu'il revient de donner la force nécessaire au candidat qui va représenter le changement« tu vois easy
13:03 le lien du papier c'est coolos aussi
13:07 il faut name dropper* fh @fhollande d'abord
moi : ok
WEB met tu mets un point avant et lien du papier pour faire des vues dessus
*WEB : rappel http://www.parti-socialiste.fr/arti...*

Si je m'autorise à inclure, dans cet article, cette discussion, c'est que je considère que ce document ne porte pas préjudice aux enquêtés et qu'il est riche pour ma recherche. En effet confier le compte Twitter du PS (s'adressant pourtant directement à 35 000 personnes) à une novice stagiaire sans formation en amont, fait sens sur la perception que la Direction du web a de cet outil. Le web semble avoir été pensé de façon marginale dans le plan global de communication pour la campagne présidentielle de 2012, que ce soit au PS ou à l'UMP. Les piliers de la campagne de F. Hollande ne sont pas férus des technologies de l'information et de la communication (TIC) et les utilisent presque par obligation, pour ne pas paraitre à la traine, moins innovants que leur adversaire. Le rédacteur en chef du site *françoishollande.fr* considère que le web a été mal intégré dans la campagne de F. Hollande, assimilé à une zone de jeux avec ses gadgets : *« La campagne web, la meilleure définition que l'on puisse en donner, c'était la chambre des enfants de la campagne de François Hollande.* [...] *C'est-à-dire que l'on était là tous les jours. On jouait avec nos trucs, on buvait parfois du coca, on mangeait des chips, un peu d'alcool le soir, de la bière... Et les grands, les parents, venaient de temps en temps, nous dire bonjour... Manuel Valls, Le Foll, François Hollande est venu aussi... C'est la chambre des enfants... Et c'est significatif. C'est à dire que ce n'est pas comprendre qu'Internet n'est pas qu'un outil, c'est l'expression d'une culture différente. Une organisation du pouvoir différente. Et c'est pas du tout perçu comme ça. Donc les énarques qui sont des nobles de notre république ne sont pas du tout près à ce genre d'exercice parce qu'ils ne souhaitent pas du tout partager ce qui fait le privilège d'une aristocratie » [16].*

Par ailleurs, la découverte du mode d'interaction des membres de la Direction du web par *chat* est typique des informations auxquelles on peut avoir accès uniquement par l'observation participante. En effet, pour l'équipe web de Solférino, ce mode de fonctionnement est tellement entré dans la norme et fait tellement partie intégrante de son quotidien qu'il est difficile d'en faire mention lors d'un entretien. J'ai d'ailleurs réalisé des entretiens avec des membres du service web du PS. Je les ai interrogés sur leur travail quotidien, mais aucun n'a pensé à me relater ces discussions par *chat*.

Concernant l'anonymat de mes enquêtés-collègues, je leur ai demandé si je pouvais citer leur nom dans mes recherches. Ils m'ont fait confiance et personne n'a réclamé d'être désigné par un pseudonyme. Même si le consentement constitue dans ce cadre une donnée importante, il ne me semble pas suffisant car les enquêtés n'ont souvent pas conscience de la façon dont vont être analysés leurs propos. Comme il n'est pas nécessaire pour la bonne compréhension de mes travaux d'indiquer systématiquement leur identité, j'ai choisi de ne pas mentionner leurs noms, mais d'indiquer uniquement leur fonction ou, pour des soucis d'écriture, de les désigner par un pseudonyme.

### Divulguer sans "trahir" les enquêtés

Fréquenter de façon intense et quotidienne les acteurs, être considérée comme une collègue, amène à établir au fil des semaines des relations de proximité qui rappelle le *« régime du proche »* énoncé par Laurent Thévenot (2006). Ce régime marqué par la familiarité pose des dilemmes au chercheur lorsqu'il s'agit d'objectiver son terrain. Les relations de confiance, qui se sont nouées, se voient trahies par le passage à

l'écriture où ce qui restait à l'intérieur du bureau se voit divulgué au monde extérieur. Comment passer de la posture d'observatrice participante engagée à celle de chercheuse qui objective des données confidentielles ?

Pour faciliter une prise de recul suite à mon immersion, la sortie de terrain a été nette. La date de la fin de mon contrat de stagiaire a interrompu mon immersion. Les contacts amicaux établis avec les membres des équipes numériques se sont rapidement estompés car la cellule web a connu un fort *turn over* à l'issue de l'élection. Je me suis engagée dans l'analyse des données empiriques tandis que mes collègues, pour leur part, ont pris des postes dans des ministères ou au sein du secteur privé.

Par ailleurs, j'ai réalisé des entretiens avec des personnes qui m'ont fait des confidences "en *off*" afin de valider la prise en compte des données dans mes recherches. Cette méthode a été efficace sur quelques enjeux mineurs tels que la rupture entre l'équipe web de Solferino et l'équipe de campagne numérique de F. Hollande. Le fait que ce soit l'enquêté qui le mette en mots m'a donné l'autorisation de mentionner ce qui relevait du "off". Je pouvais, sans avoir le sentiment de trahir les enquêtés, dévoiler ce que les acteurs (avec qui j'avais travaillé au quotidien pendant plusieurs mois) avaient cherché à dissimuler aux médias afin de préserver une image d'unité du parti en période de campagne.

Toutefois, cette stratégie de validation explicite a, la plupart du temps, échoué. En entretien, mes anciens collègues arrivaient à ne pas répondre franchement à la question – manière de me faire comprendre qu'ils ne souhaitaient pas en parler sous enregistrement – ou m'indiquaient que cela devait rester entre nous. Je n'ai pas trouvé de solution systématique, il me faut toujours réfléchir à la portée de mes écrits au niveau social. J'obéis à des principes de hiérarchisation entre l'intérêt d'évoquer ces éléments pour mes travaux et le préjudice porté aux acteurs [17]. Mes choix sont guidés par *« un des principes les plus usuels et les plus largement acceptés »* qui consiste à *« ne pas nuire aux personnes étudiées. D'où les diverses précautions pour éviter d'intimider, de provoquer, de séduire, de piéger ; d'où l'attention à garder pour soi ce qui est confié, à mettre à l'abri les documents compromettants, à respecter l'anonymat des lieux et des personnes au moment de publier »* (Bizeul, 2007). L'anonymat et le passage au niveau macro sont une aide pour se plier, d'une part, aux contraintes éthiques du milieu partisan, imposées par la convention de stage qui a autorisé l'observation participante, et d'autre part, aux exigences de la recherche (les ambitions d'objectivation). La double position stagiaire engagée/chercheuse se prolonge dans le passage à l'écriture.

La publication de cet article pose la question de la restitution aux acteurs. À l'échelle du terrain, on peut considérer que la restitution est une manière de prolonger l'enquête et l'interaction au fondement de la relation ethnographique. Deux approches divergentes se dégagent : garder le silence et restituer. Le directeur du web du PS m'a permis d'avoir accès à un milieu confidentiel en période de campagne et leur "rendre" en les tenant informés de mes travaux parait légitime. Il ne s'agit pas de leur demander une validation, mais bien plutôt de conserver des contacts sur le terrain et de s'inscrire dans une logique de "contre-don". Toutefois, la restitution n'est pas forcément facile, même si certains acteurs m'en font explicitement la demande. Pour le moment, j'ai la plupart du temps expliqué que ma recherche était en cours et qu'il était trop tôt pour présenter des résultats. Bien que l'envie soit présente de faire part de mes travaux à certains acteurs, le risque est de choquer ou de vexer ceux qui pourraient se reconnaitre (même si les propos sont anonymisés) et ont des difficultés à accepter la vision désenchantée que propose souvent un article de recherche. Toute restitution est une épreuve critique, d'autant plus quand les lecteurs sont les acteurs mobilisés dans la publication. Se poser la question de la restitution d'un travail de recherche, c'est présupposer que les acteurs ont un intérêt fort pour ce travail, qu'ils sont en demande d'un retour. La question posée par Carole Bachelot et *al.* (2010) amène à reconsidérer la vision nombriliste que le chercheur peut avoir en présupposant que son travail va intéresser le milieu partisan : « *Les partis s'intéressent-ils à nos enquêtes ?* ».

## Conclusion – "Faire avec" l'engagement, de l'entrée sur le terrain au rendu académique

Une constante est apparue au fil de ma démarche réflexive : la négociation permanente, de l'entrée du terrain au rendu académique, entre mon statut de stagiaire et ma position de chercheur, ou autrement dit entre mon implication dans la campagne et les exigences d'objectivation du travail scientifique. Cette recherche rend compte d'un jeu de va et vient constant.

Deux phases sont à distinguer pour relater les techniques utilisées d'objectivation des données : l'immersion et l'écriture. Sur le terrain, j'ai employé des techniques diverses et simultanées afin d'en optimiser les effets : la

tenue d'un carnet de terrain, la réalisation d'entretiens *a posteriori* avec les membres de l'équipe de campagne côtoyés pendant mon observation participante, etc. À la fin de cette immersion, j'ai choisi de laisser passer un temps long (un an) entre l'écriture académique et la période d'observation participante. Cette distance temporelle a permis de réduire la proximité affective et de m'extérioriser de ce terrain. La solution trouvée est de marquer une véritable rupture entre les deux phases identifiées : couper (progressivement) le contact avec les personnes rencontrées lors de mon immersion a ainsi facilité l'objectivation. Le travail réflexif, élaboré dans cet article, participe à ma prise de recul en questionnant ma subjectivité. Le couple engagement-distanciation cohabite avec succès lorsque le chercheur n'a pas peur de s'impliquer lors de la première phase (l'immersion) et arrive à se détacher du terrain lors de la seconde (l'écriture), grâce notamment à une rupture volontaire entre ces deux phases.

La distanciation du chercheur est une nécessité, en particulier lorsque le terrain nécessite un engagement personnel afin d'accéder aux données. Mais, étant donnés tous les avantages pour la recherche d'une observation participante, il serait bien dommageable de ne pas s'impliquer dans son terrain par peur d'y être absorbé et de devenir soi-même acteur. Sur le terrain de cette recherche, la proximité a ainsi été privilégiée à la distanciation, sachant que l'observation participante "engageante" n'implique pas de "prendre parti" par rapport son objet d'étude dans le cadre de sa recherche. L'implication du chercheur n'est alors pas incompatible avec une objectivation *a posteriori* des données récoltées lors de l'immersion mais demande une réflexivité permanente.

**Index des termes techniques employés**
*Back-office* : partie du site internet qui n'est pas visible aux internautes, mais seulement aux administrateurs pour notamment gérer la mise en ligne des contenus.
*Chat* : conversation sous forme écrite, en ligne, privilégiant l'instantané.
*Coveritlive* : outil numérique qui permet de recenser sur le web les tweets, images, commentaires des internautes afin de couvrir un évènement en direct.
*Forum :* espace de discussion en ligne.
*Geek* : terme d'argot américain qui désigne une personne extrêmement pointue dans un domaine précis, plus souvent dans le secteur du numérique.
*Gmail :* messagerie en ligne (boite mails).
*Linker* : ajouter des liens sur le texte afin d'améliorer le référencement d'un dispositif numérique.
*Lol* (*laughing out loud*) : acronyme employé en tant qu'interjection, très répandu sur Internet, symbolisant le rire ou l'amusement.
*Modération :* encadrement de la parole, par le refus intégral ou partiel de certains éléments du message.
*Name dropper* : citer des noms connus, notamment des noms de personnes, d'institution ou de marques commerciales pour améliorer le référencement en ligne.
*Punchline* : une phrase forte ou choc que l'on retient facilement.
*Quote* : citer. Dans le cas de cet article, il est utilisé pour m'indiquer de citer certains passages du discours de F. Hollande lors de son meeting, sur le compte du PS.
*RT* : action de partager le tweet de quelqu'un d'autre sur son propre compte Twitter (Retweeter).
*Storify* : plateforme web lancée en 2010 qui permet de relater un évènement, une 'histoire' en reprenant des éléments publiés sur les réseaux sociaux (tweets, vidéos de YouTube, etc.).
*Tweet* : message sur *Twitter.*
*Tweets-party* : lorsque les utilisateurs de *Twitter* (les *twittos*) se rassemblent hors ligne pour twitter ensemble dans un même lieu. (Synonymes : *live-tweets* ou les *riposte-parties).*
*Twitter* : service permettant aux utilisateurs d'échanger de courts messages (140 signes maximum), pour communiquer rapidement des informations à un réseau d''abonnés'.

## Références citées

Achin Catherine (2005), « Un métier d'hommes ? Les représentations du métier de député à l'épreuve de sa féminisation », *Revue française de science politique*, 55, 3, pp. 477-499.

Aldrin Philippe (2007), « 'Si près, si loin du politique' - L'univers professionnel des permanents socialistes à l'épreuve de la managérialisation », *Politix*, 79, pp. 25-52.

Agrikoliansky Éric, Heurtaux Jérôme, Le Grignou Brigitte (dir.) (2011), *Paris en campagne. Les élections municipales de mars 2008 dans deux arrondissements parisiens*, Brignais, Éditions du Croquant.

Arborio Anne-Marie, Fournier Pierre (1999), *L'enquête et ses méthodes : l'observation directe*, Paris, Nathan Université.

Bachelot Carole (2011), « L'ethnographie des dirigeants de partis. Le cas du Parti socialiste », *Genèses,* 83, pp. 118-132.

Bachelot Carole, Combes Hélène, Dechezelles Stéphanie, Haegel Florence, Leclercq Catherine (2010), « Les partis s'intéressent-ils à nos enquêtes ? Éléments comparatifs sur la réception des recherches sur les partis », *Revue internationale de politique comparée*, 17, 4, pp. 31-46.

Barats Christine (dir.) (2013), *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.

Bargel Lucie (2008), *Aux avant-postes. La socialisation au métier politique dans deux organisations de jeunesse de parti. Jeunes populaires (UMP) et Mouvement des jeunes socialistes (PS),* Thèse de science politique, Université de Paris 1 – Panthéon Sorbonne.

Bastien Frédéric, Greffet Fabienne (2009), « Les campagnes électorales à l'ère d'Internet : une comparaison des sites partisans en France et au Québec », *Hermès*, 54, pp. 209-217.

Bauer Michel, Bertin-Mourot Bénédicte (1995), « La tyrannie du diplôme initial et la circulation des élites : la stabilité du modèle français », dans *Le recrutement des élites en Europe*, Henri Mendras, Ezra N. Suleiman (dir.), Paris, La Découverte, pp. 48-63.

Bizeul Daniel (2007), « Des loyautés incompatibles », *SociologieS*, [en ligne] http://sociologies.revues.org/226 (consulté le 17 septembre 2012).

Broqua Christophe (2009), « L'ethnographie comme engagement : enquêter en terrain militant », *Genèses*, 75, pp. 109-124.

Cefaï Daniel (2010), « Un pragmatisme ethnographique. L'enquête coopérative et impliquée », dans *L'Engagement ethnographique*, Daniel Cefaï, Paul Costey, Edouard Gardella, Carole Gayet-Viaud, Philippe Gonzalez, Erwan Lemener, Cédric Terzi (dir.), Paris, Éditions de l'École des hautes études en sciences sociales.

Cefaï Daniel, Amiraux Valérie (2002), « Les risques du métier. Engagements problématiques en sciences sociales », *Cultures et conflits*, 47, pp. 5-48.

Duriez Bruno, Sawicki Frédéric (2003), « Réseaux de sociabilité et adhésion syndicale. Le cas de la CFDT », *Politix*, 16, 63, pp. 17-51.

Grunberg Gérard, Haegel Florence (2007), *La France vers le bipartisme ? La présidentialisation du PS et de l'UMP*, Les Presses de Sciences po.

Henri France, Charlier Bernadette, Peraya Daniel (2005), « Les forums : quelles recherches, pourquoi et comment ? Une tentative pour favoriser le dialogue entre chercheurs », Communication au colloque « Symfonic », Amiens, [en ligne] http://tecfa.unige.ch/tecfa/maltt/cofor-2/textes/06_symfonic_fh_bc_dp.pdf (consulté le 28 mai 2013).

Lefebvre Rémi (2010), « Politiste et socialiste. Une politique d'enquête au PS », *Revue internationale de politique comparée,* 17, 4, pp. 127-139.

Monnoyer-Smith Laurence (2013), « Le web comme dispositif : comment appréhender le complexe », dans Christine Barats, *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin.

Pfadenhauer Michaela (2005), « Ethnography of Scenes. Towards a Sociological Lifeworld Analysis of (Post-traditional) Community-building », *Forum : Qualitative Social Research*, 6, [en ligne] http://www.qualitativeresearch.net/fqs-texte/3-05/05-3-43-e.html (consulté le 28 mai 2013).

Polletta Francesca (2002), *Freedom is an Endless Meeting : Democracy in American Social Movements*, Chicago and London, The University of Chicago Press.

Schwartz Olivier (1993), « Postface. L'empirisme irréductible », dans *Le Hobo. Sociologie du sansabri*, Nels

Anderson (dir.), Paris, Nathan.

Small Tamara (2008), « The Facebook Effect ? On-line Campaigning in the 2008 Canadian and US Elections », *Policy Option,* [en ligne] http://irpp.org/po/archive/nov08/small.pdf (consulté le 28 mai 2013).

Soulé Bastien (2007), « Observation participante ou participation observante ? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales », *Recherches qualitatives*, 27, 1, pp. 127-140.

Thévenot Laurent (2006), *L'action au pluriel. Sociologie des régimes d'engagement*, Paris, La Découverte.

Theviot Anaïs (2012), « Twitter pendant les meetings socialistes de la campagne présidentielle 2012 », Journée d'étude « Les meetings de campagne de l'élection présidentielle en France », Lille, 14-15 juin.

Touraine Alain (1978), *La voix et le regard*, Seuil.

## Notes

[1] Laurence Monnoyer-Smith a montré comment la configuration des dispositifs proposés oriente les pratiques politiques associées (Monnoyer-Smith, 2013).

[2] J'effectuais les mêmes horaires de travail que les employés en CDI à la direction du web à Solferino (9h-19h généralement, parfois plus tard en période de campagne électorale ; il m'est arrivé de rester jusqu'à minuit à Solferino). Je pouvais donc observer au quotidien les interactions entre les membres de ce service. J'ai également pu participer à des déplacements sur le terrain lors des meetings. Je partageais alors le rythme de vie des membres de l'équipe numérique du PS, du petit-déjeuner en commun aux sorties en soirée.

[3] Voir encadré n° 3 : composition de l'équipe web du PS.

[4] Il existe deux autres pôles au sein de la Direction du web du PS : image et design.

[5] Je reprends ici les mots du directeur du service web du PS.

[6] Les différents termes techniques spécifiques à l'univers numérique sont définis en annexe. Ils sont indiqués grâce à un astérisque.

[7] La vidéo est accessible en ligne via lien hypertexte suivant : http://www.parti-socialiste.fr/articles/video-mais-ou-est-le-programme-de-nicolas-sarkozy (consulté le 18 mars 2014).

[8] En revanche, en externe, les partis politiques ouvrent leurs portes aux sympathisants afin de renforcer leurs troupes militantes (Agrikoliansky et *al.*, 2011).

[9] Je tiens d'ailleurs à la remercier.

[10] L'objectif du stage a été clairement présenté au directeur : observer le service web du PS en période de campagne. En revanche, sur ma convention de stage, il était indiqué que mon intégration à l'équipe visait à renforcer celle-ci pendant la période de campagne électorale.

[11] Directeur du web à Solferino, adhérent au PS, 30 ans, diplômé en 2007 - master en communication politique et publique. Entretien du 21 mai 2012.

[12] Je tenais mon carnet de terrain *in situ* et parfois *a posteriori* lorsque le temps me manquait sur le terrain ou lorsque des éléments me semblant sans portée pour mes travaux se sont révélés pertinents par la suite.

[13] J'avais accès aux messages envoyés au PS, mais non diffusés par celui-ci lors des chats* ou des forums de discussions*.

[14] Je n'avais pas besoin de retranscrire les propos des membres des équipes web lorsqu'ils s'adressaient à moi puisque cela a été déjà fait par écrit *via* la plateforme *gmail*.

[15] Il ne s'agit donc pas ici d'une retranscription, mais bien d'une reproduction d'un *chat* en ligne avec un des membres de l'équipe web.

[16] Rédacteur en chef (homme) du site *françoishollande.fr/ webradio* et responsable du pôle « *contenu* » au sein de l'équipe numérique de F. Hollande. Entretien du 2 janvier 2013.

[17] Lors de cafés pris en dehors des heures de travail avec les membres de l'équipe web, j'ai pu récolter des

informations “off” qui accréditaient mes observations. La révélation de ces dernières aurait pu avoir des conséquences sur les carrières politiques de certains enquêtés.