



HAL
open science

Daniel Kreiss, Taking our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama, New York (États-Unis), Oxford University Press, 2012

Anaïs Theviot

► **To cite this version:**

Anaïs Theviot. Daniel Kreiss, Taking our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama, New York (États-Unis), Oxford University Press, 2012. Réseaux : communication, technologie, société, 2014, 183, pp.251-254. halshs-00991670

HAL Id: halshs-00991670

<https://shs.hal.science/halshs-00991670>

Submitted on 8 Jul 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Daniel KREISS, *Taking our Country Back: The Crafting of Networked Politics from Howard Dean to Barack Obama*, New York: Oxford University Press, 2012, 230 p. in *Réseaux*, no. 183, 2014

Anaïs THEVIOT

Institut d'Études Politiques de Bordeaux, Centre Émile Durkheim

La campagne victorieuse de Barack Obama en 2008 a promu l'usage du Web en politique. Les potentialités des dispositifs numériques en termes de communication et de coordination de l'action ont été mises au service de la campagne de terrain dans une articulation entre en ligne et hors ligne. Cette manière de « faire faire » campagne a été analysée par de nombreux *think tanks* français, en quête d'éléments transposables dans leur contexte national. Le succès de la plate-forme communautaire *mybarackobama.com*¹ a été, à plusieurs reprises, étudié par des chercheurs de disciplines diverses et l'ouvrage de Daniel Kreiss s'inscrit dans cette vague d'enquêtes.

Il propose néanmoins un regard neuf sur cette élection à travers une approche historique. Selon ce chercheur en communication versé dans les études sur la science et les technologies (STS), les évolutions ne peuvent se comprendre sans prendre en compte une analyse des mutations dans la durée, débordant largement la temporalité limitée et hachée d'une campagne électorale. Si pendant la période de campagne, les pratiques s'intensifient, elles sont la résultante d'un travail sur le long terme des professionnels de la politique, qu'il convient d'analyser. Le manque d'historicité de nombreux travaux portant sur le Web politique conduit à une certaine naturalisation de la campagne Obama en 2008, comme point de départ de l'organisation de l'activisme de terrain en ligne. Or l'apport crucial de cet ouvrage est bien de souligner que justement le succès numérique de la campagne Obama résulte d'une longue histoire, que l'auteur nous narre, sur une décennie (2000-2008), dans un récit dense et détaillé, s'intéressant notamment aux trajectoires des consultants numériques employés par Howard Dean. Le lecteur suit ainsi la construction de l'agence Blue State Digital (BSD) – formée à la suite de la campagne d'Howard Dean en 2004 –, à travers le parcours de deux de ses fondateurs (et notamment J. Rospars²). Un éclairage est porté sur le projet « Democracy for America » qui avait pour objectif de porter H. Dean à la tête du Parti démocrate. Cette démarche centrée sur les experts numériques est justifiée par la principale thèse de cet ouvrage : les innovations technologiques ne peuvent être intégrées aux campagnes politiques que si elles sont portées par des acteurs stratégiques et sont intégrées dans l'infrastructure politique. L'analyse de certaines carrières individuelles est un support essentiel pour comprendre la montée en puissance du numérique dans les campagnes politiques américaines. Daniel Kreiss nous invite ainsi à ne pas nous focaliser sur la technique, mais bien plutôt sur les structures politiques, les modèles de management, les acteurs stratégiques des équipes numériques, les logiques de recrutement, etc.

L'apport de cet ouvrage provient également de la multiplicité des méthodes employées et des données utilisées par l'auteur pour appuyer son analyse ; incluant 60 entretiens avec des stratèges numériques des campagnes démocrates de 2000, 2004 et 2008, l'analyse d'autobiographies de consultants Web, une observation participante en tant que volontaire pendant les primaires et l'élection présidentielle de B. Obama en 2008. La richesse empirique de cette enquête permet de fournir une analyse fouillée du travail

¹ My.BarackObama.com est le nom du réseau social créé par l'équipe Web de campagne d'Obama. Il permet de créer son profil et de s'impliquer dans l'organisation de la campagne à travers l'organisation d'événements, la rédaction de blogs, la passation d'appels téléphoniques ou encore des levées de fonds.

² Acteur stratégique de la campagne Dean en 2004, fondateur de l'agence BSD, il a fait bénéficier de son expertise sur les questions numériques B. Obama, en participant comme membre décisionnaire aux campagnes de 2008 et 2012.

de mobilisation des ressources (techniques, humaines, organisationnelles, mais aussi symboliques et idéologiques) dans la perspective d'échéances électorales.

Son analyse historiographique prend comme point de départ la mobilisation de blogueurs dans la course aux primaires démocrates en 2002 et s'achève sur le discours de victoire de B. Obama à Grant Park (Chicago), dans la nuit du 4 novembre 2008. Six chapitres composent cet ouvrage : les trois premiers s'intéressent aux prémices, puis au développement de l'usage du Web par Howard Dean (2002-2004), tandis que les deux derniers portent sur l'organisation et la mobilisation en ligne qui a fortement participé à la victoire de B. Obama (2007-2008). L'auteur s'intéresse ainsi, d'abord, au climat politique des primaires démocrates. Il apporte ici des informations détaillées sur ce contexte électoral – mal connu des lecteurs français – qui a vu s'ériger, appuyé par le soutien de blogueurs actifs et la plate-forme Meetup, le gouverneur du petit État du Vermont, parti dans la course avec à peine 500 supporters et pas plus de 100 000 \$, en candidat potentiel et crédible pour l'élection présidentielle.

Daniel Kreiss s'intéresse également à l'échec de la campagne médiatique de H. Dean, aux mutations organisationnelles qui ont restauré le Parti démocrate à partir de 2004, aux stratégies numériques employées dans la campagne de 2008. Ces parties, très riches et détaillées, soulignent les bricolages permanents qui ont participé à l'introduction du Web en politique et nuance ainsi les travaux qui postulent une vision excessivement stratégiste des entrepreneurs du numérique. L'étude sur un temps long permet d'engager une démarche processuelle qui met au jour les stratégies des acteurs, confrontés aux aléas conjoncturels et aux concurrences et controverses internes entourant le numérique.

Le chapitre 4, qui ne se focalise pas uniquement sur des temps de campagne électorale, comporte des données qui manquaient réellement à la littérature académique internationale sur le Web politique. L'auteur y analyse l'interstice entre la campagne de 2004 et celle de 2008. Il cherche à savoir non seulement d'où *viennent* et qui *sont* les membres des équipes numériques des campagnes démocrates, mais aussi ce qu'ils *deviennent* post-élection et comment ils construisent, en amont des échéances électorales, les ressources humaines et techniques nécessaires pour parvenir à la victoire.

Cet ouvrage apporte un éclairage neuf, en soulignant les logiques de continuités qui ont amené B. Obama à la Maison blanche. Les travaux portant sur les innovations focalisent souvent le débat scientifique sur la nouveauté et laissent de côté les éléments qui perdurent ou se voient modifier uniquement sur un temps long. Daniel Kreiss met au jour les étapes historiques de l'introduction du numérique dans les campagnes américaines qui ont conduit au succès de B. Obama en 2008 et souligne la construction d'une croyance en l'efficacité du numérique par les stratèges Web afin de légitimer leur rôle. Les innovations lancées par H. Dean ont été portées et développées par ses équipes entre 2004 et 2007, puis mises au service du candidat en 2008, avec un travail intensif et rigoureux effectué sur les *data* – la gestion et l'analyse des données politiques. Le transfert de connaissance, l'apprentissage par l'échec, la professionnalisation des équipes numériques, la constitution de réseaux, la connaissance des organisations politiques sont des éléments qui ont participé à l'intégration réussie du Web dans la campagne américaine de 2008. Avec cet ouvrage, le lecteur prend conscience de l'apport manifeste des analyses sociohistoriques de l'incorporation du numérique dans les campagnes électorales.

Une critique cependant : ce parti pris historique, bien que ce soit l'apport fondamental de cet ouvrage, pose problème dans l'écriture, car la démarche chronologique amplifie l'effet de narration, impression renforcée par des passages très descriptifs. Une approche comparative, en cohérence avec le bipartisme américain, aurait pu rendre plus saillants les processus décrits.

Au final, Daniel Kreiss offre, avec son analyse historique des campagnes Web démocrates, un précieux complément aux études sur les campagnes Web, à travers un regard distancié, inscrit dans une

temporalité permettant de mettre au jour les mécanismes d'évolution progressifs. L'intérêt de ce chantier de recherche ne se limite pas à l'analyse de l'introduction du numérique en politique, mais questionne plus largement les transformations de l'organisation des partis politiques et insiste sur les mouvements de renforcement de la professionnalisation et de l'approche managériale dans la conquête du pouvoir.