

Avant-propos

Le web, puis les réseaux socionumériques sont progressivement devenus des espaces incontournables de la communication politique dans les démocraties libérales. En 2025, les pays à revenu élevé approchent de la connectivité universelle, avec 94 % de leur population utilisant Internet (d'après le rapport 2025 de l'Union internationale des télécommunications – UIT).

Alors que les acteurs politiques maîtrisent désormais les codes et les règles d'une parole publique routinisée et structurée par les médias de masse, tels que la presse, la radio et la télévision, leur parole doit désormais composer avec des technologies et les codes d'une culture numérique avec lesquels la plupart étaient jusqu'alors peu familiers. Partis politiques et politiciens, quasi indépendamment de leur niveau de responsabilité, investissent les plateformes de médias sociaux à la recherche de publics, pourtant de moins en moins confiants dans la politique institutionnelle, espérant tout à la fois renouer des liens avec les citoyens, citoyennes et bâtir des communautés susceptibles de se mobiliser lors des prochaines échéances électorales.

Un accroissement des équipements (ordinateurs personnels, smartphones, montres, tablettes, capteurs, équipements domotiques), et des usages numériques, permettant de générer, collecter et échanger des données traitées informatiquement, contribue à remodeler la communication politique, au point de rendre partiellement insuffisants les cadres analytiques antérieurs à l'essor des réseaux sociaux.

Les plateformes de médias sociaux ont considérablement transformé la manière dont les individus accèdent à l'information politique et la perçoivent. D'après le Reuters Institute (*Digital News Report*, 2025), plus de 60 % de la population française s'informe désormais en ligne, et les actualités politiques circulent rapidement et de manière interdépendante entre les différents espaces médiatiques