

Les collaborateurs parlementaires en charge de la communication numérique des députés

Article inédit, mis en ligne le 13 juillet 2020.

Marie Neihouser

Marie Neihouser a soutenu son doctorat de science politique à l'Université de Montpellier fin 2015. Elle a ensuite été stagiaire postdoctorale à l'Université Laval au sein du Groupe de recherche en communication politique (GRCP) jusqu'en juin 2019. Elle a notamment publié « Un nouvel espace Médiatique ? Sociologie de la blogosphère politique française » aux éditions LGDJ en 2016.

Plan de l'article

Introduction

Une position de début de carrière

Des collaborateurs jeunes

Des diplômés en communication et science politique

Un turn over relativement important

Mais une position où l'attachement partisan semble encore compter

Une position encore à la recherche d'elle-même

Conclusion

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Si le contenu de la communication numérique des parlementaires a été étudié de manière relativement soutenue ces dernières années (Larsson, 2015, Roginsky et Perrier, 2014), force est de constater que les acteurs en charge de cette communication au sein des équipes parlementaires restent encore peu connus. L'objectif de cet article est précisément, à l'aide d'une méthodologie mixte (questionnaires en ligne, entretiens, observation directe), de combler ce vide de la recherche. Nous montrons ainsi que les collaborateurs parlementaires en charge de la communication numérique sont pour la plupart de jeunes professionnels en début de carrière à la recherche d'un tremplin professionnel. Si des différences partisanses existent, il convient par ailleurs de préciser que cette spécialisation reste encore relativement floue et peu définie, tant du point de vue des tâches effectuées par ces collaborateurs que de l'organisation des équipes.

Mots clés

Assistant parlementaire, Communication politique, Internet, réseaux sociaux numériques, Trajectoires professionnelles, Professionnalisation.

TITLE

Parliamentary assistants in charge of the online communication of parliamentarians

Abstract

While the content of the digital communication of parliamentarians has been studied in a relatively sustained manner in recent years (Larsson, 2015, Roginsky and Perrier, 2014), it is clear that the actors in charge of this communication in parliamentary teams are still poorly known. The purpose of this article is precisely, using a mixed methodology (online questionnaires, interviews, direct observation), to fill this void in the literature. In this way, we show that the parliamentary staff in charge of digital communication are the most young professionals at the beginning of their careers looking for a professional springboard. If partisan differences exist, it should also be noted that this specialization is still relatively vague and undefined, both from the point of view of the tasks performed by these employees and the organization of the teams.

Keywords

Parliamentary assistant, Political communication, Internet, Social media, Professional trajectories, Professionalization.

TÍTULO

Los Asistentes parlamentarios a cargo de la comunicación digital de los diputados

Resumen

Si bien el contenido de la comunicación digital de los parlamentarios se ha estudiado de manera relativamente sostenida en los últimos años (Larsson, 2015, Roginsky y Perrier, 2014), está claro que los actores a cargo de esta comunicación en los equipos parlamentarios aún son poco conocidos. El propósito de este artículo es precisamente, utilizando una metodología mixta (cuestionarios en línea, entrevistas, observación directa), para llenar este vacío en la literatura. De esta manera, demostramos que el personal parlamentario a cargo de la comunicación digital son los profesionales más jóvenes al comienzo de sus carreras que buscan un trampolín profesional. Si existen diferencias partidistas, también se debe tener en cuenta que esta especialización sigue siendo relativamente vaga e indefinida, tanto desde el punto de vista de las tareas realizadas por estos empleados como de la organización de los equipos.

Palabras clave

Asistente parlamentario, Comunicación política, Internet, Redes sociales, Trayectorias profesionales, Profesionalización.

INTRODUCTION

Si le contenu de la communication numérique des parlementaires a été étudié de manière relativement soutenue ces dernières années tant à l'international (Francoli, 2009, Geber et Scherer, 2015, Larsson, 2015, Koc-Michalska *et al.*, 2013, Scherpereel *et al.* 2017, *etc.*) qu'au niveau français (Chibois, 2014, Roginsky et Perrier, 2014), force est de constater que les acteurs en charge de cette communication au sein des équipes parlementaires restent encore peu connus, à l'image des collaborateurs de parlementaires et d'élus en général (à quelques exceptions près, dont, en France, Courty, 2005, Demazière et Le Lidec, 2014). En effet, ces positions sont généralement assimilées à des positions de l'ombre, la dimension collective du travail politique étant bien souvent passée sous silence tant par les élus que par les observateurs de la vie politique. Pourtant, le nombre de collaborateurs

parlementaires ne cesse de croître. D'après Beauvallet et Michon (Beauvallet et Michon, 2017), il est passé de 0 en 1975 à 250 en 1989, puis à 2090 en 2013 (soit 3,6 par député). Ce manque de données sur les collaborateurs est d'autant plus prégnant en ce qui concerne les individus en charge de la communication au sein des équipes politiques. Karlsen, en 2010, dans son étude des partis norvégiens (Karlsen, 2010), souligne pourtant bien le fait que les tâches d'assistance stratégique et technique sont de plus en plus internalisées au sein des organisations partisanes et politiques et des équipes politiques qui tentent au maximum d'intégrer des compétences communicationnelles afin de limiter le recours à des stratégies en communication externes.

À la suite de Beauvallet et Michon qui proposent de « lever le voile » sur les collaborateurs parlementaires (Beauvallet et Michon, 2017), nous nous intéressons ici à ces assistants qui assurent la communication numérique des députés français élus en 2017. Peut-on identifier, à l'intérieur de chaque équipe parlementaire, un collaborateur en charge de la communication numérique du député ? Si oui, quels sont leur profil et trajectoire ? Ces collaborateurs sont-ils ceux qui sont en charge, plus largement, de la communication - en général - (discours, relations presse, *etc.*) du député ? Observe-t-on une variation selon le statut politique ou l'orientation partisane du député pour lequel ils travaillent, que ce soit dans leur profil ou encore dans l'attribution des tâches qui leur sont confiées ? Autant de questions qui restent pour l'instant sans réponse, les travaux sur les collaborateurs parlementaires en France se focalisant plus sur leur rôle en circonscription (Fretel et Meimon, 2005, Phélippeau, 2005, Le Lidec, 2008, Kerrouche, 2009), ou encore sur la structure et sur l'organisation des équipes (Michon, 2014). Seul Beauvallet, en 2014, esquisse le profil du collaborateur « chargé de com » au sein des équipes parlementaires, aux côtés des autres profils les plus récurrents selon lui parmi ces collaborateurs : le secrétaire, l'attaché local, l'attaché parlementaire, ou encore le « dir cab ».

Cette recherche s'inscrit tant dans la lignée des travaux sus-cités que dans celle de ceux qui, à l'international, ont interrogé les rôles et trajectoires des professionnels de la communication numérique, que ce soit au sein des partis politiques ou lors des campagnes (Farrell *et al.*, 2001, Karlsen, 2010, Karlsen et Saglie, 2017, Webb et Fisher, 2003, Blanchard, 2018). Ainsi, à la manière du travail mené par Webb et Fischer en 2003 sur les employés du Labour en Grande-Bretagne, la professionnalisation d'un nouveau type d'acteurs est interrogée à partir de l'étude de leurs profils et des tâches qui leur sont confiées, dans une perspective de sociologie politique. Néanmoins, l'idée n'est pas de revenir sur la notion de professionnalisation en tant que telle, ni sur les débats auxquels son interprétation donne lieu (Negrine et Lilleker, 2002, Karlsen et Saglie, 2017). L'objectif est ici de parler de professionnalisation seulement dans la mesure où communiquer en ligne lorsque l'on est un ou une responsable politique (ou pour le compte d'un ou une responsable politique) nécessite certaines compétences, techniques et méthodes et fait désormais partie à part entière du travail du député et de son équipe.

Présentation de la méthodologie

Le corpus complet regroupe des données très hétérogènes : les réponses à un questionnaire en ligne rempli par 32 collaborateurs parlementaires en charge de la communication numérique des députés, les propos collectés en entretien semi-directif auprès de 41 d'entre eux (10 ayant répondu à la fois au questionnaire et à l'entretien), et enfin le CV tel qu'il est mis en ligne par 89 assistants, par ailleurs identifiés via leur profil LinkedIn. Ainsi, bien que nous ayons tenté par différents moyens exposés ci-dessous de joindre et d'identifier les personnes en charge de la communication numérique au sein de chaque équipe parlementaire (n=577), nous n'avons été en mesure de réaliser cet objectif que dans 25% des cas. Ce premier constat pourrait certes être dû à la méthode privilégiée (entretiens, question-

naires), qui nécessite un minimum de collaboration à l'enquête de la part des équipes parlementaires. Néanmoins, nous avons secondé ces premiers moyens d'identification des personnes en charge de l'activité numérique des députés par une observation de l'ensemble des sites des députés (sur lesquels certains d'entre eux présentent leurs équipes et parfois les attributions de chaque membre) et, s'ils en avaient un, du profil LinkedIn de tous les collaborateurs parlementaires (en effet, la liste de l'ensemble des collaborateurs est disponible à l'Assemblée) ; l'objectif était ainsi, via le visionnage de ces profils, d'identifier ceux parmi les collaborateurs qui mentionnaient être en charge de la communication numérique de leur député. Force est donc de constater qu'une grande partie des collaborateurs en charge de la communication numérique des députés français reste difficilement identifiable.

Les entretiens auprès des collaborateurs parlementaires ont ainsi été réalisés entre 2017 et 2018 auprès d'une population de 41 d'entre eux, en charge de la communication numérique alors en poste. Ils permettent non seulement de retracer les trajectoires des enquêtés (études, engagement militant, parcours professionnel), d'appréhender leur entrée en politique (sont-ils des permanents ou des intermittents de la politique ?), mais aussi de saisir leurs attributions au sein de leur équipe parlementaire (la gestion de la présence en ligne leur est-elle déléguée totalement ou seulement en partie ?), leur travail au quotidien en matière de communication numérique, ou encore leurs différentes réalisations en la matière depuis juin 2017. Les entretiens ont duré entre 45 minutes et 2h30. Les équipes de tous les députés élus en 2017 ont été contactées et relancées par courriel à trois reprises afin d'obtenir ces entretiens. Ces derniers sont complétés par les réponses à un questionnaire en ligne envoyé à l'ensemble des équipes parlementaires des députés élus en 2017. Ce questionnaire a été envoyé en 2017. Trois relances ont été effectuées. Seules les personnes en charge de la communication numérique des députés étaient autorisées à y répondre.

Le questionnaire rempli par 32 collaborateurs comprend 44 questions, qui permettent de retracer la trajectoire du collaborateur, de saisir son attribution au sein de son équipe ainsi que l'organisation générale de celle-ci, et d'identifier son travail quotidien en matière de communication numérique.

Enfin, 135 collaborateurs en poste, en charge de la communication numérique, ont été identifiés grâce à leur profil LinkedIn. Parmi eux, 89 n'avaient répondu ni au questionnaire, ni aux entretiens. L'étude de ces profils permet de retracer les parcours universitaires et professionnels, mais aussi, pour certains des collaborateurs en charge du numérique, d'identifier les tâches qui leur sont confiées au sein de l'équipe.

Étant donné les effectifs étudiés (142 chargés de communication numérique issus de 142 équipes sur 577), il est nécessaire de relativiser le caractère généralisable des résultats à l'ensemble de la population et à l'ensemble des équipes des députés français de cette législature. Cette étude (par sa méthodologie multiple et son souci d'un échantillon malgré tout substantiel et diversifié) est néanmoins en mesure de mettre au jour les situations des collaborateurs parlementaires en charge du numérique et les dynamiques à l'œuvre dans leur fonction.

UNE POSITION DE DÉBUT DE CARRIÈRE

Nous présentons, dans cette partie, la population étudiée sous la forme d'un tableau récapitulatif (Tableau 1). Plusieurs tendances apparaissent : les collaborateurs parlementaires en charge de la communication numérique que nous avons identifiés sont plus souvent des hommes, jeunes, plutôt diplômés de communication ou de science politique, et le turn over à leur poste est relativement important – bien que l'attachement partisan semble encore compter.

Tableau 1 : Présentation de la population (en%, n= 142)

		Questionnaire n=32	Entretien n=41	Internet n=89	Moyenne des 3 modes de collecte*
Age	Moins de 30 ans	44	49	40	43
	30-40 ans	31	27	33	31
	40-50 ans	19	2	12	11
	Plus de 50 ans	6	2	1	2
	NA	0	19	15	13
Sexe	Homme	63	56	57	58
	Femme	37	44	43	42
Niveau études	Doctorat	3	0	3	2
	Master	66	68	71	69
	Licence	13	10	16	14
	En cours	0	12	1	4
	Autre	16	5	0	4
	NA	3	5	8	6
Discipline d'études	Communication	16	12	15	14
	Science politique	22	34	35	32
	Commerce	0	5	3	3
	Droit	19	12	10	12
	Com. et sc. Pol.	6	15	21	17
	Autre	38	15	10	17
	NA	0	7	5	5
Premier emploi en politique	Oui	62	56	47	52
	Non	38	41	50	45
	NA	0	2	3	2
Premier emploi en communication	Oui	59	44	31	40
	Non	41	51	64	56
	NA	0	5	5	4
Militant**	Oui	62	63	24	41
	Non	22	12	5	10
	NA	16	24	71	48
Paris	Oui	44	48	61	54
	Non	56	46	27	38
	Les 2	0	2	2	2
	NA	0	2	9	5
Travaille toujours pour le député	Oui	34	78	66	63
	Non	13	19	34	26
	NA	53	2	1	12

* pondérée en fonction des effectifs de chaque catégorie

**Par militant nous entendons ici que ces collaborateurs ont participé à la précédente campagne présidentielle ou législative et, dans la plupart des cas, sont adhérents du parti du député pour lequel ils travaillent.

DES COLLABORATEURS JEUNES

Plus de 70% des collaborateurs en charge de la communication numérique de leur député ont moins de 40 ans et plus de 40% ont moins de 30 ans. Par ailleurs, les taux de premiers emplois tant en politique (52%) qu'en communication (40%) sont eux aussi élevés. Un collaborateur explique :

« J'ai pas fait de grandes écoles ou quoi que ce soit, j'ai fait ce qu'on appelle un cursus standard, c'est-à-dire université jusqu'au master 2. J'ai commencé par une double Licence en droit et en anglais à Saint-Quentin et j'ai fait un Master 1 à Nanterre en droit et relations internationales et en Master 2 je suis allée à Sceaux pour faire un Master 2 en diplomatie. Voilà et en fait, là à l'Assemblée nationale en tant que collaborateur, c'est mon premier travail après les études. Je l'ai trouvé pas en postulant. Je l'ai trouvé parce que j'ai eu mon premier engagement militant pendant la campagne présidentielle en 2017 et en fait j'ai rencontré M. X après avoir été assesseur. Il y avait une réunion sur les législatives, je l'ai rencontré et on a fait sa campagne ensemble, voilà. Et donc c'est à ce moment-là en fait que lui m'a demandé de devenir son collaborateur parlementaire. Voilà » (Entretien réalisé par Skype le 10 mai 2018).

Plusieurs témoignages vont dans son sens. Ainsi, un autre indique :

« J'ai que 22 ans. Cette année j'ai mis ... j'ai fait une pause [dans mes études] depuis septembre 2017 parce que on découvre un nouveau boulot, on arrive dans un environnement qui est tout nouveau. Moi personnellement, c'est aussi tout nouveau, c'est mon premier emploi, mon premier emploi autre qu'étudiant » (Entretien réalisé par téléphone le 2 mars 2018).

Ces résultats viennent confirmer ceux de Sébastien Michon en 2014 (Michon, 2014) sur les collaborateurs des parlementaires européens en poste au Parlement de la délégation française. Il constate en effet que l'âge moyen de ces collaborateurs à leur entrée en poste est de 27 ans et note aussi, comme Fretel et Meimon en ce qui concerne l'Assemblée nationale (Fretel, Meimon, 2005), qu'un poste d'assistant au Parlement européen est un premier emploi pour la moitié des enquêtés. À l'image de ce que constate Blanchard à propos des membres des équipes de campagne numérique des candidats à l'élection présidentielle de 2012 (Blanchard, 2018), la relative jeunesse de nos enquêtés tendrait à confirmer le rôle de tremplin que représente le passage par l'équipe d'un député à l'échelle d'une carrière professionnelle.

DES DIPLÔMÉS EN COMMUNICATION ET SCIENCE POLITIQUE

Si la détention d'un master est largement prédominante (69%), il est intéressant de constater en parallèle la spécialisation qui s'opère en matière de disciplines dans lesquelles les collaborateurs ont effectué leurs études. En effet, les collaborateurs issus de filières de la communication représentent 14% du corpus et ceux issus des filières de science politique 32%. On note même 17% d'individus qui détiennent une formation mixte communication-science politique (que ce soit via un double-diplôme ou un double cursus de formation). Au total, ce sont donc entre 63% des collaborateurs en charge de la communication numérique qui sont issus des filières communication et science politique. Suivent ensuite, dans une moindre mesure, le droit (12%) et le commerce (moins de 5%).

Cette concordance entre le domaine d'études et le domaine professionnel est parfois vue comme un indice de professionnalisation de la position (Blanchard, 2018, p.96). Cependant, cette spécialisation n'est pas si étonnante. Michon et Beauvallet n'étaient pas loin de faire le même constat en 2014 lors de leur étude des collaborateurs parlementaires (Michon et Beauvallet, 2014) : « Si une large part des collaborateurs se distinguent par

l'importance de leurs ressources militantes, (...) ces dernières ne semblent produire d'effets que combinées avec des ressources de types « techniques », acquises dans le cadre de parcours scolaires ou professionnelles en lien avec les institutions ou le champ politique (études de droit et de science politique, activités au sein de collectivités territoriales, d'entreprises de presse ou de communication...) ».

UN TURN OVER RELATIVEMENT IMPORTANT

Alors que l'élection a eu lieu il y a à peine deux ans, le *turn over* des collaborateurs en charge de la communication numérique semble par ailleurs relativement important. Ce sont ainsi 26% des collaborateurs qui ont abandonné leur travail depuis. Si plusieurs interprétations peuvent être émises à partir de ce constat, soulignons simplement qu'il pourrait confirmer l'idée selon laquelle certains des collaborateurs, notamment les plus jeunes, se serviraient de cette position comme d'un tremplin dans leur carrière. Par ailleurs, il est aussi intéressant de rappeler, à la suite de Webb et Fisher (Webb et Fisher, 2003, p. 11), que, d'après la sociologie des professions, la mobilité est un indicateur de professionnalisme. Les deux chercheurs désignent en effet plusieurs critères pour définir le professionnalisme : expertise, autonomie, mobilité, autorégulation, engagement.

Nos données nous permettent par ailleurs d'analyser vers quels emplois se dirigent les collaborateurs parlementaires de notre corpus ayant abandonné leur poste (cf. Tableau 2).

Tableau 2 : Type de nouveau travail (n = 39*)

Nouvel emploi	n
Consultant	8
Etudiant	3
En recherche d'emploi	3
Autre	2
Cabinet politique	5
Emploi communication et affaires publiques	9
NA	9

* Nous avons ici un échantillon de 39 individus (parmi ceux qui ont répondu au questionnaire, qui ont participé à un entretien, ou qui ont pu être identifiés via LinkedIn) qui représentent les individus dont nous avons pu identifier qu'ils ne travaillaient plus pour leur député.

Les passages vers les métiers de la communication et de la consultance sont les plus fréquents (respectivement neuf et huit collaborateurs ayant quitté leur poste). Pour ces profils, le passage par une équipe parlementaire semble avoir été une étape d'une carrière qui se réoriente plutôt vers le secteur privé. Cinq anciens collaborateurs font quant à eux le choix de rester dans le jeu politique, se dirigeant vers d'autres fonctions au sein de divers cabinets politiques. Bellon *et al.* abordent à ce sujet le cas des anciens collaborateurs parlementaires à qui cette expérience permet d'acquérir relativement rapidement des positions en tant que collaborateurs de l'exécutif, et ainsi d'éviter la voie d'un long *cursus honorum* dans l'administration publique (Bellon *et al.*, 2018, p. 882). Enfin, alors que trois sont en recherche d'emploi à l'heure où nous écrivons cet article, il convient de souligner aussi les trois ex-collaborateurs parlementaires toujours étudiants, dont on peut supposer qu'ils ont quitté leur fonction du fait de la charge trop lourde de travail qu'elle représentait en parallèle à leurs études.

MAIS UNE POSITION OÙ L'ATTACHEMENT PARTISAN SEMBLE ENCORE COMP- TER

Les militants représentent 41% de la population suivant le mode d'identification des enquêtés utilisés. L'attachement au parti pour lequel leur député travaille semble donc encore relativement important pour une large part de notre population. Néanmoins – et comme le précisait Blanchard (Blanchard, 2018) –, l'attachement au parti peut prendre différentes formes, et surtout revêtir différentes intensités. En effet, une large part des « militants » identifiés ne le sont bien souvent que depuis la campagne présidentielle précédente (qui a eu lieu un mois avant les élections législatives) et qui, dans certains cas, a été l'occasion de rencontrer, pour la première fois, le député pour lequel ils travaillent, et donc leur futur employeur. C'est notamment le cas d'un bon nombre de collaborateurs de députés En Marche. Néanmoins, on peut considérer leur présence dans l'équipe parlementaire comme une rétribution de leur militantisme (Gaxie, 1977).

Par ailleurs, si l'on considère les deux profils classiques des collaborateurs d'élu, le « militant » et l'« expert », il est difficile, dans le cas de notre population, de différencier clairement l'un de l'autre. Un collaborateur met ainsi avant le fait que son militantisme est secondé par des études en communication :

« Donc moi en fait je suis collaborateur de X depuis 6 mois et j'ai travaillé avant dans la communication. Donc en fait j'ai fait une école de communication (...) J'ai fait ce master en communication politique et dans ce cadre-là, ça s'est fait justement au moment du lancement d'En Marche, donc ça c'est fait ... j'étais à Bruxelles sur les années 2016-2017 et puis 2017-2018 et en fait je suis arrivé donc au moment du lancement d'En Marche pour la campagne présidentielle et je me suis impliqué en fait localement, il y avait un comité En Marche à Bruxelles et à l'époque X qui est donc maintenant député était ce qu'on appelle un référent local et donc c'est lui qui avait lancé le mouvement En Marche à Bruxelles. Et donc on avait fait ensemble la présidentielle – enfin j'étais ... en tant que simple militant – et puis ensuite quand il a été désigné comme candidat aux législatives pour la circonscription des français de l'étranger du Benelux, je l'ai également accompagné. Ensuite on a fini par donc se retrouver ensemble à l'Assemblée nationale tous les deux. Moi avec une casquette entre autres de communicant et puis lui député » (Entretien réalisé par téléphone le 26 avril 2018).

Au final, et en conclusion de cette première partie, outre l'esquisse du profil des collaborateurs en charge du numérique au sein des équipes parlementaires – jeunes, possédant des diplômes en sciences de l'information et de la communication et en science politique, mobiles mais cependant encore relativement attachés aux valeurs partisans des députés pour lesquels ils travaillent –, deux constats peuvent être établis. La position d'assistant parlementaire en charge de la communication numérique paraît d'abord être appréhendée par certains d'entre eux comme un tremplin leur permettant soit de continuer leur carrière dans la communication et les affaires publiques (notamment en devenant consultants), soit de se spécialiser dans la sphère politique (notamment en intégrant un cabinet politique). En effet, la diversité des tâches qui leur sont allouées, les relations tissées lors de leur passage à l'Assemblée, tout comme la charge de travail et les responsabilités importantes dont ils ont la charge leur permettent d'espérer faire de cette expérience un marchepied vers la carrière qu'ils envisagent. Par ailleurs, ces premières données soulignent l'apparente marche vers la « professionnalisation » de la position de collaborateur parlementaire en charge de la communication numérique du député qui semble enclenchée. En effet, on constate une adéquation entre cette position et le domaine dans lequel les études ont été effectuées. Pour ceux qui ont quitté leur poste, cette position n'est souvent qu'une étape dans la construction d'une carrière spécifiquement articulée autour de la communication et/ou de la politique.

UNE POSITION ENCORE À LA RECHERCHE D'ELLE-MÊME

Si les données présentées ci-dessus laissent penser que la position de chargé de la communication numérique est une position relativement stabilisée au sein des équipes parlementaires à l'Assemblée, ce constat mérite cependant d'être nuancé. C'est donc tout l'objet de cette partie que de montrer en quoi cette position reste encore assez peu définie – au-delà du seul fait de la difficulté à identifier les personnes en charge de la communication numérique.

Une activité relativement périphérique

Lorsque est pris en compte le principal domaine d'action des collaborateurs en charge de la communication numérique au sein de leur équipe parlementaire, le constat est d'abord qu'il n'est pas toujours – loin s'en faut –, celui de la communication (cf. Tableau 4).

Tableau 4 : Principal domaine d'action des collaborateurs en charge de la communication numérique au sein de leurs équipes parlementaires (n=32*)

Principal domaine d'action	n
Conseil sur la politique	12
Gestion administrative	2
Gestion de com	13
Les 3	5

* Ces données sont issues des réponses au questionnaire.
Nous avons obtenu 32 réponses au questionnaire.

Si la gestion de la communication au sens large (numérique mais aussi relations presse, etc.) représente l'attribution principale de 13 chargés de la communication numérique de notre corpus, elle ne l'est pas pour 19 d'entre eux. Ces derniers sont alors d'abord en charge de conseiller leur député en matière politique (12), ou plus rarement, en charge de la gestion administrative au sein de l'équipe (2). Les tâches communicationnelles sont reléguées au second plan. Par ailleurs, cinq assistants interrogés ne sont pas en mesure de distinguer leur tâche principale parmi les trois attributions suscitées. On retrouve ainsi les conditions de travail soulignées par Fretel et Meimon lorsqu'ils qualifient les collaborateurs parlementaires d'« auxiliaires factotum » (Fretel, Meimon, 2005).

Plus spécifiquement, le profil « conseil en politique » se retrouve plutôt parmi des collaborateurs situés à l'Assemblée nationale ou encore occupant dans une certaine mesure un rôle qu'ils qualifient de directeur de cabinet :

« Alors je suis son directeur de cabinet alors effectivement moi c'est parmi les 3 collaborateurs de son équipe, c'est moi qui suis chargé d'aller à Paris, donc d'assurer le travail parlementaire, la rédaction de certaines interventions, certains amendements, la collaboration avec les conseillers politiques du groupe etc. et en plus d'assurer un point politique et de gérer l'organisation du cabinet. Donc ça, tout ça se passe à Paris. Mais l'emploi du temps du député en France est fait de telle façon que il n'est mobilisé à Paris à l'Assemblée nationale du mardi normalement au jeudi – le vendredi dans des cas vraiment exceptionnels – ces cas exceptionnels sont en fait très réguliers et donc du jeudi soir ou du vendredi au mardi matin, on est en circonscription » (Entretien réalisé par téléphone le 2 mars 2018).

Le profil « gestion administrative » se retrouve davantage chez les collaborateurs localisés en circonscription. Plus encore, la durée consacrée en moyenne chaque semaine à la communication numérique au sein des équipes varie grandement d'une équipe à l'autre (cf. Tableau 5).

Tableau 5 : Durée hebdomadaire moyenne consacrée à la communication numérique (n=32)

Durée hebdomadaire	n
-de 2h	2
2 à 5h	13
5 à 10h	5
10 à 15h	5
+15h	7

* Ces données sont issues des réponses au questionnaire.
Or nous avons obtenu 32 réponses au questionnaire.

Vingt assistants interrogés affirment ainsi que leur équipe consacre moins de 2 h par jour (10 h par semaine) à la communication numérique. Si sept enquêtés déclarent tout de même consacrer plus de 15 h par semaine à cette tâche dans leur équipe, ces chiffres constituent donc une première explication des résultats présentés plus haut : la communication numérique n'est souvent pas en mesure de constituer l'attribution principale d'un collaborateur, sauf si ce dernier ne travaille pas à plein temps, ce qui est le cas d'une proportion relativement importante de collaborateurs en charge de la communication numérique (qu'ils soient à mi-temps ou ne travaillent que quelques heures par semaine pour leur député). Un collaborateur explique ainsi :

« J'ai accepté une mission à tiers temps, dédié au Net, d'attaché parlementaire donc du coup tout en continuant mon activité mon activité audiovisuelle bien évidemment à un rythme beaucoup moins soutenu qu'avant » (Entretien réalisé par Skype le 6 septembre 2018).

Néanmoins, pour beaucoup de collaborateurs interviewés, l'estimation du temps consacré à la communication chaque semaine reste relativement difficile. Outre le fait qu'il peut varier d'une semaine à l'autre en fonction des activités du député ou même en fonction de la période de l'année parlementaire, le travail de communication en ligne s'effectue tout au long de la journée et en fonction des événements quotidiens :

« Pffffff en fait j'ai l'impression que la com c'est le parent pauvre du parlementaire. Parce que moi je le fais ... on est tous un peu en dilettante quoi. On y consacre cinq minutes par-ci, cinq minutes par-là, mais en fait on prend rarement le temps de faire d'un coup tout ce qu'on a à faire ... pour y consacrer, je sais pas ... une heure tous les deux jours peut-être. Faire un point d'où est-ce qu'on en est, voir si y a des articles qui sont sortis, donc non je dirais ... si vous me demandez 'combien de temps par semaine ?' Je vous dirais 'cinq min toutes les deux heures quoi' » (Entretien réalisé par téléphone le 28 mai 2018).

Au-delà du fait que la communication numérique ne constitue bien souvent pas la tâche principale du collaborateur qui en a la charge, la communication numérique est quelque fois prise en charge collectivement au sein des équipes.

Une tâche mutualisée

Le tableau 6 ci-dessous présente le nombre de personnes en charge de la communication numérique dans chaque équipe à partir des réponses des participants au questionnaire.

Tableau 6 : Nombre de personnes en charge de la communication numérique dans les équipes en comptant le député (n=32)

Nombre de personnes en charge de la communication numérique	n
1	11
2	14
3	6
4	1

* Ces données sont issues des réponses au questionnaire.
Or nous avons obtenu 32 réponses au questionnaire.

Seul un tiers (11) des équipes fonctionne avec une seule personne en charge de la communication numérique (en comptant l'éventuelle participation du député) quand plus de 60% (20) mobilisent 2 ou 3 personnes pour cette tâche. La répartition s'effectue alors de plusieurs manières : soit en fonction des différents réseaux sociaux (l'un sera en charge de Twitter et Facebook par exemple, quand un second sera en charge du site), soit en fonction du niveau d'information, local ou national. Le collaborateur en circonscription a alors la responsabilité de la diffusion des actualités locales quand celui qui se trouve à l'Assemblée nationale diffuse les actualités nationales. Le député peut aussi participer à la communication numérique, en fonction des disponibilités de chacun. La députée interrogée témoigne ainsi :

« Ça va dépendre. Concrètement si mes collaboratrices m'accompagnent sur une rencontre, sur un rendez-vous etc. c'est plutôt elles qui vont faire la publication Facebook ou si elles voient un événement important à relayer, elles vont partager seules. Et si je me rends seule à un concert, à une manifestation qui se déroule sur ma circonscription, c'est moi qui vais faire la publication » (Entretien réalisé par téléphone le 16 avril 2018).

Mais d'autres types d'organisation existent. Un collaborateur explique :

« On est deux du coup en circonscription et après chacun de nous est amené à utiliser le Facebook, à créer des vidéos, à s'emparer de ces outils pour travailler ensemble. Et c'est pour ça aussi que j'ai un stagiaire avec nous parce que du coup ... parce que il a déjà participé au travail de com depuis son arrivée » (Entretien réalisé par Skype le 11 mai 2018).

Au-delà du fait que deux collaborateurs en circonscription peuvent être, dans certains cas, en charge du compte du député sur un même dispositif numérique pour des raisons pratiques (disponibilités en cas de vacances de l'un, etc.), cet extrait illustre bien une autre dimension de la mutualisation du travail de communication numérique au sein des équipes parlementaires : le recours à des stagiaires pour assurer (ou du moins soulager les autres collaborateurs) dans cette fonction. Les témoignages en ce sens sont relativement nombreux. Une collaboratrice affirme :

« Mais après c'est vrai que moi je suis toute seule et j'ai un petit contrat – j'ai un petit contrat –, donc du coup à mettre tout en place ... enfin je m'appuie sur des stagiaires quand y en a ... enfin ça prend ... si j'étais à temps plein je pourrais ... c'est pas simple » (Entretien réalisé par téléphone le 7 juin 2018).

Un stagiaire en charge de la communication numérique de son équipe, lui-même un peu perdu quant à la stratégie de communication à adopter, s'est ainsi confié lors d'un entretien :

« Alors la personne en charge de la communication numérique avant moi c'était aussi un stagiaire et puis je suis en contact régulier, parce que on organise voilà le transfert, la gestion du site internet, de la newsletter, du Facebook, Twitter, tout ça ... et sinon il y en a un autre en circonscription qui est en charge de la communication mais lui je sais pas exactement ce qu'il fait » (Entretien réalisé par téléphone le 28 mai 2018).

Au-delà de la division de la communication numérique entre plusieurs collaborateurs ou avec le député lui-même ou encore du recours à des stagiaires, certaines activités – telle que la création du site internet - sont aussi externalisées. Environ la moitié des enquêtés affirment ainsi que la création et la mise en place du site de leur député ont nécessité le recours à un prestataire externe, les membres de l'équipe reprenant ensuite la main pour ce qui est de l'alimentation quotidienne en nouvelles dudit site.

Une spécialisation qui doit encore s'affirmer

Les collaborateurs sont nombreux à avoir suivi une formation universitaire, plutôt théorique, en science politique ou en communication, et tous n'ont pas été initiés à l'analyse des « médias sociaux » durant leur cursus. Et les collaborateurs ayant suivi une formation pratique complémentaire sur l'usage des réseaux socionumériques pour approfondir leurs compétences en la matière sont relativement rares. Le Tableau 7 ci-dessous révèle ainsi que 19 répondants au questionnaire déclarent n'avoir reçu aucune formation sur le numérique. Cela pourrait expliquer les différences d'aisance en ligne en fonction des équipes.

Tableau 7 : Formation aux médias sociaux (n=32)

	n
Pas de formation	19
Par le parti	4
Par le groupe parlementaire	2
Durant les études	3
Par une formation privée	2
Par l'ancien employeur	2

* Ces données sont issues des réponses au questionnaire.
Nous avons obtenu 32 réponses au questionnaire.

Ce n'est pourtant pas faute d'opportunités potentielles. En effet, outre les partis et les groupes parlementaires qui offrent des formations courtes et relativement simples (souvent une demi-journée) sur les dispositifs numériques, les entreprises de médias sociaux (Twitter, Facebook mais aussi Google) approchent aussi les collaborateurs afin de leur fournir des initiations privées lors desquelles ils leur fournissent des méthodes 'clés en main' afin de mieux utiliser leur plateforme. Or, ils ne sont que quatre à en avoir bénéficié par l'intermédiaire de leur parti, deux via le groupe parlementaire et deux via des formations privées. Par ailleurs, 15% ont suivi une formation sur les réseaux socionumériques, soit dans le cadre d'un ancien emploi, soit dans le cadre de leurs études. Mais beaucoup restent autodidactes. Une collaboratrice explique :

« J'ai suivi aucune formation. Franchement pour l'essentiel des réseaux sociaux je connaissais déjà. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ... Après, tout ce qui est alimenter un site web, par exemple ou le site Web est Wikipédia, ça je ne savais pas du tout. (...). Et pour moi, ce n'est jamais un problème de ne pas savoir puisque maintenant, avec YouTube par exemple, il y a tellement de tutos que je dis 'voilà, je vais voir juste...' (...). Donc c'est vrai que quand il demande quelque chose, je préviens, je dis : 'il va y avoir un petit temps de latence parce que je vais me renseigner comment faire et comment je peux le faire' et après je peux le faire » (Entretien réalisé par téléphone le 27 avril 2018). Un autre affirme : « J'ai lu des bouquins de storytelling aussi pas mal pour voir aussi comment ça fonctionnait pour ensuite répéter les schémas qui fonctionnent bien. L'idée c'était de dégoter, de sortir, avoir des schémas qui fonctionnent avec des types de populations et des sujets particuliers pour ensuite n'avoir plus qu'à appliquer le schéma dans tel ou tel contexte » (Entretien réalisé par Skype le 13 mars 2018).

Plutôt jeunes, ces collaborateurs misent sur la débrouillardise et sur leur connaissance des médias sociaux via leurs usages personnels. Et lorsqu'ils réussissent à dégager du temps pour assister aux formations proposées par les groupes parlementaires notamment, les collaborateurs sont souvent déçus par le niveau, relativement simple, des formations. Le commentaire ci-dessous illustre bien cette idée qui revient chez plusieurs des enquêtés :

« Après c'est vrai que pour le groupe [En Marche] – alors j'ai peut-être mal identifié mais, il y avait des formations où c'était un peu très de base, je suis allée et je me suis dit 'bon, je sais déjà plein de trucs donc je pensais que j'étais à la ramasse mais peut-être pas autant ... » (Entretien réalisé par téléphone le 26 avril 2018).

CONCLUSION

L'objectif de cet article est d'apporter de nouvelles connaissances sur une population particulière : celle des chargés de la communication numérique au sein des équipes parlementaires des députés français.

Plutôt occupée en début de carrière, cette position est un accès à des carrières tant dans la communication que dans la politique pour de jeunes diplômés en communication et en science politique notamment. Sans surprise, le *turn over* est donc relativement important, comme sur l'ensemble des postes d'assistants parlementaires. Néanmoins, ce dernier ne doit pas faire oublier qu'un certain attachement partisan demeure chez ces collaborateurs : en effet, si les compétences « techniques » sont désormais nécessaires pour occuper cette position, elles ne se substituent pas totalement à l'attachement partisan qui reste encore très important. Mais ce premier portrait des collaborateurs en charge de la communication numérique ne doit pas occulter un autre aspect du travail de communication numérique au sein des équipes parlementaires identifié dans cet article : en effet, ce dernier est encore relativement nouveau et peu stabilisé. Ainsi, pour beaucoup d'équipes, la communication numérique restait une tâche relativement secondaire. Dans ces conditions, l'activité de communication numérique est parfois mutualisée entre différentes personnes de l'équipe, ce qui accroît encore l'idée que cette spécialité ne s'est pas encore totalement affirmée ni autonomisée.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Agranof, Robert (1972), « Introduction », in Robert Agranof (ed.), *The New Style in Election Campaigns*, p. 3–50. Boston : Holbrook Press.
- Aldrin, Philippe, Hubé, Nicolas, Ollivier-Yaniv, Caroline, Utard, Jean-Michel (dir.) (2014), *Les mondes de la communication publique*, Rennes : PUR.
- Beauvallet, Willy (2014), « Pour une sociologie des auxiliaires politiques et parlementaires L'exemple de l'Assemblée nationale », in Mazeaud, Alice (dir.), *Pratiques de la représentation politique*, Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Beauvallet, Willy, Michon, Sébastien (2017), « Les collaborateurs politiques : des acteurs au cœur des entreprises politiques » (p.9-28), in Beauvallet, Willy, Michon, Sébastien (dir.), *Dans l'ombre des élus : une sociologie des collaborateurs politiques*, Presses universitaires du Septentrion.
- Bellon, Anne, Collas, Thomas, Mayance, Pierre (2018), « Boulevards et chemins de traverse : les carrières des collaborateurs de l'exécutif (2012-2014) », *Revue française d'administration publique*, n° 168, p. 875-896.
- Blanchard, Gersende (2018), « Les voies de la professionnalisation de la communication électorale en ligne », *Politique et Sociétés*, n° 37, vol. 2, p. 83–107.
- Chibois, Jonathan (2014), « Twitter et les relations de séduction entre députés et journalistes. La salle des Quatre Colonnes à l'ère des sociabilités numériques », *Réseaux*, n° 188, p. 201-228.
- Courty, Guillaume (coord) (2005), *Le travail de collaboration avec les élus*, Paris : Michel Houdiard Editeur.
- Demazière, Didier, Le Lidec, Patrick (2014), *Les mondes du travail politique. Les élus et leurs entourages*, Rennes : PUR.
- Farrell, David M., Kolodny, Robin, Medvic, Stephen (2001) « Parties and Campaign Professionals in a Digital Age. Political Consultants in the USA and Their Counterparts Overseas », *The International Journal of Press/Politics*, n° 6, p. 11–30.
- Francoli, Mary (2009) « The digital MP or how I learn to stop worrying and love MP », *Journal of media practice*, n° 10, p. 215-225.
- Fretel, Julien, Meimon, Julien (2015), « Chapitre 18 / Les collaborateurs parlementaires. Un vivier pour les cabinets ministériels ? » (p.527-552), in Eyméri-Douzans, Jean-Michel (dir.), *Le règne des entourages. Cabinets et conseillers de l'exécutif*, Paris : Presses de Sciences Po.
- Gaxie, Daniel (1977), « Économie des partis et rétributions du militantisme », *Revue française de science politique*, 27^e année, n° 1, p. 123-154.
- Geber, Sarah, Scherer, Helmut (2015), « My Voter, My Party, and Me : American and German Parliamentarians on Facebook », *Journal of Information Technology & Politics*, n° 12, p. 360-377.
- Gibson, Rachel, Römmele, Andrea (2009), « Measuring the Professionalization of Political Campaigning », *Party Politics*, n° 15, p. 265–93.
- Karlsen, Rune (2010), « Fear of the Political Consultant : Campaign Professionals and New Technology in Norwegian Electoral Politics », *Party Politics*, n° 16, p. 193–214.
- Karlsen, Rune, Saglie, Jo (2017), « Party bureaucrats, independent professionals, or politicians ? A study of party employees », *West European Politics*, n° 40, p. 1331-1351.

Kerrouche, Eric (2009), « Usages et usagers de la permanence du député », *Revue française de science politique*, n° 59, p. 429-454.

Koc-Michalska, Karolina, Lilleker, Darren (2013), « MEPs online : Understanding communication strategies for remote representatives », p. 213-232, in Nixon, Paul, Rawal Rajash, Mercea, Dan (dir.), *Politics and the Internet in Comparative Context : Views from the cloud*, Routledge.

Larsson, Anders O. (2015), « The EU Parliament on Twitter—Assessing the permanent online practices of parliamentarians », *Journal of Information Technology & Politics*, n° 12, p. 149-166.

Le Lidec, Patrick (2008), « Les députés, leurs assistants et les usages du crédit collaborateurs. Une sociologie du travail politique », *Sociologie du Travail*, n° 50, p. 147 - 168.

Michon, Sébastien (2008), « Assistant parlementaire au Parlement européen : un tremplin pour une carrière européenne », *Sociologie du Travail*, n° 50, p. 169 - 183.

Michon, Sébastien (2014), « Composition et organisation de leur entourage par les eurodéputés français : spécificités et logiques de structuration des équipes parlementaires » (p. 125-141), in Demazière, Didier, Le Lidec, Patrick (dir.), *Les mondes du travail politique. Les élus et leurs entourages*, Rennes : Presses universitaires de Rennes.

Negrine, Ralph, Lilleker, Darren G. (2002), « The Professionalization of Political Communication : Continuities and Change in Media Practices », *European Journal of Communication*, n° 17, p. 305-23.

Panebianco, Angelo (1988), *Political Parties : Organization and Power*, Cambridge : Cambridge University Press.

Phélippeau, Eric (2005), « La formalisation du rôle d'assistant » (p.63-80), in Courty, Guillaume, *Le travail de collaboration avec les élus*, Paris : Michel Houdiard Editeur.

Roginsky, Sandrine, Perrier, Valérie Jeanne (2014), « La fabrique de la communication des parlementaires européens. « Tweet ton député » et les « ateliers du député 2.0 » », *Politiques de communication*, n° 3, p. 85-124.

Scherpereel, John A., Wohlgenuth, Jerry, Schmelzinger, Margaret (2017), « The Adoption and Use of Twitter as a Representational Tool among Members of the European Parliament », *European Politics and Society*, vol. 18, n° 2, p. 111-127.

Tenscher, Jens, Mykkänen, Juri (2014), « Two Levels of Campaigning : An Empirical Test of the Party-Centred Theory of Professionalisation », *Political Studies*, n° 62, p. 20-41.

Webb, Paul, Fisher, Justin (2003), « Professionalism and the Millbank Tendency : The Political Sociology of New Labour's Employees », *Politics*, n° 23, p. 10-20.