

Comment les partis politiques francophones séduisent ou divisent sur le réseau social X

19.07.2024

[CAROLINE CLOSE](#), [LAURA JACOBS](#) ET [LUCAS KINS](#)

Ces dernières années, les démocraties semblent être confrontées à un double phénomène : celui de la fragmentation de leurs sociétés, et celui de la polarisation (idéologique, voire affective). Les représentant·es politiques sont régulièrement accusé·es d'attiser les sentiments négatifs entre groupes sociaux, notamment par l'intermédiaire de leur communication en ligne. Dans cette contribution, nous nous intéressons à la communication des partis francophones et de leurs président·e-s, sur le réseau social X.

Nous identifions les « groupes » mentionnés dans leurs publications : d'une part, les « endogroupes » ou groupes que les partis prétendent représenter, à qui ils font des « promesses », et auxquels ils destinent leurs politiques à l'approche du scrutin ; d'autre part, les « exogroupes », desquels les partis se distancient, voire attaquent. Les analyses montrent des variations entre partis en termes de fréquence à laquelle ils font référence aux endo- et exogroupes, ainsi que dans le type de groupes visés.

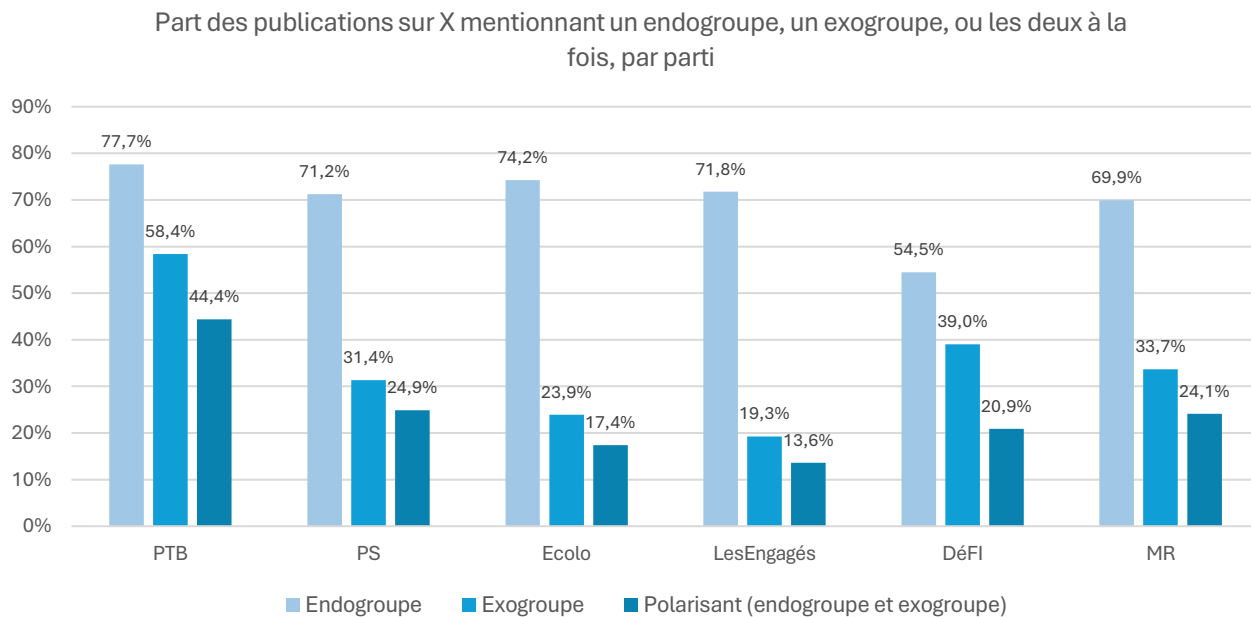
Avec le supposé dégel des clivages et l'émergence de nouveaux enjeux (environnement, migration), les partis politiques « traditionnels » se seraient progressivement détachés des groupes sociaux qui constituaient leurs bases électorales originelles. Dans le même temps, ces groupes sociaux se seraient diversifiés. Le poids des identités sociales ou « variables lourdes » dans la détermination des choix électoraux se serait estompé (Deschouwer et al., 2015). Ces choix seraient devenus plus instables, ou *volatiles*, d'une élection à une autre. Globalement, les liens entre (groupes d') électeur·rice·s et les partis se seraient affaiblis. Néanmoins, les recherches montrent que les partis et personnalités politiques continuent à faire référence, dans leur communication, à des groupes auxquels ils et elles s'associent et dont ils et elles prétendent défendre les intérêts (De Mulder, 2023) - les *endogroupes*. La compétition politique resterait donc structurée autour d'une lutte pour la représentation de catégories sociales et économiques. Par ailleurs, la communication des acteurs politiques fait aussi référence à des groupes desquels ils se distancient, se désolidarisent, voire considèrent comme « nuisibles » et contre lesquels ils appellent à lutter - les *exogroupes*. Enfin, les médias sociaux offriraient des plateformes idéales à ces procédés discursifs (Rathje et al., 2021).

A l'aube du scrutin de juin 2024 en Belgique, qui fut dépeint comme particulièrement *polarisé* (Scheirlinckx, 2024), nous nous sommes intéressé·e-s à la communication des partis politiques francophones (et de leurs (co)président·e-s) sur la plateforme X, en termes de références à des endo- et exogroupes. Nous analysons l'ensemble des publications sur X de ces acteurs, entre le 1^{er} janvier 2023 et le 31 mars 2024 (4864 publications au total), pour lesquelles nous avons manuellement codé la présence d'un (ou plusieurs) endogroupes, et celle d'un (ou plusieurs) exogroupes.

De manière générale, les partis francophones mentionnent davantage les endogroupes que les exogroupes.

Dans le graphique 1, nous montrons, pour chacun des partis, la proportion de leurs publications faisant référence uniquement à un endogroupe, uniquement à un exogroupe, et faisant référence à la fois à un endo- et à un exogroupe. Nous labellisons ces dernières comme « polarisantes ». Les partis sont classés sur un axe gauche-droite, et nous mentionnons le nombre total de publications par parti. Ces derniers tendent à mentionner très fréquemment des endogroupes (plus de 70% des publications chez la plupart des partis), sans grandes différences entre eux. De manière générale, les partis francophones mentionnent davantage les endogroupes que les exogroupes. En ce qui concerne les exogroupes, ainsi que les publications « polarisantes », le PTB semble être le parti qui a le plus recours ce type de contenu (près de 45% de leurs publications sont *polarisantes*, et près de 60% mentionnent un exogroupe). Pour le PS et le MR, les proportions de publications polarisantes approchent les 25%. Ce sont donc les partis plus centristes qui semblent avoir le moins recours à ce type de mentions – chez Les Engagés, 14% des publications sont directement polarisantes.

Graphique 1. Part des publications sur X mentionnant un endogroupe, un exogroupe, ou les deux à la fois, par parti



Nous avons ensuite procédé à une classification des groupes mentionnés en sept catégoriesⁱⁱ (voir tableau 1). Trois catégories émergent parmi les endogroupes les plus fréquents : les groupes sociodémographiques, socioéconomiques et nationaux/communautaires. Les partis politiques francophones et leurs (co)président-e-s tendent donc prioritairement à « représenter », dans leur communication (en ligne) ces types de groupes. Parmi les exogroupes, les groupes socioéconomiques dominent largement, suivis des groupes « internationaux », notamment, dans un contexte de tensions autour du conflit au Proche-Orient et en Ukraine. Les groupes sociodémographiques ou nationaux et communautaires apparaissent peu parmi les exogroupes, ce qui contraste avec les résultats d'une analyse similaire menée côté flamand (Kins et al., 2024), où les partis (nationalistes notamment) taclent plus volontiers certaines communautés et régions.

Table 1. Catégories de groupes

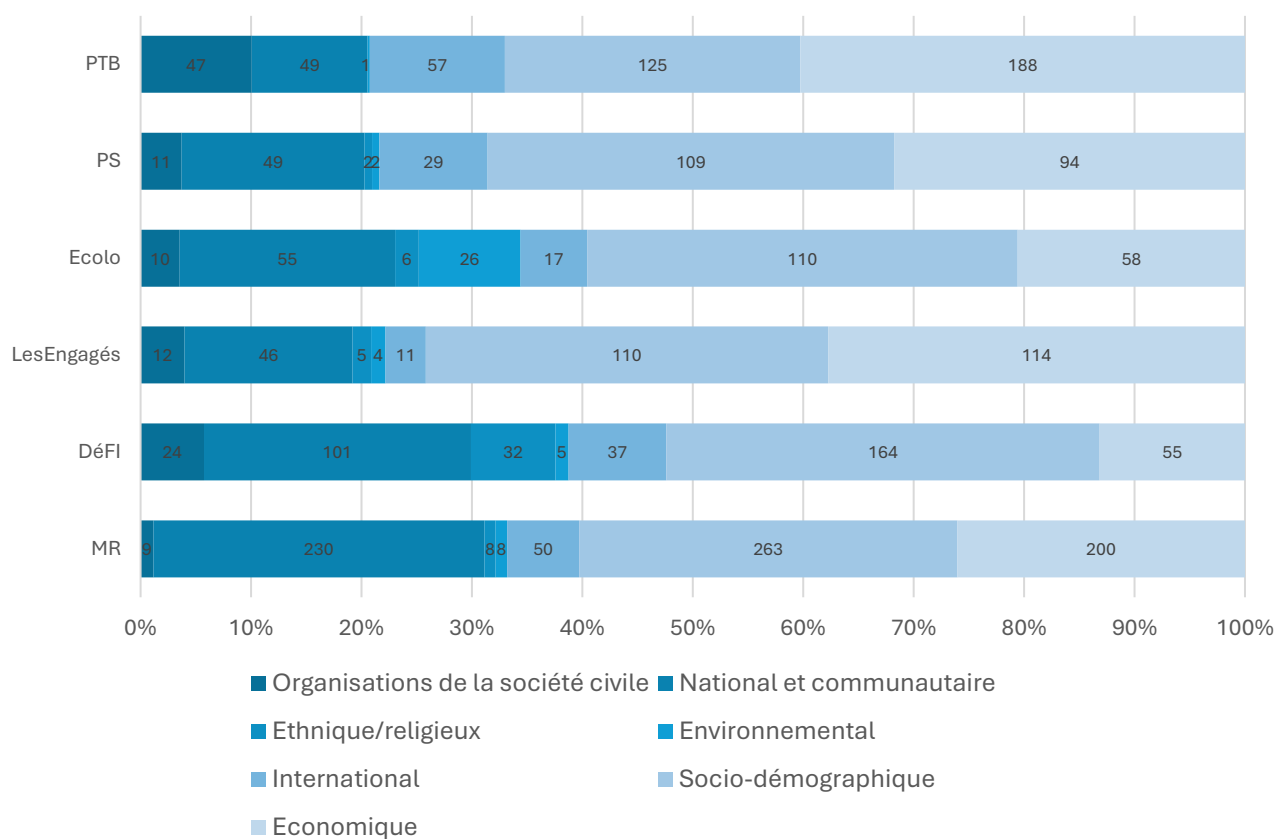
Catégories de groupes	Exemples	% dans l'ensemble des endogroupes	% dans l'ensemble des exogroupes
Sociodémographique	Les jeunes, femmes, étudiants, personnes handicapées, familles, etc.	34.8%	9.0%
Socioéconomique	Les riches/les pauvres, travailleurs et travailleuses (ex. à temps partiel, à « à bas et moyens salaires » etc.), chômeurs, sans-emploi, les « gens qui ne travaillent pas », la « classe moyenne », les multinationales, les syndicats, les agriculteurs, les fédérations d'employeurs etc.	28.0%	52.3%
National et communautaire	Les Belges, la Belgique, les Flamands, Wallons, notre région, « ceux/celles qui parlent néerlandais », francophones, « nos ancêtres », etc.	20.9%	1.1%
International	L'OTAN, l'Ukraine, la Russie, « les civils palestiniens », « la population du Maroc », « nos alliés », le Hamas, Israël, le « régime iranien » etc.	7.9%	29.1%
Société civile	Les experts, scientifiques, ONGs, associations de la société civile, etc.	4.5%	1.4%
Ethnique/religieux	Les demandeurs d'asile, réfugiés, nouveaux arrivants, immigrés ; les Musulmans, Juifs, minorités religieuses, etc.	2.1%	6.3%
Environnement	La nature, « la planète », etc.	1.8%	0.7%

Les graphiques 2 et 3 permettent d'appréhender, pour chacun des partis analysés, les types de groupes mentionnés dans leurs publications sur X. Sur le graphique 2, on constate que le PTB tend à accentuer en premier lieu les références aux endogroupes liés à leur clivage de prédilection : le clivage socioéconomique (40% des endogroupes mentionnés sont de l'ordre du socioéconomique). Pour les partis plus « *mainstream* », les catégories sociodémographiques sont les plus fréquentes (autour de 35-40% des références aux endogroupes). Ces catégories sont relativement consensuelles et moins associées à des clivages particuliers. Les partis semblent en compétition pour les séduire : les « citoyens », les « femmes », les « jeunes », les « familles ». Les clivages « originels » se traduisent néanmoins. Ainsi, une attention particulière est portée aux groupes socio-économiques dans les publications du PS (deuxième catégorie d'endogroupe, soit 32%), au MR (troisième catégorie d'endogroupe la plus citée, soit 26%) – et de manière plus surprenante, chez Les Engagés (première catégorie à quasi égalité avec les groupes sociodémographiques, 36-37%). Chez Ecolo et DéFI, les groupes socioéconomiques apparaissent moins présents (respectivement 21% et 13%). En revanche, Ecolo mentionne davantage que les autres partis des groupes « environnementaux ». DéFI s'adresse aux groupes communautaires (« Bruxellois », « Wallons », « Francophones »), ainsi qu'à des groupes liés à des appartenances philosophiques et religieuses - en accord avec l'enjeu de *laïcité* que le parti met à l'agenda, et la défense des droits et libertés (Close et al., 2023).

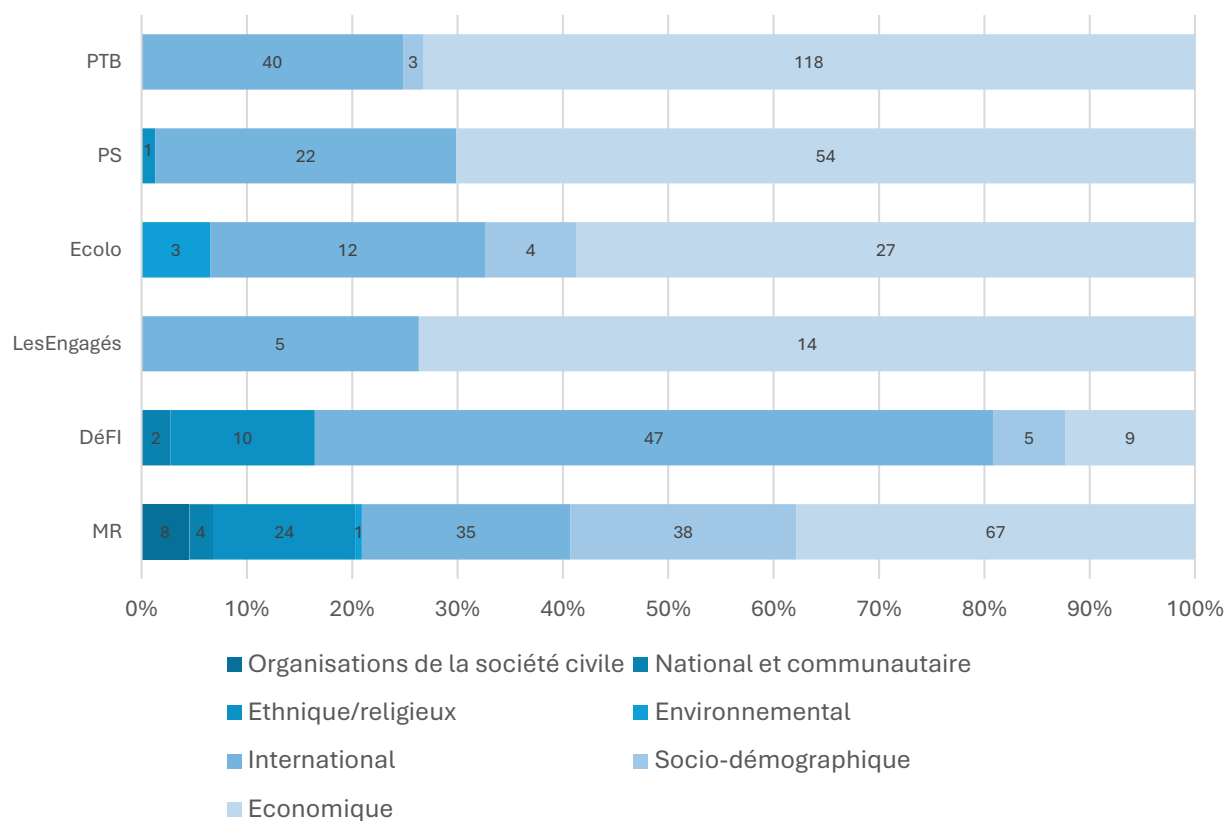
En termes d'exogroupes, les catégories sont moins diversifiées ; et les références sont également moins nombreuses en général que pour les endogroupes (voir Graphique 1). Les chiffres présentés dans le graphique 3 doivent donc être considérés avec précaution. Pour rappel, les références aux exogroupes sont beaucoup plus présentes chez les partis aux extrêmes de l'axe gauche-droite, que chez les partis plus au centre. Le PTB accentue surtout les oppositions entre groupes socioéconomiques (« la classe travailleuse » versus « les multinationales » et les « super-riches »).

Pour le PS, Ecolo, et Les Engagés, entre 60% et 70% de leurs références aux exogroupes concernent des groupes socioéconomiques : « les ultra-riches » au PS, les « banques » chez Ecolo (qui cible aussi des groupes comme « les pollueurs »). Viennent ensuite des groupes associés aux conflits internationaux (26-28%). Cette catégorie est la plus présente chez DÉFI (64%), et vise à dénoncer des atteintes aux droits fondamentaux (ex. « le régime iranien », « le Hamas »). Enfin, le MR montre une plus grande diversité dans ses cibles : socioéconomiques, sociodémographiques, internationales, ethniques ou religieuses. Il se présente comme le parti de l'ordre et surtout de l'emploi, en chargeant aux « délinquants », « illégaux », ou encore aux « consommateurs de drogues », mais aussi aux inactifs et « syndicats », face à « la classe moyenne », aux « indépendants » et aux « honnêtes gens » dont le parti et son président se portent garants.

Graphique 2. Catégories d'endogroupes, par parti



Graphique 3. Catégories d'exogroupes, par parti



Les partis aux extrêmes font davantage usage d’une communication négative, opposant les groupes sociaux entre eux, que les partis plus au centre.

A l’issue du scrutin de 2024, cette analyse permet d’éclairer la communication des partis politiques francophones sur le réseau social X en termes de références à des endo- et à des exogroupes. Les partis diffèrent à deux points de vue. Premièrement, les partis aux extrêmes font davantage usage d’une communication *négative*, opposant les groupes sociaux entre eux, que les partis plus au centre. Deuxièmement, les types de groupes mentionnés s’inscrivent encore dans une logique de clivages et d’enjeux prioritaires pour les partis. Néanmoins, une compétition se joue pour la représentation de groupes sociodémographiques *non-alignés* sur ces clivages et enjeux (jeunes, femmes, famille etc.). Les analyses à venir des résultats de l’élection du 9 juin permettront certainement de mieux évaluer la performance des partis au sein de ces catégories sociales. Par ailleurs, de futures recherches devraient s’intéresser à l’effet de la communication (négative) sur les individus, notamment sur leurs perceptions et sentiments à l’égard de groupes sociaux auxquels ils/elles s’identifient ou desquels ils/elles se distancientⁱⁱⁱ.

Références

- Close, C., Kins, L., Kumar, T., & Jacobs, L. (2023). *Les partis politiques et leurs président·e·s sur Twitter: Quelles tendances un an avant l'élection de 2024 ? Par le Social Media Lab @ULB*.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26167.70566>
- Deschouwer, K., Delwit, P., Hooghe, M., Baudewyns, P., & Walgrave, S. (2015). *Décrypter l'électeur. Le comportement électoral et les motivations de vote*.
<https://dial.uclouvain.be/pr/boreal/object/boreal:161676>
- Kins, L., Close, C., & Jacobs, L. (2024). Hoe spreken politieke partijen ons aan op X? *Samenleving en politiek*, 31(6), 48–53.
- Rathje, S., Van Bavel, J. J., & van der Linden, S. (2021). Out-group animosity drives engagement on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(26), e2024292118.
<https://doi.org/10.1073/pnas.2024292118>
- Scheirlinckx, N. (2024, May 23). «*À l'attaque!*»: Voici les partis les plus offensifs sur X, et leurs cibles favorites (infographies). Le Vif. <https://www.levif.be/belgique/politique/a-lattaque-voici-les-partis-les-plus-offensifs-sur-x-et-leurs-cibles-favorites-infographies/>

[CAROLINE CLOSE](#) est chargée de cours à l'ULB

[LAURA JACOBS](#) est post-doctorante à l'UA (Universiteit Antwerpen)

[LUCAS KINS](#) est doctorant à l'ULB (Aspirant FNRS)

ⁱ Chez certains partis (MR, DéFI et dans une certaine mesure PTB), les comptes des présidents sont plus actifs que les comptes des partis ; chez d'autres, le compte du parti a tendance à être plus actif (Close et al. 2023).

ⁱⁱ D'autres catégories ont été exclues de cette analyse, comme les groupes « politiques » (« les libéraux », « la famille socialiste », « nos militants ») – ceux-ci s'apparentant plus à des références à des identités partisanes qu'à des groupes au sein de la société.

ⁱⁱⁱ C'est l'objet notamment du projet Excellence of Science « [NotLikeUs](#) », dans lequel les auteur·rice·s de ce billet sont engagé·e·s.