Les réseaux sociaux et la communication politique

Entre identification et distanciation

Introduction : Pourquoi participer aux réseaux sociaux ?

- Les NT réactiveraient-elles un vieux mode de fonctionnement de la politique ?
  - Délégation/Décision - Pourquoi participer aux réseaux ?
  - Réseaux = Nouveaux Médiateurs entre citoyens et élus ?
- Dans quels buts ?
  - Influencer les décideurs…
  - S'identifier aux décideurs… Se valoriser
  - Etre mieux informés ? Informés *avant*…

Problématique de recherche

Les réseaux sociaux amplifient-ils une double fonction médiatique fondamentale : s'identifier à une personne, un héros, des valeurs, un idéal - et symétriquement se distancier d'un adversaire ?

Dans le cas des élections régionales, cette double fonction croise la dialectique entre le local et le national

Question politique

Comment être visible

et influent

sur les réseaux sociaux ?

Scénarios d'entrée

Scénario 1 : Les "avancées politiques et idéologiques"

- Peu adapté aux Régionales : faible notoriété, bruit, manque de pertinence des discours… Secours du buzz

Scénario 2 : Les "additions"

- Domaine de la surenchère, de la petite phrase…
- Adaptation moyenne aux Régionales, sauf énormité.

Scénario 3 : La posture, la fuite en avant

- Dramatisation des situations, hyper-personnalisations, raccourcis sémantiques, thèse du complot, du seul contre tous, activation des mécanismes victimaires

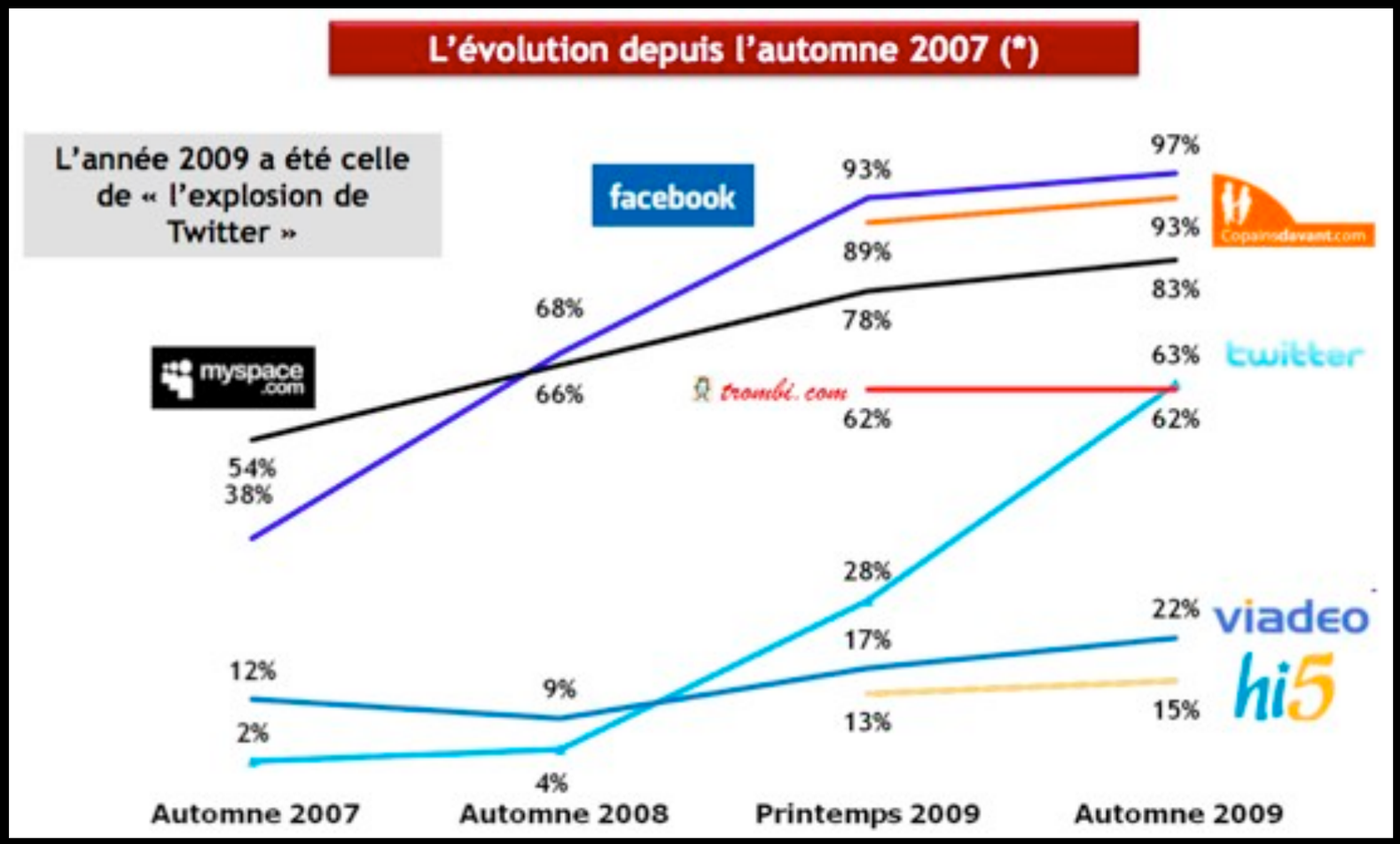
Schéma de principe

Le scrutin local se révèle structurellement homothétique du scrutin national.

Les constructions goffmaniennes (représentations) sont identiques.

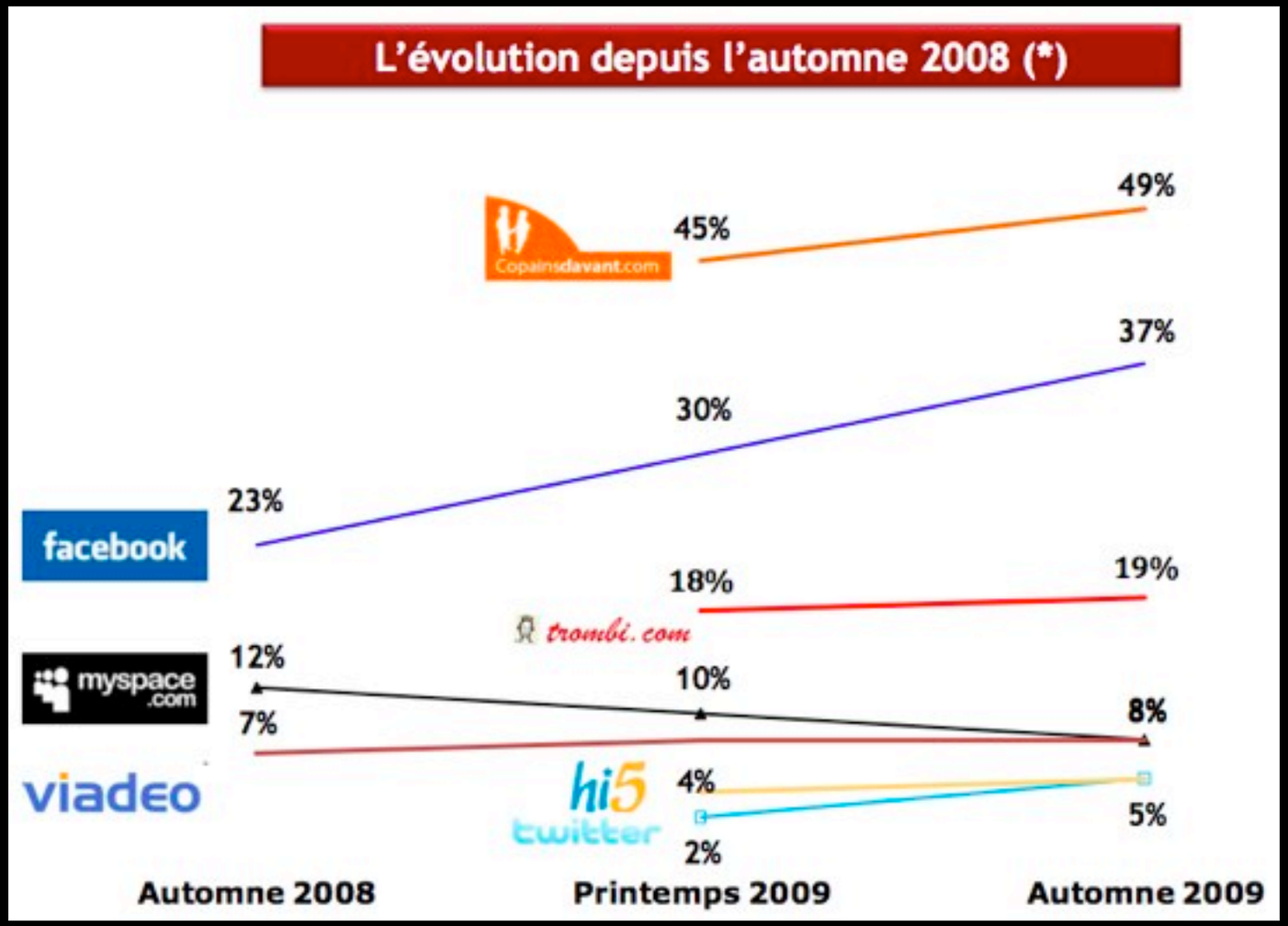
Et les phénomènes liés à l'identification ou la distanciation aussi.

La communication politique interactive des années 2000



Facebook : 15 millions de comptes en France, 110 “amis” en moyenne.
Twitter : 150 000 comptes en France.
Source Ifop et www.mediassociaux.com

La communication politique interactive des années 2000



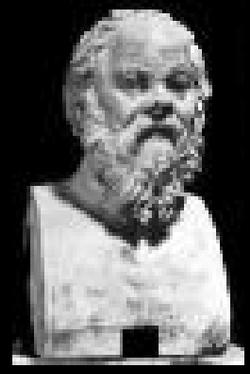
Les points clés de l'approche distanciatrice

L'être humain oscille en permanence entre une attitude d'identification et une de distanciation.

Il se construit et trouve son équilibre au sein de cette alternance dialectique.

Ces deux concepts éclairent l'analyse de la société médiatique.

Les trois identifications



L'identification de **contact** (« médiée »)

- Aux parents, au maître…

L'identification **médiatisée**

- Aux héros, aux stars…

L'identification **abstraite**

- Aux valeurs, aux principes…

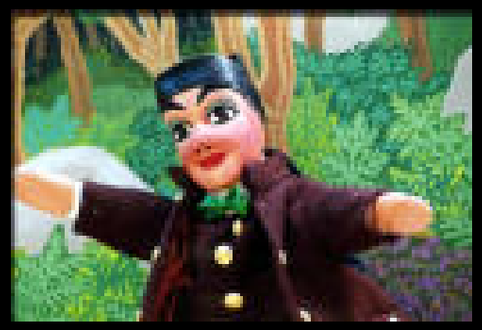
Les quatre niveaux d'identification/ projection/transfert (IPT)

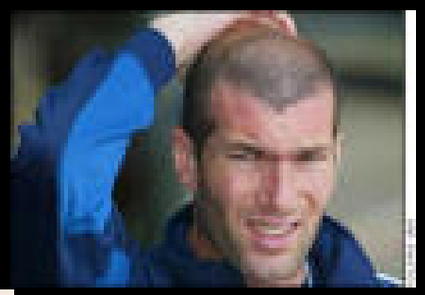
La micro-identification

La primo-identification

La macro-identification

La supra-identification





Les deux distanciations

- **La distanciation critique**
  - Tout le monde la possède
  - Elle se met en action spontanément

- **La distanciation dialectique**
  - Distanciation de la distanciation
  - Elle est inégalement répartie
  - Elle peut faire l'objet d'apprentissages

L’articulation Régional / Local

Au travers des tracts de Rhône-Alpes

Questions géopolitiques locales

- Spectre d’énonciation réduit
- 200 candidats par listes
- Premières places réservées aux “cumulards”

Questions nationales ou supranationales

- Thèmes classiques : Economie, Emploi, Développement durable, etc.

Originalité ou Redondance ?

« En appliquant brutalement la formule de Shannon (ce qui n'est pas recommandé), on peut montrer qu'en France des élections municipales ont un contenu informationnel deux fois supérieur à celui d'élections législatives et quinze fois supérieur à celui d'élections présidentielles. Pourtant ce sont les mêmes électeurs, avec les mêmes intentions, les mêmes désirs d'influence.”

Robert ESCARPIT

Caractéristiques des réseaux sociaux dans une élection locale

Les scrutins locaux ne semblent pas (encore ?) apporter beaucoup d'information à haute valeur ajoutée décisionnelle

- Poids des habitudes culturelles ?
- "Paresse" d'intégrer des informations non redondantes ?
- Non usage informatif du web ?
- Non intégration des possibilités de partage d'informations stratégiques ?
- Difficultés à entrer dans l'intelligence collective.
- Retards du web sémantique ?

La dialectique du positionnement des réseaux sociaux

- Partage collaboratif d'informations utiles ?
- Superficialité des commentaires

Facebook : la logique du média de masse prédomine (jeux, "j'aime", etc.)

Twitter : un antimodèle provisoire ?

Tentative de modélisation

Twitter est un média aristotélicien

Le premier corpus Twitter

Une étude sur 6 mois : Janvier à Juin 2010

Les comptes des présidents de Région étudiés

Les présidents de Régions

Présidents de Régions		Suivis	Suiveurs	Messages
Philippe Richert	Alsace	40	173	262
Alain Rousset	Aquitaine	20	50	0
René Souchon	Auvergne	44	147	87
Laurent Beauvais	Basse-Normandie			
François Patriat	Bourgogne			
Jean-Yves Le Drian	Bretagne	35	81	72
François Bonneau	Centre	48	148	180
Jean-Paul Bachy	Champagne-Ardenne	1	48	56
Paul Giacobbi	Corse			
Marie-Marguerite Dufay	Franche-Comté			
Alain Le Vern	Haute-Normandie	64	198	280
Jean-Paul Huchon	**Île-de-France**	**134**	**2156**	**252**
Georges Frêche	Languedoc-Roussillon	0	183	91
Jean-Paul Denanot	Limousin			
Jean-Pierre Masseret	Lorraine			
Martin Malvy	Midi-Pyrénées	3	179	47
Daniel Percheron	Nord-Pas-de-Calais	8	172	130
Michel Vauzelle	Provence-Alpes-Côte d'Azur	245	661	320
Jacques Auxiette	Pays de la Loire			
Claude Gewerc	Picardie	9	74	65
Ségolène Royal	**Poitou-Charentes**	**146**	**1620**	**21**
Jean-Jack Queyranne	**Rhône-Alpes**	**230**	**776**	**134**
Victorin Lurel	Guadeloupe	117	281	169
Rodolphe Alexandre	Guyane			
Serge Letchimy	Martinique			
Didier Robert	La Réunion			
Totaux généraux		**1144**	**6947**	**2166**
Moyennes générales		**72**	**434**	**135**

Le second corpus Twitter

Une étude sur 6 mois de compte politiques actifs : Même période : Janvier à Juin 2010

30 comptes de personnalités étudiés

Personnalité de Gauche	14
Personnalité de Droite	14
Personnalité de la société civile	2
Total	30

Statistiques du corpus Twitter

- Equivalence Gauche Droite pour les abonnés/ suiveurs/Followers (6536/6820)
- Net avantage de la Gauche pour le nombre de personnes suivies (525 contre 127)
- Taux de messages des abonnés double à gauche

		Suivis	Suiveurs	Messages	Mess/abonné
Totaux généraux		10 992	245 199	37 187	0,1517
Moyennes générales		366	8 173	1 240	0,1517
Totaux généraux politiques		9 834	186 988	8 934	0,0478
Moyennes générales politiques		351	6 678	**319**	0,0478
Totaux généraux Gauche		8 054	91 510	5 571	0,0609
Totaux généraux Droite		1 780	95 478	3 363	0,0352
Moyennes générales Gauche		575	6 536	**398**	0,0609
Moyennes générales Droite		127	6 820	**240**	0,0352

Les personnalités

Etat tweets au 16 mai 2010		Suivis	Suiveurs	Messages
BARNIER	Michel	617	2752	88
CHATEL	Luc	39	1823	272
COPE	JF	37	1031	42
DELEVOYE	JP	534	546	106
Elysée		0	2468	7
GAUDIN	Jean-Claude	1	457	156
JEGO	Yves	44	1033	340
JOUANO	Chantal	0	1248	1
LEFEBVRE	Frédéric	89	3746	374
MORIN	Hervé	10	861	55
NKM		162	45560	1099
PECRESSE	Valérie	79	3138	174
WAUQUIEZ	Laurent	163	29710	648
WOERTH	Eric	5	1105	1
AYRAULT	JM	105	687	193
BARTOLONE	Claude	891	1164	285
CAMBADELLIS	JC	689	968	475
COHN BENDIT	Dany	91	5239	25
COLOMB	Gérard	419	1452	296
DRAY	Julien	147	1120	85
DUFLOT	Cécile	200	3234	307
Europe Ecologie		2082	36122	733
GUIGOU	Elisabeth	48	162	109
HAMON	Benoit	1219	33340	649
HIDALGO	Anne	1734	4493	2236
HOLLANDE	François	53	1133	23
QUEYRANNE	JJ	230	776	134
ROYAL (Δ)	Ségolène	146	1620	21
CHABAL	Seb	13	14809	479
LE MEUR	Loic	1145	43402	27774

Profils Types sur Twitter

Profil 1 : L'internaute sympathisant

- Constat 1. Il s'inscrit dans une assez stricte logique de mono-appartenance.
- Constat 2. Les messages se bornent assez souvent à de la reprise de commentaires ou de la paraphrase.

Profil 2 : L'internaute professionnel

- Constat 3. Les pionniers sont très majoritairement des créateurs de contenu.

Profils Types sur Twitter

Profil 3 : L'internaute militant

- Préfère les forums de la presse et les blogs très fréquentés.
- L'architecture actuelle de Twitter ne lui convient guère.

Profil 4 : Le responsable politique actif proche

- NKM, Hamon, Hidalgo, Wauquiez
- NKM suit Hamon et réciproquement. Wauquiez suit Huchon, Hidalgo, Hamon mais pas réciproquement, etc

Profil 5 : Le responsable politique passif lointain

- Chatel, Huchon, Vauzelle

Profil 6 : Le grand leader charismatique

Le “Fonctionnement” des médias sociaux

- Processus 1 : L’internaute s’identifie à un médiateur, responsable local qui lui même s’identifie au leader.
- Processus 2 : Les uns comme les autres s’identifient aux valeurs, principes ou visions politiques présentées par le parti.
- Processus 3 : Le réseaux social peut être employé comme outil anti distanciateur, mais simultanément, s’il est mal utilisé il agit à contre sens et engendre de la distanciation.
- Processus 4 : Le militant politique ou l’amateur sont dans la distanciation critique, le leader, l’expert ou le professionnel sont dans la distanciation dialectique.

Conclusions partielles

1. Le sympathisant s'identifie et cherche à pousser son réseau à en faire autant et/ou à se distancier (contagion mimétique).
2. L'internaute professionnel montre un profil identification / distanciation plus contrasté et plus marqué que les profils neutres.
3. La distanciation dialectique permet de dialectiser sa distanciation.
4. Les réseaux sociaux agissent comme un catalyseur de l'identification / distanciation.
5. Ces réseaux réactivent de vieux réflexes de connivence entre électeurs ou militants et les élus.

Conclusions partielles

6. Les messages sont généralement assez consensuels et ne s'inscrivent que très rarement et pas pour longtemps dans le combat politique militant.
7. Le responsable politique lointain et institutionnel déclenche plutôt de la distanciation de son action, de son camp ou de sa personne.
8. Les responsables politiques lointains cherchent encore un modèle communicationnel se rapprochant de celui du responsable politique actif, proche et connivent.
9. Ces mécanismes s'observent dans une période très évolutive avec relativement peu d'acteurs.

Conclusions partielles

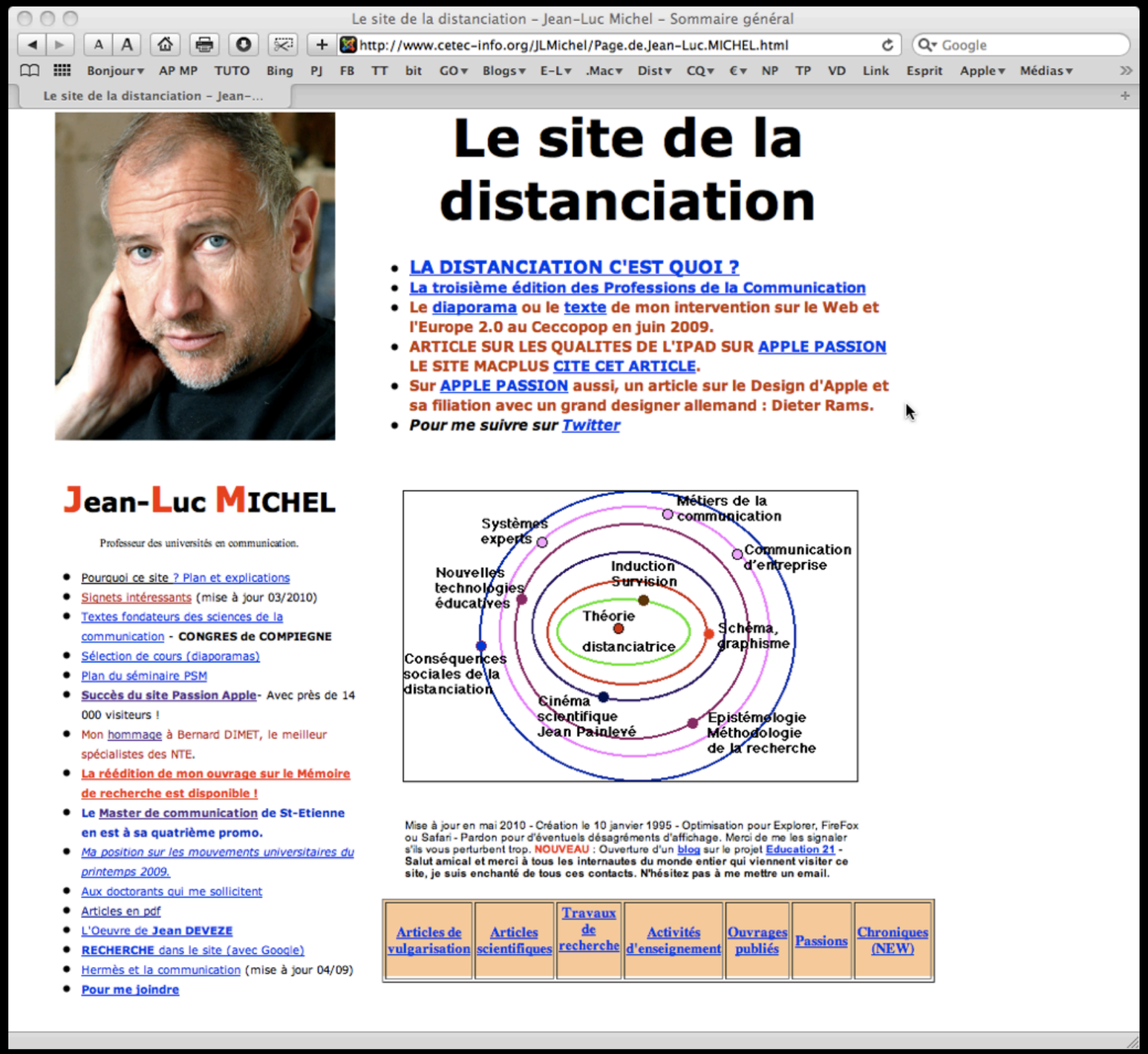
10. Le bon usage des réseaux sociaux active finement le mécanisme identification / distanciation en imposant l'écriture médiatique du leader dans un mode hyper-informé.
11. L'usage français des réseaux sociaux est encore peu élaboré et performant.

Conclusion générale

EDUCATION 21

Une Education
médiatique pour tous

Merci de votre attention



Autres informations sur distanciation.com