



**HAL**  
open science

## Les citoyens actifs sur Internet sont-ils politiquement plus radicaux ?

Marie Neihouser, Felix von Nostitz, François Briatte, Giulia Sandri, Tristan Haute

### ► To cite this version:

Marie Neihouser, Felix von Nostitz, François Briatte, Giulia Sandri, Tristan Haute. Les citoyens actifs sur Internet sont-ils politiquement plus radicaux ?. 2022. hal-03663688

**HAL Id: hal-03663688**

**<https://hal.univ-lille.fr/hal-03663688>**

Submitted on 10 May 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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NoDerivatives 4.0 International License

## Les citoyens actifs sur Internet sont-ils politiquement plus radicaux ?

Publié: 27 avril 2022, 20:19 CEST

### **Marie Neihouser**

Chercheuse en science politique, Université Fédérale Toulouse Midi-Pyrénées

### **Felix-Christopher von Nostitz**

Research and Teaching Assistant in Political Science, Institut catholique de Lille (ICL)

### **François Briatte**

Assistant Lecturer in Political Science, Institut catholique de Lille (ICL)

### **Giulia Sandri**

Professeur en science politique, ESPOL, Université Catholique de Lille, Institut catholique de Lille (ICL)

### **Tristan Haute**

Maître de conférences, Université de Lille



On sait que les citoyens politiquement actifs sur Internet présentent différentes caractéristiques : ils sont plus intéressés par la politique, plus diplômés, et plus jeunes que la moyenne. Sont-ils plus radicaux ? KristopherK/Pixabay, CC BY-NC-ND

Les usages électoraux d'Internet et des réseaux sociaux ont été particulièrement scrutés lors de la campagne d'avant premier tour. De nouvelles plates-formes, telles que TikTok ou Twitch, ont été fortement investies afin de toucher les plus jeunes, et certains candidats semblent y avoir été plus performants que d'autres – notamment Jean-Luc Mélenchon et Éric Zemmour. À cet égard, des études montrent que l'activisme sur Internet se structure souvent sur des bases idéologiques et est plus élevé aux extrêmes de l'échiquier politique. D'où une question : les citoyens actifs sur Internet sont-ils politiquement plus radicaux que l'ensemble des électeurs ?

## **Les citoyens actifs sur Internet sont-ils plus radicaux ?**

En France, les usages électoraux d'Internet et des réseaux sociaux se sont développés depuis la présidentielle de 2012. Ils restent cependant relativement minoritaires. En témoignent les chiffres présentés en Figure 1 ci-dessous et récoltés lors de la première semaine de janvier :

Figure 1. Nombre de likes et de commentaires sur les publications Twitter et Facebook des candidats durant la première semaine de janvier 2022. Author provided

Les commentaires à la suite de messages de candidats restent relativement peu nombreux tant sur Twitter que sur Facebook. Ainsi, si Jean-Luc Mélenchon récolte respectivement 23 491 et 126 465 commentaires, ce qui en fait le candidat le plus commenté, ces chiffres restent relativement modestes si on les rapporte au nombre d'inscrits sur les listes électorales, ou même au nombre de personnes inscrites sur les réseaux sociaux en France (40 millions d'utilisateurs mensuels de Facebook, 8 sur Twitter, 22 sur Instagram, 50 sur YouTube).

Surtout, certains candidats ne récoltent que quelques centaines de commentaires – ou même moins. Même si l'on regarde le nombre de likes, pratique moins coûteuse pour les internautes que le commentaire, les réactions aux messages des candidats restent relativement rares, a fortiori lorsqu'on les compare à leurs nombres d'abonnés. Pour ne prendre que quelques exemples, les likes recueillis par Emmanuel Macron sur Twitter durant la première semaine de janvier ne représentent que 2,6 % de ses abonnés, ceux reçus par Jean-Luc Mélenchon 4,4 %, ceux reçus par Marine Le Pen 1,8 %, et ceux reçus par Anne Hidalgo 0,8 %.

Reste que certains candidats suscitent plus de réactions que d'autres, et qu'à l'exception du cas particulier du président sortant, les candidats recueillant le plus d'interactions (likes et commentaires) sont les candidats d'extrême droite (Marine Le Pen, Eric Zemmour, Nicolas Dupont-Aignan) et Jean-Luc Mélenchon, ce qui tend à accréditer l'idée que les citoyens mobilisés sur Internet exprimeraient des choix électoraux plus radicaux et plus polarisés que la population électorale générale.

## **Pourquoi de telles différences d'activité sur Internet ?**

On sait que les citoyens politiquement actifs sur Internet présentent différentes caractéristiques : ils sont plus intéressés par la politique, plus diplômés, et plus jeunes que la moyenne. Hormis en termes d'âge, ils ressemblent en réalité beaucoup aux citoyens actifs « hors ligne ». Ces pratiques politiques s'imbriquent d'ailleurs fortement : en 2012, par exemple, les électeurs ayant participé à un meeting étaient aussi parmi les plus actifs sur Internet.

Mais l'on sait aussi – et surtout – que, après avoir contrôlé par le sexe, l'âge, le niveau de diplôme, la situation professionnelle et l'intérêt pour la politique, les individus politiquement actifs sur Internet en 2012, ceux qui ont consulté le site ou la page Facebook d'un candidat lors des élections régionales de 2015, ou encore ceux qui ont suivi un candidat sur Internet lors de la campagne présidentielle de 2017, sont soit sensiblement plus à gauche, soit, pour une part plus faible, plus à droite, que le reste des citoyens. C'est en particulier le cas lorsque l'intensité de l'activisme sur Internet est plus faible, comme lors des régionales de 2015.

Le Tableau 1 ci-dessous complète ce portrait en montrant que, entre ceux qui se déclarent très à gauche et ceux qui se déclarent très à droite sur l'échiquier politique, des différences existent toutefois quant aux réseaux sur lesquelles ils choisissent d'être actifs :

Tableau 1. A consulté, partagé, « liké » ou commenté un contenu en lien avec la présidentielle 2022 sur les réseaux sociaux ces 7 derniers jours (en %). Dans les 7 derniers jours avant la passation du questionnaire, 9,4 % des individus se déclarant au centre ont consulté, « liké » ou partagé un contenu en lien avec la présidentielle 2022 sur un réseau privé (WhatsApp, par exemple). Champ : ensemble des répondants (N = 1619) French Election Study 2022, vague 1 (novembre-décembre 2021), CDS

Si Facebook semble autant mobilisé à l'extrême droite que par les individus se déclarant très à gauche, on note cependant des différences concernant tous les autres réseaux sociaux, qui sont bien plus utilisés à l'extrême droite.

L'écart est très important sur Twitter : seuls 2,5 % des individus se déclarant très à gauche affirment avoir consulté, partagé, « liké » ou commenté du contenu sur cette plate-forme dans les sept jours précédant l'enquête. Ce chiffre est quatre fois plus élevé chez ceux qui se positionnent très à droite (12 %), soulignant possiblement en miroir l'activisme intense des soutiens d'Éric Zemmour sur cette plate-forme.

Notons, enfin, que la sociologie des organisations partisans offre une piste d'explication complémentaire à celle esquissée ci-dessus : contrairement aux partis structurés en courants ou tendances, les partis d'extrême droite, plus centralisés et constitués autour d'un leader charismatique, ont peut-être moins de difficulté à concevoir un discours unitaire et à le faire diffuser sur Internet par leurs bases militantes.

Sur la base de ces résultats, et bien qu'il faille relativiser l'influence des réseaux sociaux sur le résultat final d'une élection, on peut s'attendre à ce que les électeurs soutiens d'Emmanuel Macron se mobilisent moins fortement sur Internet que les électeurs d'extrême droite – alors même qu'il est le président sortant et que sa stratégie numérique tiendra compte de ce paramètre. De même, lors des élections législatives, on peut s'attendre à nouveau à un sur-investissement des réseaux sociaux par les citoyens exprimant des préférences politiques plus polarisées que l'électorat dans son ensemble.

---

*Cet article a été co-publié dans le cadre du partenariat avec Poliverse qui propose des éclairages sur le fonctionnement et le déroulement de la présidentielle.*