

Écoutez les podcasts du « Soir »

Retrouvez le podcast quotidien du *Soir* pour s'informer, décrypter et s'inspirer.



« À propos », c'est l'information comme vous l'entendez, avec des sujets racontés et analysés par les journalistes de la rédaction pour mieux comprendre l'actualité.



Découvrez « À propos » et tous les podcasts sur : *Le Soir* (podcasts.lesoir.be ou via l'application), « Podcast Addict », « Apple Podcasts », « Google Podcasts », Spotify et Amazon Music.

POLITIQUE

Neuf publications par jour et par parti : comment la politique a envahi les réseaux sociaux en 2024

Le Crisp (Centre de recherche et d'information socio-politiques) a épluché les liens entre réseaux sociaux et partis politiques. La conclusion est claire : tant pour les politiciens que pour les électeurs, l'importance des médias sociaux a explosé.

ALEXANDRE NOPPE

Les médias sociaux sont la troisième source d'information des Belges, derrière la télévision et les sites et applications de journaux. Chez les 16-30 ans, ils sont même le tout premier lien avec l'information, devant toutes les autres sources plus traditionnelles. En période électorale, ce constat reste le même. Lorsque l'on demande : « Par quels canaux avez-vous été en contact avec la politique à l'approche des élections du 9 juin 2024 ? », à un public de 1.300 jeunes Flamands de 18 à 30 ans, 91 % d'entre eux évoquent les réseaux sociaux.

Ces liens entre politique et médias sociaux sont le sujet du dernier *Courrier hebdomadaire* du Crisp (Centre de recherche et d'information socio-politiques), que *Le Soir* a pu consulter en primeur. En 2024, parmi les dix partis européens ayant le plus investi sur les plateformes de Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp...), cinq d'entre eux étaient belges, rappellent les auteurs, Bernard Cools et Xavier Degraux, en introduction, preuve que notre pays a complètement pris le pli de suivre les codes modernes de communication politique en cette année électorale.

Le Vlaams Belang et Georges-Louis Bouchez les plus actifs en ligne

Et on peut comprendre les partis, tant l'usage des réseaux sociaux a évolué depuis la victoire de Barack Obama en 2008 aux États-Unis, première campagne électorale où Facebook avait joué un rôle important. Les partis pensent d'ailleurs avoir plusieurs avantages à communiquer via les médias sociaux. Le

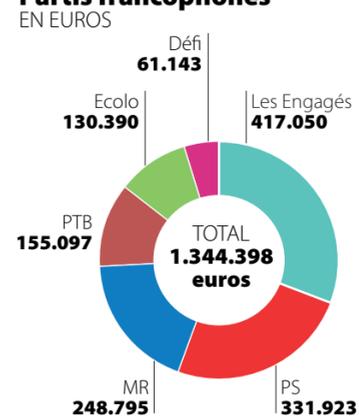
Crisp en liste trois : « Une communication directe sans le filtre des médias, une publicité via les réseaux sociaux perçue comme plus directe, et un certain flou sur la limite des dépenses électorales en ligne. » Les politiques n'ont donc pas hésité à s'emparer pleinement de ces réseaux, augmentant de 44 % leurs posts entre 2023 et 2024. A ce jeu de la présence en ligne, le Vlaams Belang (4.769 publications sur ses comptes officiels en 2024) se montre le plus actif, devant la N-VA (3.072) et le MR (2.359). Les Engagés et Vooruit ferment le top 5 (voir infographie ci-contre). Au total, les partis ont approché les 25.000 publications lors de cette année électorale.

Un montant record de dépenses sur les réseaux sociaux

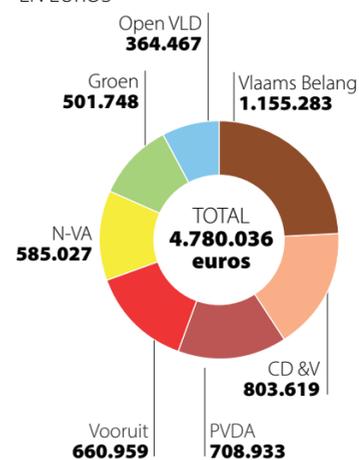
Mais un autre type de publications a intéressé le Crisp, celles des présidents de parti. Eux ont plus que doublé leurs posts entre 2023 et 2024, année électorale oblige. Le plus hyperactif des présidents est, sans surprise, Georges-Louis Bouchez (MR). Avec 4.409 publications en 2024, il est à 12 posts par jour à lui seul, soit près d'un quart du total. Tom Van Grieken (Vlaams Belang), François De Smet (président de Défi jusqu'en juillet 2024) et Raoul Hedebouw (PTB) suivent. Seul Georges-Louis Bouchez dépasse à lui seul le nombre de publications du compte officiel du parti, observe le Crisp (les deux autres cas étant Groen avec une coprésidence, et Défi avec deux présidences sur l'année 2024). Dans tous les autres cas, le volume de publications du parti dépasse donc celui des dirigeants concernés. Au total, en 2024, les publications politiques (président plus compte officiel du

Dépenses publicitaires sur les réseaux sociaux des partis pour la campagne du 9 juin 2024

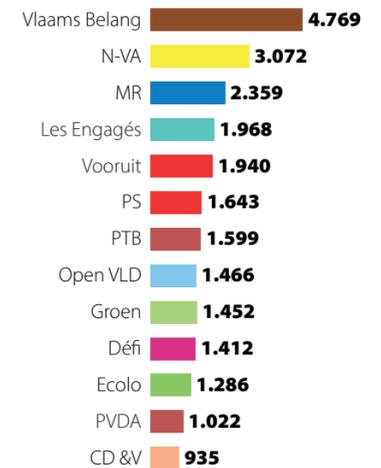
Partis francophones



Partis néerlandophones



Nombre de publications sur les réseaux sociaux en 2024 par parti



TOTAL
24.923

TikTok penche à gauche, X plutôt à droite

X (anciennement Twitter) reste toujours le réseau social préféré des politiques, explique le Crisp (Centre de Recherche et d'Information socio-politiques) Il représente 46,7 % des publications en ligne des comptes officiels des partis, et même 49,9 % des posts en ligne des présidents de parti. Tout cela, insistent les auteurs, alors que X est loin d'être le réseau social avec la plus forte audience du pays. Puis, il y a un autre réseau social au cœur des conversations : TikTok. Le réseau chinois, toujours plus populaire chez les jeunes, l'est par contre de façon plus marginale chez les politiques, et reste « un canal marginal de communication politique », indique le Crisp.

Mais ces deux réseaux méritent l'attention, par leur côté plus « orienté » politiquement. Si Facebook et LinkedIn (un peu plus à droite), ou Instagram (un peu plus à gauche), ont des utilisateurs assez centristes, X et TikTok sont certainement plus polarisés. Pour X, l'évolution depuis le rachat du réseau social en 2022 par Elon Musk est marquante. La part des utilisateurs belges du réseau s'identifiant comme « de gauche » a évolué de 12,8 % en 2022, à 10,6 % en 2024. Même tendance chez les utilisateurs d'identifiant « au centre », qui représentaient 46,2 % des profils belges sur X en 2022, contre 39,4 % deux ans plus tard. Et c'est par contre tout l'inverse pour les utilisateurs « de droite », qui sont passés de 13,7 % au moment du rachat à 28,8 % l'an dernier.

Le phénomène inverse se produit lorsqu'on s'intéresse aux chiffres du réseau social TikTok. La part des utilisateurs à la gauche du spectre politique a augmenté de 21,3 à 26,8 % des profils en deux ans, contre une sous-représentation de la droite, passée de seulement 7,4 % des utilisateurs à 13,8 % en 2024. Ces deux réseaux illustreraient donc, davantage que ceux de l'essentiel de la publicité à lieu, une certaine tendance à la polarisation sur les réseaux sociaux. A.N.

KROLL

