

communication 2.0 Vendredi 27 mars 2015

Sous la Coupole: les élus aux avis les plus tranchés gagnent la bataille de Twitter

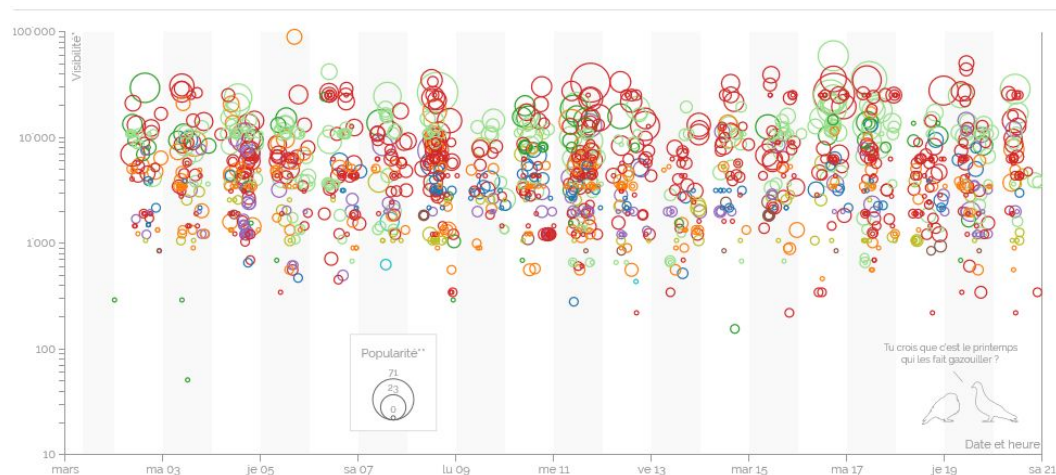
Par Marie Parvex, Nicolas Dufour

Une société spécialisée s'est penchée sur les 1565 messages des 74 parlementaires suisses présents sur Twitter publiés durant la session de printemps. Ceux qui réussissent le mieux sur le réseau social appartiennent aux formations les moins consensuelles.

Pendant les débats parlementaires, les écologistes sont, par personne, les gazouilleurs les plus assidus. Sept d'entre eux ont émis 295 tweets durant la dernière session, soit 42 en moyenne par élu, contre 28 chez les socialistes, autres maniaques du micro-message. A l'UDC, on twitte moins, mais avec un certain succès, davantage que parmi les libéraux-radicaux. L'activisme des Verts leur sourit: ils obtiennent de bons scores de popularité et leurs messages sont fréquemment repris par d'autres.

C'est ce qui ressort de la grille élaborée par la société [Datastory](#). Celle-ci a étudié les tweets de tous les parlementaires durant la dernière session des Chambres, du 2 au 20 mars. Les analystes ont groupés les messages selon deux critères: une estimation du nombre de personnes atteintes, qui reste générale, et le nombre de retweets – là, c'est une donnée à la signification plus forte.

[Cliquez ici pour voir l'infographie](#)



Au total, une centaine de parlementaires possèdent un compte auprès de l'oiseau bleu, sur 246. Pendant la session, 74 ont communiqué par ce biais, produisant 1565 messages originaux.

Que disent les élus en 140 signes durant leurs débats législatifs? Ils se félicitent d'avoir fait passer un projet, ou ils invectivent le camp d'en face. Parfois, le recours au réseau global a un air de chamaillerie se déroulant sous la Coupole. Mais l'attention des abonnés reste soutenue, comme le montrent certains chiffres d'audience élevés. Chez Datastory, on relève aussi l'importance des vedettes, comme [Natalie Rickly](#) ou certains Verts populaires parmi les jeunes, qui ont de nombreux fidèles.

Mathias Reynard : Twitter pour pallier l'absence de couverture médiatique

Pourquoi s'acharner sur l'écran tactile, hormis entretenir sa propre popularité? [Mathias Reynard](#) (PS/VS) a une explication originale: «J'utilise notamment les réseaux sociaux parce que la couverture médiatique des activités parlementaires est très faible en Valais. C'est un moyen de dire à mes électeurs ce que je fais.»

Le jeune socialiste est d'ailleurs l'auteur du tweet le plus remarqué de la session. Le 11 mars à 17h56, il s'emballe: le National a accepté sa motion contre la discrimination à l'égard des homosexuels:

<https://twitter.com/MathiasReynard/status/575701923636113408>

«Ce tweet a eu du succès parce que ce résultat était une surprise», explique-t-il. «Nous nous attendions à un vote ultra serré du parlement, à 50-50. Finalement, il y a eu plus de PLR et de PDC que prévu qui ont voté en faveur de l'initiative. L'autre aspect qui explique la popularité de ce message, c'est que le sujet est émotionnellement fort et qu'il touche beaucoup les gens.»

Oskar Freysinger : sur Twitter, «appeler un chat un chat» paie

Socialistes, Verts, UDC et dans une moindre mesure PLR s'illustrent en gazouillant, alors que les PDC et PBD demeurent en retrait. Le réseau social reflète là une certaine polarisation et un durcissement des positions des partis. Selon [Oskar Freysinger](#), l'impact des tweets de ces formations est dû au fait «que ces partis osent appeler un chat un chat, qu'on soit d'accord avec eux ou pas». L'UDC valaisan précise que «c'est l'actualité qui dicte ma production de tweets. Ces derniers temps, il y a eu beaucoup de sujets se prêtant à un commentaire sarcastique.» Car un bon tweet politique doit posséder «brièveté, humour, et sens de la formule».

Sur le fond, Mathias Reynard ne dit pas autre chose: «Pour écrire un message en 140 signes, il est plus facile d'appartenir à un parti qui a des opinions tranchées sur un sujet, qu'à une faction divisée, qui argumente avec un «oui mais» puis s'abstient en session.»

Olivier Glassey, sociologue: «Parfois, un effet de navette»

Maître d'enseignement et de recherche à l'Université de Lausanne, en sciences sociales et humanités digitales, Olivier Glassey a scruté [le graphique](#) pour Le Temps. Même s'il relève une «grand hétérogénéité» parmi les pratiques, il salue les efforts des émetteurs politiques: «La plupart maîtrise bien les hashtags. Ils inscrivent leur message, pendant les débats du parlement, dans son contexte, ils ajoutent aussi des liens. On ne se trouve pas face à des tweets suspendus dans le vide.»

Toutefois, les messages brefs demeurent liés à l'environnement direct des élus: «Souvent, ils reprennent ou réagissent à des citations dans les médias classiques. Dans ce cas, ils ne s'adressent pas vraiment au grand public. C'est davantage un effet de navette entre politiciens.»

Et la démarche de Datastory pourrait changer un peu la donne. «Alors que Twitter est un dispositif dans lequel on s'adresse à ses abonnés, de telles mise à plat pourraient changer la perception du réseau chez les politiques. Ils se situent et comparent alors sur une métrique de popularité, comme dans les médias classiques.» Du moins pour les plus suivis. Car Twitter «a aussi ses moments de solitude». Comme dans la vie, en dehors de la Coupole.