Campagne électorale sur Internet

Alors que la population semble moins intéressée de suivre les campagnes électorales à travers les média traditionnels, les partis politiques cherchent à se moderniser et suivre des tendances souvent dictées par la jeune génération des électeurs. Internet, et Facebook en particulier, s'impose alors comme le nouveau moyen pour toucher cette population qui fera toute la différence dans les urnes.

En Hongrie, comme partout ailleurs, l'accès à Internet s'est répandu à grande vitesse et les sites communautaires rencontres un succès grandissant. Encouragés par ce phénomène, les hommes politiques sont donc de plus en plus actifs sur la toile. Certains y gagnent en popularité, même si certains internautes préfèrent ne pas voir la politique envahir cet espace qu'ils voudraient voir réserver à leur vie privée. Auparavant, les personnalités politiques hongroises utilisaient le fameux site communautaire hongrois iWiW pour propager leurs idées auprès de leurs amis et connaissances. Puis d'autres services ont vu le jour sur ce site, comme par exemple "le mur des messages", et les partis en ont naturellement profité pour communiquer plus largement encore. Sur iWiW il existe aussi des fans clubs, l'un d'entre eux s'intitule "Viktor Orbán est le meilleur homme" et compte 2500 adhérents alors qu'un autre "club" d'Orbán ne compte que 800 admirateurs actuellement. Quant au leader du parti d'extrême droite Jobbik, Gábor Vona, il a lui aussi un "fan club" sur IWIW dont le slogan est "Gábor Vona Premier Ministre!".

Facebook est également devenu particulièrement populaire auprès des politiciens. En effet, outre des fans clubs, on peut y créer des pages invitant les internautes à

adhérer à des causes ou à participer à des activités communes. C’est donc tout naturellement que les partis se sont emparés de cet outil pour mener des campagnes de popularisation de leurs projets politiques ou dénombrer les sympathisants de tel ou tel homme politique. Facebook, avec déjà 900.000 membres en Hongrie est la troisième source la plus importante dans le domaine des annonces politiques par voie électronique. Seuls iWiW et YouTube le devancent pour le moment.

Facebook est en outre un très bon moyen pour séduire les 18-24 ans, qui sont à peu près 300.000 sur ce site, parmi lesquels plus de 100.000 voteront pour la première fois au mois d'avril prochain. Une chose est sûre: ce nouveau moyen de diffusion de messages politiques est un outil très efficace pour mobiliser les électeurs et il est en même temps beaucoup moins coûteux par rapport aux publicités électorales traditionnelles. Pourtant, selon un récent sondage, l’ensemble des partis politiques hongrois ne mobiliseraient sur Facebook que 30 à 40.000 personnes. Quoiqu’il soit vain de chercher à comparer les deux pays, notons que le président américain Barack Obama compte 7,7 millions d’“amis” sur Facebook, un chiffre qui fait rêver les leaders politiques du monde entier.

En Hongrie, c’est Viktor Orbán qui compte le grand nombre d’“amis” (près de 15.000), loin devant ses adversaires, comme le candidat du MSZP, Attila Mesterházy, qui pour l’heure ne rassemble que 800 sympathisants virtuels sur ce même site. Attila Mesterházy a par ailleurs récemment envoyé un message à Viktor Orbán via une vidéo publiée sur le site YouTube, ce qui aurait été impensable il y a encore quelques années.

De plus en plus de commentaires, positifs et négatifs, figurent sur les différentes pages Facebook de trois leaders politiques en particulier : Viktor Orbán, Attila Mesterházy et Gábor Vona, ce qui montre bien que, dans la dernière ligne droite de la campagne électorale, ces sites communautaires auront un rôle bien plus important qu'on aurait pu le présumer.

D'une manière générale, on peut toutefois constater que les hommes et partis politiques en Hongrie ne sont pas encore tout à fait familiarisés avec ces nouvelles possibilités de communication, qu’ils considèrent bien souvent comme un passage obligé pour séduire les électeurs encore incertains, mais sans plus: les slogans sont anciens, peu adaptés à Internet et encore moins au langage des jeunes internautes. Ces remarques valent pour tous les partis à l’exception du Jobbik et du LMP (Lehet

Más a Politika – la Politique peut être différente) qui ont su adopter un langage subtile et moderne, digne de celui des années 2000. Selon une analyse portant sur les campagnes électorales sur Internet, les partis pourraient convaincre par ce biais surtout ceux qui n'ont pas encore de vision claire de la carte politique et qui n'ont pas encore fait un choix définitif. C'est pourquoi les nouveaux et les petits partis pourraient le mieux en profiter.

En Hongrie, il est toutefois difficile de mener une campagne électorale via Facebook, comme ce qu'a pu faire Obama aux États-Unis, car les loisirs et la politique y sont très différenciés. En outre, en Hongrie, où le choix des électeurs portera soit sur une gauche incarnée par un parti socialiste socio-libéral soit sur une droite typiquement hongroise, les Internautes redoutent souvent d’afficher leur sympathie pour l’un ou autre parti, contrairement aux Etats-Unis, où les électeurs sont fiers d’exprimer leur appartenance politique. En Hongrie, s’il est peu probable que ces nouveaux moyens de communication aident les partis politiques à augmenter considérablement le nombre de leurs électeurs, peut-être pourraient-ils les aider à mieux mobiliser leurs sympathisants.

Pourtant, un autre usage de ces sites de réseautage social, comme Facebook et Twitter, pourrait s’avérer efficace si les candidats prenaient la peine d’interroger les Internautes sur ce qu’ils attendent du programme politique de leurs candidats. Si, au bout du compte, les partis auront le dernier mot, cette participation citoyenne au débat politique pourrait dynamiser une campagne électorale bien morose et, à terme, s’avérer fructueuse.

Bálint Seres

-

Catégorie
Agenda Culturel