

Les partis politiques belges francophones sur le Web

Introduction méthodologique

La Toile mondiale constitue depuis une dizaine d'années, en Occident du moins, un relais médiatique incontournable pour les partis politiques, au même titre que la télévision ou la presse. Posséder son site Web est ainsi devenu, par la force des choses, « un additif de campagne (...) obligatoire »¹. Sur le plan des symboles, Internet est d'ailleurs synonyme d'espace démocratique et citoyen par excellence, même si ce n'est sans doute aujourd'hui encore qu'une splendide illusion².

Le présent article a pour ambition d'analyser les sites Web de partis politiques sur un espace géographique restreint : la Belgique francophone, c'est-à-dire les partis francophones présents en Wallonie et à Bruxelles. Sept partis ont été retenus : les quatre grands « piliers » politiques belges tout naturellement : le MR (Mouvement réformateur, à tendance libérale), le PS (Parti socialiste), le cdH (Centre démocrate humaniste, anciens sociaux-chrétiens) et Ecolo ; ainsi qu'un parti d'extrême droite : le FN (Front national), actuellement en scission (deux sites du même parti se disputent le Web !), et deux partis d'extrême gauche : le PC (Parti communiste) et le PTB (Parti des travailleurs de Belgique). Notons que cette analyse s'échelonne sur les deux derniers mois de l'année 2007 et n'a pas la vocation d'être exhaustive³.

L'objectif principal est de déterminer et d'étudier les différents moyens (qu'ils soient techniques, graphiques, rhétoriques...) utilisés par les partis pour véhiculer leur programme politique, toucher la population et convaincre l'électorat. Chacun des sites Web de parti étudiés ici a fait l'objet d'une grille d'analyse complète, dont les critères ont été établis de diverses manières.

Certains critères repris ici sont librement inspirés de précédentes études sur les sites Web politiques. Ainsi, par exemple, dans un article consacré aux partis politiques français sur Internet⁴, Nicolas Sauger établit une grille d'analyse très intéressante basée sur quatre grands critères (à prendre au sens large) : la *taille* (autrement dit le volume et le détail de l'information qu'on trouve sur un site Web), l'*activité* (la façon dont les sites se renouvellent, de la simple mise à jour ponctuelle à la transformation générale de la structure et de la charte graphique), la *composition* (les formats de fichiers utilisés, le Web permettant l'utilisation en masse du multimédia : textes, images, sons, vidéos...), le *contenu* (les thèmes abordés et les rubriques du site, de l'information brute, sans interaction aucune de la part de l'internaute, à la communauté virtuelle, permettant l'implication plus ou moins grande du visiteur). De même, un article de Viviane Serfaty sur l'esthétique des sites Web de campagne d'Al Gore et George W. Bush en l'an 2000⁵ compare de manière très pertinente la façon dont les idées sont structurées visuellement dans les deux sites « concurrents ». D'une part, l'auteur met très bien en évidence l'utilisation dans les deux sites de quatre grandes constantes : la *fragmentation* du site (trois grandes parties de nouveau subdivisées en plus petits blocs) ; l'*accumulation* (déluge d'informations diverses sur chaque page) ; le *mouvement* (l'activité sur le site et le changement fréquent des actualités) ; le *côté récréatif* (couleurs joyeuses, partie consacrée aux enfants, etc., contrastant avec le sérieux du reste du site). D'autre part, elle montre la différence de traitement de la biographie des deux candidats (par exemple, la vie d'Al Gore est présentée sous forme de ligne du temps, principalement textuelle, alors que celle de George W. Bush laisse une grande place aux images et aux photos).

D'autres critères d'analyse sont propres à la situation politique belge, en particulier ceux touchant de près ou de loin aux régions, aux communautés et à la langue utilisée. Ainsi, la présence ou l'absence d'informations sur la partie néerlandophone du pays et la façon dont ces éventuelles informations sont structurées permettent souvent de cerner, parfois de manière plus subtile qu'un texte explicite, les ambitions des partis au niveau fédéral et les relations que ces derniers entretiennent avec leurs homologues flamands.

Les critères d'analyse pris en compte pour le présent site sont classés dans les catégories suivantes.

1- Préambule (toutes les informations préalables à l'analyse proprement dite) : nom du parti, pays (ici, toujours la Belgique), titre du site (correspondant au titre que l'on trouve sur la page d'accueil du site), adresse URL, adresse physique du siège central du parti, langues utilisées sur le site, date d'évaluation du site Web et nom de l'évaluateur (personne ou institution).

2- Mentions d'auteur : informations sur le concepteur du site et éventuellement les logiciels d'édition utilisés (certains partis utilisent par exemple des logiciels libres pour créer et gérer le contenu de leur site).

3- Forme générale (comment et avec quoi le site est-il construit ?) : langages Web utilisés (intéressants pour juger le degré technique), les documents présents sur le site (PDF, sons, vidéos...), dimensions du site.

4- Esthétique (la présentation visuelle du site) : design général (charte graphique, logo, couleurs dominantes), lisibilité du texte, utilisation des photos et des images, éventuelles animations, qualité de l'impression (y a-t-il une icône spéciale pour l'impression des pages Web ?), présence ou non de publicité ou d'éléments extérieurs au site.

5- Transparence : l'éditeur du site est-il identifié ? Le site Web définit-il clairement la ligne du parti en matière de communication sur Internet ? Y a-t-il moyen de contacter facilement les responsables du site et du parti ? Les auteurs des textes présents sur le site sont-ils mentionnés (question de la transparence ou de l'opacité des sources d'information) ? Y a-t-il des statuts ou une charte d'utilisation en ligne ? Le site est-il mis à jour fréquemment ?

6- Ergonomie (tout ce qui aide à la navigation sur le site Web) : structure générale, aide à la navigation (comme un plan du site), moteurs de recherche (permettant la recherche et éventuellement le classement d'éléments dans le site), rapidité de chargement, accessibilité (le site est-il correctement référencé dans les moteurs de recherche ?).

7- Fond général (le contenu du site, à l'exception du contenu spécifiquement politique) : détail et profondeur de l'information (par profondeur, on entend le nombre de niveaux hiérarchiques : page – sous-page – sous-sous-page, etc.), présence ou non d'informations dynamiques permettant un certain retour d'information (formulaire de contact, forum de discussion, etc.), qualité de la langue, liens externes (vers d'autres sites Web), présence d'un accès réservé aux « membres ».

8- Fond politique (le contenu propre à un site Web politique) : la façon dont est présenté le parti, l'implication géographique (autrement dit : à quel public linguistique le site Web s'adresse-t-il ?), les accroches principales et secondaires (c'est-à-dire la manière dont les concepteurs du site attirent l'internaute, au travers d'images, de titres ou d'autres aspects particuliers), la présence des questions d'actualité, le programme en ligne...

Notons que cette grille d'analyse peut être réutilisée ultérieurement par toute personne intéressée dans la poursuite ou l'approfondissement du sujet. Il serait par exemple très instructif de passer au crible de l'analyse critique les sites Web des partis politiques du Nord du pays, afin de disposer d'une étude touchant l'ensemble de la Belgique, et d'établir des points de comparaison et de rupture entre partis flamands et partis francophones en matière de communication sur le Web.

La présente analyse adopte une position transversale et aborde la question des partis politiques sur le Web de manière thématique. La problématique de la « guerre de la communication » sur le Web (à travers l'exemple du Front national belge) fera office d'ouverture. Ensuite seront mentionnées quatre techniques d'accroche utilisées par la plupart des sites Web analysés pour intéresser et retenir l'internaute : le recours à l'actualité, la fragmentation, l'accumulation et l'insertion d'éléments multimédias. Seront ensuite abordés quatre points qui diffèrent ostensiblement selon les sites Web étudiés : la couverture géographique, la place de l'individu et des idées au sein du site, l'interactivité (c'est-à-dire la question de l'interaction possible des internautes et du dynamisme des informations proposées) et, enfin, la transparence des sources d'information.

Le Web, un champ de bataille idéologique : l'exemple concret du Front national belge

Actuellement, le Front national belge (parti d'extrême droite francophone) traverse une crise de pouvoir qui se traduit dans les faits par l'implosion du parti et sa division en deux branches hostiles : d'un côté l'ancien parti, dirigé par Daniel Féret, en perte de vitesse ; de l'autre, un nouveau parti dissident, mené par Michel Delacroix⁶.

Cette « bataille frontiste » est clairement visible sur le Web, car – curiosité locale – le Front national possède actuellement deux sites Web, représentant les deux factions en présence : d'une part l'ancien site intitulé « Front National de Daniel Féret »⁷, d'autre part un tout nouveau site, nommé « Front National »⁸, édité par Michel Delacroix et d'autres mandataires FN et réalisé en l'espace de quelques semaines dans le but de consolider le « putsch ». Les deux sites utilisent le même logo (la flamme noire, jaune et rouge) et le même nom de parti. Il s'agit là d'un très bel exemple de « guerre de la communication » en ligne.

Les deux sites se présentent comme le site de référence du Front national et décrivent le site « ennemi » comme l'imposteur numéro un. Ainsi la page d'accueil du site du FN de Daniel Féret traite-t-il des « événements » qui « secouent [le] parti » et propose un lien vers un numéro spécial (uniquement en ligne) du journal *Le National*, entièrement consacré à démolir Delacroix et la faction adverse⁹ ; de même le site du FN de Michel Delacroix, dans son premier éditorial, clame que le parti « a nettoyé devant sa porte en montrant le chemin de la sortie à son ancienne direction qui s'était comportée en vulgaires socialistes carolos [sic] »¹⁰.

De cette bataille médiatique sur le Net (et ailleurs) entre les extrémistes francophones de droite, qui partagent *grosso modo* les mêmes idées (en vrac : sécurité renforcée, défense de la patrie, lutte contre l'immigration, anti-avortement, critique du socialisme et des syndicats...), résulte sans aucun doute un affaiblissement de leur impact idéologique (déjà maigre en Wallonie et à Bruxelles) sur la population.

Cependant, à plus long terme, le nouveau site Web du Front national (celui de Delacroix donc) sortira sans doute vainqueur de cette guerre : il semble en effet bénéficier de plus de légitimité et de soutien (il a ainsi reçu l'appui de Jean-Marie Le Pen dont la photo est présente sur toutes les pages du site) ; en outre, même si actuellement le site le plus ancien est mieux placé dans les moteurs de recherche comme Google (du fait justement de son ancienneté), le nouveau site, contenant plus d'informations et mieux référencé au niveau des titres de page et des adresses URL, risque de bientôt lui voler la vedette.

Quoi qu'il en soit, cette bataille médiatique montre clairement que les partis (qu'ils soient extrémistes, comme ici, ou non) prennent Internet comme un relais sérieux en matière de propagande politique. Encore faut-il cependant que ces partis arrivent à attirer les visiteurs et, ensuite, à les convaincre. À ce niveau, il existe divers procédés d'accroches utilisés de manière récurrente dans les sites étudiés.

Une première technique d'accroche : la mise en avant de l'actualité

Quels procédés les partis mettent-ils en place pour « accrocher » le visiteur ? La technique de base, commune à presque tous les sites Web de parti politique, consiste à utiliser les actualités comme première accroche et point de départ du discours politique.

Sur tous les sites analysés, la page d'accueil est ainsi presque toujours liée, de près ou de loin, à l'actualité : 90% environ de la page d'accueil du site du MR et d'Ecolo sont consacrés à l'actualité récente ; l'entrée du site du PS, très dynamique, mélange de nombreuses actualités avec des points d'organisation du parti ou des rendez-vous ; le cdH propose quant à lui une banderole horizontale contenant des liens vers un agenda, les dernières idées, les dernières actualités... Même recours à l'actualité pour les sites du PC (fil d'information et communiqués de presse les plus récents, ainsi qu'une colonne intitulée « À la une ! ») et du PTB (fil d'actualité et agenda en première page). Enfin, les deux sites d'extrême droite analysés, même si leur « une » est moins souvent mise à jour, calibrent leur page d'accueil sur base de faits d'actualité (éditorial pour celui du groupe Delacroix ; page statique en rapport avec la crise du FN pour celui de Mégret).

Évidemment, l'actualité mise en valeur n'est pas la même selon le parti. Ainsi, chez Ecolo, l'actualité en première page sera souvent vue à travers le prisme de l'écologie politique (mise en avant ponctuelle de problèmes portant sur l'énergie, le climat, la mobilité...)¹¹. Dans la même logique, au MR, l'actualité économique mise en ligne permettra souvent la valorisation des idées chères à la famille libérale (comme par exemple le concept, fort à la mode actuellement, de service minimum en cas de grève dans les services publics ou la diminution des charges pour les entreprises)¹². Au PS, la première actualité sera souvent liée à un grand événement au sein du parti (colloque, formation...) tandis que d'autres brèves concerneront le social, la solidarité¹³... Des quatre piliers politiques francophones, le cdH est sans doute le plus consensuel : les actualités présentes en page d'accueil de leur site sont souvent générales (pouvoir d'achat, actualités gouvernementales, etc.) et rarement propres aux positions du parti¹⁴. Les deux partis d'extrême gauche (PC et PTB) mettent avant tout les questions sociales au cœur de leur actualité (lutte contre la pauvreté, droits des travailleurs...)¹⁵. Enfin, la page d'accueil du site du FN (faction Delacroix) présente à chaque fois un édito en rapport avec les thèmes de prédilection du parti (lutte contre le socialisme, contre l'immigration...).

Deux autres procédés très fréquents : la *fragmentation* et l'*accumulation* des informations

La *fragmentation* est une technique consistant à découper les pages d'un site Web (principalement la page d'accueil) en de multiples blocs afin de multiplier le nombre d'informations, d'images et de liens soumis au regard de l'utilisateur (principe de l'*accumulation*). De cette manière, on augmente les chances de toucher l'internaute/électeur par un thème qui lui est proche.

Premier exemple avec la page d'accueil du PS. Cette dernière compte sur un espace très réduit (environ 940 pixels de largeur sur 550 de hauteur) pas moins de huit liens informatifs illustrés qui n'ont la plupart du temps aucun rapport entre eux, trois blocs (dont un menu) contenant une kyrielle de liens vers des parties différentes du site, un formulaire de recherche de mots-clés, une liste des fédérations et des sections du parti, une liste thématique... Par ailleurs, ce procédé se répercute sur chaque page du site.

Même principe pour le site du MR. Sur la page d'accueil se déclinent un menu principal, un bloc de liens secondaires et trois colonnes de mise en page. La première colonne (la plus large) comprend six blocs d'actualités diverses et variées. La seconde colonne reprend en vrac des liens vers d'autres actualités secondaires, un bloc « MR TV » (proposant une vidéo en rapport avec l'actualité), un grand onglet lié à une page du site (programme en ligne, vœux de nouvel an...), une inscription à une lettre d'information. Sur la troisième colonne, dix plus petits onglets renvoyant à d'autres parties du même site Web ou dirigeant l'internaute vers des sites extérieurs (Centre d'archives Jean Gol et Mouvement réformateur international).

Troisième exemple de fragmentation et d'accumulation : le site du PTB dont la page d'accueil est, tout comme celle du MR, divisée en trois colonnes : une première colonne d'actualité ; une deuxième contenant l'agenda, les campagnes du parti et quelques points de presse ; une troisième contenant des liens en vrac : accès direct aux sites Web régionaux du parti, offres d'emploi, journal *Solidaire*, formulaire d'adhésion, etc.

L'utilisation du multimédia comme accroche complémentaire

Le Web est par définition un support multimédia : il permet de réunir, sur une même page, une série d'éléments de natures différentes (son, image, vidéo) avec une interaction plus ou moins grande laissée à l'utilisateur. Bien que le multimédia soit, de manière générale, moins utilisé comme accroche que les textes d'actualité, rares sont les sites Web analysés qui n'en font jamais usage.

Ainsi, le cdH, le PS et le MR ont-ils chacun une section consacrée aux vidéos, appelée respectivement « cdH TV »¹⁶, « PS Movie »¹⁷ et « MR TV »¹⁸ (notons au passage, en particulier pour le PS, le recours à une formulation anglophone, sans doute considérée comme plus « in » que son équivalente francophone). Ces vidéos sont intégrées au site au moyen d'un lecteur flash.

Des sites analysés, ceux du MR et du PS sortent du lot en consacrant des moyens importants à la diffusion de documents multimédias. Dans le cas du MR, un site entier, avec son URL propre¹⁹, est ainsi consacré aux vidéos, contenant des « JT », des reportages, des interviews... Quant au PS, il est le seul parti à avoir intégré sur son site une visite du site en lui-même (et non du parti) sous la forme d'une présentation vidéo interactive d'Élio Di Rupo vantant les « moyens nouveaux pour avoir un site beaucoup mieux adapté pour répondre à vos besoins et être davantage à votre écoute »²⁰. Sur ces deux sites, les vidéos sont clairement utilisées avec un objectif publicitaire : elles mettent en avant l'avance du parti en matière de multimédia et d'interactivité. Les autres sites, lorsqu'ils utilisent des éléments multimédias²¹, le font de manière plus traditionnelle : pour diffuser une information ou comme simple complément à un texte.

L'abondance ou, au contraire, la pénurie d'éléments multimédia sur un site est aussi un indice permettant de juger de la stratégie du parti en matière de communication. Une vidéo en ligne est, par essence, plus percutante mais aussi plus courte et plus parcellaire qu'un texte écrit. Dès lors, certains sites ne proposant pas (comme le PTB) ou peu (comme Ecolo) de vidéos se rattrapent par le nombre, la taille et la profondeur des dossiers de fond présents en ligne. Il peut donc s'agir là aussi d'une stratégie voulue que de privilégier l'information textuelle réfléchie à une information multimédia courte et plus « instantanée ».

Couverture géographique nationale et internationale

Comment les sites Web politiques francophones se positionnent-ils par rapport à la partie flamande du pays d'une part, et à la politique internationale d'autre part ?

Sur les sites analysés, un seul a clairement une vocation nationale : celui du PTB, parti unitaire appartenant à la gauche radicale. Le site principal du parti est entièrement bilingue français-néerlandais (un petit drapeau permet de passer d'une langue à l'autre sur n'importe quelle page) et vaut donc pour les deux grandes communautés linguistiques du pays²². À ce titre, il est également possible d'accéder aux sites Web des sections locales (flamande, bruxelloise et wallonne) à partir du site national (ces sites locaux sont unilingues sauf, évidemment, celui de la section « Bruxelles-Hal-Vilvorde », bilingue lui aussi). Cette ambition unitaire et nationale est propre au PTB et à sa structure qui refuse la scission du parti selon un clivage politique Nord-Sud.

Les autres sites de parti analysés sont unilingues et ne concernent que la partie francophone du pays, mais certains sont plus que d'autres en relation avec leur homologue flamand. Ainsi Ecolo est-il en étroite collaboration avec Groen! (le parti écologiste flamand), notamment dans le cadre d'un site Web faisant office d' « observatoire de la mauvaise gestion du pays » nommé « Slechtbestuur »²³, consacré aux énormes difficultés de la formation du gouvernement fédéral belge. Ce dernier site a la particularité d'être bilingue et de mélanger le français et le néerlandais sur une même page : par exemple, en page d'accueil, les blocs de textes en néerlandais et en français se côtoient et certains onglets du menu sont en double exemplaire (exemple : « Hoofdstukken » et « Chapitres »).

Cependant, les exemples de collaboration intercommunautaire sont rares. La plupart des sites étudiés se contentent de quelques liens et de quelques mentions de leur homologue du Nord, sans plus. Cela peut s'expliquer très facilement par le fait qu'un site Web de parti est avant tout créé pour toucher un électorat. Pas étonnant dès lors que la majorité des sites francophones ne s'arrêtent pas longtemps sur les relations Nord-Sud, si ce n'est à des fins électorales (autrement dit : on ne parlera du Nord que dans le cadre, par exemple, de l'actuelle formation du gouvernement fédéral ou pour stigmatiser un comportement particulier) et rarement en termes de réelle collaboration.

Quant à la place de la politique internationale et aux thèmes abordés à ce sujet au sein d'un site Web, ils dépendent évidemment de l'orientation et des revendications du parti.

À l'extrême gauche, l'international occupe une place importante. Sur le site du PC, les articles de fond et les nouveautés sont triés dans deux sections séparées nommées « politique nationale » et « politique internationale ». Dans la même veine, le site du PTB propose de nombreuses actualités internationales. À ce niveau, les deux sites privilégient certains thèmes de prédilection comme, entre autres, l'Amérique latine (Hugo Chávez, Cuba), la lutte contre l'actuelle constitution européenne ou le conflit israélo-palestinien...

À l'autre extrême, sur le site du FN de Delacroix, l'international prend ses racines dans une toute autre thématique, celle de la « défense de la patrie ». Ainsi, les articles de politique internationale qu'on y trouve sont avant tout des négations de l'ailleurs, au profit d'un idéal nationaliste, voire europécenriste : critique de l'immigration, critique de l'Islam, refus de l'entrée de la Turquie dans la Communauté européenne... au profit de « l'héritage spirituel » de l'Europe ou de la culture « de chez nous ».

Chez Ecolo, de nombreux articles sortent de la politique purement nationale, dans une logique selon laquelle les problèmes écologiques et économiques actuels ne s'arrêtent pas aux frontières d'un pays. On trouvera donc sur leur site Web de nombreux articles ou actualités à vocation internationale sur des thèmes comme le réchauffement climatique, les sources d'énergie (pétrole, gaz, électricité), les droits de l'homme dans le Monde, la solidarité avec l'Afrique, l'Asie, etc.

Les sites du PS et du MR possèdent chacun une petite section consacrée à l'international. Chez les socialistes, une page est consacrée aux Belges à l'étranger et deux autres à l'action internationale (l'une sur le PS européen et l'autre sur l'Internationale socialiste)²⁴. Chez les libéraux, une page principale du site concerne l'Europe et contient des liens vers d'autres pages/sites sur la directive Bolkenstein ou les libéraux européens²⁵... Certaines actualités sur les deux sites concernent aussi l'Europe ou le Monde.

La place de l'individu et des idées

Les sites Web ne traitent pas du tout de la même manière l'information concernant les responsables, mandataires ou élus du parti. Certains sites sont très personnalisés : ils mettent en avant une ou plusieurs personnes clés au sein de l'organisation, principalement au travers de photos ou de vidéos. D'autres sites privilégient par contre l'action commune et préfèrent limiter le recours à des individus en particulier.

Dans la première catégorie (site à forte personnification), le MR détient la palme d'or, suivi par le PS et le cdH. Sur la page d'accueil du grand parti libéral francophone, se retrouvera, de manière récurrente, et souvent en toute première accroche, une photo du président du parti Didier Reynders avec un texte d'actualité directement en rapport avec lui. Mieux encore : sur les cinq onglets composant le menu principal (dans la partie supérieure du site), l'un est consacré à tous les élus MR et l'autre au seul Didier Reynders²⁶, avec la possibilité de consulter son CV, de recevoir sa lettre d'information ou encore d'accéder directement à son site Web personnel. Par ailleurs, le même président réapparaît sous forme de grande banderole dans différentes autres sections (photos de lui en voiture sur la page « Le MR sur le terrain » ou présentant une carte de parti dans « Rejoignez le mouvement », etc.).

Le site du PS fait aussi l'objet d'une personnification vis-à-vis de son président, Élio Di Rupo, mais de manière moins flagrante : en cliquant sur le premier onglet du menu principal intitulé « Le PS », arrivent 4 sous-onglets nommés, dans l'ordre d'apparition, « Élio Di Rupo » (contenant des sections au style assez grandiloquent : « Vous et moi », « Ma vie », « Mes discours »...)²⁷, puis seulement « L'équipe », « Notre identité » et enfin « Les associations PS ». Comme Didier Reynders sur le site du MR, Élio Di Rupo réapparaît également MR sur différentes pages, comme par exemple sur la page « Visite en ligne » ou « Extras »...

Le cdH utilise également la personnification par l'intermédiaire de sa présidente Joëlle Milquet, qui apparaît dans une petite photo en haut à droite de chaque page et très souvent sur la vidéo d'actualité présentée en page d'accueil du site. La technique utilisée par le cdH (la redondance de la même petite photo partout sur le site) est cependant moins bien rodée qu'au MR ou au PS qui n'hésitent pas quant à eux à présenter leur président via un déluge de grandes photos ou de documents multimédias.

Le même procédé de redondance de la photo du président est également utilisé sur le site du FN de Daniel Féret, de manière beaucoup plus amateur que les trois sites cités précédemment : une petite photo de Féret est intégrée à une banderole en bas à gauche de presque chaque page du site. Le site du Front national de Michel Delacroix, enfin, privilégie quant à lui une autre forme de « personnification », plus collective : à droite de chaque page sont présentées les photos des 6 frontistes « putschistes », Delacroix en tête. Jean-Marie Le Pen clôture le bal sur une 7^e photo, ce qui constitue une volonté manifeste d'associer la « légitimité » du FN français à la nouvelle organisation du Front national belge.

Viennent ensuite les sites qui n'utilisent pas ou très peu ce genre de procédé : Ecolo, le PTB et le PC. Chez Ecolo, parti géré par trois « co-présidents », la plupart des photos utilisées représentent des objets ou des lieux (pompe à essence, route, centrale nucléaire) ou des personnes anonymes (groupe de citoyens) et non spécialement des membres du parti. Seules quelques pages sont un peu plus « personnalisées » : celle de la présidence du parti, avec les trois co-présidents (Jean-Michel Javaux, Isabelle Durant, Claude Brouir) ensemble sur une même photo²⁸ et celle de présentation des parlementaires²⁹, avec de nouveau une photo de Jean-Michel Javaux.

En ce qui concerne le site du PC, la seule personne qui revient à toutes les pages (en haut à gauche) est Karl Marx. Il s'agit encore là d'une forme de personnification, qui diffère cependant puisqu'on a ici recours à une personne qui sert de caution morale pour le parti ou de guide en matière de pensée. Il n'y a par contre pas réellement chez les communistes de mise en avant d'un candidat ou d'un élu en particulier. Idem pour le site du PTB où les 15 élus aux élections communales de 2006 sont présentés sur un pied d'égalité et sur une seule page, sans mise en valeur particulière³⁰.

Interactivité du contenu

Le terme « interactivité » désigne la possibilité plus ou moins grande pour l'utilisateur d'interagir avec le contenu du site qu'il visite. L'interactivité de base consiste à proposer au moins un formulaire de contact (permettant de joindre les responsables du site et/ou du parti) et une lettre d'information (seul le site du Front national de Daniel Féret ne dispose pas de ces éléments). D'autres fonctionnalités plus avancées ou plus originales sont cependant proposées par certains partis.

Ainsi le PS donne-t-il la possibilité à l'internaute de personnaliser intelligemment le site selon ses centres d'intérêt, en s'inscrivant et en se connectant à un module intitulé « My PS » : « Chaque fois que vous vous connecterez à www.ps.be, des informations qui vous intéressent vous seront proposées. Vous pourrez les archiver, les transférer, les classer mais aussi les partager »³¹. Au-delà de l'aspect ludique ou pratique de cette fonctionnalité pour le visiteur régulier du site, se dresse également un avantage non négligeable pour le PS, à savoir la possibilité de tracer et dresser des statistiques sur les utilisateurs enregistrés et de toucher ces derniers plus facilement, en leur proposant, dès l'entrée, des sujets susceptibles de les intéresser et de les accrocher.

Le site d'Ecolo propose un autre type d'interactivité : « le Green ». Il s'agit d'une liste d'expériences en rapport avec l'écologie réalisées en Wallonie et à Bruxelles soit par des élus locaux, soit simplement par des personnes voulant lancer un projet³². Chaque personne motivée peut proposer une nouvelle expérience via un formulaire de proposition en ligne³³. Les expériences se déroulant souvent à un niveau local, ce type d'interactivité permet sans doute à Ecolo, en déléguant le « pouvoir » à des personnes volontaires et bénévoles, de renforcer les liens avec la population sans devoir en effectuer la coordination.

Enfin, le site du Parti communiste permet au visiteur motivé de contribuer au site en écrivant ses propres articles, via inscription puis connexion. Difficile de dire néanmoins, faute de l'avoir testé, comment sont sélectionnés les rédacteurs et comment sont validés les articles avant publication sur le site.

Transparence des sources d'information

Sur Internet, il est assez facile de garder l'anonymat lors de la réalisation d'un site³⁴ et surtout sur les auteurs du contenu. À ce niveau, chaque parti possède sa philosophie de publication, de l'opacité totale à la transparence généralisée.

Des quatre partis principaux (PS, MR, cdH, Ecolo), seul Ecolo possède une politique de diffusion d'articles transparente : le site du parti écologiste a été réalisé avec SPIP, un logiciel libre et gratuit de publication de contenu en ligne³⁵ et tous les articles, dossiers et actualités sont signés par un ou plusieurs auteurs, avec la possibilité de les contacter d'un clic via un formulaire de contact. Sauf pour les textes de présentation généraux ou de candidats (et encore !), les trois autres partis sont beaucoup plus opaques quant à l'auteur des textes.

À l'extrême gauche, le site du PC (créé avec Jomla!, autre logiciel libre de publication de contenu³⁶) et celui du PTB mentionnent eux aussi les auteurs des articles. Dans le cas du PC, ceci dit, la plupart des articles sont publiés par un énigmatique « administrator », sans qu'on sache de qui il s'agit. Chaque article ou actualité édité par le PTB est signé, avec parfois en prime une photo de l'auteur.

À l'extrême droite, le site du FN de Michel Delacroix propose notamment des articles de fond et des « humeurs » signés, mais certains textes ne le sont pas (les actualités notamment). Quant au petit site du FN de Daniel Féret, il ne contient aucune mention d'auteur.

Conclusion

On l'aura compris : les sites de parti politique utilisent différentes méthodes pour toucher leur public sur le Web. D'abord des méthodes qui ont fait leur preuve en matière de communication politique sur le Web, comme l'accroche par l'actualité, le déluge des informations fragmentées ou encore le recours au multimédia. Ensuite, des méthodes particulières et parfois originales pour peaufiner leur approche de l'électorat, comme le rattachement à une figure reconnaissable ou des options interactives originales pour retenir le visiteur ou pour l'impliquer dans un schéma politique.

Ces points d'attache ne sont bien évidemment pas cantonnés à l'espace géographique belge francophone. Il serait donc plus qu'intéressant de poursuivre cette étude en sortant de ce petit monde afin d'effectuer des comparaisons d'une part avec la situation en Flandre et, d'autre part, avec les sites Web de partis d'autres pays.

Toujours dans le cadre de ce travail, il serait tout aussi intéressant de voir comment évoluent dans le temps les huit sites Web étudiés. Un site Web étant forcément mouvant, la présente analyse (réalisée entre novembre et décembre 2007) ne sera jamais réellement terminée : elle constitue une sorte de cliché instantané d'un site à un moment bien défini de son existence. Avis aux amateurs !

Annexe : liens vers les grilles d'analyse complètes des 8 sites étudiés

cdH : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_CdH.pdf

Ecolo : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_Ecolo.pdf

FN (Delacroix) : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_FN_Delacroix.pdf

FN (Féret) : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_FN_Feret.pdf

MR : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_MR.pdf

PC : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_PC.pdf

PS : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_PS.pdf

PTB : http://www.ihoes.be/analyse_partis_politiques_belges/Analyse_Web_PTB.pdf

Notes

¹ N. Ethuin et R. Lefebvre, « Les balbutiements de la cyberdémocratie électorale. Contribution à une analyse des usages politiques d'Internet : le site de Martine Aubry lors des élections municipales de mars 2001 », dans Viviane Serfaty (dir.), *L'Internet en politique, des États-Unis à l'Europe*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, 2002, p. 160.

² Voir à ce sujet : M. Clément, « Internet : l'avenir radieux ! », dans *ibidem*, p. 267-273, une belle déconstruction du discours selon lequel la technique (ici, Internet) modifierait à elle seule l'organisation sociale (idéal technologique qui prend sa source au XIX^e siècle) et aussi de l'idée qu'Internet, parce qu'il généraliserait le partage de l'information, permettrait à tous d'accéder à la démocratie.

³ Ainsi, par exemple, les partis suivants ne sont pas traités dans la présente analyse : le RWF (Rassemblement Wallonie-France), l'UF (Union des Francophones) ou encore le MAS (Mouvement pour une Alternative socialiste).

⁴ N. Sauger, « Les partis politiques sur le Net : première approche des pratiques virtuelles des partis politiques français », dans *L'Internet en politique...*, p. 179-193.

⁵ V. Serfaty, « Showdown on the Internet : the Aesthetics of Al Gore's and George W. Bush's Campaign 2000 Sites », dans *ibidem*, p. 75-94.

⁶ Pour plus d'informations sur cette division, voir les nombreux articles à ce sujet sur le site www.resistances.be, et notamment ce lien : <http://www.resistances.be/fndelacroix.html> (consulté le 7 décembre 2007).

⁷ Disponible sur : <http://www.frontnational.be>, consulté le 4 décembre 2007

⁸ Disponible sur : <http://www.fn.be>, consulté le 7 décembre 2007.

⁹ Disponible sur : <http://www.frontnational.be/accueil.htm>, consulté le 4 décembre 2007.

¹⁰ Disponible sur : <http://www.fn.be/editoriaux/index.php>, consulté le 7 décembre 2007.

¹¹ Disponible sur : <http://web4.ecolo.be/index.php>, consulté le 20 novembre 2007 et le 20 décembre 2007.

- ¹² Disponible sur : <http://www.mr.be/index.php>, consulté le 13 novembre 2007 et le 20 décembre 2007.
- ¹³ Disponible sur : <http://www.ps.be/Source/Home.aspx?EntID=1>, consulté le 12 novembre 2007 et le 21 décembre 2007.
- ¹⁴ Disponible sur : <http://www.lecdh.be/index.php>, consulté le 22 novembre 2007 et le 21 décembre 2007.
- ¹⁵ Disponible sur : <http://www.ptb.be/fr/accueil/actuel.html> et <http://www.particomuniste.be>, consultés respectivement les 17 et 10 décembre 2007.
- ¹⁶ Disponible sur : <http://www.lecdh.be/tv/cdhtv.php>, consulté le 22 novembre 2007.
- ¹⁷ Disponible sur : <http://www.ps.be/extras/> puis clic sur « PS Movie », consulté le 12 novembre 2007.
- ¹⁸ Disponible sur : <http://www.mrtv.be>, consulté le 13 novembre 2007.
- ¹⁹ Voir note 18 ci-dessus.
- ²⁰ Disponible sur : <http://www.ps.be/Source/Present.aspx?EntID=1>, consulté le 12 novembre 2007.
- ²¹ Les sites du PC et du PTB ne diffusent pas de vidéo et les deux sites FN n'en ont qu'à quelques rares endroits. Le site d'Ecolo contient quelques vidéos au format flash disséminées sur le site, mais ces dernières sont tout de même moins fréquentes qu'aux PS, MR et cdH.
- ²² Les adresses www.ptb.be et www.pvda.be (équivalent flamand) renvoient exactement au même site (testé le 17 décembre 2007).
- ²³ Disponible sur : <http://www.slechtbestuur.be>, consulté le 20 novembre 2007.
- ²⁴ Disponible sur : <http://www.ps.be/leps/lesassociationsps/lactioninternationale>, consulté le 12 novembre 2007.
- ²⁵ Disponible sur : <http://www.mr.be/Le-MR-en-action/Europe-et-International/index.php>, consulté le 13 novembre 2007.
- ²⁶ Disponible sur : <http://www.mr.be/Didier-Reynders/index.php>, consulté le 13 novembre 2007.
- ²⁷ Disponible sur : <http://www.ps.be/leps/eliodirupo/>, consulté le 12 novembre 2007.
- ²⁸ Disponible sur : <http://web4.ecolo.be/spip.php?rubrique12>, consulté le 20 novembre 2007.
- ²⁹ Disponible sur : <http://web4.ecolo.be/spip.php?rubrique17>, consulté le 20 novembre 2007.
- ³⁰ Disponible sur : <http://www.ptb.be/fr/ptb/elus.html>, consulté le 17 décembre 2007.
- ³¹ Disponible sur : <http://www.ps.be/Source/MyPSLogin.aspx?EntID=1>, consulté le 12 novembre 2007.
- ³² Disponible sur : <http://www.ecolo.be/index.php?class=ecolo&page=green/liste>, consulté le 20 novembre 2007.
- ³³ Disponible sur : <http://www.ecolo.be/index.php?class=ecolo&page=green/saisie>, consulté le 20 novembre 2007.
- ³⁴ Mis à part celui du MR, aucun des sites analysés ne fait mention de la personne ou de la société qui l'a développé.
- ³⁵ Disponible sur : <http://www.spip.net>.
- ³⁶ Disponible sur : <http://www.joomla.org>.