

Dans la tête de l'électeur suisse

PSYCHOLOGIE Le caractère des gens trahit leur comportement politique. Selon le principe «dis-moi qui tu es et je te dirai avec qui tu t'accordes», Markus Freitag a analysé 14 000 interviews, dans une étude qui révèle la psyché du citoyen helvétique

EMMANUEL GARESSUS, ZÜRICH
@garessus

Jusqu'ici, l'impact de notre caractère sur notre vie de citoyen n'avait pas été mesuré en Suisse. Pourtant «la clé d'une campagne politique réussie se cache dans la connaissance de la personnalité», avance le professeur Markus Freitag, dans *Die Psyche des Politischen*. L'utilisation des modèles psychométriques dans les campagnes politiques, à l'image de la présidentielle américaine, répond à ce constat. Mais c'est une «science» en devenir. En Suisse, tout est à faire.

L'auteur, professeur de Sciences politiques à l'Université de Berne, réalise ici la première étude de personnalité de l'électeur suisse. A l'aide d'une évaluation de 14 000 interviews, entreprise entre 2012 et 2016 au cours de quatre son-

dages, il évalue, définit, classe les citoyens au sein de cinq types de personnalités. Il se demande ensuite comment votent les «extravertis» ou les «ouverts à la nouveauté»? Quel caractère correspond à quel parti? Quels médias les altruistes consultent-ils pour s'informer sur la politique?

L'opinion politique se cache dans la personnalité

Grâce à ce travail de psychologue, l'attitude politique n'est plus scrutée uniquement à l'aune du genre, de l'âge ou du degré de formation. On voyage dans l'âme de l'électeur suisse. Markus Freitag part en effet de l'hypothèse selon laquelle l'opinion politique de l'individu est en grande partie ancrée dans sa personnalité. Notre caractère trahit nos intérêts, notre soif d'informations et notre manière de nous

comporter à l'égard des partis ou des thèmes politiques, ainsi que l'étendue de notre engagement.

La personnalité prend ses racines dans l'ADN, mais elle répond aussi à l'environnement et aux situations. Dorénavant, on pourra l'influencer quand l'heure d'une votation sera venue et les experts du marketing politique s'adonneront aux joies du *targeted advertising*.

Cette approche psychologique n'a pas que des amis. Le malaise est frappant parmi la majorité des spécialistes des sciences politiques, selon l'auteur. Pour eux, ce n'est pas la personnalité, mais les facteurs sociodémographiques (genre, âge etc.) qui déterminent l'idéologie.

D'Hippocrate aux «Big Five»

L'analyse de la personnalité ne date pas d'aujourd'hui. Markus Freitag la retrouve déjà dans l'An-

cien Testament, puis chez Platon et Hippocrate avec ses quatre «tempéraments» (sanguin, flegmatique, mélancolique, colérique).

Plus près de nous, Francis Galton (1822-1911) définit 1000 mots susceptibles de décrire les différents caractères. Mais c'est avec Ernest Tupes et Raymond Christal à la fin des années 1950, que s'impose le modèle des cinq types de personnalités principales, les Big Five:

En Suisse, le premier parti à «jouer» sur la personnalité a été l'UDC

ouverture à l'expérience, caractère consciencieux, extraversion, agréabilité, névrosisme. La recherche a par exemple montré que les Big Five influencent le niveau de bonheur d'un individu, sa santé, ses risques de divorce, sa profession idéale et même son espérance de vie.

En Suisse, le premier parti à «jouer» sur la personnalité à des fins politiques a été l'UDC, avec ses affiches électorales du début des années 1990 (criminels au couteau). Les peurs ont été instrumentalisées sur le thème de l'immigration. La *Weltwoche* a, quant à elle, fait des vagues en qualifiant les Romands de paresseux.

Markus Freitag analyse aussi les personnalités à l'aune des critères socio-économiques. Les femmes seraient plus extraverties, ouvertes, consciencieuses et en quête d'harmonie, mais aussi émotionnelle-

ment plus instables. Les jeunes de la génération Y seraient plus nerveux, tendus et inquiets que la moyenne, ainsi qu'assez peu consciencieux. Sans surprise, plus le degré de formation augmente, plus l'individu est ouvert et consciencieux.

Le professeur bernois inaugure le passage de la Suisse à l'ère de l'utilisation de la personnalité à des fins politiques. Le livre sort des schémas de la communication ne manquera pas de noter que ce sont les consciencieux et ouverts qui participent le plus souvent aux votations. Les personnes névrotiques préfèrent l'abstention, mais elles sont également utiles. Elles adorent participer aux collectes de fonds. ■

«Die Psyche des Politischen», NZZ Libro, 256 pages, 2017.



UDC, PLR Consciencieux

Selon Markus Freitag, 50% des électeurs sont de type consciencieux. Plutôt alémaniques que romands, ils expriment un besoin d'ordre, ont le sens du devoir, respectent les règles. Pour eux, la confiance, c'est bien, mais le contrôle encore mieux. Ils aiment le statu quo, la conformité, font preuve d'autodiscipline et de responsabilité. Pragmatiques, efficaces et prudents, ils sont intègres au travail, évitent les excès d'alcool. Sur les réseaux sociaux, leur activité se limite à WhatsApp, et ils sont allergiques tant à Facebook qu'à Instagram.

Leurs valeurs sont matérialistes. En politique, ils sont «conservateurs pragmatiques», ardents défenseurs du maintien de l'ordre, plutôt isolationnistes et n'apprécient la diversité culturelle qu'avec les voisins. Ils participent aux votations mais leur engagement est soumis à une stricte analyse coûts/rendement. Faute de temps, ils s'informent à travers les publicités et les réunions de partis plutôt que par la lecture chronophage de la *NZZ*. Ils préfèrent que la composition du Conseil fédéral reflète la force des partis plutôt que de la disposition au compromis. Défenseurs de l'économie de l'offre, ils s'opposent à la hausse des dépenses sociales. Ils refusent l'adhésion à l'UE, le relèvement de l'âge de la retraite et ne voient pas dans l'immigration un enrichissement. On les retrouve avant tout à l'UDC et au PLR. ■

PS, VERT Ouvert

Le quart des citoyens suisses aime de nouvelles expériences, le changement, les réformes et critiquent volontiers les normes existantes et l'ordre établi, révèle Freitag. Intellectuellement curieux, ils adorent les cuisines étrangères et les voyages, visitent les concerts et les musées. Plutôt romands qu'alémaniques, ils sont créateurs de start-up, s'engagent dans l'art, s'enthousiasment pour la science. Ils s'informent non pas avec la télévision et la presse locale, mais avec Facebook, Twitter et les quotidiens tels que *Le Temps*, *le Tages-Anzeiger* ou la *NZZ*. Les «ouverts» sont moins loyaux que la moyenne à l'égard de leur employeur et prennent des risques avec leur santé, abusent parfois d'alcool, fument et consomment occasionnellement des drogues.

Intéressés à la politique, ce sont des gens de gauche, socialistes ou verts, postmatérialistes. Ils sont tolérants et ouverts à l'immigration et aux réfugiés. Ce sont ceux qui font le plus confiance au Conseil fédéral et aux institutions cantonales. ■

UDC, PLR, VERT/LIBÉRAL Extraverti

L'extraversion, analysée par Carl Gustav Jung dans son livre *Types psychologiques* (1920), concernerait 15 à 20% des citoyens suisses. Sociable, communicatif, chaleureux, énergique, l'extraverti se caractérise par son caractère dominant, sa soif de vivre, sa gaieté, son omniprésence sur les réseaux sociaux et sa lecture de la presse de boulevard et les médias locaux. Le respect des règles n'est pas sa priorité, ni les coquilles dans ses e-mails.

Mais il est très vulnérable aux coups du sort et vite contrariés par des résultats sportifs décevants. Enfant, il a adoré les birchermuesli dans de grands bols. Aujourd'hui, en quête d'informations politiques, il se nourrit de tous les canaux disponibles. Des cinq types de personnalités, c'est celui qui court le plus aux réunions politiques, le smartphone à la main, celui qui connaît le nombre exact de signatures pour une initiative. Il est plutôt à droite, PLR ou vert libéral, défenseur d'une économie de l'offre, opposé à l'adhésion à l'UE et aux abus de règlements. La probabilité qu'il soit libéral est 22% plus élevée qu'un introverti. ■

PS, VERT Agréable

L'agréabilité définit une personne sympathique, altruiste, franche et un peu naïve. Elle est toujours à la recherche de compromis et on ne lui reprochera jamais son esprit d'équipe. Elle aime les romans d'amour, est plutôt végétarienne, ne remet pas en cause les institutions et prend ses distances avec la politique. A l'exception du niveau local, où elle est très active.

L'agréabilité est plus alémanique que romande, selon Markus Freitag. Est-ce dû au fait que ce personnage serait plus ouvert au compromis? Il ne s'intéresse pas aux mauvaises nouvelles, ne lit ni *Le Temps*, ni la *NZZ*. Combien sont-ils comme lui? Ils font sans doute partie des 40% de Suisses qui se disent altruistes, modestes, gentils et bienveillants.

Politiquement, sa probabilité de vote PS est 31% plus élevée que la moyenne, mais il peut être vert ou PDC. Il ne s'opposerait pas à l'adhésion à l'UE et plaide en faveur d'un plus fort engagement social et environnemental. Il ne voit guère d'inconvénient à de plus fortes contraintes à la liberté d'opinion. Pour s'informer en matière de politique, il se limite souvent aux affiches et aux publicités. ■

CENTRE GAUCHE Névrotique

Le névrosisme se retrouve au sein des individus stressés, inquiets, mécontents de la démocratie actuelle. Ils soutiennent les politiciens prêts aux compromis et font de cette prédisposition le critère prioritaire pour la composition du Conseil fédéral. S'ils s'opposent à une immigration sans limite, ils accepteraient l'adhésion à l'UE. Plutôt à gauche, ils soutiennent une politique plus sociale et refusent le relèvement de l'âge de la retraite. Le 4% des Suisses se dit nerveux, anxieux. Pour s'informer, ils apprécient les aspects émotionnels de la presse de boulevard. ■