

#TruckersNotTrudeau

Comment le « convoi de la liberté » a transformé la présence et la popularité de Pierre Poilievre sur X(Twitter)

PAR : REMI VIVES, EMILY LAXER ET EFE PEKER | 25 SEPTEMBRE 2023

PUBLIE PRECEDEMMENT SOUS LE TITRE Vivès, R., E. Peker & E. Laxer (2023). *#TruckersNotTrudeau: Comment le « convoi de la liberté » a transformé la présence et la popularité de Pierre Poilievre sur X(Twitter)* (Observatoire du populisme au Canada : note de recherche 0003).

@PierrePoilievre “I am running for Prime Minister to give you back control of your life. Sign up now to help me replace Trudeau & restore freedom.” February 5, 2022.

Lorsque Pierre Poilievre a publié ce tweet le 5 février 2022, il a frappé un grand coup dans la sphère X(Twitter). Marquant le début officiel de sa campagne pour la direction du Parti conservateur du Canada (PCC), le tweet a recueilli 103 187 « likes », ce qui en fait de loin le tweet le plus populaire jamais écrit par M. Poilievre (1). La promesse de M. Poilievre de « rendre le contrôle » aux Canadiens et de « restaurer la liberté » a été faite à l’apogée du controversé « convoi de la liberté », la série de barrages et de manifestations contre la politique liée à la COVID-19, qui a bloqué le centre-ville d’Ottawa du 29 janvier au 23 février 2022. Le Premier ministre Justin Trudeau et le chef du NPD, Jagmeet Singh, ont tous deux condamné le convoi, évoquant une menace pour l’ordre public. En revanche, plusieurs membres éminents du Parti conservateur ont promis de soutenir les manifestants à divers degrés.

Pierre Poilievre, alors député conservateur, connu pour son rôle de premier plan au sein des gouvernements Harper, a été l’un de ceux qui ont soutenu le convoi le plus clairement. Opposant farouche aux politiques fédérales sur la COVID-19 avant le début du convoi, M. Poilievre a applaudi les manifestants, déclarant à plusieurs reprises qu’il « soutenait » leurs efforts pour défendre la « liberté ». Ces déclarations ont conduit les commentateurs à conclure que M. Poilievre avait « accroché son wagon » au « convoi de la liberté » et qu’il avait exploité les divisions suscitées par celui-ci pour se propulser vers la victoire dans la course à la direction du Parti conservateur (2). Cependant, l’incidence précise du convoi sur sa popularité, notamment par rapport à celle des autres candidats conservateurs, reste indéterminée. Nous visons à combler cette lacune en utilisant les données de Twitter (désormais appelé « X ») pour poser trois questions :

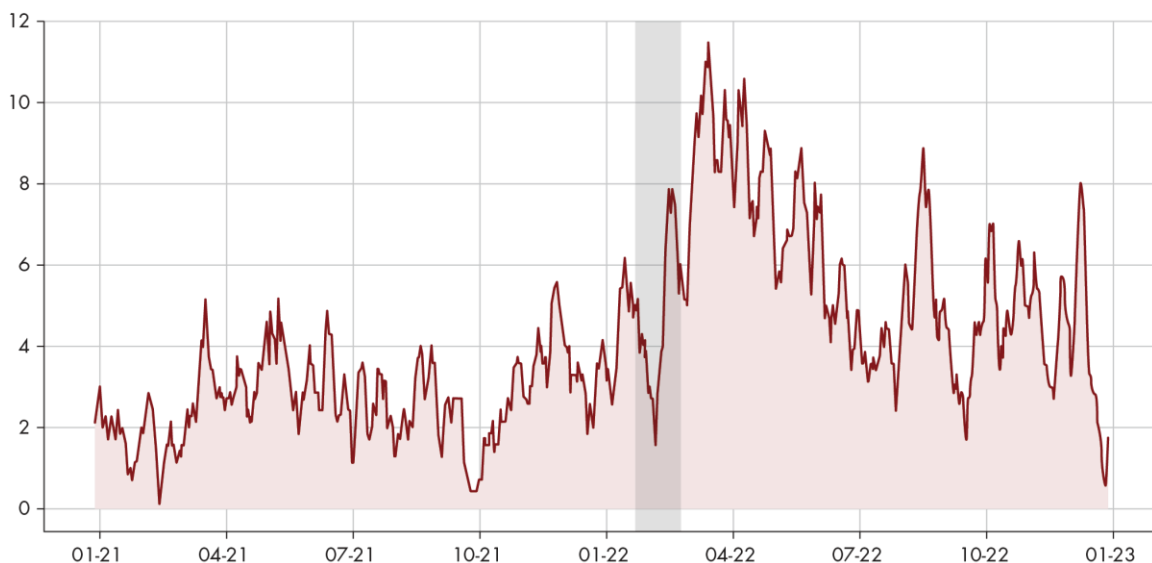
- Tout d’abord, le « convoi de la liberté » a-t-il entraîné un changement perceptible dans la présence et la popularité de M. Poilievre sur X(Twitter) ? Dans l’affirmative, quelle en est l’importance ?
- Deuxièmement, quel a été l’effet du convoi sur la popularité de M. Poilievre sur X(Twitter) par rapport à celle des autres candidats à la direction du PCC, dont certains ont également soutenu les manifestants ?
- Enfin, que suggèrent ces résultats sur le rôle du « convoi de la liberté » dans l’image de marque et l’héritage politique de M. Poilievre ?

Pour répondre à ces questions, nous avons entrepris une analyse quantitative en deux étapes, en commençant par une comparaison statistique du nombre de « likes » et de « retweets » reçus par le compte X(Twitter) de M. Poilievre avant et après le « convoi de la liberté », suivie d’une comparaison des mêmes données pour cinq autres candidats à la direction du PCC : Roman Baber, Leslyn Lewis, Scott Aitchison, Patrick Brown et Jean Charest.

PRESENCE ET POPULARITE DU X(TWITTER) DE POILIEVRE AVANT ET APRES LE CONVOI

La figure 1 présente une chronologie du nombre quotidien de tweets envoyés par @PierrePoilievre de janvier 2021 à décembre 2022. Elle montre que le convoi, surligné en gris, a marqué une rupture substantielle dans l’activité X(Twitter) de M. Poilievre, le nombre de tweets atteignant un pic pendant et peu après les manifestations et restant en moyenne plus élevé dans les mois qui ont suivi.

FIGURE 1. Nombre quotidien de tweets de @PierrePoilievre, 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2022



Plusieurs des tweets publiés par @PierrePoilievre pendant le convoi visaient à dédramatiser les manifestants en réponse aux critiques généralisées et à canaliser les griefs des « camionneurs » contre M. Trudeau :

@PierrePoilievre “Just talked with hundreds of cheerful, peaceful, salt-of-the-earth, give-you-the-shirt-off-their-back Canadians at the trucker protest. They choose freedom over fear”. January 31, 2022.

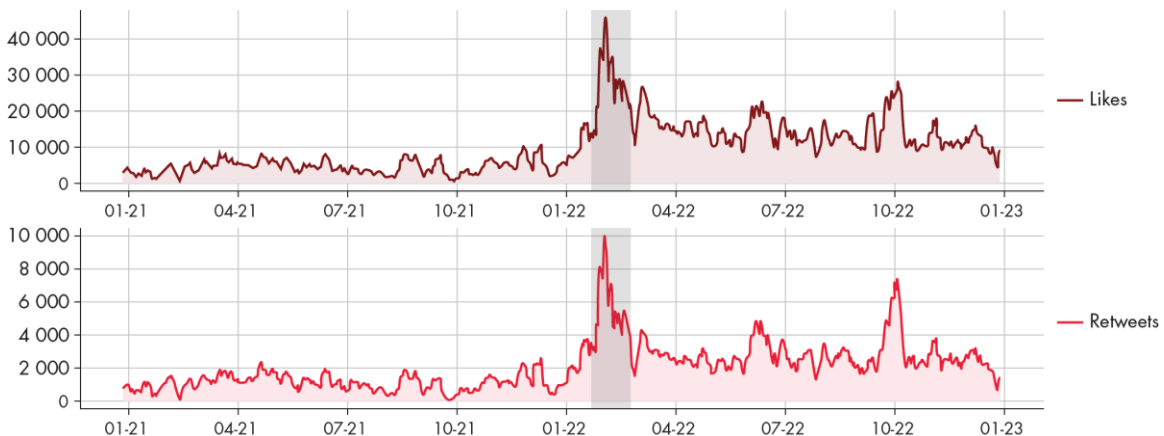
@PierrePoilievre “These are the people the media & Trudeau want to silence. Bright, joyful, peaceful Canadians championing freedom over fear on Parliament Hill. #TruckersNotTrudeau”. January 31, 2022.

D’autres tweets ont exploité le mécontentement exprimé par le convoi pour susciter des inquiétudes plus larges sur la menace que représentent les politiques COVID pour la « liberté » des Canadiens et pour canaliser ces inquiétudes vers un soutien à M. Poilievre dans la campagne pour la direction du parti :

@PierrePoilievre “Freedom is on the move. Keep it going. Sign up to end mandates”. February 9, 2022.

Le convoi a donc généré une accélération notable de l’activité X(Twitter) de Pierre Poilievre. Mais qu’en est-il de l’effet des tweets ? Comment ont-ils été perçus par le public ? La figure 2 répond à cette question en affichant le nombre de « likes » et de « retweets » obtenus par le compte X(Twitter) de M. Poilievre entre janvier 2021 et décembre 2022. Chacune de ces mesures reflète une dimension différente de la popularité. Les « likes » indiquent l’approbation d’un tweet par les utilisateurs et sont donc le reflet le plus direct de la popularité. Par souci d’exactitude, nous avons également pris en compte les « retweets » qui, même s’ils ne révèlent pas l’approbation ou la désapprobation des utilisateurs, sont un indicateur reconnu de l’effet.

FIGURE 2. Nombre quotidien de « likes » et de « retweets » pour @PierrePoilievre, 1^{er} janvier 2021 au 31 décembre 2022



Les résultats montrent qu'en matière de « likes » et de « retweets », la popularité de M. Poilievre a augmenté de façon spectaculaire pendant le convoi et est restée élevée après celui-ci (3).

Afin de garantir la solidité de ces résultats et de confirmer que l'augmentation de la popularité X(Twitter) de Poilievre pendant le convoi n'était pas due à des effets aléatoires, nous avons comparé le nombre de « likes » et de « retweets » obtenus par M. Poilievre avant et pendant le « convoi de la liberté », tout en contrôlant les tendances de la même période un an plus tôt. Les résultats (présentés dans la section technique) révèlent que la popularité de Pierre Poilievre a considérablement augmenté pendant le convoi par rapport aux 30 jours précédents. Elle suggère également que ce pic de popularité n'est pas le résultat aléatoire de tendances saisonnières, étant donné qu'aucune augmentation mesurable n'a été observée au cours de la même période en 2021.

Les résultats de la régression standardisée (présentés dans la section technique) confirment cette conclusion. Par rapport aux 30 jours précédents, le « convoi de la liberté » a multiplié par 2,93 le nombre de « likes » reçu par M. Poilievre. En d'autres termes, le convoi a permis à M. Poilievre d'être presque trois fois plus apprécié sur X(Twitter) qu'il ne l'était auparavant.

COMPARAISON DE L'EFFET DU CONVOI SUR LA POPULARITE X(TWITTER) DE M. POILIEVRE AVEC CELLE D'AUTRES CANDIDATS A LA DIRECTION DU PARTI CONSERVATEUR

Qu'en est-il des autres candidats à la direction du PCC ? Dans quelle mesure et comment le « convoi de la liberté » a-t-il affecté leur popularité sur X(Twitter) ? Comment se situent-ils par rapport à Pierre Poilievre à cet égard ?

Outre Pierre Poilievre, Roman Baber et Leslyn Lewis ont été les plus favorables au « convoi de la liberté » parmi les candidats à la direction du PCC. Les deux ont publiquement soutenu les camionneurs et ont présenté leurs efforts comme faisant partie d'une bataille pour la « liberté » et la « démocratie ». Ils ont également reproché au gouvernement Trudeau d'avoir eu recours à la loi sur les situations d'urgence pour mettre fin aux barrages. Scott Aitchison s'est montré plus équivoque à l'égard du convoi, traçant une ligne de démarcation entre manifestation pacifique et illégale. Les plus critiques ont été Patrick Brown, qui a mis en doute les motivations des manifestants, et Jean Charest, qui a condamné catégoriquement le convoi et a qualifié M. Poilievre d'inapte à diriger le pays parce qu'il a approuvé ses activités.

Nos résultats révèlent des différences substantielles dans les effets du convoi sur la popularité des cinq autres candidats. Les résultats pour chaque candidat montrent que MM. Baber, Lewis et Aitchison ont connu des pics dans le nombre quotidien de « likes » et de « retweets » pendant le convoi. Cependant, à l'exception de Lewis, il n'y a pas eu d'effet durable perceptible sur leur popularité, et les pics observés pendant le convoi ont depuis été égalés ou dépassés. Pour M. Brown, le convoi n'a pas eu d'effet perceptible sur sa popularité. Pour M. Charest, une comparaison avant-après n'était pas possible, car il n'a rejoint X(Twitter) qu'en mars 2022.

Comment se comparent alors les effets du convoi sur la popularité de MM. Baber, Lewis, Aitchison et Brown par rapport à Pierre Poilievre ? Les analyses de régression standardisées (présentées dans la section technique) ont montré que l'effet du « convoi de la liberté » sur les « likes » X(Twitter) était 6 fois plus important pour Pierre Poilievre que pour n'importe quel autre candidat. En d'autres termes, bien que MM. Baber et Lewis aient soutenu le convoi, M. Poilievre est de loin celui qui a le mieux réussi à profiter de l'occasion du convoi pour accroître sensiblement sa popularité.

CONCLUSION : L'EFFET DU « CONVOI DE LA LIBERTÉ » SUR L'IMAGE DE MARQUE DE PIERRE POILIEVRE

L'approbation du « convoi de la liberté » par M. Poilievre lui a été très favorable. D'autres candidats du PCC, comme MM. Baber et Lewis, ont également « accroché leurs wagons » au convoi. Par rapport à Pierre Poilievre, cependant, l'augmentation de leur activité sur Twitter n'a pas produit la même hausse de popularité. M. Poilievre fait donc figure d'exception parmi les conservateurs en saisissant l'occasion offerte par le « convoi de la liberté » pour attirer des électeurs potentiels qui, pour diverses raisons, se sont opposés aux politiques liées à la COVID-19. Le fait que M. Poilievre ait continué à soutenir publiquement le convoi dans les mois qui ont suivi suggère que cet événement a laissé une marque durable sur son image politique.

1. The next most popular tweet, also posted during the convoy, attracted 40,845 likes.
2. Vieira, P. "Canada's Conservatives Pick 'Freedom Convoy' Sympathizer to Lead Party Against Trudeau", *The Wall Street Journal*, September 10, 2022. <https://www.wsj.com/articles/canadas-conservatives-pick-freedom-convoy-sympathizer-to-lead-party-against-trudeau-11662855757>; Wherry, A. "Conservatives hitch their wagons to the convoy protest without knowing where it's going", *CBC News*, February 10, 2022. <https://www.cbc.ca/news/politics/poilievre-conservative-otoole-convoy-vaccine-mandate-1.6335286>
3. Giving further context to these results is the fact that, of the 50 most "liked" tweets ever penned by Poilievre, nearly half – 24 – were posted during the "Freedom Convoy".

DONNEES

Nous utilisons l'ensemble de données X(Twitter) de l'Observatoire qui comprend l'historique des tweets des députés canadiens et des chefs de parti depuis 2020. Nous créons deux échantillons pour les deux analyses quantitatives présentées ci-dessous. Le premier échantillon comprend les tweets originaux publiés par Pierre Poilievre du 25 décembre 2020 au 23 février 2021 et du 25 décembre 2021 au 23 février 2022. Le deuxième échantillon comprend les tweets publiés par les six candidats confirmés à l'élection à la direction du PCC (Scott Aitchison, Roman Baber, Patrick Brown, Jean Charest, Leslyn Lewis et Pierre Poilievre) entre le 25 décembre 2021 et le 23 février 2022.

Nous utilisons quatre variables pour mesurer la popularité de M. Poilievre et des cinq autres hommes politiques sur Twitter : le nombre quotidien de « likes », la moyenne quotidienne des « likes », le nombre quotidien de « retweets » et la moyenne quotidienne des « retweets ». Nous avons sélectionné ces variables pour trois raisons principales. Tout d'abord, le fait d'aimer un tweet est un signe direct d'approbation et de soutien. Deuxièmement, si le nombre de « likes » est une mesure non ambiguë de la popularité, il existe un certain nombre de raisons différentes pour lesquelles un utilisateur peut partager un tweet. Par exemple, un utilisateur peut partager un tweet pour l'approuver, mais aussi pour le critiquer. Nous utilisons le nombre de « retweets » pour vérifier la solidité des résultats, mais on peut s'attendre à des résultats mitigés pour la raison susmentionnée. Enfin, l'utilisation du nombre quotidien de « likes » et de « retweets » nous permet de contrôler directement le *volume*, tandis que la moyenne est une approche plus conservatrice que nous utilisons également pour des raisons d'exactitude. Les tableaux A1 et A2 présentent quelques statistiques descriptives.

TABLEAU A1. Statistiques descriptives de l'échantillon 1

		Obs.	Moyenne	Médiane	Ecart Type	Min.	Max.
25/12/2020 à 23/02/2021	Likes	105	1 709,752	1 347	1 419,74	38	7 265
	Retweets	105	437,924	333	412,408	5	1 883
25/12/2021 à 23/02/2022	Likes	273	4 228,117	1 602	8 078,391	66	103 187
	Retweets	273	882,344	103	1 908,227	15	24 461

Remarque : ce tableau comprend des statistiques descriptives sur les tweets originaux postés par @PierrePoilievre du 25 décembre 2020 au 23 février 2021 et du 25 décembre 2021 au 23 février 2022.

TABLEAU A2. Statistiques descriptives de l'échantillon 2

		Obs.	Moyenne	Médiane	Ecart Type	Min.	Max.
Aitchison	Likes	60	20,617	1	108,391	0	822
	Retweets	60	79,717	14	354,977	1	2 726
Baber	Likes	161	419,130	320	414,608	6	2 756
	Retweets	161	1 452,236	1 164	1 208,203	96	7 854
Brown	Likes	217	29,691	4	143,363	0	1836
	Retweets	217	148,253	32	593,265	1	7 395
Charest	Likes	-	-	-	-	-	-
	Retweets	-	-	-	-	-	-
Poilievre	Likes	279	886,161	280	1 899,414	15	24 461
	Retweets	279	4 270,125	1 602	8 084,723	66	103 187
Lewis	Likes	47	668,596	319	961,294	11	5 337
	Retweets	47	3 051,489	1 526	4 112,485	72	24 411

Remarque : ce tableau comprend des statistiques descriptives sur les tweets originaux postés par les six candidats officiels à l'élection de la direction du PCC, entre le 25 décembre 2021 et le 23 février 2022.

Pour faciliter l'interprétation des coefficients dans les analyses quantitatives, nous effectuons deux transformations. Tout d'abord, pour répondre à la question 1, nous exprimons nos données (échantillon 1) par rapport au nombre quotidien moyen (ou à la moyenne) de « likes » (ou de « retweets ») avant le « convoi de la liberté ». Deuxièmement, pour répondre à la question 2, nous exprimons nos données (échantillon 2) par rapport au nombre quotidien moyen (ou à la

moyenne) de « likes » (ou de « retweets ») des 5 autres candidats à la direction du PCC (c'est-à-dire tous les candidats sauf M. Poilievre) avant le convoi.

ANALYSE QUANTITATIVE

Nous avons mis en œuvre une approche quasi expérimentale pour étudier l'impact du « convoi de la liberté » sur la popularité X(Twitter) de M. Poilievre.

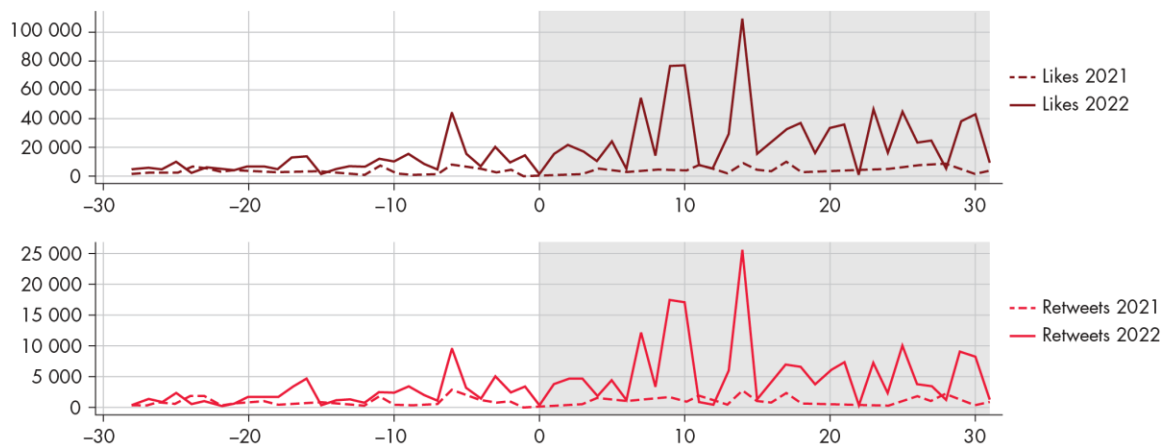
Le « convoi de la liberté » a-t-il entraîné un changement perceptible dans la présence et la popularité de Pierre Poilievre sur X(Twitter) ?

Nous utilisons plusieurs modèles des doubles différences dans lesquels l'année précédant le convoi sert de résultat contrefactuel. Nous estimons quatre spécifications. La première spécification est

$$X_t = \beta_0 + \beta_1 Y_{22t} + \beta_2 Freedom_{1t} + \beta_3 (Freedom_{1t} \cdot Y_{22t}) + \varepsilon_t \quad (1)$$

où X_t est le nombre quotidien transformé de « likes » que M. Poilievre reçoit sur ses tweets par rapport au nombre quotidien moyen de « likes » qu'il recevait sur ses tweets avant le « convoi de la liberté ». Cette première mesure de popularité donne plus de poids au *volume* quotidien de « likes ». Y_{22t} et $Freedom_{1t}$ sont toutes deux des variables binaires. Plus précisément, Y_{22t} prend la valeur 1 pour les jours de 2022 et $Freedom_{1t}$ prend la valeur 1, soit pour la période du « convoi de la liberté », soit pour les jours correspondant à cette période un an avant la période étudiée (2021). ε_t est le facteur d'erreur. La figure A1 illustre cette stratégie d'identification.

FIGURE A1. Illustration de la stratégie d'identification associée avec l'équation (1)



Remarque : les lignes pointillées s'étendent du 25 décembre 2020 au 23 février 2021 et les lignes pleines s'étendent du 25 décembre 2021 au 23 février 2022. Les axes horizontaux sont exprimés en termes de distance en jours par rapport au 22 janvier de l'année respective (le Convoi de la Liberté a commencé en 22 janvier 2022).

β_3 est notre paramètre d'intérêt. La validité de nos résultats d'estimation repose sur l'hypothèse standard d'une tendance parallèle, selon laquelle aucun choc significatif autre que ceux liés au « convoi de la liberté » n'a eu d'effet sur la popularité de M. Poilievre au cours de l'année du convoi et de la période de contrôle un an plus tôt (c'est-à-dire au cours de la période de l'échantillon 1).

Tableau A3. Résultats des estimations associées avec l'équation (1)

	Likes (somme)	Likes (moyenne)	Ret. (somme)	Ret. (moyenne)
<i>Y22t</i>	0,259** (0,113)	0,565*** (0,180)	0,276* (0,143)	0,633*** (0,215)
<i>Freedom1t</i>	1,026*** (0,262)	0,435*** (0,145)	0,900*** (0,273)	0,327* (0,174)
<i>Y22t ' Freedom1t</i>	2,932*** (0,762)	2,301*** (0,863)	2,298*** (0,755)	1,715** (0,864)
Constante	0,535*** (0,0708)	0,668*** (0,0709)	0,577*** (0,101)	0,688*** (0,0992)
Observations	106	106	106	106

Remarque : ce tableau présente les estimations des doubles différence associées à l'équation (1). « *Y22 ' Freedom1* » mesure l'impact moyen du Convoi de la Liberté sur la popularité de Poilievre sur Twitter par rapport à sa propre popularité au cours de la même période de l'année précédente. Les données s'étendent du 25 décembre 2020 au 23 février 2021 et du 25 décembre 2021 au 23 février 2022. Les écarts types robustes sont inclus entre parenthèses. *** $p < 0,01$, ** $p < 0,05$, * $p < 0,1$.

La colonne (1) du tableau A3 montre le résultat de cette régression. On constate que l'effet de traitement est de 2,93, ce qui signifie que les tweets que Pierre Poilievre a publiés pendant le « convoi de la liberté » ont été 2,93 fois plus appréciés que ceux qu'il a publiés avant le convoi. En d'autres termes, le convoi a rendu M. Poilievre trois fois plus populaire qu'il ne l'était avant cet événement. Ce résultat est très significatif.

Les autres spécifications sont très similaires à l'équation (1), mais prennent en compte différents indicateurs de popularité (comme indiqué dans la sous-section précédente) comme la moyenne quotidienne des « likes » (colonne 2), le nombre quotidien de « retweets » (colonne 3) et la moyenne quotidienne des « retweets » (colonne 4). Les effets du « convoi de la liberté » sur ces autres mesures de popularité sont très robustes.

Quel a été l'effet du convoi sur la popularité de M. Poilievre sur X(Twitter) par rapport à celle des autres candidats à la direction du PCC, dont certains ont également soutenu les manifestants ?

Nous utilisons plusieurs modèles des doubles différences dans lesquelles la popularité des autres candidats sert d'élément contrefactuel. Ici aussi, nous estimons quatre spécifications. La première est

$$Z_{it} = \beta_0 + \beta_1 Poilievrei + \beta_2 Freedom2t + \beta_3 (Freedom2t ' Poilievrei) + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

où Z_{it} est le nombre quotidien transformé de « likes » que le politicien i reçoit sur ses tweets. $Poilievrei$ est une variable binaire qui prend la valeur 1 pour les tweets de Pierre Poilievre. $Freedom2t$ prend la valeur 1 pour la période du « convoi de la liberté ». Nous appliquons une transformation à Z_{it} afin de permettre une interprétation multiplicative : par exemple, $\beta_3 = 2$ signifie que le Convoi a eu un impact significativement plus important – deux fois plus élevé – sur la popularité de Poilievre que sur celle de tous les autres candidats. ε_{it} est le terme d'erreur.

TABLEAU A4. Résultats des estimations associées avec l'équation (2)

	Likes (somme)	Likes (moyenne)	Ret. (somme)	Ret. (moyenne)
<i>Freedom2t</i>	0,436 (0,289)	0,552 (0,443)	0,390 (0,217)	0,495 (0,359)
<i>Poillievrei</i>	2,812*** (0,268)	1,081*** (0,226)	2,392*** (0,344)	0,901** (0,287)
<i>Freedom2t * Poillievrei</i>	6,373*** (0,289)	3,465*** (0,443)	4,816*** (0,217)	2,811*** (0,359)
Constante	0,564 (0,268)	0,448 (0,226)	0,610 (0,344)	0,505 (0,287)
Observations	234	234	234	234

Remarque : ce tableau présente les estimations des doubles différences associées à l'équation (2). « *Freedom2t * Poillievrei* » mesure l'impact moyen du Convoi de la Liberté sur la popularité de Poillievre sur Twitter par rapport à la popularité des autres candidats officiels pour l'élection à la direction du PCC au cours de la même période. Les données s'étendent du 25 décembre 2021 au 23 février 2022. Les écarts types robustes sont groupés au niveau individuel et inclus entre parenthèses. ***p<0,01, **p<0,05, *p<0,1.

La colonne (1) du tableau A4 montre le résultat de cette première régression. On constate que sur l'ensemble de la période de l'échantillon 2 (c'est-à-dire du 25 décembre 2021 au 23 février 2022), M. Poillievre est 2,8 fois plus populaire que les autres candidats. L'effet de traitement est de 6,37, ce qui signifie que les tweets publiés par M. Poillievre pendant le « convoi de la liberté » ont reçu 6 fois plus de « likes » que ceux publiés par les autres candidats. En d'autres termes, M. Poillievre était 6 fois plus populaire que les autres candidats pendant la période du « convoi de la liberté ». Ce résultat est très significatif.

Pour plus d'exactitude, nous utilisons trois autres spécifications dans la même veine que l'équation (2) en considérant d'autres indicateurs de popularité. Les résultats utilisant la moyenne journalière transformée des « likes », le nombre quotidien transformé des « retweets » et la moyenne quotidienne transformée des partages de tweets sont présentés dans les colonnes (2), (3) et (4), respectivement. Là encore, les effets du « convoi de la liberté » sur les autres mesures de popularité sont très robustes.