

**COMPORTEMENTS POLITIQUES ET DETERMINANTS PSYCHOSOCIAUX :  
LE CAS DU VOTE ETHNIQUE AU GABON**

**Théodore KOUMBA**

Email : [theokoum@yahoo.fr](mailto:theokoum@yahoo.fr)

&

**Rosamour-Gassien Aymar TSAMBA-NDZEDY-MOUGHOA**

Centre de Recherches et d'Études en Psychologie (CREP)

Université Omar BONGO, GABON

**Résumé**

Notre réflexion se veut d'examiner le rapport des déterminants psychosociaux au vote ethnique en contexte gabonais. En effet, depuis la réinstauration du multipartisme politique en 90, la sphère politique gabonaise n'a eu de cesse d'être taxée d'opaque au regard des modalités sociopolitiques (conflits post-électorales, crise socio-économique, etc.) qui ont souvent cours durant les échéances électorales. Ce contexte, impliquant de nombreux facteurs, nous conduit, dans ce manuscrit, à interroger les aspects psychosociaux sous-tendant les comportements électoraux observés à cet effet. En interrogeant 200 sujets, tous étudiants, à partir de deux échelles d'attitude mesurant, d'une part, le vote ethnique et, d'autre part, les déterminants psychosociaux du vote, nous sommes arrivés aux résultats que le vote ethnique est consolidé par l'effet conjugué de la confiance au candidat de son ethnie, de l'appartenance ethnique de l'électeur, du sentiment de solidarité et du clientélisme électoral.

**Mots-clés :** Comportements politiques, Vote, vote ethnique, déterminants psychosociaux, catégorisation sociale

**Abstract**

In this reflection, we aim to examine the relationship between psychosocial determinants and ethnic voting in the Gabonese context. Indeed, since the re-establishment of the political multiparty system in 1990, the Gabonese political sphere has constantly been accused of being opaque with regard to the socio-political modalities (post-electoral conflicts, socio-economic crisis, etc.) which have often in progress during electoral deadlines. This context, involving many factors, leads us in this manuscript to question the psychosocial aspects underlying the electoral behaviors observed for this purpose. By questioning 200 subjects, all students, from two attitude scales measuring on the one hand the ethnic vote and on the other hand the psychosocial determinants of the vote, we arrived at the results that the ethnic vote is consolidated by the effect combined with confidence in the candidate of his ethnicity, the ethnicity of the voter, the feeling of solidarity and electoral clientelism.

**Keywords:** Political behaviors, voting, ethnic voting, psychosocial determinants, social categorization

## Introduction

La question des conduites électorales offre un champ d'analyse assez vaste pouvant conduire à la compréhension de certaines logiques sociales. En tant que modalité sociale, le vote ethnique, bien que peu étudié en contexte gabonais, constitue aujourd'hui un véritable enjeu scientifique et pose un véritable problème de logique sociale. Au Gabon, depuis plus d'une trentaine d'années, la question des déterminants du vote a toujours été au cœur des débats à tous les niveaux ; médiatique, politique, social, etc., faisant ainsi de l'explication du vote une tâche complexe que le simple regard politique ne saurait rendre totalement explicite (Tsamba-Ndzedy-Moughoa R.G.A., 2022).

Depuis la restauration du multipartisme intégral, la perversion du pluralisme politique a pris une tournure décisive avec l'institutionnalisation et l'instrumentalisation d'un imaginaire politique lors des compétitions électorales (Akindès F., 1996). Cet imaginaire politique, construit sous la colonisation à travers l'archéologie des clivages politiques, tirerait ses racines dans l'exaltation constante des crispations identitaires. Les identités, comme l'indique Darbon (1995, cité par Kakai H., 2011), deviennent par là même un enjeu de nouvelles logiques sociales et la problématique de l'ethnie l'enjeu d'un débat idéologique sur les conditions de la démocratie en Afrique (Kakai, *idem.*).

La mobilisation du lien ethnique met ainsi en évidence trois types de solidarités. Le premier type concerne la conscience d'appartenance qu'éprouve un individu à l'égard de son groupe ethnoculturel. Elle se traduit par la différenciation ethnique des individus. Le deuxième type désigne un ethno-sentimentalisme dont la socialisation primaire suggère une sensibilité culturelle spécifique. Il correspond au principe qui permet le regroupement politique d'individus en vue d'une action collective. Le troisième type de solidarité renvoie à un ethos communautaire qui permet l'expression d'une solidarité envers un membre de sa communauté et met en valeur une manière culturellement codifiée d'appréhension des interactions (Augé A., 2007).

En référence, les élections dernières au Gabon, celles de 2016 (présidentielles) et les législatives de 2018 se sont soldées par une expression prononcée du facteur ethno communautaire. Les données officielles du Centre Gabonais des Elections (CGE) indiquaient par exemple que le président sortant, originaire du Haut-Ogooué (troisième province du Gabon), obtenait 98,99% des voix contre 4,31% pour son concurrent direct, celui-ci, originaire de l'Ogooué Maritime (Huitième province du Gabon). Cette tendance a été explicitée par les scores obtenus par ces deux candidats, cette fois-ci dans la province de l'Ogooué-Maritime, terroir politique de l'opposant direct. Ici, les scores indiquaient 29,96% pour le président sortant contre 68,26% pour son concurrent direct, originaire de ladite province. Pour ne pas faire l'étalage de l'ensemble des données de cette élection, le constat est qu'elles sonnent comme un écho ethnolinguistique du rapport des électeurs au vote.

D'un point de vue théorique, la question du rapport de l'électeur au vote peut être envisagée sous l'angle des théories des relations intergroupes. En effet, cette relation duelle est imputable à la nature des relations sociales qui ont cours et dont la prédominance du sentiment d'appartenance est souvent marquée. Ces théories des relations intergroupes que sont la théorie de l'identité sociale (TIS) et celle de l'auto catégorisation (TAC) se situent pour une large part dans l'explication des

comportements individuels et collectifs lorsque des sujets ou des groupes sont en contact avec d'autres sujets ou d'autres groupes. Sont envisagées, les questions relatives à l'identité (individuelle ou collective) et à la façon dont les sujets membres d'un groupe (endogroupe) se positionnent socialement lorsqu'ils sont confrontés à d'autres groupes (exogroupes) à propos d'un objet social donné (le vote par exemple).

Le principe de la TIS est l'obtention ou le maintien d'une identité sociale positive. Pour les tenants de cette théorie, les individus tentent de valoriser leur groupe d'appartenance par le biais de comparaisons favorables entre leur groupe et d'autres groupes et ce, en faisant surtout preuve d'allodéfavoritisme, c'est-à-dire en défavorisant les membres des autres groupes d'appartenance que le leur.

Finalement, il est fort évident que dans des situations mobilisant des communautés ethno linguistiques différentes, comme c'est le cas lors des élections, les pratiques électorales soient comprises et interprétées comme sous-tendues par des dynamiques inter groupales ou catégorielles. Ce qui donnerait de la constance aux biais cognitifs liés à la catégorisation sociale en ce qu'ils constitueraient des modalités explicatives de certains comportements politiques.

Rappelons que l'étude des comportements politiques date des travaux d'André Siegfried (cité par Mayer N., 2010). Siegfried tentait d'étudier le comportement politique à partir du lien entre la nature géologique d'un territoire, la forme de propriété foncière, la structure de l'habitat et les relations sociales qui en découlent. Il observe à partir des résultats électoraux officiels en Vendée que le vote est fonction de la zone géographique d'appartenance de l'électeur. Cette tendance au favoritisme est également soulignée par le modèle de Columbia pour qui, les groupes d'appartenance ont une influence sur les orientations électorales des individus. Le déterminisme social et les relations interpersonnelles jouent donc un rôle dans les choix des électeurs (Mayer N., 1997, 2007, 2010 ; Mayer N., & Perrineau P., 1992).

Il faut attendre les travaux réalisés à l'université de Michigan pour qu'une orientation plus psychologique des comportements politiques puisse être prise en compte. Pour les chercheurs de Michigan, le comportement électoral est un acte politique et résulte d'un champ de forces psychologiques. Prévoir donc un tel comportement nécessite de connaître l'orientation de l'intensité des attitudes des individus sur les objets politiques comme les candidats, les partis et les programmes (Mayer N., 2010).

En inscrivant cette étude dans une approche mobilisatrice des catégorisations sociales et des identités (ethniques), la question de l'orientation électoral serait envisagée comme résultante de l'effet de ces variables sur le traitement (biais de catégorisation sociale) que les individus font des acteurs politiques. Autrement dit, l'identité ethnique et la catégorisation sociale constitueraient des modalités explicatives de l'acte électoral.

En Afrique, plusieurs études ont permis de saisir l'influence des variables identitaires (ethniques) et des déterminants socioculturels sur l'acte électoral. Dans une étude portant sur le vote ethnique au Bénin, Kakai H. (2011) nous fait observer que le vote ethnique est fortement lié à la

confiance de l'électeur pour le candidat de son ethnie, le don pendant les campagnes et l'exclusion d'acteurs originaires de groupes socioculturels différents de ceux du terroir. Ces résultats trouvaient déjà des explications dans les analyses proposées par Bakary T. (1985). Cet auteur avait prouvé pourquoi l'ethnicité est source des attitudes électorales. Il avait, en effet, démontré que, plus que les programmes, ce qui importe en compétition électorale, c'est l'identification des électeurs à un candidat considéré comme un « natif du terroir ». A ce propos, les programmes électoraux importent peu en définitive, puisque les choix se portent d'abord sur les candidats et non sur les idées.

Au regard de ce qui précède, il semble que la problématique relative aux comportements électoraux a fait l'objet de plusieurs recherches en sciences humaines et sociales. Cela dit, les pesanteurs rattachées à une telle problématique sont donc autant diverses et pertinentes que cela implique leur intégration dans une dynamique contextuelle. En effet, au Gabon, aucune étude fondamentale ne traite de la question du vote ethnique, de ses déterminants et de ses effets sur la nature des relations intergroupes sous l'angle de la catégorisation sociale. Or, appliquée à l'étude des comportements politiques, la catégorisation sociale peut permettre de relever les distorsions cognitives liées au processus de traitement de l'information chez les individus impliqués dans des actions décisionnelles comme l'acte de voter. Dès lors, quels sont les déterminants du vote qui contribuent à consolider le vote ethnique au Gabon ? En quoi l'identité ethnique constitue-t-elle une modalité explicative du vote ethnique au Gabon ? En quoi l'appartenance à un groupe sociale donné (ethnie par exemple) favorise-t-elle l'expression du vote ethnique ? De telles interrogations trouveraient leurs réponses dans l'idée que le vote ethnique au Gabon est consolidé à la fois par les déterminants psychosociaux et par l'identité ethnique des individus. De cette hypothèse générale en découlent quatre hypothèses opérationnelles. La première stipule que l'appartenance ethnique consolide le vote ethnique. La seconde quant à elle va de l'idée que le sentiment de solidarité renforce l'expression du vote ethnique. La troisième hypothèse postule que la confiance pour le candidat de son ethnie renforce le vote ethnique et enfin la quatrième hypothèse indique que le clientélisme électoral consolide le vote ethnique. Autrement dit, nous nous attendons à ce que les déterminants identifiés agissent comme des modalités renforçatrices de l'expression du vote ethnique.

La mise à l'épreuve de ces hypothèses conduit à la présentation du protocole méthodologique ci-après convoqué à cet effet.

## **1. Méthode**

Ici, il est question de présenter le cadre de l'étude et la population d'étude d'une part, puis d'autre part, notre échantillon avant de faire le point sur les outils à partir desquels les données ont été recueillies.

### **1.1. Cadre de l'étude et population d'étude**

L'étude a été réalisée à Libreville au Gabon. Plus précisément, elle a été menée au sein de l'université Omar Bongo où, les étudiants ont constitués l'essentiel de notre population d'étude.

## 1.2. L'échantillon d'étude

L'échantillon a été choisi aléatoirement au sein de la population estudiantine. Au total, 200 sujets ont été sélectionnés. Ces derniers étaient âgés d'au moins 25 ans au moment de l'enquête, tous les niveaux confondus. Au total, 109 étaient de sexe masculin, soit 54,5% et de 91 étaient de sexe féminin, soit 45,5%. L'âge moyen étant de 27 ans.

## 1.3. Outils de collecte de données

### 1.3.1. Mesure des déterminants du vote ethnique

L'outil de mesure des déterminants du vote ethnique est un outil adapté issu des travaux de Tsamba-Ndzedy-Moughoa R.G.A. (2022). Cet outil se présente sous forme d'échelle d'attitudes de type Likert à 4 pas allant de (1) « pas du tout d'accord » à 4 « tout à fait d'accord ». Il mesure notamment le sentiment de confiance pour le candidat de son ethnie ; de l'appartenance ethnique de l'électeur ; de la solidarité communautaire et du clientélisme. L'alpha de Chronbach pour cette échelle est de 0,71, seuil acceptable pour garantir la fiabilité de celle-ci. Le minimum global de l'échelle est 4, le maximum est 16 et la moyenne 8.

### 1.3.1. Mesure du vote ethnique

Pour évaluer le vote ethnique, nous avons construit une échelle d'attitude, inspirée des travaux de Kakai H. (2011). En s'intéressant à la problématique du vote ethnique au Bénin, cet auteur est parti du théorème de Bayès en vue de construire un indicateur numérique du vote ethnique, une variable qui s'inscrit à la fois dans un paradigme déterministe et actionniste.

En général, le théorème de Bayès est utilisé lorsqu'on se retrouve dans un ensemble de causes possibles et d'effets possibles. L'école bayésienne utilise les probabilités comme moyen de traduire numériquement un degré de connaissance. Dans cette optique, le théorème de Bayès peut s'appliquer à toute proposition, quelle que soit la nature des variables et indépendamment de toute considération ontologique. Les mathématiques de décision, en l'occurrence le théorème de Bayès, permettent de quantifier la proportion d'électeurs interrogés enclins à faire un vote ethnique ou d'établir les liens de causalité permettant d'identifier les déterminants du vote ethnique (Kakai, *idem*). Ce théorème est important pour l'analyse électorale en ce sens que nombre de variables indépendantes entrent en ligne de compte pour l'explication du vote ethnique.

A cet effet, nous avons évalué l'attitude des sujets sur une échelle de type Likert à 4 pas allant de (1) « pas du tout d'accord » à 4 « tout à fait d'accord ». Les sujets devaient se positionner sur les items tels que : « *au Gabon, les électeurs d'ethnie X votent pour les candidats d'ethnie X* » ; « *au Gabon, les électeurs d'ethnie X votent pour les candidats d'ethnie Y* » ; « *voter pour un candidat du même groupe ethnique est une bonne décision électorale* ». La moyenne obtenue de la somme des scores sur ces items a constitué l'indicateur numérique du vote ethnique. Par ailleurs, à la suite de la moyenne globale obtenue sur l'échelle, nous avons également procédé à une dichotomisation de celle-ci. Autrement dit, la variable a été dichotomisée à la médiane de sorte que ceux ayant un score inférieur

à la médiane sont considérés comme non producteurs du vote ethnique alors que ceux ayant un score égal ou supérieur à la médiane sont considérés comme producteurs du vote ethnique. Au regard de ce qui précède, les résultats consignés dans la partie suivante permettront d'apprécier les prédictions faites et de saisir les modalités impliquées dans l'expression du vote ethnique.

## 2. Résultats

Dans cette partie, nous allons présenter, progressivement, les différents résultats obtenus en partant de la statistique descriptive à la statistique inférentielle.

### 2.1.1. Statistiques descriptives sur les variables d'intérêt : déterminants du vote et vote ethnique

#### 2.1.1.1. Statistiques sur la variable déterminants du vote ethnique

Les déterminants du vote constituent les modalités d'une variable (variable indépendante). Ils agissent sur l'individu en tant que source d'influence et constituent, par là même, les facteurs explicatifs de l'orientation électorale. Ils sont de l'ordre du social, du culturel, de l'économique ou du psychologique. Il s'agit de « *la confiance pour le candidat de son ethnie* » ; de « *l'appartenance ethnorégionale* » ; de « *la solidarité communautaire* » et du « *clientélisme/intérêt financier ou matériel* ». Le tableau 1 suivant présente les différents scores obtenus.

**Tableau 1 : Scores moyens des modalités de variables mesurées**

Déterminants du vote	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type
Confiance	200	1,00	3,50	2,2550	,78473
Appartenance	200	1,13	3,25	2,1896	,42905
Clientélisme	200	1,00	3,50	2,3800	,75161
Solidarité	200	1,00	3,20	2,8584	,58690

**Sources :** *Données de l'enquête (Tsamba-Ndzedy-Moughoa R.G.A., 2021)*

Les données de ce tableau 1 sus présenté donnent une tendance générique du niveau d'influence des modalités de variables mesurées (VI) sur l'orientation électorale (vote ethnique).

Il ressort que pour nos sujets, le sentiment de solidarité constituerait la première modalité d'influence du choix électoral (Moy= 2,85 ; E-T= 0,58). Ensuite, vient le clientélisme électoral (Moy= 2,38 ; E-T= 0,75). Dans l'ordre d'importance des modalités présentées dans le tableau 1, la confiance envers le candidat de son ethnie constitue la troisième modalité d'intérêt avec Moy= 2,25 ; E-T= 0,78. Enfin, l'appartenance ethnique de l'électeur constitue la dernière (4) modalité explicative de l'orientation électorale considérée dans l'ordre d'importance selon les données obtenues (Moy= 2,18 ; E-T= 0,42). Dans l'ensemble, ces résultats sont plutôt révélateurs du rôle déterminant de ces variables quant à l'expression du vote.

### 2.1.1.2. Statistique sur la variable vote ethnique

Pour ce qui est du vote ethnique, la statistique descriptive (tableau 2) réalisée ici est plutôt tendancielle au sein de notre échantillon. Elle rend juste compte de la prégnance de l'ethnie dans le jeu électoral.

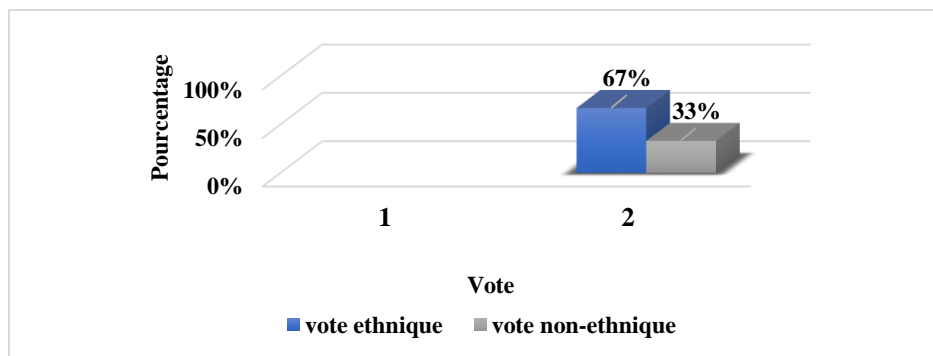
*Tableau 2 : Statistiques descriptives sur la variable vote ethnique*

N= 200	Minimum	Maximum	Médiane	Moyenne	Ecart type
Vote ethnique	1,00	4,00	2,0000	3,5900	,75814
N valide (liste)					

**Sources :** *Données de notre enquête (Tsamba-Ndzedy-Moughoa R.G.A., 2021)*

Globalement, nous observons une tendance au vote ethnique au sein de notre échantillon tel que le fait remarquer le tableau ci-dessus (Moy= 3,59 ; Ecart-type= ,758). Ces données qui ne sont que descriptives nous donnent quelques renseignements sur le comportement électoral des sujets à l'étude. Cela dit, avec Moy= 3,59 > Med= 2, les sujets sont plus enclins au vote ethnique qu'au vote non ethnique, c'est-à-dire à un vote qui s'exerce indépendamment des logiques ethniques d'affiliations. Ces données sont rendues plus explicites par la figure 1 suivante :

**Figure 1 : Représentation graphique (fréquences) de la tendance au vote ethnique**



### 2.2. Analyse corrélacionnelle

Dans cette analyse, nous allons tester en termes de corrélations les liens que les différentes variables mesurées entretiennent entre elles, notamment les déterminants du vote et notre variable dépendante (vote ethnique).

**Tableau 3 : Matrice des corrélations mesurées**

Variables		1	2	3	4	5
1	Vote ethnique	1				
2	Clientélisme	,331**	1			



3	Appartenance ethnorégionale	,188**	,530**	1	
4	Solidarité	,548**	,594**	,539**	1
5	Confiance	,327**	,581**	,357**	,189**

2. \*\*. La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).

L'analyse corrélationnelle effectuée permet de vérifier les différents liens existant entre les différentes variables d'intérêt (VI et VD). Elle présente plusieurs liens significatifs à la fois entre les différents déterminants du vote mais aussi et surtout entre le vote ethnique et l'ensemble de ces déterminants. Le premier constat fait est que sur l'ensemble des 10 (dix) corrélations effectuées, nous enregistrons des valeurs fortement significatives, toutes inférieures au seuil 0,01.

Il apparaît par exemple que l'appartenance ethnorégionale est significativement corrélée à la solidarité ( $r = .539$  ;  $p < 0,01$ ). Autrement dit, plus le sujet manifeste un fort sentiment d'appartenance à son groupe ethnique, plus il aura tendance à manifester une forme de solidarité à l'endroit de ses proches. De plus, il semble que le sentiment d'appartenance ethnorégionale renforce davantage la confiance de l'électeur au candidat de son ethnie ( $r = .357$  ;  $p < 0,01$ ). Enfin, la solidarité est associée à la confiance ( $r = .189$  ;  $p < 0,01$ ). La confiance est un sentiment d'assurance, un état dans lequel le sujet peut envisager agir en faveur d'un tiers dans la mesure où la solidarité manifestée exclue les sentiments de doutes ou d'incertitudes quant aux engagements ou actions que poserait le candidat si jamais il était élu. Dans le cas d'échéances électorales, plus les électeurs manifestent des sentiments de confiance à l'endroit d'un candidat, plus ils lui seront solidaires et, par conséquent, voteront pour lui.

Pour ce qui du vote ethnique (VD), il apparaît de fortes relations avec l'ensemble des déterminants mis à l'épreuve. Nous notons à cet effet qu'il est corrélé au clientélisme électoral ( $r = .331$  ;  $p < 0,01$ ) ; à l'appartenance ethnorégionale ( $r = .188$  ;  $p < 0,01$ ) ; à la solidarité ( $r = .548$  ;  $p < 0,01$ ) et à la confiance ( $r = .327$  ;  $p < 0,01$ ). Ces corrélations étant toutes fortement significatives, cela témoignerait d'un lien plutôt ascendant de ces déterminants avec le vote ethnique. Autrement dit, plus on observe une tendance accrue de ces déterminants chez les sujets, plus la tendance au vote ethnique croît.

En revanche, l'analyse corrélationnelle n'étant pas suffisante pour confirmer l'hypothèse d'un effet de ces déterminants sur l'orientation électorale (vote ethnique), une analyse de régression linéaire a été réalisée. Elle permet, de ce fait, de mettre à l'épreuve notre hypothèse opérationnelle de départ.

### 2.3.3. Analyses de régression

Afin de pouvoir prédire l'orientation électorale (vote ethnique) de nos sujets, une analyse multivariée (régression) a été effectuée. Cette analyse proposera un modèle explicatif pouvant prédire l'orientation électorale des sujets à l'étude à partir des déterminants mesurés.



**Tableau 4 : Récapitulatif du modèle retenu par l'analyse**

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
<b>4</b>	,596 <sup>d</sup>	,355	,342	,61518

3. a. Prédicteurs : (Constante), Confiance
4. b. Prédicteurs : (Constante), Confiance, appartenance ethnique,
5. c. Prédicteurs : (Constante), Confiance, appartenance ethnique, Solidarité
6. d. Prédicteurs : (Constante), Confiance, appartenance ethnique, Solidarité, Clientélisme
7. e. Variable dépendante : vote ethnique

En marge de ces résultats, le coefficient de détermination est de 0,35, de sorte que 35% de l'orientation électorale (vote ethnique) chez nos sujets peut être expliqué par la confiance au candidat de son ethnie, l'appartenance ethnique de l'électeur, le sentiment de solidarité et le clientélisme électoral.

**Tableau 5 : Variables du modèle retenues dans l'analyse (analyses des coefficients)**

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.	
	B	Erreur standard	Bêta			
4	(Constante)	,706	,260		2,711	,007
	Confiance	,062	,073	,064	,855	,393
	Ethnie	,266	,128	,206	3,297	,008
	Solidarité	,542	,079	,537	6,870	,000
	Clientélisme	-,344	,081	-,195	-2,698	,001

**a. Variable dépendante : Vote ethnique**

Les analyses de régressions multiples ascendantes permettent de cerner les prédicteurs potentiels de l'orientation électorale (vote ethnique). Ainsi, la confiance au candidat de son ethnie, l'appartenance ethnique de l'électeur, le sentiment de solidarité et le clientélisme sont évalués à chaque étape afin d'obtenir leur seuil d'explication du vote ethnique. Ainsi, nos constatations évoquent une confirmation partiellement de notre hypothèse opérationnelle de départ. En effet, les résultats obtenus révèlent que le vote ethnique est lié à l'effet conjugué de la confiance au candidat de son ethnie, de l'appartenance ethnique de l'électeur, du sentiment de solidarité et du clientélisme électoral.

Cependant, bien que l'ensemble des variables soient considérées dans le modèle, on constate tout de même que la confiance au candidat de son ethnie n'a aucun effet prédictif sur le vote ethnique ( $\beta = .064$  ;  $p = .393$  ;  $p > 0,01$ ). Il semblerait donc que même si l'électeur éprouve de la confiance à l'égard du candidat de son ethnie, cela ne le dispose pas de fait à un vote en faveur de ce dernier. Il faudrait plutôt intégrer d'autres aspects tels que l'appartenance ethnique ( $\beta = .206$  ;  $p = .008$  ;  $p < 0,01$ ) ou le sentiment de solidarité ( $\beta = .537$  ;  $p = .000$  ;  $p < 0,01$ ) pour espérer un vote allant dans le sens prédit.

De plus, nous constatons que le clientélisme électoral est un facteur favorisant la diminution du vote ethnique et ce, de manière significative ( $\beta = -.195$ ,  $p = .001$  ;  $p < .01$ ). Si toute l'activité sociale est sous-tendue par l'échange, on peut comprendre pourquoi le vote et de surcroît le vote ethnique fait également appel à la réciprocité, malgré la persistance du fait ethnique ancré dans les mentalités des acteurs sociaux. Le vote ethnique, qui est un acte communautaire, demeure aussi un acte économique (Kakai H., 2011). Autrement dit, dans les faits, même si l'électeur et le candidat appartiennent au même groupe ethnique, cela ne suffit pas à motiver l'électeur à produire un vote ethnique. L'intérêt financier ou matériel semble donc primer sur le collectivisme. L'électeur n'apparaît donc pas uniquement comme un acteur social au service de son groupe mais comme un sujet rationnel qui évalue à la fois ce qu'il peut gagner en échange de son vote et ce que la communauté peut lui donner en retour. Dans ce rapport, l'individualisme semble dominer sur le collectivisme conduisant ainsi ce dernier à marchander son vote plutôt qu'à se contenter de la simple affiliation ethnique.

Au regard de ce qui précède, nous pouvons nous permettre de dire qu'il y a une diversité d'opinions des électeurs vis-à-vis de l'objet (vote) et de la décision électorale (voter). En ce sens, le vote n'est donc pas qu'ethnique ; et s'il l'est, c'est en fonction des enjeux du scrutin, de la configuration sociale, des prédispositions psychologiques de l'électeur et de ses objectifs.

### **3. Interprétation et Discussion**

L'étude des déterminants du vote et de leur effet sur le vote ethnique a constitué l'entreprise de cette étude. Celle-ci visait à analyser la pratique du vote ethnique au Gabon, notamment auprès des étudiants.

Pour atteindre notre objectif, nous avons émis l'hypothèse que l'ethnie, le sentiment de solidarité, la confiance pour le candidat de son ethnie et le clientélisme électoral consolident le vote ethnique. Cette hypothèse visait notamment la construction d'un modèle prédictif des pratiques électorales. Elle devrait rendre compte de l'idée que le vote ethnique, tel qu'envisagé et manifesté dans notre société, ne saurait être le produit d'une simple volonté individuelle, mais plutôt le résultat de l'imbrication d'un certain nombre de déterminants.

A partir d'une analyse de régression linéaire, les résultats font apparaître que 35% de la variance est expliquée par l'effet conjugué de la confiance au candidat de son ethnie, l'appartenance ethnique de l'électeur, le sentiment de solidarité et le clientélisme électoral.

Globalement, ces résultats montrent que le vote n'est pas qu'ethnique même si des dispositions y sont constatées de manière prononcée au sein de notre échantillon d'étude.

Dans ce cas, l'explication du vote ne devrait plus être uniquement référée aux caractéristiques socioculturelles de l'environnement du sujet. Elle devrait l'être aussi aux aspects motivationnels, émotionnels, voire psychologiques en jeux dans ce processus.

Dans tous les cas, ces résultats nécessitent d'être amplement discutés au regard des enjeux théoriques et pratiques qu'implique notre problème de recherche.

En effet, dans la littérature, nos résultats trouvent quelques éléments d'interprétation et sont en résonance avec les résultats et analyses de certains auteurs qui admettent que l'ethnie et ses implications, notamment l'identité ethnique, constituent des modalités autour desquelles, les sujets électeurs trouvent les motifs pour orienter leur vote (Kakai H., 2011 ; Robinson D., 2001 ; Kouloung D., et Raharinaivo R., 2019). Dans les cas de fonctionnement démocratique par exemple, Robinson D. (2001) admet que la dimension ethnique de l'identité des individus biaiserait le processus d'élaboration des choix collectifs et pourrait ainsi reléguer au second plan les considérations d'intérêt général dans les motivations du vote. En d'autres termes, dès que s'active chez le sujet cette dimension qui fait référence aux intérêts de son groupe, l'acte électoral tend à s'éloigner des finalités légitimes de l'acte électoral. Dans ce sens, l'attention portée par les individus aux intérêts particuliers de leur ethnie les détourne de l'intérêt général et affaiblit la construction d'une conscience collective nécessaire au fonctionnement des Etats (Bossuroy T., 2006). C'est le sentiment d'appartenance à la communauté qui domine donc l'action des individus de sorte que les décisions individuelles sont systématiquement forgées par les intérêts de groupes reflétant et exacerbant des clivages communautaires, ethnolinguistiques, religieux et territoriaux (Dubet F., & al., 1996 ; Engueleguele M., 2004).

En référence à l'école de Columbia qui envisageait par exemple l'influence des groupes d'appartenance sur les orientations électorales des individus, nous sommes tentés d'admettre que nos résultats s'inscrivent eux aussi dans une forme de réaffirmation du rôle déterministe du social et des relations interpersonnelles sur les comportements électoraux, notamment sur l'orientation du vote (Mayer N., 1997, 2007, 2010 ; Mayer N., & Perrineau P., 1992). Dans ce manuscrit, nous avons par exemple constaté, entre autres, que les sujets qui éprouvent de forts sentiments d'appartenance à leur groupe ethnique étaient plus enclins à produire un vote qui soit orienté vers les candidats de leur ethnie. Est-ce qu'il s'agit là d'une forme de solidarité ou simplement d'une volonté pour ces derniers de marquer leur attachement à leur groupe ? Face à une telle interrogation, plusieurs éléments de réponses peuvent être repérés dans la littérature. Pour les tenants du « vote de solidarité » par exemple, le choix de vote dépend des caractéristiques sociologiques du groupe social auquel l'on appartient. Ce serait donc les sentiments de solidarité et non le calcul rationnel d'un électeur qui conditionne le vote. Dans cette configuration le choix exprimé lors d'un scrutin a pour fonction de renforcer les liens de solidarités anciennes (Sindjoun L., 2000 ; Engueleguele M., 2004).

De plus, la théorie de l'identité sociale conforte ces analyses. En effet, les catégories d'appartenance telle que l'ethnie permettent à l'individu de se définir en termes d'identité sociale, laquelle est liée à la connaissance qu'il a de son appartenance à des groupes sociaux et à la signification émotionnelle et évaluative qui résulte de cette appartenance (Tajfel H., 1981). Cette disposition qui, la plupart du temps, se révèle lors des confrontations intergroupes produit des biais cognitifs émanant du processus de catégorisation sociale. Ces biais sont majoritairement des biais de favoritisme endogroupe, cette tendance pour les individus de produire des comportements en faveur des membres de leurs groupes d'appartenance au détriment de ceux des exogroupes. A l'origine, le favoritisme envers le groupe d'appartenance a été mis en évidence par Tajfel et ses collaborateurs (Tajfel H., Flament C., Billig M., & Bundy R., 1971). Selon ces auteurs, la différenciation catégorielle Eux/Nous suffit à induire chez les sujets du favoritisme envers leur groupe sans que ne soient nécessaires des conditions sociologiques, économiques, historiques particulières. Dans de telles situations, les moments électoraux ne seraient que très révélateurs de cette différenciation en ce sens que l'acte électoral serait désormais envisagé comme une preuve de favoritisme. Moutlt travaux portant sur les relations intergroupes ont ainsi mis en exergue le fait que les sujets avaient tendance à accentuer les ressemblances intragroupes (Tajfel H., Sheikh A., & Gardner R., 1964 ; Doise W., Deschamps J., & Meyer G., 1978 ; Taylor S., Fiske S., Etcoff N., & Ruderman A., 1978 ; MacGarty C., & Turner G., 1992) et à accentuer les différences intergroupes (Doise W., Deschamps J., & Meyer G., 1978 ; MacGarty C., & Turner G., 1992).

Les psychologues sociaux voient donc le sentiment d'appartenance comme un aspect fondamental au bien-être de l'individu. Ce sentiment s'explique par une motivation intrinsèque qu'aurait l'individu à s'identifier aux aspects valorisés par le groupe de référence en vue d'obtenir de l'estime de soi (Tajfel H., & Turner G., 1979). Selon Guitouni M. (1986), ce sentiment d'appartenance est important parce qu'il apporte un sentiment de sécurité en aidant l'individu à réaliser qu'il n'est pas seul.

Les moments électoraux, quoique l'on dise, mettent aux prises des groupes différents, des acteurs sociaux qui tentent de hisser au sommet de l'Etat leurs représentants. Dans cette quête, les intérêts des différents groupes sont souvent distincts et conduisent les électeurs à se mobiliser non plus en fonction des programmes des candidats mais plutôt en fonction de leur appartenance, de leur attachement aux candidats et de la valence identitaire qui se dégage tout au long du processus électoral.

En outre, même si cette tendance du vote est ethnique et que cela paraisse évident, rien ne nous certifie que celui-ci l'est entièrement lié dans la mesure où il existe d'autres pesanteurs, telles que celles économiques. Dans tous les cas, si le vote n'est pas qu'ethnique, d'autres facteurs devraient donc être considérés à cet effet. Un des principaux résultats de notre étude met particulièrement en évidence le poids démesuré du clientélisme électoral comme modalité agissante en faveur du vote ethnique. Ce résultat avait déjà été trouvé dans des études antérieures. En effet, dans son étude sur le vote ethnique au Bénin, Kakai H. (*idem*) propose un modèle au sein duquel l'explication du vote

ethnique tient largement compte du clientélisme électoral, une dimension qui semble être l'une des principales sources de motivation des électeurs.

Dans ce sens, le modèle d'inspiration économique de la décision électorale postule que l'individu dans son choix électoral, serait motivé par la recherche optimale de la satisfaction de ses intérêts. L'ensemble du champ politique est envisagé ici comme un marché sur lequel les électeurs qui sont conviés pour arbitrer cette confrontation entre les parties en présence, vont échanger leurs voix contre les avantages qu'ils espèrent obtenir par la victoire d'un camp politique plutôt que d'un autre (Lecomte J-P., 2010).

Enfin, si l'intérêt financier ou matériel est un préalable dans le jeu électoral, peut-on encore parler d'un vote véritablement ethnique ? Pour notre part, l'orientation électorale constitue une tâche complexe en ce sens que les déterminants qui y sont référés de manière constante ne sont saillants qu'en fonction des enjeux, du climat socioéconomique et des forces politiques en présence. Autrement dit, le vote est une entreprise instable, une tâche dont l'exécution est à la fois déterminée par l'imbrication des facteurs socioculturels, économiques, politiques, psychologiques, identitaires mais aussi par les enjeux qui se dégagent et du type de candidats en lice.

### **Conclusion**

Au terme de cette étude, il est important de souligner que le vote ethnique, loin d'être l'expression exclusive du comportement électoral des étudiants, apparaît tout de même comme un objet social empreint de signification et donc déterminant à cet effet. Les résultats exposés ici rendent compte du rôle que jouent l'ethnie, le sentiment de solidarité, la confiance pour le candidat de son ethnie et le clientélisme électoral dans le choix électoral. En d'autres termes, le vote ethnique est plutôt la résultante de la conjugaison de ces variables plutôt que l'expression manifeste d'un comportement figé. En revanche, ce travail aurait bien pu interroger un échantillon plus large, considérer différentes insertions sociales et interroger quelques acteurs de la scène politique gabonaise. Ces insuffisances motivent dès lors nos intentions pour des études futures en envisageant par exemple de les mener en période électorale tout en élargissant la taille de l'échantillon.

### **Références bibliographiques**

- AKINDES Francis, 1996, *Les mirages de la démocratie en Afrique subsaharienne francophone*.  
Karthala.
- AUGE Axel, 2007, « Les solidarités des élites politiques au Gabon : entre logique ethno-communautaire et réseaux sociaux », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. 2, n° 5, p. 245.
- BAKARY Tessa D, 1985, « Côte d'Ivoire : logiques du recrutement politique et éventuels changements à la tête de l'Etat », *Le mois en Afrique : revue française d'études politiques africaines*, vol. 21, n° 237-238, p.3-32
- BAYART Jean-François, 1989, *L'Etat en Afrique : La politique du ventre*. Fayard.
- BOSSUROY Thomas, 2006, « Déterminants de l'identification ethnique en Afrique de l'Ouest », *Afrique contemporaine*, vol. 1, n°4, 119-136.

- DOISE Willem, DESCHAMPS Jean-Claude et MEYER Gil, 1978, The accentuation of intra-category similarities. In Henry Tajfel, (Ed.), *Differentiation between social groups* (p. 159-168). Academic Press.
- DUBET François et MARTUCCELLI Danilo, 1996, « Théories de la socialisation et définitions sociologiques de l'école », *Revue française de sociologie*, vol. 1, n°3, p. 511-535.
- ENGUELEGUELE Maurice, 2004, L'explication du vote dans les systèmes politiques en transition d'Afrique subsaharienne. *Eléments critiques des théories symboliques et perspectives de développement*. CURAPP-CNRS (UMR6054) /IRIC, p. 1-18.
- GUITOUNI Moncef, 1986, Le sentiment d'appartenance. *Psychologie Préventive*, 9, 4-12.
- HALL Peter, TAYLOR Rosemary RC, & BAILLON Jean-François, 1997, « La science politique et les trois néo-institutionnalismes », *Revue française de science politique*, vol. 47, n°3, p. 469-496.
- HIRSCHMAN Albert, 1995, *Définition et prise de parole*. Fayard
- KAKAI Hygin, 2011, *Le vote ethnique au Bénin : contribution a une étude sociopolitique de l'élection*. [Thèse, Droit et Sciences politiques, Université d'Abomey-Calavi].
- KOULOUNG David Eyoukeani et Raharinaivo Rémi Saray, 2015, Réflexions sur le vote ethnique en Afrique. Construction et déconstruction d'un imaginaire politique : Cas du Togo et du Madagascar. <https://picasaweb.google.com/117602256644926807573>. En ligne, consulté le 22/10/2021
- LECOMTE Jean-Philippe, 2010, *L'essentiel de la Sociologie politique*. Gualino
- Mac GARTY Craig et TURNER John C, 1992, « Les effets de la catégorisation sociale sur le jugement social », *Journal britannique de psychologie sociale*, vol. 31, n° 4, p. 253-268.
- MAYER Nonna et PERRINEAU Pascal, 1992, *Les comportements politiques*. Armand Colin.
- MAYER Nonna, 1997, *Les modèles explicatifs du vote : un bilan des études électorales en France*. L'Harmattan.
- MAYER Nonna, 2010, *Sociologie des comportements politiques*. Armand Colin.
- NICOLAS Jean, 2003, *La Savoie au XVIIIe siècle : noblesse et bourgeoisie*. La Fontaine de Siloé
- ROBINSON Dean, 2001, *Black nationalism in American politics and thought*. Cambridge University Press. <http://www.cambridge.org>
- SINDJOUN Luc, 1999, *Science politique réflexive et savoirs sur les pratiques politiques en Afrique noire*. Codesria.
- TAJFEL Henry et TURNER John Charles, 1979, An integrative theory of intergroup conflict. In WILLIAM G Austin et SOREL Worchel, (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (p. 33-53). Monterrey, Ca: Brooks/Cole.
- TAJFEL Henry, 1981, *Human Groups and Social Categories*. Cambridge University Press.
- TAJFEL Henry, Flament Claude, Billig Michael et Bundy Robert P, 1971, « Social categorization and Behaviour », *European Journal of Social Psychology*, vol. 1, n° 2, p. 149-178

- TAJFEL Henry, Sheikh Anees A et Gardner Robert Charles, 1964, « Content of stereotypes and inference of similarity between members of stereotyped groups », *Acta Psychologica*, vol. 1, n° 22, p. 191-201.
- TAYLOR Shelley E, FISKE Susan T, ETCOFF Nancy L et RUDERMAN, A.J, 1978, « Categorical and contextual bases of person memory and stereotyping », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 36, n° 36, 778-793.
- TSAMBA-NDZEDY-MOUGHOUA, Rosamour Gassien A, 2022, *Effet de l'appartenance catégorielle sur les comportements politiques: le cas du vote ethnique au Gabon*. [Thèse, Psychologie sociale, Université Omar Bongo].