



LA LONGUE CAMPAGNE

LES ÉLECTIONS DE 2008 AUX ÉTATS-UNIS





Volume 12, Numéro 10

Programmes d'information internationale :

Coordonnateur	Jeremy Curtin
Directeur de la publication	Jonathan Margolis
<hr/>	
Conception	George Clack
Rédacteur en chef	Richard Huckaby
Directrice de la rédaction	Anita Green
Chef de la production	Christian Larson
Chef adjointe de la production	Sylvia Scott
Version Internet	Janine Perry
Révision	Rosalie Targonski
Photographies	Maggie Sliker
Maquette de couverture	Timothy Brown
Documentaliste	Anita Green
Traduction	Service linguistique IIP/AF
Maquette de la version française	Africa Regional Services, Paris

Photo de couverture :

Un père et son fils devant une machine à voter électronique pendant les élections de 2006. ©AP Images/Amy Sancetta

Le Bureau des programmes d'information internationale publie une revue électronique mensuelle sous le logo *eJournal USA*. Ces magazines en ligne examinent les principales questions d'actualité intéressant les États-Unis et la communauté internationale ainsi que la société, les valeurs, la pensée et les institutions américaines.

Une nouvelle revue est publiée chaque mois en anglais et est suivie d'une version en espagnol, en français, en portugais et en russe. Certains numéros sont également traduits en arabe, en chinois et en persan.

Les opinions exprimées dans les revues ne représentent pas nécessairement le point de vue ou la politique du gouvernement des États-Unis. Le département d'État des États-Unis n'est nullement responsable du contenu ou de l'accessibilité des sites Internet indiqués en hyperlien ; seuls les éditeurs de ces sites ont cette responsabilité. Les articles, les photographies et les illustrations publiés dans ces revues peuvent être librement reproduits ou traduits en dehors des États-Unis, sauf indication contraire ou sauf mention de droit d'auteur. Dans ce dernier cas, ils ne peuvent être utilisés qu'avec l'autorisation du titulaire du droit d'auteur indiqué dans la revue.

Les numéros les plus récents, les archives ainsi que la liste des revues à paraître sont disponibles sous divers formats à l'adresse suivante :

<http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa/french.html>.

Veuillez adresser toute correspondance au siège de l'ambassade des États-Unis de votre pays ou bien à la rédaction :

Editor, *eJournal USA*
IIP/PUBJ
U.S. Department of State
301 4th Street SW
Washington, DC 20547
États-Unis d'Amérique
Adresse électronique: eJournalUSA@state.gov

Avant-propos

Toute vraie démocratie admet la diversité d'opinion. Ainsi en est-il du cycle électoral de 2008, où l'on voit candidats, électeurs, enquêteurs et politologues s'accorder et se disputer sur tout, ou presque. Le choix que font les électeurs d'un(e) président(e) dépend-il de ses prises de position ou de ses qualités de dirigeant? Le mécanisme du Collège électoral est-il valable ou faut-il le modifier? Un sondage réalisé à plusieurs mois du jour J a-t-il la moindre valeur?

Or, à un an ou presque des élections du 4 novembre 2008, la campagne bat déjà son plein, les candidats à la présidence ont déjà tenu plusieurs débats, les messages publicitaires envahissent les médias et on cite fréquemment les résultats des premiers sondages. Les électeurs auront, le grand jour venu, la possibilité de faire leurs choix sur un président et un vice-président, sur tous les députés au Congrès et le tiers des sénateurs, sur les responsables élus des États fédérés et des localités et, par référendum, sur un certain nombre de questions sociales. Les enjeux sont donc impressionnants. Ainsi que le soulignent les auteurs de plusieurs articles de notre revue, ce sera la première élection depuis quatre-vingts ans où ni le président ni le vice-président sortants ne seront dans la course. Les politologues Charlie Cook et Jerry Hagstrom nous dressent le tableau d'une scène très éparpillée où, à la date de parution de la présente revue, personne n'ose pronostiquer un gagnant parmi les dix-huit candidats à la présidence en lice.

La présidence n'est cependant qu'un aspect du tableau. La répartition des pouvoirs aux États-Unis fait que l'issue des élections législatives déterminera la mesure dans laquelle le prochain président, ou la prochaine présidente, sera capable de mener à bien son programme. Sandy Maisel décrit le rôle du Congrès et les conséquences possibles des élections législatives.

L'enquêteur démocrate Daniel Gotoff nous explique ce que les premiers sondages d'opinion révèlent quant à l'attitude du public à l'égard des élections de 2008 et comment les grandes questions en jeu pourraient influencer sur l'évolution de la campagne. Son homologue républicaine Kellyanne Conway examine pour sa part le vote féminin, son importance lors des prochaines élections et les dossiers principaux sur lesquels les femmes exerceront leurs choix.

Trois spécialistes chevronnés nous livrent ensuite leur point de vue sur le rôle que joueront les médias dans la campagne électorale. Le journaliste expérimenté du *Washington Post* Jim Dickenson nous décrit une journée typique de la vie d'un journaliste qui suit les élections. Le gourou de l'Internet Andy Carvin nous fait le point sur l'influence croissante, aujourd'hui incontournable, qu'exercent le «journalisme citoyen», les blogs, les appels de fonds sur l'Internet, et les sites de réseaux sociaux sur la vie politique aux États-Unis. L'enquêteur John Zogby traite de la valeur de l'information acquise au travers des sondages d'opinion publique.

Enfin, nous examinons le mécanisme électoral lui-même. Est-il parfait? Certes, non, aucun système ne peut l'être. Jan Witold Baran explique la loi visant à corriger les problèmes associés au financement des campagnes électorales. Le Collège électoral, ce système de scrutin État par État par lequel sont élus les présidents, a toujours suscité la controverse. Deux spécialistes, Ross Baker et Jamie Raskin, nous présentent des points de vue divergents sur l'utilité de ce dispositif. Paul DeGregorio, l'ancien président de la Commission fédérale d'aide aux élections, nous parle des initiatives prises par divers États en vue d'améliorer leur mode de scrutin.

Quelle sera, finalement, la trame des élections de 2008? C'est un nouveau départ, bien sûr, une occasion pour les électeurs de se rendre aux urnes et de se prononcer selon leurs convictions. C'est aussi un processus en évolution constante: c'est là l'œuvre d'innombrables Américains qui se branchent et s'organisent sur l'Internet, qui s'inscrivent pour voter, qui versent des contributions à leur candidat, qui organisent des rencontres avec les protagonistes autour d'une tasse de café, qui deviennent observateurs ou arbitres dans les bureaux de vote, bref qui participent activement, et de mille manières, à l'amélioration de leur système électoral.

La rédaction



DÉPARTEMENT D'ÉTAT DES ÉTATS-UNIS / OCTOBRE 2007 / VOLUME 12 / NUMÉRO 10
<http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html>

LA LONGUE CAMPAGNE LES ÉLECTIONS DE 2008 AUX ÉTATS-UNIS

4 L'Internet révisé les règles du jeu

ANDY CARVIN, ANCIEN DIRECTEUR DU DIGITAL DIVIDE NETWORK

Les candidats et les particuliers se servent de diverses ressources en ligne pour influencer le choix des électeurs.

9 Les nouvelles techniques de vote Problème ou solution ?

PAUL DE GREGORIO, ANCIEN PRÉSIDENT DE LA COMMISSION D'ASSISTANCE ÉLECTORALE DES ÉTATS-UNIS

Alors que l'administration des élections recourt de plus en plus aux techniques nouvelles, les démocraties doivent assurer aux électeurs des moyens sûrs, efficaces et faciles de voter.

14 Voter pour la première fois

REBECCA ZEIFMAN, RÉDACTRICE AU BUREAU DES PROGRAMMES D'INFORMATION INTERNATIONALE DU DÉPARTEMENT D'ÉTAT

Deux jeunes Américaines décrivent ce que le droit de vote signifie pour elles.

16 Les élections législatives

SANDY MAISEL, PROFESSEUR D'ADMINISTRATION PUBLIQUE AU COLBY COLLEGE DE WATERVILLE (MAINE)

En tant que pouvoir législatif au sein du gouvernement fédéral, le Congrès partage l'autorité en matière de prise de décisions avec le président, d'où l'importance suprême des élections législatives pour l'élaboration de la politique américaine.

19 L'évolution de l'électorat aux États-Unis

DANIEL GOTOFF, MEMBRE DE LAKE RESEARCH PARTNERS, INSTITUT DE STRATÉGIE POLITIQUE DE WASHINGTON

Les derniers sondages révélant les sujets d'inquiétude, les convictions et les sentiments des électeurs à l'approche des élections de 2008 indiquent que les Américains souhaitent un changement.

23 L'électorat féminin aux États-Unis

KELLYANNE CONWAY, PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE DE THE POLLING COMPANY, TMINC, DE WASHINGTON

Les femmes représentent plus de la moitié des électeurs des États-Unis et influencent profondément les résultats des élections. Contrairement à certaines idées reçues, les femmes s'intéressent à une vaste gamme de questions, comme le montrent les sondages.

28 La couverture d'une campagne électorale vue d'un car de la presse

JIM DICKENSON, JOURNALISTE POLITIQUE DU
WASHINGTON POST

Un journaliste politique chevronné partage son observation personnelle de la vie d'un candidat à la présidence en campagne électorale et décrit le rôle joué par la presse.

33 Les sondages politiques: pourquoi on ne peut pas s'en passer

JOHN ZOGBY, PRÉSIDENT DE L'INSTITUT DE SONDAGE ZOGBY INTERNATIONAL, DE WASHINGTON

Les sondages révèlent bien plus que les positions respectives des candidats au cours de la campagne électorale. Ils révèlent également l'opinion des électeurs sur les grandes questions du jour.

37 Un nouveau départ

UN ENTRETIEN AVEC CHARLIE COOK, ÉDITEUR ET RÉDACTEUR DU *COOK POLITICAL REPORT*, ET JERRY HAGSTROM, CHRONIQUEUR SPÉCIALISÉ AU *NATIONAL JOURNAL*

Deux experts discutent des aspects particuliers de l'élection présidentielle de 2008.

43 Le financement des élections de 2008

JAN WITOLD BARAN, PARTENAIRE DANS LE CABINET WILEY REIN LLP, DE WASHINGTON

La Commission électorale fédérale supervise et fait respecter la législation fédérale relative au financement des campagnes électorales. Les candidats doivent trouver la meilleure manière d'utiliser les fonds disponibles et accepter ou non un financement public.

47 Le Collège électoral a-t-il fait son temps?

Deux spécialistes donnent des points de vue divergents sur l'utilité actuelle du Collège électoral, partie intégrante du mode de scrutin présidentiel aux États-Unis.

Le Collège électoral conserve son utilité au XXI^e siècle

ROSS BAKER, PROFESSEUR DE SCIENCES POLITIQUES À L'UNIVERSITÉ RUTGERS, SITUÉE À NEW BRUNSWICK (NEW JERSEY)

Utilisons le Collège électoral pour doter les États-Unis d'un suffrage populaire pour l'élection de leur président

JAMIE RASKIN, SÉNATEUR DE L'ASSEMBLÉE D'ÉTAT DU MARYLAND ET PROFESSEUR DE DROIT CONSTITUTIONNEL À L'AMERICAN UNIVERSITY DE WASHINGTON.

54 Bibliographie (en anglais)

55 Sites Internet (en anglais)



Vidéos en ligne

- *Un nouveau départ*
Un entretien avec Charlie Cook et Jerry Hagstrom
- *Toutes les élections aux États-Unis sont administrées par des responsables locaux*
Vidéo de la VOA
- *Les candidats à la présidence font montre de diversité*
Vidéo de la VOA
- *Où se situent les populations rurales dans l'élection de 2008?*
Vidéo du Center for Rural Strategies
(Diffusion autorisée)

<http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1007/ijde/ijde1007.htm>

L'Internet révisé les règles du jeu

Andy Carvin



Les candidats démocrates à la présidence Mike Gravel, Chris Dodd, John Edwards, Hillary Clinton, Barack Obama, Bill Richardson, Joseph Biden et Dennis Kucinich écoutent une question posée par le pasteur Reggie Longcrier de Hickory (Caroline du Nord), lors du débat organisé par CNN, YouTube et Google à l'école militaire The Citadel de Charleston (Caroline du Sud) en juillet 2007.

© AP Images/Charles Dharapak

Au cours de la décennie écoulée, la révolution des communications engendrée par l'Internet a permis aux gens de se rencontrer « électroniquement » à distance à toutes les fins possibles et imaginables. L'auteur examine ici plusieurs innovations que ce phénomène a permis d'introduire dans le domaine politique, du fait des diverses ressources en ligne dont se servent les candidats et, de manière plus imaginative encore, le grand public, pour influencer le choix des électeurs. Andy Carvin est l'ancien directeur du Digital Divide Network (Réseau Fracture numérique) [www.digitaldivide.net] et il rédige un blog intitulé Learning.now (Apprendre maintenant) pour la chaîne de télévision Public Broadcasting Service [www.pbs.org].

L'élection générale de 2008 marquera incontestablement un tournant dans l'histoire des États-Unis, mais pas nécessairement en raison d'un candidat ou d'une politique particuliers. Comme on l'a

vu lors des récents cycles électoraux, l'Internet est devenu un puissant instrument politique, qu'il s'agisse de monter une campagne électorale, de solliciter des contributions ou de promouvoir la participation populaire. L'intérêt particulier du présent cycle électoral américain tient toutefois à ce que les innovations ne proviennent ni des campagnes électorales ni des personnalités politiques en présence, mais du public lui-même.

L'accès à l'Internet n'est certes pas un fait nouveau aux États-Unis. Depuis le milieu des années 1990, des millions d'Américains s'y sont branchés, chez eux, au travail ou dans les établissements d'enseignement, et ont acquis des connaissances techniques en la matière. Selon un rapport de juin 2007 du *Pew Internet and American Life Project*, 71 % des adultes américains ont accès à l'Internet chez eux et près de 50 % ont une liaison à haut débit.

De même, les établissements d'enseignement public et les bibliothèques publiques sont, pour la grande

majorité, en ligne. Il subsiste des lacunes sur le plan de l'accès et des connaissances dans les groupes de population défavorisés, tenant notamment aux niveaux d'éducation et de revenu, ainsi que chez les personnes âgées, les personnes handicapées et les minorités ethniques. Mais on a assisté au cours de la décennie écoulée à une croissance générale substantielle de la pénétration de l'Internet.

Lorsque le public américain a commencé à s'aventurer sur la Toile, la plupart du contenu disponible était produit par des professionnels ou par des techniciens possédant des connaissances spécialisées. La publication en ligne exigeait un savoir technique ainsi que la capacité de produire un volume important de contenu de haute qualité. L'affichage en ligne de documents audio et vidéo, en particulier, était généralement considéré comme le domaine exclusif des grands organes d'information.

Cela ne signifiait toutefois pas que le contenu produit par le public fût absent de l'Internet. À partir de la fin des années 1990, des particuliers en nombre croissant se sont mis à publier leur journal personnel, dit *Web log*, où ils consignaient divers détails de leur existence quotidienne. Certains étaient intéressants; beaucoup ne l'étaient pas. Mais l'idée des Web logs, ou «blogs», a retenu l'attention de certains concepteurs de logiciel qui ont commencé à développer des instruments pour faciliter l'affichage de textes en ligne et le mettre à la portée de tout le monde. Ce développement technique s'est doublé d'un développement terminologique, notamment de l'apparition d'expressions telles que «Web 2.0» et «médias sociaux» pour désigner cette tendance.

COMMUNAUTÉS VIRTUELLES

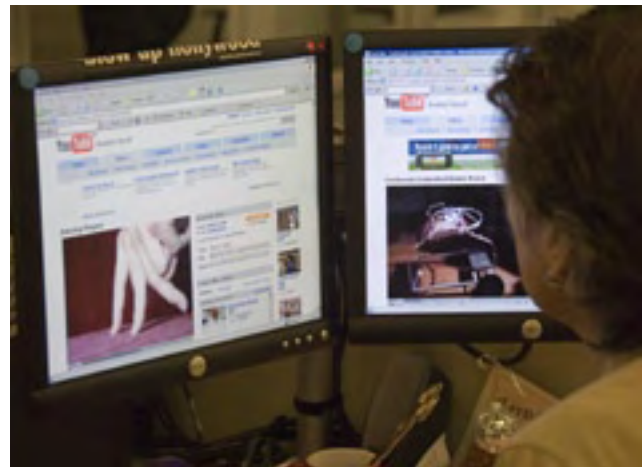
Des usagers de l'Internet, toujours plus nombreux, ont également commencé à participer à des communautés en ligne. Ce phénomène n'est certes pas nouveau, puisque les listes de courriel et les cybercommunautés formées autour de bulletins électroniques existent depuis des années, mais du fait de l'intégration de l'Internet dans la culture grand public, les divers types de groupes se formant en ligne se sont, eux aussi, intégrés. Les groupes d'orientation technologique ont perdu leur prépondérance et les gens ont commencé à former des communautés virtuelles axées sur les communautés géographiques, telles que les communes ou quartiers, ainsi que sur les communautés d'intérêts, telles que les passe-temps ou les associations professionnelles.

Au début des années 2000, la création de blogs, en particulier, avait véritablement pris son essor et des

milliers d'internautes s'y étaient mis. En l'espace de quelques années, ces milliers sont devenus des millions et, très vite, certains blogueurs se sont mis à publier des journaux personnels axés sur des sujets politiques. Ils ont ainsi rallié les troupes autour de causes politiques ou de candidats particuliers. Ils ont aussi commencé à faire usage d'outils communautaires en ligne pour coordonner leurs interactions mutuelles.

L'un des exemples les plus connus de ces premières cybercommunautés de base est celle créée par la campagne présidentielle de Howard Dean de 2004. Considéré jusqu'alors comme un candidat secondaire par les médias et les oracles politiques, M. Dean a mobilisé un immense soutien en ligne au moyen de blogs, de vastes campagnes de publipostage électronique et de débats en ligne. Il s'est vite vu accorder des appuis politiques, notamment sous forme de contributions financières à sa campagne, par des milliers de personnes des quatre coins du pays. À mesure que sa visibilité en ligne augmentait, les médias grand public lui ont, eux aussi, accordé une couverture accrue, remarquant ses succès en matière de mobilisation de fonds et sa popularité auprès des réseaux électroniques de base. M. Dean est ainsi devenu pratiquement du jour au lendemain une force politique de poids. Bien qu'il n'ait pas recueilli l'investiture du parti démocrate, il a contribué par l'efficacité de ses techniques d'organisation en ligne à établir une infrastructure virtuelle de militants progressistes prêts à se mobiliser sur d'autres causes.

D'autres cybercampagnes de base précèdent celle de Howard Dean et leurs activités se poursuivent encore. C'est ainsi qu'en 1997, par exemple, les fondateurs d'une société de conception de logiciels de la région de San Francisco ont entrepris d'envoyer des messages



YouTube, service de partage de clips vidéos sur l'Internet, joue un rôle appréciable dans la politique américaine.

© AP Images/Cameron Bloch



© AP Images/Lauren Burke

Une section spéciale est réservée aux blogueurs à côté des rédacteurs des médias grand public à la Convention nationale du parti démocrate tenue à Boston en 2004. Le « Boulevard des blogueurs » a couvert cette convention politique nationale en direct pour la première fois.

électroniques à leurs amis et collègues, leur demandant d'intervenir auprès de leurs représentants parlementaires pour que ceux-ci mettent fin à la procédure de destitution engagée à l'époque contre le président Clinton et pour qu'ils passent (« *move on* ») à d'autres questions de politique. L'initiative a été si bien reçue que les destinataires des courriels ont commencé à transmettre les messages à d'autres personnes. Au fil des ans, cette campagne de portée limitée s'est muée en une organisation permanente de politique générale axée sur diverses causes progressistes, notamment sur la fin de la guerre en Irak. Dénommée *Move On* (MoveOn.org), c'est aujourd'hui l'un des comités d'action politique les plus puissants des États-Unis et des millions d'internautes participent à présent à ses campagnes à base de courriels.

LE CONTENU PRODUIT PAR LES USAGERS ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

Au moment des élections législatives de 2006, deux nouvelles tendances apparues sur l'Internet donnaient un aperçu des choses à venir au cours du cycle électoral de 2008. Nous avons assisté d'une part à une explosion de ce que l'on décrit souvent comme le « contenu utilisateur » (*user-generated content*), qui consiste essentiellement en produits de toute sorte mis en ligne par des amateurs, comprenant textes, photos, matériel audio et matériel vidéo. Un exemple connu de ce type de contenu qui a eu un retentissement international est la vidéo de l'exécution

de Saddam Hussein, enregistré sur un téléphone mobile. Alors que le gouvernement irakien diffusait un clip vidéo officiel documentant les préparatifs de l'exécution, c'est le contenu produit par un usager, témoin assistant à l'exécution, qui a défrayé la chronique mondiale.

Le contenu utilisateur est amplement représenté sur l'Internet, grâce aux sites spécialisés dans la diffusion de produits multimédias, tels que *YouTube* (pour la vidéo) et *Flickr* (pour la photographie). Selon les rapports publiés en 2006 par le *Pew Internet and American Life Project*, quelque 40 millions d'Américains avaient publié en ligne une forme ou une autre de contenu et un internaute

américain sur sept rédigeait un blog.

Lors des élections de 2006, il est un incident qui a reflété plus que tout autre le pouvoir du contenu utilisateur, celui que l'on a surnommé le « moment du macaque ».

Pendant sa campagne de réélection, le sénateur de la Virginie George Allen était suivi en permanence par un jeune homme du nom de S.R. Sidarth, qui travaillait pour la campagne de son adversaire Jim Webb. Le rôle de M. Sidarth était de filmer les événements publics auxquels le sénateur participait, pour enregistrer tous ses propos, au cas où Jim Webb pourrait s'en servir dans sa campagne. Lors d'un rassemblement organisé au mois d'août de cette année-là, M. Allen a signalé la présence de M. Sidarth à son auditoire, en se référant à lui à deux reprises par le vocable de « macaque ». M. Sidarth, qui est d'origine indienne, a affiché le clip vidéo contenant les propos de M. Allen sur *YouTube* et sur d'autres sites, où il fut vite visionné par des centaines de milliers de personnes. Cette vidéo a occupé une place de premier plan dans la campagne et M. Allen s'est vu accusé d'avoir employé le mot « macaque » (espèce de singe), comme une injure raciale. Il a présenté des excuses en maintenant que ce mot n'avait rien d'insultant dans son esprit. Au mois de novembre, le sénateur Allen a perdu sa réélection de très peu et de nombreux commentateurs ont émis l'opinion que le contenu filmé par M. Sidarth avait joué un rôle dans sa défaite devant Jim Webb.

Le contenu utilisateur ne serait sans doute pas devenu



© AP Images/Charles Dharapak

En 2003, Dan Bartlett, alors directeur des communications de la Maison-Blanche, participe à une discussion en ligne en direct à partir de la Maison-Blanche avec des membres du public américain.

la force majeure qu'il est aujourd'hui en politique sans la seconde grande tendance qu'est la croissance des réseaux sociaux en ligne. Les communautés en ligne datent des premiers jours de l'Internet, mais depuis quelques années, elles se sont multipliées et leurs dimensions se sont accrues dans des proportions considérables, en raison des améliorations techniques et de la facilité avec laquelle les usagers peuvent afficher leur propre contenu et communiquer entre eux. Les sites tels que *MySpace* et *Facebook*, qui étaient fréquentés par un public limité d'adolescents et d'étudiants universitaires, se sont développés pour devenir des entités d'une extraordinaire puissance, fortes de dizaines de millions de membres. Selon un rapport d'*Ipsos Inc.*, de juillet 2007, 24 % des usagers américains d'Internet avaient participé aux activités d'un réseau social au cours du mois précédant l'enquête, et un tiers de tous les usagers avaient téléchargé du contenu vidéo sur leur ordinateur. Les candidats aux élections de 2006 ont tiré parti de ces tendances en créant des profils personnels sur les principaux sites de réseaux sociaux, et, pour certains, en mettant en ligne des annonces électorales et divers documents multimédias.

INNOVATIONS EN LIGNE POUR 2008

Le cycle électoral de 2006 n'a fait que nous donner un aperçu des choses à venir pour 2008. Depuis la dernière campagne présidentielle, les aspirants à la

candidature ont fait un pas de plus en matière de réseaux sociaux en créant des réseaux consacrés spécifiquement à leur campagne. Les candidats à l'investiture du parti démocrate Barack Obama et John Edwards, en particulier, se distinguent par les dimensions de leur réseau social et font usage de ces instruments pour rallier leurs supporters et, qui s'en étonnerait, recueillir des contributions pour alimenter leur trésor de campagne.

Les candidats des deux grands partis politiques ont adopté la vidéo en ligne comme un moyen naturel

d'interaction avec leur base, certains étant allés jusqu'à annoncer leur candidature par des fichiers vidéo à lecture en continu.

Nous voyons actuellement se dessiner une nouvelle tendance : suivant l'exemple des candidats à divers postes électifs, des membres du grand public créent eux aussi leur réseau social, au moyen duquel ils rallient des personnes d'optique commune en faveur de diverses causes et options politiques. Les réseaux sociaux créés par les usagers étaient encore inconnus à l'automne 2006, mais durant le peu de temps écoulé depuis lors, sont apparus des instruments en ligne tels que *Ning.com* qui permettent aujourd'hui à tout intéressé de se constituer son réseau social dans le créneau de son choix. Les particuliers ainsi que les organisateurs de petites campagnes politiques aux moyens limités peuvent faire usage de ces instruments pour se forger un réseau de base.

On a également assisté au développement récent de réseaux sociaux spécifiquement axés sur la mobilisation de fonds. L'un des plus intéressants est un site dénommé *Change.org*. Fondé initialement pour permettre aux gens d'unir leurs efforts en faveur de causes caritatives, ce réseau social a révisé sa structure pour autoriser l'appui à des causes politiques ou à des candidats à des fonctions électives. C'est ainsi, par exemple, qu'un groupe de défenseurs du droit du port d'armes à feu pourrait faire usage de ce site pour former un comité d'action politique informel afin de mobiliser des fonds pour soutenir les

candidats qui reflètent leurs opinions politiques. Si le candidat n'a pas encore été choisi, *Change.org* conserve les sommes mobilisées dans un compte bloqué jusqu'à l'investiture du candidat par le parti politique concerné. Et lorsqu'un candidat reçoit officiellement les fonds mobilisés par ces cyberactivistes, le site envoie une lettre à son adversaire pour l'informer du fait que des fonds de *Change.org* ont été remis audit candidat et du fait que des citoyens mobilisent des fonds contre lui en raison de sa position sur la question.

En résumé, bien que la campagne 2008 soit loin d'être achevée, une chose est déjà certaine: l'Internet a changé à tout jamais les modalités d'interaction des candidats et de l'électorat américain. Ce ne sont plus seulement les quelques premiers candidats qui peuvent mobiliser des fonds de manière efficace, et les candidats ne peuvent plus contrôler entièrement leurs messages. Le public a accueilli à bras ouverts les instruments du Web 2.0 pour faire entendre sa voix; reste à voir à présent si les candidats sauront l'écouter. ■

Les opinions exprimées dans le présent article ne reflètent pas nécessairement les vues ou la politique du gouvernement des États-Unis.

Les nouvelles techniques de vote Problème ou solution ?

Paul DeGregorio



© AP Images/Rajesh Kumar Singh

En Inde, un membre du personnel d'un bureau de vote vérifie les machines à voter électroniques avant l'élection de mai 2007.

Comme de nombreuses autres démocraties, les États-Unis répondent à la nécessité d'améliorer leur mécanisme électoral, de manière à ce que tous leurs citoyens puissent voter librement, facilement et dans de bonnes conditions de sécurité. Un spécialiste en matière d'élections, Paul DeGregorio, décrit les mesures prises par le gouvernement des États-Unis pour faciliter le scrutin dans tout le pays et, alors que l'administration des élections recourt de plus en plus largement aux techniques nouvelles, analyse les promesses et les dangers dont sont porteurs les systèmes de vote électronique. M. DeGregorio est l'ancien président de la Commission d'assistance électorale des États-Unis et ses vingt-deux ans d'expérience professionnelle l'ont conduit dans plus de vingt pays.

Au cours de la décennie écoulée, de par le monde, une attention toute particulière a été accordée aux mécanismes de scrutin. Nombre de pays, riches et pauvres, développés et moins développés, recourent à des techniques nouvelles pour choisir leurs dirigeants. Les électeurs de l'Inde, la plus grande démocratie du monde, votent au moyen de machines électroniques en appuyant sur des boutons, tandis que ceux d'Haïti, le pays le plus pauvre du continent américain, présentent une carte d'identité moderne, avec photo et empreinte digitale du pouce pour retirer leur bulletin de vote. En Estonie (« Estonie », comme les gens du cru se plaisent à appeler leur pays), les électeurs peuvent à présent se servir d'une carte à puce pour voter par l'Internet depuis n'importe quel point du globe.

Aux États-Unis, plus de 90 % des suffrages sont exprimés ou comptés électroniquement. Tous les bureaux



© AP Images/Home News Tribune/Keith Muccilli

Conformément aux exigences de la loi *Help America Vote*, les techniques nouvelles aident les électeurs handicapés à voter.

de vote doivent aujourd'hui être équipés d'un dispositif qui permet aux personnes handicapées de voter seules, sans aide et confidentiellement. Les électeurs mal voyants, par exemple, peuvent mettre des écouteurs et toucher un écran ou appuyer sur des boutons pour enregistrer leurs choix, dans un isoloir. Les États-Unis sont le seul pays au monde qui impose ce genre de disposition.

Les électeurs qui ont des besoins particuliers, tels que ceux dont l'anglais n'est pas la première langue, bénéficient également de l'aide apportée par les progrès technologiques. En Californie, dans le comté de Los Angeles, les bulletins de vote sont disponibles en huit langues. Les techniques nouvelles peuvent, à l'évidence, fournir des appuis qui permettent aux électeurs de surmonter les handicaps physiques ou les barrières linguistiques.

La majorité de ces nouveaux moyens techniques, ainsi que d'autres, ont été introduits au cours de la décennie écoulée et, d'année en année, les pays sont toujours plus nombreux à adopter de nouvelles méthodes visant à permettre à tous les éléments de la société de voter.

La question se pose toutefois de savoir si ces techniques nouvelles contribuent véritablement à élargir l'accès au scrutin et à accroître les taux de participation parfois très faibles. Inspirent-elles confiance à toutes les catégories de la population? Ou introduisent-elles de nouveaux problèmes et favorisent-elles injustement certains électeurs? Ces questions importantes font

actuellement l'objet de débats au sein de divers pays et de la communauté internationale.

L'AMÉLIORATION DU MÉCANISME DE SCRUTIN AUX ÉTATS-UNIS

Aux États-Unis, les techniques de vote ont fait l'objet d'une attention extraordinaire dans le pays ainsi qu'à l'étranger après l'élection présidentielle de 2000, en particulier au cours de la période de six semaines suivant l'élection, durant laquelle la plus grande incertitude planait sur lequel des deux principaux candidats, M. Al Gore ou M. George W. Bush, avait été

porté à la présidence. Le résultat du scrutin a été déterminé sur la base d'un examen détaillé des bulletins de vote de certains États, notamment la Floride: il s'agissait d'interpréter l'intention des électeurs en examinant, parfois à la loupe, les bulletins de vote, en particulier les petites perforations qui y avaient été faites et dont certaines, incomplètes, avaient peut-être été mal lues par les machines. L'administration des élections aux États-Unis a réalisé d'immenses progrès depuis cet événement critique. En 2002, le Congrès a adopté la loi *Help America Vote*, de portée historique, qui allouait des crédits fédéraux substantiels aux 50 États fédérés, au District de Colombie (la capitale fédérale) et aux territoires d'outre-mer pour améliorer le mécanisme de vote. En fait, il a été promulgué dans ce domaine plus de lois et règlements électoraux aux États-Unis pendant ces sept dernières années que durant les deux siècles précédents.

Essentiellement comme aux Pays-Bas, en Angleterre, au Japon et dans plusieurs autres pays, toutes les élections aux États-Unis sont locales, en ce sens qu'elles sont administrées par des responsables locaux qui prennent la majorité des décisions concernant la méthode de vote qui sera appliquée sur le territoire relevant de leur compétence. Dans la plupart des États, c'est un secrétaire d'État, responsable élu appartenant à un parti politique, qui détient l'autorité en matière d'élections. Dans quelques États, notamment l'État de New York et l'Illinois, une commission électorale bipartite supervise le

processus. La spécificité des États-Unis tient au fait que plus de 70 % des autorités électorales locales, qui occupent des postes portant des titres divers tels que *county clerk* (commis électoral du comté), *county auditor* (vérificateur électoral du comté) ou *supervisor of elections* (superviseur des élections), sont élues par la voie normale de la concurrence entre candidats de divers partis, et doivent se soumettre au verdict des urnes tous les quatre ans.

La loi *Help America Vote* a institué un organisme fédéral, la Commission d'assistance électorale des États-Unis (*Election Assistance Commission – EAC*), afin de porter l'administration des élections au niveau national et, pour la première fois de l'histoire du pays, a alloué plus de 3 milliards de dollars de fonds fédéraux à la rénovation du processus électoral. L'EAC [<http://www.eac.gov>], qui a commencé ses travaux à la fin de 2003, compte quatre membres, deux démocrates et deux républicains, nommés par le président et confirmés par le Sénat. J'ai été l'un des premiers membres de cette commission, que j'ai présidée en 2006.

Outre l'octroi de fonds, l'EAC a également établi des normes concernant l'emploi de techniques nouvelles dans

les élections, normes qui sont suivies de près par d'autres pays. En collaboration avec le *National Institute of Science and Technology* [<http://www.vote.nist.gov>], la commission a élaboré des directives importantes relatives aux nouveaux systèmes électoraux, portant sur la sécurité et les facteurs humains. Ces directives aident les États à assurer l'intégrité et la facilité d'emploi des dispositifs électroniques employés par des millions d'électeurs lors de chaque élection. Par ailleurs, l'EAC s'est intéressée aux aspects administratifs de la technologie électorale et elle prépare actuellement un certain nombre de documents importants conçus pour aider les responsables électoraux à gérer les principaux éléments des systèmes de vote informatiques, notamment au moyen d'épreuves de logique et d'exactitude. Ces dernières années, le Conseil de l'Europe [<http://www.coe.int>] a lui aussi entamé un projet visant à définir des normes semblables pour les systèmes électoraux informatiques, car de nombreux pays européens ont entrepris de se doter de tels systèmes.

L'un des plus grands défis auxquels tous les responsables d'élections doivent faire face réside dans la formation des administrateurs du scrutin et des électeurs aux nouvelles techniques. Aux États-Unis, où l'âge moyen



À San Jose (Californie), les panneaux dans les bureaux de vote sont affichés en anglais, en espagnol, en chinois et en vietnamien comme l'exige la loi fédérale sur le droit de vote.

du personnel des bureaux de vote est de 72 ans, l'adoption de dispositifs électroniques à cartes à puce qui doivent être vérifiées et déplacées a donné lieu à des pénuries de personnel; on notera qu'il ne faut pas moins de 1,3 million d'agents électoraux dans les bureaux de vote pour assurer les élections au niveau national. Les États-Unis devraient peut-être suivre l'exemple de la Belgique où les jeunes de 18 ans sont dans l'obligation de contribuer à la tenue du scrutin et sont recrutés en tant que travailleurs électoraux.

LE VOTE PAR L'INTERNET SERA-T-ELLE LA PROCHAINE ÉTAPE ?

Avec la pénétration croissante de l'Internet de par le monde, et certainement dans un grand nombre de pays, l'« e-démocratie » est une notion qui commence à s'implanter et à se répandre rapidement.

À l'instar du secteur privé, candidats, partis politiques et instances gouvernementales ont tous recours à l'Internet pour faire passer leur message auprès du public et pour recueillir les réactions de ce dernier en retour. Plusieurs pays, dont l'Estonie, les Pays-Bas, la Suisse et l'Angleterre, permettent aujourd'hui à leurs électeurs de voter par l'Internet. Lors des élections locales de mai 2007 à Swindon (Angleterre), grâce à un programme sécurisé mis au point par *Everyone Counts* [Tout le monde compte] [<http://www.everyonecounts.com>], les électeurs ont pu voter par téléphone, par l'Internet, dans des bibliothèques publiques, par courrier postal, au moyen de bulletins de vote imprimés ou en se servant de l'un des 300 ordinateurs portables mis en place en 65 points de la circonscription. C'est là l'un des projets pilotes les plus ambitieux, et les plus réussis, mis en œuvre à ce jour par le gouvernement britannique.

Dans une société mondialisée et mobile, les ressortissants de tout pays vivant à l'étranger doivent

surmonter certaines difficultés lorsqu'il s'agit de participer aux élections. Cet automne, pour résoudre le problème, les membres des forces armées australiennes pourront voter aux élections parlementaires par l'Internet. Les quelque 6 millions d'Américains (estimation) vivant hors des États-Unis se sont heurtés à ce genre de difficultés, la plupart d'entre eux ayant dû recourir à un processus complexe et recourir aux services postaux pour exercer leur droit de vote. L'Overseas Vote Foundation

(Fondation pour le vote d'outremer) [<http://www.overseasvotefoundation.org>] et l'EAC ont

estimé que les bulletins de vote de plus de 25 % de ces électeurs ne sont pas comptés. Les efforts déployés par l'*U.S. Federal Voting Assistance Program* [Programme fédéral d'aide électorale] [<http://www.fvap.gov>]

pour remédier au problème ont aidé, mais un récent rapport de l'*U.S. Government Accountability Office* (organisme de contrôle

de l'action gouvernementale, rattaché au Congrès) [<http://www.gao.gov>] indique qu'il reste beaucoup à faire dans ce domaine.

Lorsque l'on sait que l'émission de télévision la plus populaire des États-Unis, *American Idol*, a reçu plus de votes en l'espace de quatre heures (73 millions) que le vainqueur de l'élection présidentielle de 2004 (62 millions), on peut s'attendre à ce que les jeunes qui se sont exprimés dans le cadre de cette émission exigeront l'emploi d'une technologie mobile d'un type ou d'un autre lorsqu'ils auront atteint l'âge de voter dans les élections présidentielles.

Le recours accru aux techniques modernes de scrutin s'est accompagné d'un examen minutieux et d'un scepticisme accru lui aussi à l'égard du scrutin électronique. Si les Américains se servent de dispositifs électroniques pour voter depuis la fin des années 1980, ce n'est que depuis l'adoption de la loi *Help America Vote* et la mise au point du vote informatisé aux États-Unis et



L'épouse du gouverneur du Texas, Mme Anita Perry, s'est présentée de bonne heure le matin au bureau de vote établi au Tribunal du comté de Travis à Austin en novembre 2006.

© AP Images/Harry Cabluck

dans le monde que de nombreux groupes se sont organisés pour poser des questions sur l'usage des dispositifs de vote électroniques, et même pour s'y opposer, notamment en ce qui concerne ceux qui ne s'accompagnent d'aucune preuve de vote sur papier [<http://www.verifiedvoting.com>]. En Irlande, où le dépouillement manuel des bulletins de vote peut demander une semaine, une tentative d'introduction du vote informatisé s'est soldée par un échec.

Les institutions internationales et les divers organismes ayant pour fonctions de suivre et d'évaluer les élections, tels que le Bureau des initiatives démocratiques et des droits de l'homme de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe [<http://www.osce.org>], l'IFES, ancienne Fondation internationale pour les systèmes électoraux [<http://www.ifes.org>], le Centre Carter [<http://www.cartercenter.org>] et Electionline [<http://www.electionline.org>], ont dû élaborer de nouvelles méthodes pour déterminer si les élections où le vote informatique était utilisé étaient véritablement libres et régulières. C'est en effet une chose de surveiller le dépouillement manuel de bulletins de vote imprimés; c'en est une autre de s'assurer de la régularité des résultats d'opérations électorales menées par l'entremise de dispositifs informatisés.

La nouvelle technologie électorale qui déferle sur nos démocraties collectives a incontestablement habilité les électeurs, fait croître la participation et, dans de nombreux cas, renforcé la transparence en publiant les résultats avant qu'il soit possible de les modifier. On peut se demander toutefois si elle a accru la confiance que l'on peut accorder aux résultats, question qui demeure sans véritable réponse, tandis que la réforme électorale et l'emploi des nouvelles techniques font toujours l'objet de débats de par le monde. Il est incontestable, toutefois, que la technologie continuera d'améliorer notre façon de voter, de même qu'elle continue d'apporter des améliorations à notre vie quotidienne. ■

Les opinions exprimées dans le présent article ne reflètent pas nécessairement les vues ou la politique du gouvernement des États-Unis.

Voter pour la première fois

Rebecca Zeifman

Deux jeunes Américaines décrivent ce que le droit de vote signifie pour elles et parlent des sentiments qu'elles ont éprouvés lorsqu'elles ont exercé ce droit pour la première fois. Rebecca Zeifman est rédactrice au Bureau des programmes d'information internationale du département d'État.

Le droit de vote est l'un des privilèges fondamentaux dont jouissent les citoyens d'une démocratie. Aux États-Unis, tout résident de nationalité américaine âgé d'au moins 18 ans jouit de ce droit.

Pour ceux qui votent pour la première fois, cet acte revêt une importance insigne. Ils exercent ainsi un droit qui leur est accordé par la Constitution et participent ce faisant au processus décisionnel politique.

On trouvera ci-dessous les réflexions de deux électrices, une étudiante venant d'atteindre l'âge de voter et une ressortissante américaine récemment naturalisée, sur les sentiments qu'elles ont éprouvés la première fois qu'elles se sont présentées aux urnes.

Joanna Fisher est une étudiante de 20 ans, habitant Charlotte (Caroline du Nord), qui passe neuf mois de l'année dans une université située à Waterville (Maine). Elle a voté pour la première fois en 2005, lors des élections de l'État du Maine.

Elle n'avait jamais eu de doute sur l'importance du droit de vote. « J'ai toujours su que je m'inscrirais sur les listes électorales dès qu'il y aurait une élection pour laquelle j'aurais l'âge de voter, dit-elle. Cela vient, je crois, de ce que j'ai été élevée dans une famille où la politique a de l'importance et où nous nous sentions concernés par ce qui se passait dans le monde extérieur. »

Joanna Fisher n'avait d'ailleurs pas attendu d'avoir l'âge électoral pour prendre part au processus politique. Lors de l'élection présidentielle de 2004, elle n'avait que 17 ans et était donc trop jeune d'un an pour y participer. À défaut, elle a travaillé pour un candidat au Sénat des États-Unis, Erskine Bowles, notamment en distribuant des prospectus électoraux de porte à porte dans la ville de Charlotte. Elle a également effectué des travaux bénévoles dans son lycée en aidant ses camarades de classe plus âgés à s'inscrire. « Cette élection était vraiment importante pour moi, et bien que je n'aie pas voté, j'ai été très active », note-t-elle.

Quand elle a eu 18 ans, Joanna Fisher a décidé toute



Joanna Fisher, qui vient de voter pour la première fois, à Charlotte (Caroline du Nord), sous une fenêtre de son dortoir universitaire.

Avec l'aimable autorisation de Joanna Fisher

seule de s'inscrire sur les listes électorales. « Mes parents n'ont même pas eu à me dire : tu devrais t'inscrire pour voter, dit-elle. C'était pour moi quelque chose qui allait de soi. »

Le 8 novembre 2005 donc, Joanna s'est inscrite et, quelques minutes plus tard, a voté pour la première fois. « C'était simplement une élection municipale pour Waterville, l'élection du maire, de l'administrateur de la municipalité et d'autres responsables vraiment locaux, explique-t-elle. J'ai montré mon permis de conduire de Caroline du Nord (en tant que pièce d'identité) ; cela m'a demandé trois minutes et j'ai voté. »

Depuis cette première fois, Joanna Fisher a déjà voté une autre fois, lors de l'élection du gouverneur de l'État en novembre 2006. Elle a maintenant les yeux fixés sur les élections de 2008. « Je tiens vraiment à voter, parce que ce sera ma première présidentielle, dit-elle. C'est pour quatre ans et, et notre image nationale en dépend, pour nous comme pour d'autres pays. »

Malavika Jagannathan, 23 ans, a fait preuve du même enthousiasme concernant son premier scrutin. En tant que journaliste à la *Green Bay Press-Gazette* à Green Bay (Wisconsin), elle était d'autant plus frustrée de ne pas pouvoir voter qu'elle couvrait les



Avec l'aimable autorisation de Malavika Jagannathan

Malavika Jagannathan, journaliste à la *Green Bay Press-Gazette*, nouvelle Américaine naturalisée et nouvelle électrice, au travail dans la salle de presse du journal.

élections pour son journal.

Originnaire de Bangalore (Inde), Malavika Jagannathan est arrivée aux États-Unis en 1995 avec sa famille, qui s'est établie à College Station (Texas). Dès son plus jeune âge, sa famille a souligné l'importance de la participation à la politique. «Ma mère disait toujours que quel que soit le passeport que l'on ait, il faut participer activement à la vie politique du pays dans lequel on se trouve», dit-elle.

Comme Joanna Fisher, elle a participé à la vie politique bien avant d'avoir le droit de voter. Au lycée, elle s'est portée volontaire pour travailler pour le parti démocrate et le parti vert, et a distribué des prospectus et aidé à organiser des campagnes d'inscription des électeurs. «Je montais des petits kiosques, mais je ne pouvais pas inscrire les autres lycéens parce que je n'étais pas inscrite moi-même», dit-elle.

D'après Malavika Jagannathan, le fait qu'elle ne soit pas citoyenne américaine l'a en fait incitée à s'impliquer davantage dans la politique. «Je savais que je ne pouvais pas voter, mais je savais aussi qu'il y avait d'autres façons pour moi de contribuer au processus, explique-t-elle, et c'est au moins en partie, je pense, pourquoi je me suis beaucoup intéressée à la politique.»

Le 14 décembre 2006, Malavika Jagannathan est devenue citoyenne américaine. Le lendemain, elle s'est rendue à la mairie de Green Bay et a coché la case «Oui» sur le formulaire de demande d'inscription en réponse à la question «Êtes-vous citoyen(ne) des États-Unis d'Amérique?».

La prochaine élection ne devait pas avoir lieu avant deux mois, mais Malavika Jagannathan avait hâte de s'inscrire. «Je me suis dit que je parlais de voter depuis si

longtemps que la première chose à faire était de m'inscrire», dit-elle.

Deux mois après, elle votait lors d'une élection primaire où quelques projets particuliers étaient soumis à un référendum. «J'étais très enthousiaste. Le bureau de vote de ma circonscription était dans une église très proche de chez moi, et il n'y avait comme personnel que des vieilles dames. Quand je leur ai dit que je votais pour la première fois, elles en ont été enchantées», raconte Malavika.

Après avoir couvert plusieurs élections en tant que journaliste, et avoir été travailleuse bénévole pour un parti politique, elle a éprouvé un certain soulagement à la perspective de participer au scrutin en tant qu'électrice. «Je me promettais de voter depuis longtemps et, je crois, en particulier après les élections de novembre 2006, je n'en pouvais plus de rester sur la touche et de couvrir les élections sans pouvoir y participer; ça a été pour moi un peu un accomplissement, une satisfaction», dit-elle.



© AP Images/Lingbing Hang

Étudiants dépliant une nouvelle affiche des Républicains universitaires, à l'université de Virginie occidentale à Morgantown.

Bien que tous ses candidats préférés n'aient pas gagné ce jour-là, Malavika Jagannathan a fait le vœu, comme elle en a informé ses amis et sa famille, de prendre part à toutes les élections suivantes. «J'avais le sentiment d'appartenir à quelque chose, explique-t-elle. Et je crois que comme c'est quelque chose que je n'avais pas eu pendant longtemps, je me suis rendu compte que c'était assez important.»

Selon Malavika Jagannathan, les nouveaux citoyens accordent peut-être davantage de valeur au droit de vote que les Américains de naissance. «Je crois que lorsque vous avez ce droit qui vous est conféré à la naissance, vous n'y pensez pas vraiment beaucoup, dit-elle. Quand vous avez vécu sans avoir ce droit et qu'un jour on vous l'octroie, cela devient bien plus important.» ■

Les élections législatives

Sandy Maisel



© AP Images/Lawrence Jackson

À leur retour d'Irak en juillet 2006, des membres du Congrès s'entrelient avec des journalistes après avoir rencontré le président Bush à la Maison-Blanche.

Pour les Américains, l'élection des membres du Congrès importe tout autant que la présidentielle. Dans cet article, Sandy Maisel, professeur d'administration publique au Colby College de Waterville (Maine), décrit la composition du Congrès et examine les facteurs qui influent sur les élections législatives ainsi que l'impact possible de celles de 2008 sur la politique du gouvernement.

Lorsque, dans tous les États-Unis, les électeurs se rendront aux urnes le 4 novembre 2008, ils éliront non seulement le président mais aussi les 435 députés à la Chambre des représentants et un tiers des 100 sénateurs. Certes, l'attention nationale sera axée sur l'élection présidentielle mais les élections législatives sont tout aussi importantes.

Selon la Constitution, le pouvoir de prise de décision, à l'échelle fédérale, est partagé entre l'exécutif et le législatif. Cette séparation des pouvoirs importerait peu si le président et le Congrès étaient toujours du même parti et si les membres du parti suivaient toujours les directives

de leurs chefs de file, ce qui n'est pas le cas. Les instances gouvernementales sont, par ailleurs, bien séparées en ce sens que la Constitution interdit le cumul des fonctions – c'est-à-dire qu'aucun sénateur ou député (représentant), membre du législatif, ne peut occuper en même temps un poste au sein de l'exécutif – mais aussi en ce que les élus sont choisis dans le cadre d'élections distinctes même si elles ont toutes lieu le même jour : les électeurs peuvent choisir de voter pour le candidat à la présidence appartenant à tel parti, pour le candidat au Sénat de tel autre et pour le candidat à la Chambre des représentants de l'un ou l'autre – voire d'un tiers parti. Il est possible, même fréquent, qu'un parti politique contrôle la Maison-Blanche et que l'autre ait la majorité dans l'une des chambres du Congrès ou dans les deux. On a alors aux États-Unis un « gouvernement divisé ». De plus, dans la mesure où les membres de la Chambre et du Sénat ne dépendent pas de leurs chefs de file pour leur réélection, ils manifestent souvent leur indépendance en défendant les intérêts de leurs électeurs, même lorsque ces intérêts s'écartent des prises de position officielles de leur parti.

LA COMPOSITION DU CONGRÈS

Le Congrès se compose de deux chambres : la Chambre des représentants et le Sénat. La Chambre est censée être l'instance la plus proche du peuple, ses membres étant élus au suffrage populaire dans les circonscriptions électorales des divers États tous les deux ans. Aujourd'hui, l'État le plus peuplé, la Californie, compte 53 représentants à la Chambre ; les sept États les moins peuplés en ont chacun un.

Le Sénat, quant à lui, représente les intérêts des États fédérés : chaque État, quel qu'en soit le chiffre de population, élit deux sénateurs. Leurs mandats d'une durée de six ans sont échelonnés de manière à ce qu'un tiers des sénateurs doive être réélu tous les deux ans. À l'origine, les sénateurs étaient choisis par le corps législatif de leur État mais, depuis 1913, ils sont élus par le peuple. Les fondateurs pensaient que les sénateurs seraient à l'abri des passions populaires parce qu'ils étaient élus au suffrage indirect pour des mandats de plus longue durée mais, aujourd'hui, beaucoup se demandent si tel est bien le cas.

Quoique le Sénat et la Chambre soient égaux en pouvoirs, un siège au Sénat revêt plus de prestige, théoriquement, qu'un siège à la Chambre. En effet, le nombre des électeurs est plus important à l'échelle de l'État (sauf sans les sept États les moins peuplés où il équivaut à celui des circonscriptions), le mandat de sénateur est plus long et les sénateurs attirent plus d'attention parce qu'ils sont moins nombreux.

Les élections à la Chambre et au Sénat suivent, grosso modo, les mêmes règles. Les partis démocrate et républicain et tout autre parti actif dans l'État organisent des élections primaires pour choisir leur(s) candidat(s) ; les candidats indépendants peuvent se faire inscrire sur les listes par pétition. Le vainqueur de l'élection générale de novembre est le candidat qui reçoit le plus grand nombre de suffrages, ce qui ne représente pas nécessairement la majorité absolue.

FACTEURS INFLUENÇANT L'ÉLECTION DES MEMBRES DU CONGRÈS

Trois facteurs fondamentaux influent sur les élections législatives : la composition politique de la circonscription, la présence d'un titulaire qui se représente et les grandes



Kathy Roseth, citoyenne engagée de Seattle (Washington), collecte des pétitions afin de faire inscrire une initiative concernant l'éducation sur les bulletins de vote.

© AP Images/Elaïne Thompson

questions du jour. Le système politique américain a été décrit comme un système à deux partis en concurrence : le parti démocrate et le parti républicain dominant effectivement la scène politique depuis la seconde moitié du XIX^e siècle. Ces dernières années, plus de 99 % des élus au Congrès appartenaient à l'un ou l'autre de ces partis. Le système en place, consistant en l'élection d'un seul député par circonscription à la majorité relative, favorise le système à deux partis : les candidats indépendants ou de tiers partis qui profiteraient d'un système de représentation proportionnelle ne tirent aucun avantage d'un scrutin serré.

La lutte pour la majorité au Congrès, et donc pour sa direction, a été intense ces dernières décennies comme elle l'a été pour la présidence. Mais la lutte pour les sièges individuels n'est pas serrée dans toutes les circonscriptions ou tous les États. Certaines circonscriptions, certains États même, penchent fortement pour un parti ou l'autre. Par exemple, en général, les démocrates l'emportent dans le Massachusetts et les républicains dans le Wyoming. Il y a eu des exceptions mais aucun candidat aux élections de 2008 ne saurait ignorer quelle est la « couleur » politique de sa circonscription ou de son État.

Les résultats des élections peuvent aussi s'expliquer par la présence d'un titulaire. Depuis plus d'une trentaine d'années, plus de 95 % des titulaires d'un siège à la Chambre des représentants qui se représentaient aux élections ont été réélus. Beaucoup de sénateurs sortants sont aussi réélus. Même dans les élections où de nombreux sièges changent de parti, les changements sont plus fréquents dans les circonscriptions où il n'y a pas de



© AP Images/H. Rumph, Jr.

À Philadelphie (Pennsylvanie), Patrick Murphy, ancien combattant de la guerre en Irak, fait campagne pour un siège au Congrès lors des élections de mi-parcours de 2006.

titulaire sortant. On peut voir les conséquences de ces facteurs lorsque l'on observe les candidats potentiels qui cherchent à obtenir l'investiture de leur parti pour un siège à la Chambre des représentants ou au Sénat. Dans les circonscriptions où les résultats risquent d'être serrés – par exemple lorsque le titulaire ne se représente pas dans une circonscription où les démocrates et les républicains sont quasi à égalité – il est probable qu'il y aura de nombreux candidats aux élections primaires de chaque parti. Si un siège est à pourvoir dans une circonscription largement dominée par un parti, l'élection primaire de ce parti sera probablement intense mais on ne constatera guère de concurrence dans l'autre parti. Enfin, si un sortant se représente, il est probable que son rival sera assez faible, l'autre parti ayant sans doute du mal à trouver quelqu'un capable de se mesurer à lui. Toutes ces généralisations valent plus pour la Chambre des représentants que pour le Sénat parce que les sièges de la chambre haute sont considérés comme plus importants : le nombre des élections sénatoriales dont on peut facilement prédire le résultat d'avance est donc proportionnellement moins élevé.

Un nouveau président sera donc élu en 2008 et les grands problèmes – la guerre en Irak, le terrorisme, la politique d'immigration, la dépendance énergétique – vont

dominer la scène. Si la cote de popularité du président Bush reste faible et que la solution de ces problèmes piétine à l'approche de novembre, les démocrates jouiront peut-être d'un certain avantage dans les circonscriptions disputées.

LES IMPLICATIONS POUR LE GOUVERNEMENT DU PAYS

Depuis les élections législatives de 2006, le gouvernement est divisé, les républicains contrôlant la Maison-Blanche et les démocrates dirigeant les débats dans les deux chambres du Congrès – bien que leur majorité au Sénat soit très faible.

À l'heure actuelle, les républicains occupent au Sénat 22 des 34 sièges qui seront à pourvoir en 2008. Même si les démocrates en remportent quelques-uns, cela ne leur donnera pas une majorité écrasante au Sénat : le règlement parlementaire dispose qu'il faut réunir 60 voix pour faire adopter une action d'envergure et il est douteux que les démocrates soient près d'atteindre ce nombre.

À la Chambre des représentants, les démocrates ont quelque 30 sièges de plus que les républicains. Bien que de nombreux titulaires n'aient pas encore arrêté leurs plans, il est probable que 25 d'entre eux vont se retirer à la fin de cette session du Congrès. La plupart de ces sièges – auxquels il faut ajouter 25 autres dont un certain nombre tenus par des démocrates qui les ont pris aux républicains en 2006 – vont faire l'objet d'une lutte acharnée. Les démocrates semblent avoir un léger avantage et vont sans doute renforcer leur majorité mais pas suffisamment pour avoir le champ libre pour gouverner.

Du fait des élections législatives, si un républicain est élu président en 2008, il va devoir affronter une opposition déterminée contrôlant les deux Chambres. Si un(e) démocrate est élu(e), il (elle) gouvernera avec l'aide d'un Congrès contrôlé par son parti mais où les républicains conserveront assez de poids pour contrecarrer toute nouvelle grande initiative politique.

Compte tenu de la séparation et de l'équilibre des pouvoirs, et vu que la majorité des résultats des élections est déterminée par la présence des titulaires, la politique nationale évolue lentement. C'est ce que voulaient les auteurs de la Constitution. Les grands problèmes du moment vont dominer les élections de 2008 : pour certains dossiers, le président sera en mesure d'agir sans l'aval du Congrès mais, pour la plupart des autres, le ton des discours sera peut-être nouveau, mais la politique générale du gouvernement américain ne changera guère. ■

Les opinions exprimées dans cet article ne reflètent pas nécessairement le point de vue ou la politique du gouvernement des États-Unis.

L'évolution de l'électorat aux États-Unis

Daniel Gotoff

Les récents sondages d'opinion révèlent les préoccupations, les convictions et les sentiments des citoyens des États-Unis tandis qu'ils se préparent à choisir un nouveau président en 2008. Angoissés par les menaces terroristes et pessimistes sur les questions de politique intérieure, les électeurs expriment de l'intérêt pour une réforme du gouvernement. M. Daniel Gotoff, un démocrate membre de l'institut de stratégie politique et de sondage Lake Research Partners, à Washington, conclut que « l'électorat américain – qui manifeste souvent une réticence certaine au changement fondamental – est aujourd'hui plus nerveux que jamais à l'idée de garder le cap ».



© AP Images/Ed Andriewski

À mesure que se rapproche l'échéance des élections de 2008, l'électorat américain se trouve dans une situation unique – et tumultueuse. Les sondages montrent que la majorité des Américains sont hostiles à la guerre dans laquelle le pays est engagé. Près de six ans après le 11 septembre 2001, la crainte d'une nouvelle attaque terroriste continue de planer sur la conscience collective du public. Par ailleurs, l'attitude des électeurs face à une panoplie de dossiers de politique intérieure dénote une inquiétude croissante. La grogne qui gagne le public a pour toile de fond un cynisme de plus en plus prononcé à l'égard des dirigeants élus et dont l'unique contrepoids est le sentiment que seule la puissance institutionnelle du gouvernement des États-Unis a les moyens de surmonter les défis de notre époque. Les revirements constants des fortunes politiques observés ces dernières années font qu'aucun des deux grands partis ne peut se targuer d'avoir une majorité suffisante pour gouverner. En outre, pour la première fois depuis des dizaines d'années, ni un président sortant ni un vice-président en exercice ne sont en lice.

Au milieu de toute cette turbulence, les électeurs américains, peu enclins aux grands remaniements, sont pourtant de plus en plus nerveux à l'idée de maintenir le statu quo. À l'heure actuelle, les sondages montrent que 19 % des Américains pensent que le pays est engagé dans

Au Colorado, ce militant espère recueillir des fonds à l'appui de l'inscription des électeurs hispaniques sur les listes électorales et de leur mobilisation le jour des élections.

la bonne voie, ce qui est le pourcentage le plus faible depuis dix ans. (En juillet 1997, 44 % des Américains pensaient que le pays était sur la bonne voie, tandis que 40 % estimaient qu'il faisait fausse route.) Aujourd'hui, ce sont 68 % des électeurs qui pensent que le pays est mal parti.

Le mécontentement généralisé de l'électorat se traduit par un désir palpable de changement aux États-Unis sur trois fronts principaux : l'amélioration de la sécurité aux États-Unis et à l'étranger, le partage de la prospérité au plan économique intérieur et une plus grande responsabilité du gouvernement devant le peuple dont il est censé servir les intérêts.

L'ANGOISSE DU PUBLIC FACE AU TERRORISME ET AUX QUESTIONS DE SÉCURITÉ

Si l'humeur des électeurs a changé du tout au tout au cours des derniers mois, certaines réalités politiques demeureront néanmoins inchangées en 2008. Peut-être plus que tout autre facteur, les attentats du 11 septembre 2001, et leurs séquelles, continuent de définir notre

époque et notre vie politique. Conséquence logique des angoisses instinctives des électeurs, chacune des trois dernières élections fédérales tenues depuis cette date fatidique s'est jouée principalement, mais pas exclusivement, sur les affaires liées à la sécurité.

À en juger d'après les sondages faits à la sortie des isolements au cours des deux dernières élections, la crainte du terrorisme était un gros sujet de préoccupation pour les électeurs. En 2004, 19 % des électeurs attachaient une importance capitale à ce dossier (qui talonnait l'économie, mentionnée par 20 % des électeurs). De même, en 2006, 72 % des électeurs américains mentionnaient le terrorisme comme facteur déterminant de leurs intentions de vote. Et jusqu'en septembre 2006 encore, date du dernier sondage d'ABC News sur la question, près des trois quarts des Américains (74 %) disaient craindre que d'autres attentats majeurs n'aient lieu sur le sol américain, 29 % d'entre eux affichant même une vive inquiétude. Si l'intensité de ces craintes s'est quelque peu estompée au fil des ans depuis le 11 septembre, la réalité de ces inquiétudes est restée, elle, relativement inchangée. En octobre 2001, moins d'un mois après les attentats, 81 % des Américains redoutaient la possibilité de nouvelles attaques sur le territoire des États-Unis (41 % se disaient même très inquiets).

Depuis l'invasion de l'Irak et l'opposition publique croissante à la guerre, les questions liées à la sécurité et au terrorisme revêtent une dimension plus complexe – et relativement insaisissable au plan politique. En octobre 2002, les Américains estimaient les républicains plus capables que les démocrates de gérer le dossier du terrorisme, et ce par une majorité de 23 points: 47 % contre 24 %, plus précisément. Or en octobre 2006, c'est une nouvelle donne qui s'est fait jour, le public faisant davantage confiance aux démocrates qu'aux républicains sur cette question, à raison de 44 % contre 37 %.

En 2008, les électeurs choisiront le candidat, ou la candidate, qui leur paraîtra le mieux placé, ou la mieux placée, pour affermir la place des États-Unis dans le monde.

PESSIMISME CROISSANT SUR LE FRONT INTÉRIEUR

Si l'Irak et le terrorisme font souvent la une de l'actualité, le fait est que les électeurs éprouvent des inquiétudes tout aussi intenses en matière de politique intérieure. En 2006, en fait, les sondages réalisés à la sortie des urnes ont révélé que l'économie inquiétait les électeurs autant que la sécurité nationale, l'Irak et l'éthique. Interrogés sur l'importance des diverses



Le président Bush parle de la guerre contre le terrorisme au port de Tampa, en Floride, en février 2006.

questions en jeu à l'occasion des législatives, 82 % des Américains ont répondu qu'ils y attachaient une importance soit extrêmement grande (39 %), soit très grande (43 %). À titre de comparaison, ils étaient 74 % à juger importantes les questions liées à la corruption et à l'éthique (41 % les qualifiaient d'« extrêmement » importantes), 67 % jugeaient le dossier irakien important (35 % le considéraient comme « extrêmement » important), tandis que le terrorisme était qualifié d'important par 72 % des électeurs (et « extrêmement » important par 39 %).

Depuis les élections de 2006, les inquiétudes des électeurs vis-à-vis de l'économie se sont encore accentuées. Les deux tiers des Américains (66 %) estiment que la conjoncture nationale est passable (43 %) ou médiocre (23 %). Cinq pour cent seulement qualifient la situation économique d'excellente et ils sont 29 % à dire qu'elle est bonne. En outre, la majorité des Américains (55 %) considèrent que l'économie nationale se détériore. Elle ne se porte ni mieux ni pire pour 28 % d'entre eux – ce qui est loin d'être une évaluation positive – et 16 % seulement estiment qu'elle s'améliore.

Les préoccupations économiques des Américains ont évolué au fil du temps. Les emplois sûrs et bien payés continuent de tenir une place importante dans l'esprit des gens, mais dans un environnement où les travailleurs américains ont de plus en plus de mal à faire face à l'augmentation du coût de la vie, l'accès à des soins médicaux financièrement abordables devance maintenant toutes les autres considérations économiques. Quand on leur demande quelle question économique les inquiète le plus, la réponse la plus fréquente (citée par 29 % des électeurs) est celle de la hausse des soins médicaux; elle l'emporte sur la hausse des impôts (24 %), le financement

de la retraite (16 %), la crainte de perdre son emploi (11 %) ou les dépenses en matière de garde d'enfants ou de frais de scolarité (10 %). Les Américains, qui considèrent l'accès aux soins comme l'un des piliers du «rêve américain», voient maintenant dans la hausse de ces coûts une menace directe qui compromet leur appartenance continue à la classe moyenne de même que la réalisation de ce fameux rêve. En outre, les électeurs sont convaincus que la facture des soins médicaux constitue un obstacle de taille à la création de petites entreprises, une observation qui a toute son importance dans une société où 48 % des habitants aspirent précisément à monter leur propre affaire.

De surcroît, maintenant qu'ils doivent soutenir la concurrence de pays étrangers pas nécessairement soucieux de protéger les droits fondamentaux de leurs employés – mondialisation oblige –, les travailleurs des États-Unis se montrent sceptiques à l'égard de ce phénomène. Ils ne sont pas moins de 65 % à dire que l'accroissement des échanges entre les États-Unis et l'étranger nuit surtout aux travailleurs américains. En signe de l'évolution des attitudes depuis la fin de la dernière décennie – à l'époque, 56 % des Américains estimaient que l'accroissement des échanges faisait surtout le jeu des entreprises des États-Unis –, pas moins de la moitié des Américains (50 %) pensent aujourd'hui que ce sont principalement les entreprises des États-Unis qui pâtissent de cette situation.

De manière plus fondamentale, on sent grandir le



Une conférence organisée à Nashville, dans le Tennessee, par une association d'anciens combattants de la guerre du Vietnam fournit l'occasion de mettre en valeur des macarons qui exhortent les électeurs ayant servi sous les drapeaux à voter.

sentiment que la classe moyenne n'a plus accès à la prospérité du pays et qu'elle perd même du terrain, alors qu'une élite amasse des bénéfices considérables. Les sondages réalisés à la sortie des bureaux de vote reflètent l'érosion de la confiance des électeurs dans «le rêve américain» au XXI^e siècle. La moitié des électeurs ont dit gagner suffisamment d'argent pour tout juste joindre les deux bouts, tandis que 17 % ont affirmé perdre du terrain. Moins du tiers des électeurs (31 %) ont déclaré être dans une situation financière plus favorable. Ce qui est plus surprenant encore, c'est de constater à quel point les Américains sont pessimistes lorsqu'ils envisagent l'avenir de leurs enfants. Interrogés sur le niveau de vie de la prochaine génération d'Américains, ils sont 40 % à penser qu'il sera plus faible qu'aujourd'hui; 28 % sont d'avis qu'il sera pratiquement le même que maintenant, et 30 % seulement s'attendent à une amélioration. En 2008, les électeurs porteront leur choix sur la personne qu'ils estimeront le plus à même de concrétiser le rêve américain – c'est-à-dire le partage de la prospérité économique et la possibilité offerte aux travailleurs de donner à leurs enfants de meilleures chances de réussir.

LE DÉSIR CROISSANT DE CHANGEMENT ET DE RESPONSABILITÉ

L'angoisse croissante du public face aux questions de politique étrangère et intérieure nourrit le désir impérieux d'une réforme fondamentale du gouvernement des États-Unis. À maints égards, l'élection de 2006 a traduit la volonté du peuple de voir le gouvernement lui rendre des comptes. Trois quarts des électeurs aux législatives ont cité la corruption et l'éthique parmi les considérations importantes qui ont motivé leur vote, et ce avec une intensité considérable (41 % les ont qualifiées d'«extrêmement importantes»).

Si elle peut expliquer en partie la faible cote de popularité du président, la guerre en Irak n'explique pas pourquoi la nouvelle législature, sous le contrôle du parti de l'opposition, est tenue en si faible estime par les électeurs. Seuls 31 % des électeurs disent approuver l'action du président, mais ils sont encore moins nombreux – 21 % – à se dire satisfaits de l'intervention du Congrès. Bref, la population réclame un changement et elle attend de tous les dirigeants élus qu'ils assument leurs responsabilités en la matière. De fait, 56 % des Américains sont aujourd'hui d'accord pour dire que «le gouvernement fédéral doit être transformé – autrement dit, il doit subir des changements de grande envergure et fondamentaux». Ils sont 34 % seulement à penser que «le

gouvernement fédéral doit faire l'objet de changements mineurs, mais il n'a pas besoin d'être transformé» et tout juste 3 % à estimer que «le gouvernement fédéral n'a pas besoin qu'on y apporte des changements».

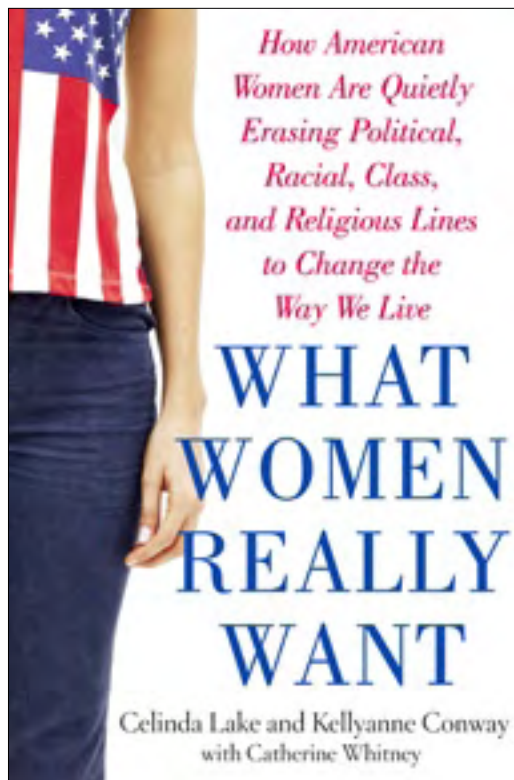
Et bien qu'ils lui fassent moins confiance qu'avant, plus de la moitié des Américains veulent que le gouvernement joue un rôle accru dans la lutte contre les problèmes auxquels le pays fait face. De nos jours, 52 % d'entre eux estiment que «le gouvernement doit faire plus pour résoudre les problèmes des gens et répondre à leurs besoins», contre 40 % qui pensent que «le gouvernement assume trop de responsabilités qui sont davantage du ressort des entreprises et des particuliers». Fait intéressant, ces pourcentages sont pratiquement l'inverse de ce qu'ils étaient il y a à peine dix ans (41 % pensaient que «le gouvernement devrait faire plus» et 51 % estimaient que «le gouvernement en fait trop».)

Bref, l'électeur américain est en train de changer : il devient plus cynique, plus anxieux, et se sent moins en sécurité. Dans le même temps, il conserve un optimisme prudent envers l'avenir. Les électeurs sont en quête d'un dirigeant qui se soit prouvé capable de discerner et de résoudre les défis auxquels se heurtent les États-Unis au XXI^e siècle et, ce faisant, qui puisse affermir la place des États-Unis dans le monde. Mais si les électeurs souhaitent un dirigeant ferme et expérimenté, une écrasante majorité d'entre eux appellent aussi de leurs vœux un dirigeant qui représente le changement. Le candidat, ou la candidate, qui saura concilier ces deux dimensions apparemment contradictoires est la personne qui remportera l'élection présidentielle en 2008 – et qui aura le pouvoir de transformer le pays de manière à répondre aux attentes tant des citoyens américains que du reste du monde, ce qui est tout aussi important. ■

Les opinions exprimées dans le présent article ne reflètent pas nécessairement les vues ni la politique du gouvernement des États-Unis.

L'électorat féminin aux États-Unis

Kellyanne Conway



jaquette illustrée par Eric Fuentecilla
Photographie sur la jaquette © Stockbyte/Getty Images

Couverture du livre *What Women Really Want*, de Kellyanne Conway, 2005.

Les femmes représentent plus de la moitié des électeurs des États-Unis et cela fait quarante ans qu'elles influencent les résultats des élections. La responsable, républicaine, d'un institut de sondage examine le vote des femmes, discute les questions qui ont de l'importance pour ces dernières et décrit plusieurs catégories d'électorat à suivre de près en 2008. Kellyanne Conway est présidente-directrice générale de l'institut de sondage the polling company™, Inc., sis à Washington, dans lequel s'insère le bureau WomanTrend.

Dès qu'elle se réveille, l'Américaine moyenne est assaillie par ses responsabilités, ses passions et ses préoccupations, dont aucune ne revêt un caractère politique en soi, mais dont toutes sont affectées par la politique et l'action des pouvoirs publics. Elle s'interroge : est-ce que mon enfant fait des progrès dans cette école ? Est-ce que ce quartier est calme ? Si je change d'emploi, est-ce que je vais perdre mon assurance-

maladie ? Les indemnités de sécurité sociale seront-elles suffisantes pour que mes parents gardent leur maison sans vider leur compte d'épargne ?

UNE PERSPECTIVE HISTORIQUE

Depuis 1964, les femmes forment une majorité de l'électorat, mais il faut attendre 1980 pour que le pourcentage des électrices qui votent dépasse celui des hommes qui se rendent aux urnes, comme le montre le Tableau 1. Indépendamment des calculs d'apothicaire de ceux et de celles qui déplorent qu'une toute petite fraction des femmes seulement briguent ou détiennent un poste électif dans notre pays (et qui notent qu'aucune femme n'a jamais accédé à la présidence des États-Unis), le fait est que les électrices influencent le résultat des urnes depuis plus de quatre-vingts ans et qu'en intervenant dans le choix du président et en créant des précédents elles façonnent l'action du gouvernement de

Tableau 1
Le comportement électoral
des femmes

	Pourcentage des électrices qui votent	Pourcentage des hommes qui votent
1980	59,4%	59,1%
1992	62,3%	60,2%
1996	55,5%	52,8%
2000	56,2%	53,1%
2004	60,1%	56,3%

manière directe et spectaculaire.

Les femmes ont tendance à privilégier les candidats sortants, en particulier aux élections présidentielles : elles préfèrent porter leur choix sur une marque connue en rayon plutôt que se laisser tenter par un produit nouveau et inconnu. En fait, les trois derniers présidents qui ont été réélus ont obtenu une plus grande part du vote féminin que lors de leur première campagne. De même, les femmes renouvellent régulièrement le mandat des candidats sortants aux élections législatives et elles sont plus systématiques que les hommes à cet égard. Fait paradoxal, ce parti-pris naturel pour les candidats sortants est l'une des raisons qui expliquent la défaite de beaucoup de femmes qui tentent de ravir un poste déjà pourvu.

Les femmes qui ne votent pas sont laissées pour compte par les personnalités politiques, les partis, les pontes et les consultants professionnels, qui semblent obsédés par les électeurs « probables » ou « indécis », capables de faire basculer le vote. Lors de l'élection présidentielle de 2004, plus de la moitié des femmes (54,5 %) âgées de 18 à 24 ans ne se sont pas rendues aux urnes. Pour autant, elles étaient plus nombreuses que les hommes de cette tranche d'âge à voter, 40 % d'entre eux seulement ayant accompli leur devoir civique. À l'autre

extrémité, 29 % seulement des femmes âgées de 65 à 74 ans n'ont pas voté, contre 26,1 % des hommes de cette catégorie. Les raisons les plus souvent invoquées par les femmes pour justifier leur manque de participation regroupent les suivantes : « maladie/handicap » (19,8 %) ; « trop occupée/engagements antérieurs » (17,4 %) ; « manque d'intérêt » (10,7 %) et « aversion pour les candidats ou les questions en jeu pendant la campagne électorale » (9,7 %). Exception faite des deux dernières réponses, il est important de noter que près de neuf femmes sur dix se sont abstenues de voter pour des raisons autres qu'un manque d'intérêt.

QUE VEULENT VRAIMENT LES ÉLECTRICES ?

Traditionnellement, on considère que les femmes s'intéressent surtout à la sécurité sociale, à l'assurance-maladie et à l'enseignement, alors que la guerre et l'économie retiennent davantage l'attention des hommes. Les trois dernières élections nationales (2002, 2004 et 2006) montrent que ces catégories ne sont plus pertinentes.

Tableau 2
Sondages effectués par the polling
company,™ inc. après les élections de
2004 et de 2006

Lorsque vous avez décidé pour qui voter, quelle a été la question la plus importante pour vous ?

Question posée le soir des élections aux femmes qui avaient voté

2006	2004	
22%	16%	La situation en Irak
15%	23%	La guerre contre le terrorisme
11%	17%	La moralité/les valeurs familiales
11%	16%	L'emploi/l'économie
6%	3%	L'enseignement
6%	7%	La santé/l'assurance-maladie pour les personnes âgées/les médicaments délivrés sur ordonnance
5%	3%	La fiscalité
5%	N/A	L'avortement
4%	N/A	L'immigration
2%	2%	L'environnement

En 2004 et en 2006, les femmes ont confié aux enquêteurs que c'étaient des questions traditionnellement « non féminines » qui les avaient incitées à voter et qui avaient guidé leur choix. Quand on leur a demandé de choisir leur principal motif de préoccupation parmi une liste de dix sujets, elles ont invoqué en premier lieu la guerre en Irak (22 %), suivie par la guerre contre le terrorisme (15 %). Les questions de moralité et de valeurs familiales, comme celles liées à l'emploi et à l'économie, ont été plébiscitées par 11 % des femmes, alors que les six autres options ont été invoquées chacune par moins de 10 % des femmes, comme le montre le Tableau 2.

Dans notre ouvrage intitulé *What Women Really Want: How American Women Are Quietly Erasing Political, Racial, Class, and Religious Lines to Change the Way We Live* (Free Press, 2005), Celinda Lake, enquêtrice démocrate, et moi-même soutenons que les femmes ne forment pas un électorat à revendications monolithiques. Au contraire, elles ont tendance à tenir compte de toute une myriade d'idées, de questions, de personnalités, d'impressions et d'idéologies avant d'arrêter leur choix. Le fait que les médias braquent exclusivement leur attention sur les dossiers qui suscitent la polémique donne l'impression que les femmes s'intéressent à une seule question le jour des élections et qu'il faut donc mettre ce thème-là en valeur pour inciter les électrices à se rendre aux urnes. En réalité, l'examen du vote des femmes montre qu'il n'en est rien.

LES FEMMES NE FORMENT PAS UN CRÉNEAU PARTICULIER

Les femmes ne forment pas un bloc monolithique face au système politique ni dans leur façon de voter. Telle électrice peut voter pour tous les candidats démocrates, telle autre pour tous les candidats



Des collégiens d'une douzaine d'années mettent dans leur bus de ramassage scolaire des boîtes contenant des pétitions. Ils espèrent forcer un référendum sur la question de l'accroissement du financement des établissements scolaires de Seattle, dans l'État de Washington.

républicains, tandis qu'une troisième pourrait faire une sélection minutieuse et choisir les candidats qui lui conviennent, indépendamment de leur parti. Au bout du compte, les électrices se posent deux grandes questions quand elles décident pour qui elles vont voter lors d'une élection présidentielle: « Est-ce que cette personne me plaît? » et « Est-ce que cette personne est comme moi? » La première question est la version classique du « test du salon ». Est-ce que j'ai envie de voir cette tête-là à la télévision chez moi, dans mon salon, pendant quatre ans, voire huit? La deuxième relève d'une démarche plus complexe par laquelle les femmes tentent de déterminer si un candidat a les mêmes préoccupations, les mêmes valeurs, les mêmes difficultés, les mêmes craintes qu'elles.

Il est impossible de séparer le vécu et les attitudes des Américaines en fonction du clivage classique entre républicains et démocrates. Comme les femmes ne laissent pas leur idéologie politique prendre le dessus lorsqu'elles vont voter, les personnalités politiques doivent tenir compte des étapes de la vie des femmes aussi bien que de leurs catégories démographiques. La division *Woman Trend* de mon institut de sondage a souvent recours au concept des Trois visages d'Ève pour expliquer qu'une femme de 48 ans pourrait avoir trois vies très différentes. Elle pourrait, ainsi, être ouvrière et grand-mère, ou célibataire sans enfants exerçant une profession libérale, ou encore mariée et mère de deux jeunes enfants. Stricto sensu, elles appartiennent toutes les trois à la même catégorie d'âge et de sexe, mais leur vécu diffère considérablement, ce qui fait qu'elles ont chacune sa perspective sur la situation actuelle. La politique n'est pas une catégorie isolée pour les femmes; au contraire, c'est un domaine de grande envergure dans lequel les femmes transfèrent leur vécu, leurs besoins, leurs attentes.

Voici quelques catégories de femmes à observer en 2008:

- Les chefs d'entreprise: les femmes sont propriétaires d'environ 10,4 millions d'entreprises aux États-Unis et elles emploient plus de 12,8 millions d'Américains. Si 75 % de toutes les entreprises des États-Unis n'ont pas d'employés, c'est 81 % de toutes les entreprises dont le propriétaire est une femme qui se passent de salariés. Ces entreprises progressent régulièrement deux fois plus vite que l'ensemble des entreprises du pays.
- Les célibataires: les Américaines se marient plus tard qu'avant, non faute de choix, mais précisément parce qu'elles ont des choix. À l'heure actuelle, 49 % de toutes les femmes de plus de 15 ans sont

célibataires, et plus de la moitié de ces femmes célibataires (54 %) sont âgées de 25 ans à 64 ans.

- Les futures mamans: maintenant que les femmes entrent dans le monde du travail plus nombreuses que jamais et qu'elles sont aussi plus nombreuses que jamais à repousser l'échéance de la maternité, on trouve moins de femmes qui approchent de la trentaine ou l'ont un peu dépassée auxquelles on peut coller l'étiquette de «femmes mariées et mères de famille».

Tableau 3
Selon vous, quel est le meilleur moyen d'influer sur la politique?
(choisir une réponse seulement)

54 %	Voter
9 %	Travailler bénévolement pour la campagne d'un candidat
8 %	Soutenir une cause
7 %	Écrire une lettre ou un courrier électronique à une personnalité élue
7 %	Faire jouer son réseau social d'amis et de membres de sa famille
4 %	Briguer un poste électif
3 %	Donner de l'argent à l'appui de la campagne d'un candidat

- « Seniors-juniors »: les femmes âgées de 50 à 64 ans, dont beaucoup ont des enfants sous leur toit, sont bien déterminées à toucher leurs prestations et à vivre longtemps (la quête de la fontaine de jouvence); elles sont pragmatiques et sophistiquées.

- Les minorités: les minorités forment aujourd'hui le tiers de la population des États-Unis, et elles sont majoritaires dans quatre États, cinq autres devant leur emboîter le pas d'ici à 2025. La population hispanique est sur le point d'exercer une influence inégalée sur la population des États-Unis, mais l'augmentation des électeurs d'origine asiatique n'est pas à négliger non plus.

- La «génération Y»: comme le montre le Tableau 3, un sondage effectué pour *Lifetime Television* par l'institut de sondage *the polling company,™ inc.*, et *Lake Research Partners* a révélé que la majorité (54 %) des femmes de la génération Y (celles nées depuis 1979) sont convaincues que l'exercice du droit de vote est le meilleur moyen d'influencer la politique. En outre, près de la moitié (42 %) ont exprimé l'avis

qu'en faisant don de leur temps ou de leur argent elles pouvaient le mieux venir en aide aux moins fortunés qu'elles. Parmi les six autres options qui leur étaient proposées, 2 % seulement ont dit que le fait de jouer un rôle actif en politique était le meilleur moyen d'atteindre cet objectif. Les autres choix étaient les suivants: «être une bonne personne» (16 %), «aider à combattre la violence et les agressions sexuelles contre les femmes» (9 %), «préserver l'environnement» (8 %) et «défendre mon pays et contribuer à sa sécurité en m' enrollant dans les forces armées» (4 %).

Quand une femme affirme avec irritation qu'elle «n'aime pas la politique», c'est comme si elle disait qu'elle ne se soucie pas de savoir qui est responsable de l'administration des écoles publiques ni ce qui y est enseigné, ni de connaître les modalités et le financement de l'accès aux soins de santé, ni de savoir si son pays vit dans la sécurité et la prospérité ni s'il est concurrentiel au plan mondial. De toute évidence, ce n'est pas cela qu'elle veut dire. La politique et la gouvernance sont les véhicules par le biais desquels s'accomplissent les changements dans ces domaines, mais ils ne sont pas nécessairement le prisme à travers lequel les femmes envisagent ces questions.

L'HORIZON 2008

Qu'est-ce que les candidats aux élections présidentielles de 2008 peuvent attendre des électrices? La variable dans cette élection pourrait bien être la présence d'une femme parmi les candidats: la question n'est plus de savoir si une femme accèdera à la présidence, mais quand. On est aujourd'hui sorti du cadre de l'hypothèse pour s'interroger sur une candidate en chair et en os, en l'occurrence Hillary Rodham Clinton.

Cela dit, l'histoire prouve que les femmes ne votent pas nécessairement pour d'autres femmes. Si c'était le cas, les sénatrices Elizabeth Dole ou Carol Moseley-Brown auraient obtenu l'investiture de leur parti quand elles ont manifesté de l'intérêt pour la question en 2000 et en 2004 respectivement, puisque les femmes sont majoritaires dans l'électorat. La course à la présidence diffère des élections précédentes en ce sens qu'elle se caractérise par un certain nombre de «premières»: une femme, un Afro-Américain, un mormon et un Hispanique sont tous bien placés pour obtenir l'investiture de leur parti.

La loyauté envers le parti éclipse l'identification au

sexe, comme le révèle un sondage de Newsweek publié en juillet 2007 et selon lequel 88 % des hommes et 85 % des femmes se sont dits prêts à voter pour une femme qui obtiendrait l'investiture de son parti et qui posséderait les qualifications requises. En revanche, le « facteur féminin » ne suscite pas autant d'enthousiasme quand on demande aux Américains de juger leurs concitoyens. Seulement 60 % des hommes et 56 % des femmes estiment que le pays est prêt à accepter une femme à la présidence. S'agissant de la carte raciale, les électeurs hésiteraient moins à voter pour un candidat afro-américain qualifié qui aurait été désigné par son parti : 92 % des blancs et 93 % des non-blancs se disent prêts à voter en ce sens. Mais là encore, les électeurs sont moins nombreux à penser que le pays est prêt à accepter un président afro-américain. Seulement 59 % des électeurs blancs et 58 % des électeurs non blancs estiment qu'un président noir pourrait être élu. Lorsqu'ils participent à un sondage d'opinion, il arrive parfois que les électeurs transfèrent leurs attitudes et leurs préjugés sur leurs amis et les membres de leur famille et de leur communauté de façon

à réaffirmer leur position tout en dissimulant leurs propres convictions ou ce qu'ils savent être une position « inacceptable » ou « impopulaire ». Une mise en garde s'impose en ce sens que l'opinion des électeurs pourrait être influencée par le fait qu'en 2007 un Afro-Américain et une femme comptent parmi les grands candidats en lice. Toute opposition à un « Afro-Américain » ou à « une femme » pourrait signaler une aversion pour un candidat en particulier.

Si le champ de la course à la Maison-Blanche est grand ouvert pour la première fois depuis des dizaines d'années (cela fait quatre-vingts ans que ni le président en exercice ni son vice-président ne sont en lice), une chose est en tout cas certaine : comme c'est le cas depuis 1980, les femmes formeront la majorité des électeurs qui donneront un nouvel occupant au Bureau ovale. ■

Les opinions exprimées dans le présent article ne reflètent pas nécessairement les vues ni la politique du gouvernement des États-Unis.

La couverture de la campagne électorale vue d'un car de la presse

Jim Dickenson



© Reuters/Jim Bourg

Des membres de la presse filment, photographient et interrogent le candidat à bord de l'autocar de la presse, durant une tournée dans l'Iowa, en janvier 2004.

Un journaliste politique chevronné partage son observation personnelle de la vie d'un candidat à la présidence en campagne électorale et décrit le rôle joué par la presse pour transmettre au public américain le message de ce dernier. Les journées sont longues et fertiles en événements. Le personnel et les conseillers du candidat sont des relations qu'il convient de cultiver car ils peuvent être des sources précieuses d'information. Bien que les étapes de la campagne soient souvent routinières, le journaliste professionnel doit constamment être prêt à faire face à toute nouvelle ou tout événement imprévu. Jim Dickenson est un ancien journaliste politique du Washington Post maintenant à la retraite.

Le dernier acte d'une longue journée de campagne électorale est la distribution à tout le monde – membres de la presse, collaborateurs et conseillers

du candidat – du programme chargé du lendemain, surnommé la « bible », qui nous est remis à notre descente d'avion ou glissé sous la porte de notre chambre d'hôtel. Une journée typique commence de la façon suivante :

- 6 h 15. Les bagages sont déposés à la réception de l'hôtel.
- 7 h 15. Les journalistes prennent le car pour le restaurant, pour un petit-déjeuner à 8 heures avec des représentants de la Chambre de commerce et du Rotary Club.
- 7 h 45 Le candidat est interviewé pendant cinq minutes par Joe Smith, journaliste de la station KXYZ.
- 7 h 50. Départ de KXYZ pour le restaurant.
- 9 heures Départ du restaurant pour l'aéroport de Houston.

Et ainsi de suite – toute une série d'événements et de déplacements durant la journée. La réunion avec la Chambre de commerce et le Rotary signifie du moins que nous n'avons pas à nous demander si nous aurons le temps de prendre le petit-déjeuner au café de l'hôtel. (Une règle inflexible de la campagne: mangez chaque fois que l'occasion se présente car le programme risque de vous amener à sauter un repas). L'équipe de journalistes de KXYZ nous remettra un rapport écrit sur ce qui a été dit et fait au restaurant. Cette équipe est utilisée pour les événements auxquels des contraintes d'espace, de temps et d'autres considérations ne permettent pas à l'ensemble de la presse d'assister. Elle comprend généralement un journaliste d'un quotidien, de la télévision, d'un périodique et d'une agence de presse (Associated Press ou Reuters) et nous faisons partie à tour de rôle de cette équipe.

La « bible » est un document soigneusement détaillé rédigé par le personnel de la campagne pour permettre à tout le monde de planifier sa journée: chaque journaliste a en effet des priorités et des projets différents. Quels semblent être l'événement marquant, la source probable de nouvelles de la journée? Le temps prévu pour rédiger et transmettre les nouvelles est-il inclus dans le programme et aux endroits qui conviennent? Nous avons, pour la plupart, des délais à respecter en raison de la géographie et des horaires de production particuliers à notre organisation. Y a-t-il un événement sur lequel je puisse faire l'impasse de façon à rejoindre les collaborateurs du candidat auxquels j'ai besoin de parler pour une analyse de fond à laquelle je travaille?

Une campagne présidentielle américaine est un ballet complexe mettant en jeu un grand nombre de personnes. Pour tous ceux qui y participent, il s'agit également d'un long processus épuisant, plus exténuant pour certains que pour d'autres. Un candidat dont les sondages le classent troisième, quatrième ou cinquième aux élections primaires, par exemple, essaiera de grouper davantage d'activités dans la journée, en particulier dans deux États qui, malgré leur petite taille, revêtent une importance cruciale, l'Iowa (premiers *caucus*, ou rassemblements électoraux) et le New Hampshire (premières élections primaires) où la politique « au détail », c'est-à-dire le contact face-à-face avec les électeurs, est non seulement indispensable mais escompté.



Des cadreur filment un autocar de la campagne à son arrivée à Davenport (Iowa), en octobre 2004.

© AP Images/Robert F. Bukaty

LA PRÉPARATION DE LA CAMPAGNE

Bien avant de prendre place dans l'avion de la campagne, j'ai procédé à des recherches sur le personnel qui accompagne le candidat. Qui sont les conseillers payés, les experts des médias et les sondeurs? Qui sont les conseillers non rétribués et officieux qui, en tant qu'anciens fonctionnaires, militants ou spécialistes politiques, exercent une grande influence?

Je me suis également imprégné de la stratégie de la campagne. Combien d'efforts seront-ils déployés dans les États où ont traditionnellement lieu les premières élections primaires comme l'Iowa, le New Hampshire et la Caroline du Sud? Comment la campagne réagira-t-elle à la nouvelle « super-journée » des primaires du 5 février 2008 qui auront lieu simultanément dans tant d'États – notamment des États très importants comme le New York, la Californie et la Floride – et qui pourraient déterminer, ce jour-là, le candidat à la présidence désigné des deux principaux partis, soit neuf mois avant le jour de l'élection? Dans quels États le candidat est-il fort et dans quels États est-il faible? Dans quelles circonscriptions de chaque État les différents candidats sont-ils forts ou faibles? Tous ces détails sont des composantes de la décision politique la plus importante que prennent les Américains – le choix d'un président.

Nous autres journalistes jouons un rôle majeur dans le processus électoral. En raison de l'influence déclinante des partis politiques et de la montée correspondante en importance des élections primaires, les médias sont



© AP Images/Stephan Savoia

Après avoir annoncé sa candidature à la présidence, le sénateur John McCain voyage avec son épouse et son personnel dans l'autocar de sa campagne, de Portsmouth à Concord (New Hampshire), en avril 2007.

devenus les premiers à passer les candidats au crible. Notre rôle est d'évaluer leur politique, leurs caractéristiques personnelles telles que leur intelligence, leur caractère, leur honnêteté, leur discernement, leur sens de l'organisation, leur force de persuasion et leurs aptitudes pour la présidence, afin d'aider les électeurs à prendre des décisions fondées sur la connaissance des faits dans cette question vitale. Nous prenons ce rôle très au sérieux depuis la publication de *The Making of the President 1960* (Comment on fait un Président, 1960), l'ouvrage célèbre de Théodore White consacré à la campagne présidentielle victorieuse de John Kennedy contre Richard Nixon.

TRAVAILLER AVEC LES SOURCES

Cultiver le personnel et les consultants qui peuvent être de bonnes sources d'information est une priorité pour le journaliste politique. Il s'agit d'un exercice suivi qui consiste à évaluer leur caractère, à leur faire la cour et à faire preuve de diplomatie. Le problème fondamental est d'identifier les sources qui savent vraiment ce qui se

passé dans la campagne et qui le partageront avec vous, une combinaison rare, à la fois durant la campagne et dans le Bureau ovale (à la Maison-Blanche). Les consultants professionnels de l'extérieur sont souvent plus utiles que le personnel fidèle chevronné parce qu'ils savent qu'ils participeront vraisemblablement, comme moi, à d'autres campagnes et que nous avons besoin les uns des autres.

J'évalue également les conseillers non rétribués qui ont un intérêt politique national plutôt qu'un investissement professionnel ou personnel dans la campagne. Au cours d'une campagne démocrate, je m'étais lié d'amitié avec un militant politique génial, vétéran des courses des Kennedy à la présidence. Nous avons dîné ensemble à deux reprises pendant la tournée et partagé un verre plusieurs fois au bar. À un moment donné, il décida qu'il ne pouvait plus supporter les fourvoiements et fautes de calcul de la campagne. Convaincu qu'il pouvait compter sur moi pour relater convenablement les faits et protéger son identité, il me fit un excellent compte rendu suivi de la campagne sans attribution, ce qui voulait dire que je pouvais utiliser les



Avec l'aimable autorisation de Jim Dickenson

L'auteur, Jim Dickenson (à gauche), et le rédacteur Lionel Linder, au *National Observer*, 1972.

informations qu'il me donnait mais ne pouvais ni le citer nommément ni l'identifier. Il en résulta certaines des meilleures analyses d'une campagne de ma carrière. En 1988, je travaillais au *Washington Post* et couvrais Al Gore, alors sénateur, lors des élections primaires dites du *super-mardi* dans lesquelles plusieurs États du Sud tenaient simultanément leurs primaires dans le but d'accroître l'influence de leur région sur l'investiture du candidat à la présidence. (M. Gore s'y défendit bien mais n'avait pas les ressources suffisantes pour les élections primaires qui eurent lieu par la suite dans les États du Nord). M. Gore fit un arrêt dans un hôpital du Tennessee, son État, qui avait une nouvelle aile ultramoderne pour les enfants malades. Bill Clinton, qui était à l'époque gouverneur de l'Arkansas, nous y rencontra et je décidai de renoncer à la visite de l'hôpital pour l'interviewer. J'avais appris, au cours de conversations précédentes, que Clinton était un excellent analyste politique et qu'il était accessible: cette interview s'avéra extrêmement productive. Je m'étais couvert en m'entendant avec un collègue travaillant pour un journal non concurrent du Midwest pour lui donner des détails sur ma conversation avec Clinton en échange de son compte rendu de la visite de l'hôpital.

S'ATTENDRE À L'INATTENDU

La « bible » détaille les activités prévues mais ne peut anticiper les mille et un événements fortuits qui surgissent invariablement. Je dois toujours être prêt à réagir à l'imprévu, ce qui est d'ailleurs la définition même du

journalisme. De nouveaux événements en Irak, de nouvelles mesures au Congrès sur l'immigration ou sur les soins médicaux, tel candidat qui abandonne les primaires de son parti à cause de problèmes financiers, etc.

Ces coups de théâtre sont souvent les bienvenus simplement parce que les journalistes et rédacteurs en chef sont fatigués des tournées ou des discours du candidat. Ces discours sont répétés à chaque réunion devant de nouveaux auditoires admiratifs mais ils incitent les journalistes à rechercher constamment de nouveaux articles ou de nouvelles

analyses. Dans une campagne, cependant, j'avais rédigé et transmis ce que je considérais comme un article excellent dans lequel les événements principaux de la journée illustraient merveilleusement la position du candidat sur ses trois thèmes principaux. J'étais très fier de mon article et l'avais transmis bien avant l'heure limite. À la prochaine étape cependant, mon candidat souligna que son rival l'avait inaugurée par une affirmation contestable, à savoir que le gaz carbonique émis par les feuilles des arbres était responsable de la brume et du smog dans les régions montagneuses de l'Est des États-Unis, déclenchant ainsi un débat d'importance critique sur sa politique de l'environnement. Il nous fallut travailler d'arrache-pied, les deux jours suivants, pour en rendre compte et mes efforts littéraires assidus des jours précédents furent oblitérés par ce que je considérais comme une question absurde.

Avec la nouvelle technologie des ordinateurs portables, des Blackberries, des téléphones portables, etc., nous sommes de plus en plus en mesure d'anticiper les événements, même en déplacement. Nous pouvons suivre les agences de presse et les sites Internet des autres journaux. Nous n'avons pas besoin de courir après le personnel ou les conseillers des candidats pour obtenir leur réaction aux nouvelles de dernière heure parce qu'ils nous devancent généralement par l'envoi d'un courriel. Transmettre un article avant l'heure limite pendant une tournée pouvait être difficile avant les ordinateurs et les modems mais, à présent, les communications avec le service des informations des journaux sont généralement constantes et instantanées grâce aux téléphones portables,

à l'accès sans fil à l'Internet et aux modems ultrarapides pour transmettre et recevoir sur nos ordinateurs portables des articles, des notes de service et des documents de base. La nouvelle technologie, notamment les télécommunications par satellite, facilite également la tâche des équipes de télévision dont le problème consistant à faire parvenir à temps à leur siège les films et bandes magnétiques pour les informations du soir était naguère un cauchemar logistique quotidien.

La nouvelle technologie entraîne cependant davantage de travail. On s'attend à ce que les journalistes des agences de presse qui ont un site Internet et des stations de radio transmettent tout au long de la journée les dernières nouvelles. Et, pour des raisons techniques qu'aucun d'entre nous n'a jamais comprises, dans les deux grands quotidiens où j'ai travaillé, le *Washington Star* et le *Washington Post*, le dernier délai de transmission pour la première édition a été avancé d'une heure: 19 heures au lieu de 20 heures, lorsque ces journaux ont été informatisés. Cela veut dire aussi que le service des informations peut facilement vous joindre avec des idées d'articles parfois stupides.

C'est une existence passionnante, à condition de ne pas faiblir, une vie faite pour les personnes jeunes et fortes qui peuvent travailler seize heures par jour et ne dîner qu'à onze heures du soir. Quand j'étais jeune et macho (jusqu'à l'âge de 50 ans), je considérais cela comme un défi stimulant.

L'une des remarques les plus fréquentes que me faisaient les gens, quand ils apprenaient que j'étais journaliste, était la suivante: « Ça a l'air intéressant. Vous devez apprendre quelque chose de nouveau tous les jours. » Je répondais par l'affirmative, tout en me disant en moi-même, « ah, si seulement vous saviez... » ■

Les opinions exprimées dans cet article ne reflètent pas nécessairement les vues ou la politique du gouvernement des États-Unis.

Les sondages politiques

Pourquoi on ne peut pas s'en passer

John Zogby

Depuis les années 1960, le nombre des sondages d'opinion a considérablement augmenté. Dans l'article ci-après, John Zogby, spécialiste renommé en sondages, se propose non seulement d'évaluer l'attitude de la population envers les candidats qui briguent un poste électif, mais aussi de révéler les valeurs et les sentiments des électeurs face aux grandes questions du jour. John Zogby est président de l'institut de sondage Zogby International, qui a son siège à Utica, dans l'État de New York, ainsi qu'un bureau à Washington, à Miami et à Dubaï. Depuis 1984, cet institut prend le pouls de l'opinion publique en Amérique du Nord, en Amérique latine, au Moyen-Orient, en Asie et en Europe.



Alfonso Martinez profite de faire le plein dans une station-service de Santa Fe, au Nouveau-Mexique, pour s'inscrire sur les listes électorales.

© AP Images/Jeff Geissler

Ma vie, je la gagne en posant des questions; alors, en voici quelques-unes: quel sens faut-il donner aux sondages d'opinion quand ils sont effectués des mois et des mois avant une élection? Ont-ils une valeur prédictive ou font-ils simplement fonction de baromètre? Avec toute l'encre que fait couler le réchauffement de la planète, les Américains (et ceux qui suivent les élections aux États-Unis) sont-ils victimes d'une « surchauffe » de sondages? Y a-t-il, vraiment, surabondance de sondages? En fait, peut-on se passer des sondages d'opinion? Je vais tenter de répondre à chacune de ces questions.

Quel sens faut-il donner aux sondages d'opinion quand ils sont effectués des mois et des mois avant une élection? Ont-ils une valeur prédictive ou font-ils simplement fonction de baromètre?

La métaphore la plus apte pour faire comprendre la valeur des sondages si tôt dans la campagne électorale est celle de la personne qui veut maigrir d'ici à novembre 2008. Devrait-elle s'abstenir de se peser pendant

des mois ou au contraire tenter de mesurer ses progrès à intervalles réguliers? La plupart des gens qui veulent perdre du poids sont comme les professionnels et les « accros » de la politique: ils veulent avoir des informations, toujours et encore. Certes, la personne qui suit un régime n'a aucune garantie qu'elle atteindra son objectif dans les délais escomptés, mais les rapports d'étape que représentent les « pesées » lui permettent de décider s'il convient de redoubler d'efforts ou si elle peut se laisser tenter par une petite part de gâteau au chocolat.

Les sondages réalisés tôt dans la campagne fournissent des données à foison qui révèlent bien plus que le classement des candidats. Quelles sont les grandes questions du jour? Vont-elles changer ou faut-il y répondre? En outre, ces sondages prennent le pouls de la population. Celle-ci est-elle satisfaite de la direction dans laquelle le pays est engagé ou pense-t-elle qu'il fait fausse route? Ce sont là des choses importantes à mesurer. Les sondages ne font que conférer un caractère scientifique à ce que voient les candidats et à ce que ressentent les foules – la satisfaction, la rancœur, la colère, le dépit, la confiance, la méfiance, voire le désespoir.

Il est important de comprendre que les spécialistes des sondages ne se bornent pas à sonder des sentiments unidimensionnels ou des opinions éphémères sur des

sujets susceptibles d'échapper à l'entendement des électeurs. Ceux qui font bien leur métier tentent de définir les valeurs que les électeurs attachent à des questions spécifiques. Les valeurs ne changent pas du jour au lendemain. Bien au contraire, elles sont profondément ancrées et sacro-saintes. Souvent, on ressent même une attitude ambivalente à leur égard. Tel a le sentiment que la guerre en Irak va mal parce qu'elle sème inutilement la mort et la destruction – mais il ressent profondément le fait que l'honneur et l'intégrité de l'Amérique sont en jeu. C'est aux candidats et à leurs conseillers qu'il incombe de façonner les symboles et les messages qui sauront convaincre les électeurs de résoudre leurs conflits internes. C'est pourquoi les sondages sont incontournables quand on tente de déterminer les messages et les thèmes à communiquer.

Dans le même ordre d'idées, trente années d'expérience m'ont appris que les majorités comptent souvent moins dans les campagnes politiques que l'intensité des sentiments suscités par les questions clés. Penchons-nous un moment sur les grandes questions de l'élection présidentielle 2008. La guerre en Irak arrive haut la main en tête de liste. C'est le plus gros motif de préoccupation de près de trois électeurs sur cinq. Si l'opposition à la guerre provenait principalement du camp démocrate (plus de 80 %) et d'une bonne partie d'électeurs indépendants (plus de 60 %) en 2004, l'appui des républicains était à l'époque aussi intense que l'hostilité des démocrates. Du coup, le président Bush a compris que le conflit en Irak, qu'il a lié à la guerre contre le terrorisme, ne serait pas un handicap pour lui – la plupart des électeurs le jugeaient plus capable que son opposant, le sénateur John Kerry, sur ce point. En 2005, toutefois, non seulement les républicains conservateurs avaient mis un bémol à leur soutien, mais aussi une solide minorité de républicains libertariens et modérés avaient changé de camp.

La guerre contre le terrorisme, le deuxième grand dossier de notre temps, dévoile la dynamique de l'opinion publique. En 2004, convaincus à 67 % contre 24 % que

George W. Bush maîtrisait mieux la question que le sénateur John Kerry, les électeurs ont reconduit le président dans son mandat. En 2005, l'opinion publique mettait plus ou moins sur le même pied démocrates et républicains quant à leur capacité de faire front au terrorisme. Mais à l'approche de l'échéance de 2008, les démocrates ne sont pas près de devancer les républicains sur ce point parce que les électeurs ne les soutiennent pas avec l'intensité qui serait nécessaire à leur victoire... du moins, pas pour le moment.

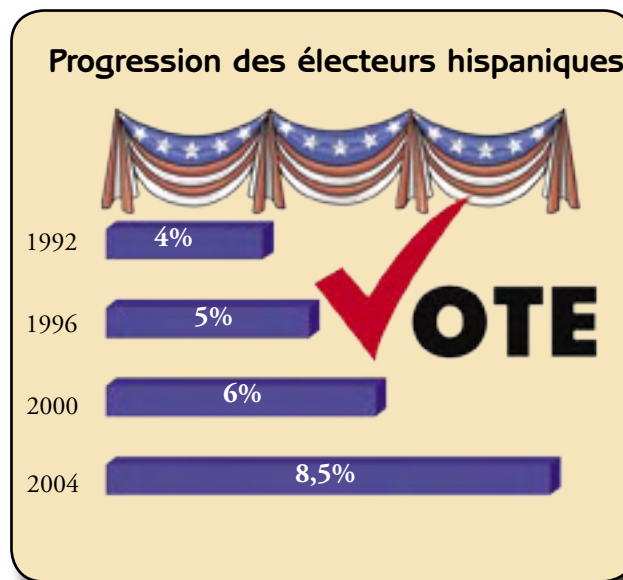
Au cours des derniers cycles électoraux, c'étaient les mots « Dieu, armes à feu et homos » qui faisaient rage. Les républicains pourraient bien voir ce terrain leur échapper parce que les électeurs s'intéressent davantage à d'autres questions, dont l'Irak et l'assurance-maladie, qui

déclenchent un sentiment d'insécurité, de colère et de frustration – et, partant, des émotions particulièrement intenses.

Le dossier qui s'annonce brûlant dans la perspective des élections de 2008, c'est celui de l'immigration. Les Américains sont hostiles à l'immigration illégale, mais il leur semble juste de donner aux immigrants déjà présents aux États-Unis la possibilité de se faire

naturaliser. Ils veulent durcir les contrôles aux frontières, mais ils ne veulent pas dépenser des centaines de millions de dollars à ériger une clôture entre les États-Unis et le Mexique. Pour autant, comme dans le cas de la guerre en Irak, plus que les majorités favorables ou hostiles à telle ou telle mesure, c'est la profondeur du soutien ou de l'opposition d'un petit nombre d'électeurs qui donne le ton. Ici encore, les républicains sont dans une situation difficile.

Les candidats républicains à la présidence et au Congrès se trouvent pris entre deux feux : d'un côté, les électeurs les plus bruyants et les plus conservateurs s'opposent à toute tentative visant à régulariser la situation des sans-papiers, tandis que de l'autre les électeurs hispaniques sont de plus en plus nombreux à bouder la construction d'un mur le long de la frontière





© AP Images

John Zogby, grand spécialiste des sondages à l'échelle internationale, explique à un parterre d'auditeurs d'Oklahoma City le rôle de plus en plus important que jouent les électeurs hispaniques dans la campagne électorale de 2008.

sud. Les chiffres sont révélateurs : les Hispaniques représentaient 4 % de 92 millions d'électeurs en 1992, 5 % de 95 millions en 1996, 6 % de 105 millions en 2000 et 8,5 % de 122 millions en 2004. Et en tant que pourcentage de l'électorat américain, ils continuent de progresser plus vite que l'ensemble de la population. Quand il a recueilli 40 % du scrutin de la communauté hispanique en 2004 (soit 5 points de pourcentage de plus qu'en 2000), le président Bush a capturé une part beaucoup plus grande d'un gâteau beaucoup plus grand. En grande partie à cause du dossier de l'immigration (auquel il faut ajouter l'Irak et l'économie), la part du scrutin qu'ont capturée les républicains aux élections parlementaires de 2006 est tombée à 28 %. Les républicains ont essayé un cinglant camouflet. Les sondages effectués au tout début du cycle électoral de 2008 les montrent mal placés dans la communauté hispanique – c'est dire à quel point la question de l'immigration les plonge dans l'embarras.

La prolifération des sondages est-elle un bien ou un mal ?

Dans les années 1960, l'univers des sondages se limitait aux organisations Gallup et Harris. Dix ans plus tard, les principaux réseaux de télévision travaillaient en équipes avec les grands journaux. En 1992, les grands instituts de sondage se comptaient encore sur les doigts d'une main. La raison d'être des sondages réalisés par les médias et des organismes indépendants coulait de source : c'était un moyen d'éviter que des candidats malhonnêtes

ne puissent se prévaloir d'un soutien dont ils ne jouissaient pas, sondages fictifs à l'appui ; l'existence de résultats officiels, dignes de foi et indépendants évitait ainsi d'induire en erreur le public et les donateurs potentiels.

L'explosion des réseaux câblés d'information et d'autres médias s'est accompagnée de la prolifération de sondages d'opinion publique. On dénombrait au moins une bonne vingtaine d'instituts indépendants dans le domaine public en 2006, et leur nombre va croissant. Dès lors, la question qui se pose, c'est celle de savoir si les nouveaux organes d'information et organismes de sondage sont trop nombreux. Dans l'état actuel des choses, les Américains semblent apprécier les uns et les autres. Ils veulent ressentir un sentiment d'appartenance, savoir si leurs vues coïncident avec celles du courant principal de l'opinion publique ou, au contraire, si elles sont marginales, et être en mesure d'évaluer la popularité de leur candidat dans l'ensemble de la population – et pas seulement dans leur petit monde composé de leur famille, de leurs amis et de leur quartier, avec ses salons de coiffure et ses petits magasins.

Cela dit, la multiplication des sondages d'opinion entraîne des responsabilités supplémentaires pour les enquêteurs, le public et les médias. Les gens du métier ont l'obligation morale de rappeler aux Américains à quoi servent les sondages – et ce à quoi ils ne servent pas. On entend constamment dire qu'on « fait des prévisions » à chaque fois qu'on rend publics nos résultats, quand en fait on se contente de saisir sur le vif un moment précis dans le temps, de lire les résultats affichés sur un compteur, en quelque sorte, de prendre note des progrès réalisés. Il peut se passer un tas de choses entre la réalisation d'un sondage et la tenue d'une élection, même si le sondage est effectué la veille du scrutin.

Du reste, les sondages ne sont pas parfaits. On n'interroge pas chaque individu qui fait partie de l'univers désigné de la population : on procède par échantillons. Dès lors, le risque d'une erreur d'échantillonnage est forcément présent (sans compter que d'autres facteurs sont également sources d'erreurs). La plupart des instituts de sondage intègrent une marge d'erreur de trois points de pourcentage dans un sens ou dans l'autre, ce qui signifie que l'écart peut être de six points. Si un sondage donne le candidat A gagnant avec 53 % des intentions de vote, contre 47 % pour le candidat B, cela signifie que le premier pourrait recueillir jusqu'à 56 % des voix ou simplement 50 %, tandis que le second pourrait obtenir un maximum de 50 % ou 44 % au bas mot. En d'autres termes, les candidats pourraient être au coude à coude.

On peut dire si une élection sera serrée ou non, mais on ne peut pas en prédire le résultat ; tout au plus peut-on avoir un pressentiment en analysant nos résultats. Mais cela a plus valeur de jeu que de prédiction.

Le public doit faire preuve d'une bonne dose de scepticisme face aux sondages. Ce sont des outils très utiles pour comprendre la dynamique d'une élection, et à ce titre il ne faut pas les rejeter. En règle générale, nos résultats sont très fiables. Mais en 2000, quand les sondages effectués par mon institut (comme ceux de *CBS News*) suggéraient une toute petite marge de victoire pour le vice-président Al Gore alors que d'autres sondages donnaient le président George W. Bush gagnant par deux ou trois points de pourcentage, nous disions en fait tous la même chose.

En conclusion, les médias – en particulier le secteur de la diffusion radiophonique et télévisée – doivent non seulement mieux expliquer les erreurs d'échantillonnage, le libellé des questions et les autres sources de limitation possible des sondages, mais aussi présenter les résultats dans leur contexte, notamment en précisant les facteurs (manifestations, discours, etc.) qui pourraient avoir influencé les répondants.

Peut-on se passer des sondages ?

Pour ma part, il n'en est pas question. Apparemment, il en va de même pour les professionnels et les observateurs de la politique. Les sondages assument une fonction importante, celle qui consiste à révéler les pensées les plus intimes, les sentiments, les préjugés, les valeurs et les comportements de tous les éléments qui font partie du paysage politique. J'ai fini par comprendre, après tant d'années, que considérés individuellement les Américains peuvent être mal informés, indifférents et dans l'erreur, mais collectivement ils sont toujours suffisamment informés et ils se trompent rarement quand ils participent à un sondage d'opinion.... ou, au bout du compte, quand ils votent. ■

Les opinions exprimées dans le présent article ne reflètent pas nécessairement les vues ni la politique du gouvernement des États-Unis.

Un nouveau départ

Un entretien avec Charlie Cook et Jerry Hagstrom



© CORBIS/epa/Shawn Thew

Les électeurs font la queue pour voter dans les élections de mi-parcours à Alexandria (Virginie) le mardi 7 novembre 2006.

L'élection présidentielle américaine de 2008 est inhabituelle car ni le président ni le vice-président sortants ne se présentent au plus haut poste du pays. Dans une interview avec Michelle Austein, correspondante du Bureau des programmes d'information internationale, deux experts discutent ce phénomène et examinent ce que nous réserve la saison électorale 2008. Charlie Cook est éditeur et rédacteur du Cook Political Report et Jerry Hagstrom est chroniqueur spécialisé au National Journal.

Question : Pouvez-vous nous dire pourquoi les Américains et le public international s'intéressent déjà tellement à la course à la présidence de 2008 et pourquoi elle semble tellement différente des précédentes ?

Cook : C'est la première fois en quelque quatre-vingts ans que ni le président en exercice ni le vice-président ne se présentent. C'est vraiment extraordinaire d'avoir une élection aussi ouverte. D'habitude, d'un côté, le président

ou le vice-président en exercice obtient facilement l'investiture de son parti – ou, au maximum, deux candidats de ce parti s'affrontent – et de l'autre il y a une multitude de candidats. Cette fois-ci, il y a un grand nombre de candidats des deux côtés. On n'a jamais vu ça.

Hagstrom : Je pense que c'est une course à la fois divertissante et importante pour les observateurs étrangers. Et il est important de la suivre dès le début parce qu'il n'est pas évident qui seront les candidats ni, évidemment, qui l'emportera.

Q : Les candidats ont commencé à collecter des fonds plus tôt que lors des élections précédentes. Cela s'explique en partie par le fait qu'aucun élu sortant ne se présente. Mais y a-t-il d'autres raisons ?

Cook : Il est de plus en plus difficile de toucher les électeurs. Il y a 20 ou 30 ans, il n'y avait que trois chaînes de télévision et on pouvait toucher pratiquement tout le



© AP Images/Alan Diaz

Le sénateur Barack Obama et la sénatrice Hillary Clinton, candidats démocrates à la présidence, lors du débat démocrate primaire à Coral Gables (Floride) en septembre 2007.

monde comme cela. Aujourd'hui, avec la télévision par câble et par satellite et des centaines de chaînes, et avec tout un tas d'autres distractions, il est plus difficile de toucher les électeurs; il est plus difficile de faire passer le message.

Hagstrom : Il y a des années, les candidats faisaient campagne lors de grandes manifestations, ou dans de grandes usines et ils attiraient beaucoup de monde. Aujourd'hui, cela n'est plus possible. Il faut comprendre que les Américains travaillent dans des bureaux; ils ne vont plus aux grandes manifestations. Alors il faut les toucher par l'intermédiaire de la télévision et de la radio et la publicité coûte cher.

Cook : Aux États-Unis, les gens votent pour un candidat – une personne – et non pas pour le parti. Cela demande plus d'argent que lorsque l'on a une forme parlementaire de gouvernement.

Hagstrom : Nous avons un système d'élections primaires pour choisir nos candidats; cela signifie qu'un candidat peut venir de n'importe où. Il n'a pas besoin d'être bien connu dans le parti depuis longtemps pour obtenir la nomination, mais il faut de l'argent, du temps et du personnel pour toucher les membres du parti avant la primaire.

Q : Cette année, les candidats semblent être plus divers que jamais dans l'histoire américaine. Pourquoi pensez-vous que cela arrive cette année et croyez-vous que cela va créer un précédent pour les futures élections ?

Hagstrom : Je pense qu'une raison réside dans le fait que la société a évolué; elle est beaucoup plus diverse et plus ouverte à la diversité. Il y a 20 ou 30 ans, il aurait été très difficile pour [ces candidats] d'être pris au sérieux.

Cook : Plus tôt cette année, un sondage Gallup a montré que 94 % des Américains étaient prêts à voter pour un candidat afro-américain qualifié et que 88 % étaient prêts à voter pour une candidate qualifiée. Ces statistiques auraient été impensables il y a 12, 16 ou 20 ans. Notre pays est plus divers qu'il ne l'était et il accepte plus la diversité qu'il ne le faisait. Oui, des femmes se sont déjà présentées et des Afro-Américains ont été candidats à la présidence mais ils n'avaient pas la moindre chance. Cette fois-ci, ils se présentent et ils ont une vraie chance et cela en dit long sur les changements dans la société américaine.

Q : Aux États-Unis, beaucoup pensent que l'Irak va dominer la campagne. Quels vont être les autres grands sujets de la campagne ?

Cook : Je pense que l'Irak va être un facteur mais je ne suis pas certain – nous ne savons pas quelle y sera la situation à l'automne 2008. L'économie pourrait être le grand sujet. On prend enfin au sérieux l'environnement et le réchauffement climatique. C'est un sujet que certains essaient de mettre en avant depuis 20 ou 30 ans, finalement

avec succès. Mais tout bien considéré, la plupart des électeurs évaluent les candidats, pas les grands sujets.

Hagstrom : En dernière analyse, c'est le tempérament du candidat qui importe dans une course à la présidence. Les électeurs votent pour la personne en qui ils ont confiance.

Q : De nombreux États ont avancé la date de leur primaire. Il semble que beaucoup d'entre eux vont avoir des élections le 5 février. Quel impact cela va-t-il avoir sur la campagne ?

[Un candidat n'a pas besoin d'être bien connu dans le parti depuis longtemps pour obtenir l'investiture.]

Cook: Il est en fait paradoxal que beaucoup d'États aient avancé la date des élections au 5 février pour jouer un rôle, car, maintenant qu'ils sont tellement nombreux à l'avoir fait, beaucoup d'entre eux et leurs ressortissants ne feront pas une si grosse impression. Lorsque 21, 22 ou 23 États sur 50, dont certains des plus grands, votent le même jour, il est difficile pour chacun de recevoir beaucoup d'attention. Mais je pense que nous connaissons le nom des candidats sinon, après le 5 février, au plus tard une semaine après, lors de la série de primaires suivantes. Ensuite, la campagne entrera quelque peu en rémission et les gens s'intéresseront à autre chose pendant deux ou trois mois avant qu'elle ne reprenne et s'accélère jusqu'à l'élection de novembre.

Hagstrom: Jusqu'à présent, il apparaît que les réunions des comités électoraux de l'Iowa et les primaires du New Hampshire, qui se tiendront avant les primaires du 5 février, seront encore importantes et indiqueront qui les Américains préfèrent.

Q: Qu'est ce que les électeurs indécis cherchent généralement et avez-vous une idée de ce qu'ils chercheront pendant cette campagne?

Cook: Ils sont à la recherche d'une forte personnalité, ou alors d'une espèce de réconfort. C'est comme s'ils essayaient de décider qui inviter dans leur salon ou qui ils voudraient regarder à la télé pendant les quatre prochaines années. Les électeurs savent qu'ils ne sont pas au courant de nombre des problèmes auxquels le président doit faire face. C'est la personne avec laquelle ils sont à l'aise, qui va prendre des décisions sur les choses dont ils ignorent jusqu'à l'existence.

Hagstrom: Je pense, pour ce qui est de ces électeurs, qu'une question sera de voir où en est la guerre en Irak au moment de la campagne. Ce sera peut-être la grande question et peut-être que ce sera autre chose.

Q: Comment la course de 2008 à la présidence va-t-elle affecter la politique américaine?

Hagstrom: Tous les candidats démocrates ont dit qu'ils changeraient la politique en Irak alors que les candidats républicains diffèrent et ne disent pas s'ils suivront la politique mise en place par le président ou quelles modifications ils y apporteront.

Cook: Je pense que le président représente la face des États-Unis devant le reste du monde. Je crois que c'est une occasion de repartir sur de nouvelles bases.

Q: L'un d'entre vous est-il en mesure de dire si la participation électorale sera à la hausse?



Charlie Cook (à gauche) et Jerry Hagstrom au département d'État à Washington (D.C.) en juin 2007.

Photo de Sandra Bruckner

Cook: En fait, nous avons vu la participation électorale augmenter au cours des 6 ou 8 dernières années pour plusieurs raisons. On entendait les gens dire: « Peu importe qui gagne... » Mais on n'entend plus dire cela parce que, à mon avis, les gens comprennent, qu'il s'agisse du terrorisme ou de la guerre contre la pauvreté, ou encore de

l'ouragan Katrina, les gens comprennent maintenant que le président compte pour beaucoup.

On a comparé les taux de participation des électeurs américains à ceux d'autres pays, mais ces comparaisons ne sont pas justes. Aux États-Unis, il y a des élections au niveau des municipalités, des comtés, des États, des organismes fédéraux, il y a des élections primaires, des élections générales avec quelquefois un deuxième tour ou des élections spéciales. Les Américains ont à voter plus souvent que n'importe quelle autre personne au monde. Je crois qu'il y a plus de 600 000 fonctions électives dans notre pays. Les comparaisons ne sont pas justes parce que les Américains votent plus souvent que n'importe quel autre peuple au monde, ils se répartissent simplement sur un plus grand nombre d'élections différentes.



© AP Images/Bill Sikes

Les candidats républicains à la présidence (de gauche à droite) Tom Tancredo, Ron Paul, Mike Huckabee, Rudy Giuliani, Mitt Romney, John McCain, Sam Brownback, et Duncan Hunter participent, à l'université du New Hampshire à Durham, à un débat électoral en septembre 2007.

Hagstrom : Les gens se rendent compte que le gagnant est important et je pense que les électeurs seront motivés à se rendre aux urnes en grand nombre, mais cela va aussi dépendre du choix des candidats et de l'importance que la base de chaque parti va attacher à faire élire la personne qui remporte l'investiture.

Q : La technologie joue un rôle de plus en plus important dans les discussions sur les candidats, et surtout de manière informelle sur la Toile. Est-ce que vous pensez

que cela affecte la campagne des candidats?

Cook : Lorsqu'on examine les budgets globaux de campagne, on voit que la part consacrée aux nouvelles technologies a augmenté mais qu'elle reste encore très, très faible.

Hagstrom : [L'Internet] est un excellent véhicule pour organiser les partisans, c'est un excellent véhicule pour collecter de l'argent mais ce n'est pas un bon véhicule pour persuader, l'exception étant *YouTube*, le nouveau véhicule visuel sur l'Internet.

Aujourd'hui, dans chaque campagne, il y a un jeune avec sa caméra qui suit un candidat de l'opposition. On en revient à la question de la personnalité. [Les Américains] veulent voir le candidat dans un moment d'inattention, et ces moments arrivent lorsqu'il parle à un public sympathique. Alors, ce fait nouveau, de filmer tous les candidats tout le temps et d'afficher leurs bévues sur *YouTube*, est d'une certaine



© AP Images/Shane Macomber

Lors d'une soirée de partisans républicains pour l'élection présidentielle du 3 novembre 2004 à Vail (Colorado), une réaction enthousiaste à l'annonce du dernier décompte pour le Collège électoral.

Les fonctions électives

Un dicton populaire américain dit: « Il ne pourrait même pas se faire élire agent de fourrière » pour désigner quelqu'un d'absolument inéligible. L'expression est à prendre métaphoriquement parce que le poste d'employé de la fourrière est l'un des rares postes d'un gouvernement local à ne pas être électif. Si les élus locaux engagent les employés de la fourrière et évitent ainsi aux électeurs d'avoir à vérifier leurs qualifications, ces derniers ont de nombreuses autres occasions de faire connaître leurs préférences en matière d'élus locaux.

Il n'y a qu'un gouvernement fédéral aux États-Unis mais il y a aussi 50 gouvernements d'État et plus de 300 000 fonctions électives dans les gouvernements locaux (comtés, villes et municipalités) et près de 200 000 circonscriptions spéciales (scolaires, de distribution des eaux, etc.). Les électeurs américains n'ont donc pas seulement à élire le président et les membres du Congrès mais aussi des milliers d'agents des gouvernements d'État et locaux, dont les législateurs, les gouverneurs et vice-gouverneurs, les intendants, les commissaires de comté, les maires des villes et municipalités, les conseillers municipaux, les juges, les gendarmes, les magistrats, les shérifs, les juges de paix et les membres des conseils scolaires, des conseils universitaires, des comités des services publics et d'autres encore.

Parmi les postes électifs les plus bizarres, on peut citer ceux de médecin légiste (coroner), de membre d'un district d'irrigation, de membre de la commission du cimetière municipal et d'agent arboricole - la personne chargée de veiller à l'enlèvement des arbres dangereux sur les propriétés

manière très révélateur. Je ne crois pas que les électeurs pensent que c'est la seule facette du candidat, mais c'est devenu une partie importante des campagnes.

Q: Dans les élections américaines, le résultat de la course à la présidence est déterminé par le vote d'une poignée d'États clés et, d'une manière générale, on voit ces mêmes

États ciblés encore et encore par les candidats parce qu'ils peuvent voter démocrate ou républicain. Croyez-vous que cette fois-ci ce sera encore la même poignée d'États influents ou est-ce qu'il y en a de nouveaux?

Cook: Dans une large mesure, ce seront les mêmes. Lorsqu'on examine les élections de 2000 entre George W. Bush et Al Gore et celles de 2004 entre George W. Bush et John Kerry, on ne trouve que trois États dans le pays où les résultats ont été différents: Gore l'a emporté dans le Nouveau-Mexique et l'Iowa mais a perdu dans le New Hampshire alors que Kerry l'a emporté dans le New Hampshire mais a perdu dans le Nouveau-Mexique et l'Iowa. Je pense donc que ce seront en gros les mêmes États mais on voit que les démocrates commencent à gagner du terrain dans certains États du Sud-Ouest. On voit que le New Hampshire qui était un État très conservateur et pro-républicain, devient moins conservateur et plus pro-démocrate. Mais en même temps, on voit d'autres États qui deviennent moins démocrates et plus républicains, comme la Louisiane par exemple. En Virginie occidentale, qui était un fief sûr des démocrates, le vent tourne et les choses deviennent difficiles pour eux.

Hagstrom: Je m'attends à voir une bataille pour les suffrages en milieu rural. L'Amérique rurale est généralement considérée comme un territoire républicain mais elle ne l'est pas toujours et les démocrates ont bien tiré leur épingle du jeu lors des élections de 2006 pour le Congrès.

Q: Depuis 2000, les États consacrent beaucoup de temps et d'argent à examiner la manière dont ils mènent les élections. Croyez-vous que cela va affecter les taux de participation?

Cook: En 2004, le taux de participation a été supérieur à celui de 2000. Lors des deux dernières élections de mi-parcours, le taux de participation a augmenté. En tant que pays, nous ne consacrons pas beaucoup d'argent au processus d'administration des élections et de ce fait, le système a bien des imperfections. Contrairement à ce que beaucoup pensent, ce n'est pas de la fraude.

Si les Américains voulaient dépenser plus d'argent pour le décompte des voix et l'administration des élections, nous pourrions facilement avoir un système vraiment bon mais est-ce que nous le voulons aux dépens, peut-être, de l'éducation, des soins de santé, de nos responsabilités envers le monde en termes d'aide

étrangère? Dans l'ordre des choses, avoir un décompte exact des voix alors que les résultats de la majorité des élections ne font aucun doute n'a jamais été une grande priorité des gens pour ce qui est de l'utilisation de leur argent.

Hagstrom : Une des raisons pour lesquelles on entend tant d'histoires sur les variations dans les élections est qu'elles sont menées par les États. Le gouvernement fédéral n'intervient que s'il y a des problèmes majeurs. Il s'ensuit qu'il y a de grandes variations d'un État à l'autre et d'un comté à l'autre.

Il y a un autre facteur : notre héritage de ne pas permettre aux Afro-Américains de voter dans les États du Sud. Et personne ne veut revenir à un système où le droit de vote est restreint. L'idée de devenir tellement strict que l'on empêche quiconque de voter se heurte à une forte résistance, et dans un pays aussi divers que les États-Unis, c'est une question très importante. ■

Les opinions exprimées dans cette interview ne reflètent pas nécessairement les vues ni la politique du gouvernement des États-Unis.

Le financement des élections de 2008

Jan Witold Baran



© AP Images/Kichiro Sato

En campagne à Mount Gilead (Ohio), Sharrod Brown, candidat à un siège sénatorial, s'adresse à des électeurs dans un café en août 2006.

Pour espérer pouvoir être élu à une fonction fédérale aux États-Unis, les candidats doivent mobiliser d'énormes sommes d'argent pour financer leur campagne et le gouvernement réglemente très strictement la manière dont cet argent est collecté et dépensé. Jan Witold Baran, spécialiste de la législation des élections, explique ici les restrictions légales attachées aux contributions des individus et des sociétés, décrit comment la campagne détermine les dépenses et examine le financement public et privé des élections présidentielles. Partenaire dans le cabinet Wiley Rein LLP à Washington, il est commentateur et analyste politique des stations de radio et de télévision Fox News, National Public Radio et ABC News.

Dès l'été 2007, près de deux douzaines de candidats avaient lancé leur campagne électorale pour la présidence des États-Unis. Le scrutin

n'aura lieu que le 4 novembre 2008 mais ces candidats étaient déjà en campagne pour obtenir l'investiture de leur parti, républicain ou démocrate. Les partis ne vont officiellement choisir leur candidat à la présidence que lors de leurs conventions nationales de l'été 2008 mais les candidats doivent commencer tôt leur quête de délégués des élections primaires qui commencent en janvier 2008. Ce processus long et compliqué exige que les candidats soient talentueux, résistants et infatigables ; il exige aussi d'importantes sommes d'argent.

Les fonctions de président, de sénateur et de représentant au Congrès sont toutes des fonctions fédérales. Elles sont pourvues par les élus de la Maison-Blanche, du Sénat et de la Chambre des représentants du Congrès à Washington. Les campagnes électorales pour ces fonctions sont régies par la législation fédérale qui précise combien de fonds peuvent être collectés, de qui et comment. La législation du financement des campagnes



© AP Images/Lucy Fermoni

Sam Aiona, président du parti républicain de l'État d'Hawaï, demande à la *Federal Election Commission* de poursuivre ses activités de surveillance du financement des campagnes.

fédérales est différente de la législation des élections pour les fonctions étatiques ou locales – gouverneur, maire ou membre du corps législatif de l'État. Il s'ensuit que les candidats à une fonction fédérale doivent se conformer à la législation fédérale qui est complexe et restrictive. Les candidats à la présidence doivent amasser des centaines de millions de dollars pour des campagnes visant un pays qui compte plus de 100 millions d'électeurs. Cependant, la manière dont ils peuvent collecter et dépenser cet argent est très réglementée.

L'ORGANISATION D'UNE CAMPAGNE

Le candidat à la présidence doit constituer un organisme de campagne appelé comité politique. Celui-ci doit avoir un trésorier et s'enregistrer auprès de la *Federal Election Commission* (Commission électorale fédérale, FEC). En dépit de son nom, la FEC supervise et fait respecter la législation fédérale: elle ne conduit pas les élections. Aux États-Unis, l'inscription des électeurs, l'organisation du scrutin et le dépouillement des suffrages relèvent de la compétence des autorités électorales étatiques et locales.

Divers types de comités électoraux sont enregistrés à la FEC. Outre les candidats, les partis politiques doivent enregistrer leurs propres comités auprès de la Commission. De plus, des groupes de citoyens peuvent constituer des comités politiques tout autant que les sociétés, les syndicats et les associations professionnelles. Ces comités d'action politique (PAC) doivent aussi s'enregistrer auprès de la FEC.

Une fois enregistrés, ces comités peuvent commencer à collecter des fonds. Toutes les sommes recueillies et toutes les dépenses effectuées doivent être divulguées dans des rapports mensuels ou trimestriels déposés auprès de la FEC. Ils sont transmis électroniquement et mis à la disposition du public sur le site web de la FEC [<http://www.fec.gov>]. De nombreuses organisations privées ont également des sites web qui suivent les contributions aux candidats, partis politiques et PAC et leurs dépenses.

LES SOURCES LÉGALES DE CONTRIBUTIONS

Toutes les donations faites aux candidats à des postes fédéraux doivent émaner d'individus ou de comités

enregistrés auprès de la FEC. Les contributions directes de sociétés ou de syndicats sont interdites mais ces organisations peuvent constituer des PAC qui collectent des fonds de personnes physiques. Les contributions en liquide de plus de 100 dollars à un PAC sont interdites comme le sont celles des « nationaux étrangers » c'est-à-dire des non-citoyens qui n'ont pas été admis de façon permanente aux États-Unis. Quant aux étrangers admis de façon permanente dans le pays, le vote leur est interdit, mais ils ont le droit de contribuer à une campagne électorale.



Mike Gordon, candidat à la Chambre des représentants pour la 53^e circonscription de Californie, parle stratégie avec des bénévoles.

© AP Images/Damian Dovarganes

LES LIMITES DU MONTANT DES CONTRIBUTIONS

Le montant qu'un individu ou un comité politique peut contribuer est assujéti à diverses limites. Par exemple, un individu ne peut pas verser plus de 2 300 dollars en faveur d'un candidat. Ce montant est calculé « par élection », ce qui veut dire qu'un individu peut faire don de 2 300 dollars maximum à la campagne primaire d'un candidat et de 2 300 dollars encore à la campagne du même candidat pour les élections générales, soit au total 4 600 dollars. Un couple marié est considéré comme deux individus séparés et peut donc verser deux fois le montant individuel maximum, soit 9 200 dollars par élection.

Outre les limites aux montants que les individus peuvent donner aux candidats et aux divers comités, il y a une limite « globale » de contribution. Une personne ne peut contribuer plus de 108 200 dollars aux candidats et comités politiques lors d'un cycle biennal d'élections (ces limites sont ajustées tous les deux ans en fonction de l'inflation, ce qui explique le montant quelque peu insolite).

Le montant que les PAC peuvent donner à la campagne d'un candidat est limité à 5 000 dollars; leur contribution aux partis politiques est également limitée mais elle est plus élevée que celle versée aux candidats.

En conséquence, un candidat à la présidence qui souhaite collecter, disons, 23 millions de dollars –

montant relativement modeste pour une campagne présidentielle – doit attirer des donateurs individuels, qui ne peuvent donner plus de 2 300 dollars, et quelques PAC, dont la contribution est limitée à 5 000 dollars. Pour collecter 23 millions de dollars, le candidat a besoin d'au moins 1 000 personnes donnant le montant maximum. Plus probablement, le candidat essaiera d'attirer plusieurs milliers de personnes, chacune contribuant moins que le montant maximum autorisé.

LES DÉPENSES DE CAMPAGNE

Pour mener sa campagne, le candidat doit engager du personnel; trouver un ou plusieurs bureaux et organiser ses déplacements; faire des recherches; diffuser de la publicité à la radio, à la télévision, dans les médias écrits et sur la Toile; enfin, organiser des réunions publiques et des collectes de fonds. Les candidats à la Chambre des représentants mènent ces activités dans leur circonscription spécifique alors que les candidats au Sénat doivent faire campagne dans tout l'État.

Les candidats à la présidence s'attellent à la tâche titanesque d'organiser leur campagne État par État puis, s'ils sont nommés par leur parti, dans tout le pays. Le calendrier initial de la campagne – en vue de l'investiture du parti – se concentre dans les États où se tiennent les premières primaires. Les candidats tentent donc de

s'organiser dans l'Iowa, le New Hampshire, la Caroline du Sud, le Nevada et la Floride, qui ont des réunions d'électeurs (caucus) ou des élections primaires en janvier 2008. Par le passé, les autres États avaient leurs primaires dans un cycle allant jusqu'en juin, mais en 2008, une majorité d'entre eux, dont des États très importants tels que la Californie, l'État de New York et le Texas, auront leurs primaires le 5 février. Cela raccourcit considérablement le calendrier des élections mais impose aux campagnes présidentielles l'énorme fardeau de collecter rapidement des sommes d'argent considérables – certains parlent d'au moins 100 millions de dollars – pour financer les activités dans ces primaires. Les montants recueillis et la manière dont les fonds sont dépensés sont dans le domaine public puisque les comités de campagne sont tenus de divulguer leurs états financiers à la FEC. Ces rapports, surtout ceux de 2007 et de janvier 2008, sont surnommés les « primaires de l'argent » car ils sont considérés comme un baromètre du montant que les candidats peuvent attirer avant le début des scrutins réels.

LE FINANCEMENT PUBLIC DES CAMPAGNES

Depuis 1976, les candidats à la présidence peuvent se prévaloir d'un système de financement public dans le cadre duquel le gouvernement fournit des fonds aux campagnes qualifiées. Jusqu'en 2000, tous les candidats nommés pour les présidentielles ont utilisé ce système et accepté les fonds du gouvernement contre la promesse de ne pas dépenser plus qu'un montant spécifié. Ils se sont cependant détournés peu à peu de ce financement qu'ils jugent peu intéressant parce que la limite imposée des dépenses est trop basse et de toute façon inférieure aux montants que les principaux candidats peuvent mobiliser de sources privées. Par conséquent, en 2000, George W. Bush, alors gouverneur, a été le premier candidat à renoncer au financement public dans les primaires. Quatre ans plus tard, le président Bush, républicain, le sénateur John Kerry et le gouverneur Howard Dean, tous deux candidats démocrates, ont choisi de ne pas avoir recours au financement public pour leurs primaires. En 2008, on s'attend à ce que, pour la première fois, tous les principaux candidats, républicains et démocrates, à l'exception du démocrate John Edwards, décident de ne pas utiliser le financement public pour les primaires et il est aussi probable que les deux candidats désignés par leur parti se passeront du financement public pour les élections générales.

QUEL SERA LE MONTANT TOTAL DES DÉPENSES ?

Il est difficile de prédire à combien se monteront les dépenses pour les élections de 2008 mais une chose est sûre : les sommes dépensées seront plus importantes que jamais. En 2004, le président Bush avait mobilisé 270 millions de dollars pour les primaires et reçu 75 millions de dollars de financement public pour l'élection générale. Le sénateur Kerry, son adversaire, le suivait d'assez près, ayant collecté 235 millions de dollars pour les primaires et reçu lui aussi 75 millions de dollars de fonds publics pour l'élection générale. Pour 2008, le nombre des candidats a augmenté mais le montant maximal des contributions est aussi passé de 2 000 dollars en 2004 à 2 300 dollars. Le nombre des Américains contribuant aux campagnes a aussi augmenté : les contributions électroniques par le biais des sites d'Internet des candidats rendent la chose plus facile.

Outre les candidats, les partis politiques, les PAC et les autres groupes intéressés vont dépenser de l'argent. En 2004, le *Center for Responsive Politics* a estimé que les candidats à des fonctions fédérales, les partis politiques et les autres parties intéressées avaient dépensé 3,9 milliards de dollars pour les campagnes électorales, montant qui était de 30 % supérieur à celui de la campagne de 2000. Il est probable qu'en 2008 les enchères monteront de nouveau. ■

Les opinions exprimées dans cet article ne reflètent pas nécessairement les vues ou la politique du gouvernement des États-Unis.

Le Collège électoral a-t-il fait son temps ?

Deux universitaires discutent des avantages et des inconvénients du Collège électoral, le système utilisé par chaque État pour nommer les grands électeurs qui choisiront le président des États-Unis à l'issue du vote populaire. Ross Baker présente ses arguments en faveur du maintien du Collège électoral tel qu'il a été établi en 1787 par la Constitution des États-Unis. M. Baker est professeur de sciences politiques à l'université Rutgers située à New Brunswick (New Jersey).

De son côté, Jamie Raskin plaide pour une révision du Collège électoral permettant de garantir que les résultats de l'élection présidentielle reflètent le vote populaire national. M. Raskin est sénateur de l'Assemblée d'État du Maryland et professeur de droit constitutionnel à l'American University de Washington. Il a présenté un projet de loi qui a fait du Maryland le premier État américain à opter pour une convention, le National Popular Vote Interstate Compact.



© AP Images/Will Shilling

La délégation de l'Ohio au Collège électoral certifie les suffrages des grands électeurs durant la cérémonie tenue à cet effet en décembre 2004, au siège de la législature situé à Columbus.

LE POUR Le Collège électoral conserve son utilité au XXI^e siècle

Ross Baker

Dans la soirée du 7 novembre 2000, Hillary Rodham Clinton, qui venait d'être élue sénatrice démocrate de l'État de New York, prit la parole devant une foule enthousiaste de partisans, à Manhattan, et jura de se rendre à Washington et de s'employer à obtenir l'abolition du Collège électoral « archaïque et antidémocratique » qui n'avait pas réussi à produire un net vainqueur lors de l'élection présidentielle.

Personne ne songea à lui faire remarquer que l'institution à laquelle elle venait d'être élue,

LE CONTRE Utilisons le Collège électoral pour doter les États-Unis d'un suffrage populaire pour l'élection de leur président

Jamie Raskin

En tant qu'Américains, notre tempérament nous pousse à soutenir la démocratie et de profondes réformes politiques à travers le monde.

Toutefois, chez nous, nous faisons preuve de plus de réticence. Nous qualifions nos pratiques électorales de « démocratiques » sans jamais les mesurer à nos principes démocratiques et encore

le Sénat des États-Unis, était à la fois archaïque (il avait été établi en 1789) et antidémocratique (chaque État, indépendamment de son chiffre de population, y est représenté par deux sénateurs). Si on appliquait à la Constitution américaine la norme exigeant que toutes ses clauses soient modernes et démocratiques, il ne resterait pas grand-chose de ce type de gouvernement à la fois très durable et couronné de succès.

La Constitution des États-Unis contient un bon nombre de caractéristiques que certains critiques considéreraient comme désuètes, à commencer par le système fédéraliste selon lequel le gouvernement national partage le pouvoir avec les 50 États. Il serait probablement plus efficace d'administrer les États-Unis exclusivement de la capitale fédérale, Washington, mais les auteurs de la Constitution ne considéraient pas l'efficacité comme une priorité. Ils accordaient beaucoup plus de valeur à la liberté et pensaient qu'il était plus prudent de fragmenter le pouvoir politique. Une caractéristique de cette fragmentation est le fait que le gouvernement national, ou fédéral, partage le pouvoir avec les États.

Un aspect important du fédéralisme américain est l'inclusion des cinquante États, en tant que tels, dans le choix d'un président. Ce système – le Collège électoral – donne à chaque État un nombre de voix égal au nombre total de ses sénateurs et représentants, le nombre de sièges de ces derniers étant proportionnel à sa population. C'est le candidat à la présidence qui remporte le vote populaire dans un certain nombre d'États dont les voix au Collège électoral constituent une majorité des voix de tous les grands électeurs (actuellement 275, sur un total de 538) qui devient président.

Les critiques de ce système plaident en faveur de la simplicité du scrutin direct. On totalise le nombre de suffrages sur le plan national, sans tenir compte du total des voix exprimées individuellement dans les États et on déclare un gagnant. Si les États-Unis adoptaient un tel système, les candidats seraient encouragés à ne faire campagne que dans les États les plus peuplés et à

moins aux meilleures pratiques qui ont fait leur apparition dans d'autres pays.

Cette complaisance est embarrassante étant donné que certaines de nos pratiques électorales actuelles reflètent les débuts de notre nation dans un contexte bien moins démocratique.

L'exemple le plus frappant est la façon dont nous choisissons notre président, en recourant à un processus compliqué contraire à tous les grands principes de la démocratie. Considérez la façon dont les principes fondamentaux de la démocratie sont enfreints dans une élection présidentielle américaine :

- La majorité gouverne - mais pas dans nos élections présidentielles. Le gouvernement par la majorité est le fondement de la démocratie, mais aux États-Unis, ce n'est pas le candidat qui emporte le suffrage populaire qui devient président. C'est celui qui remporte les voix du Collège électoral, un système dans lequel chaque État nomme un certain nombre de «grands électeurs» qui choisissent le président. Lors de l'élection présidentielle de 2000, qui fit tant de bruit, le vice-président Al Gore l'emporta sur le gouverneur George Bush par plus de 500 000 voix au suffrage populaire mais perdit au Collège électoral à la dernière minute, en Floride, à cause d'une marge de 537 voix en faveur de son rival. Les perdants du vote populaire ont prévalu au Collège électoral dans trois autres élections et il y a eu de nombreuses élections dans lesquelles un léger retournement des suffrages populaires aurait propulsé à la Maison-Blanche les perdants du vote populaire.
- Les gens votent pour le président - mais pas aux États-Unis. Ici, ils votent pour les grands électeurs des États et ce sont ces derniers qui choisissent le président. À l'évidence, la plupart des gens pensent qu'ils votent pour le président.
- Tous les suffrages ont la même valeur - mais pas dans l'étrange arithmétique du Collège électoral où la voix d'un habitant du Delaware ou du Dakota du Nord vaut beaucoup plus, mathématiquement parlant (c'est-à-dire en fonction du nombre de votants par rapport au nombre de grands électeurs) qu'une voix dans des États plus peuplés comme la Californie, le Texas, ou l'État de New York. Mais si vous



© AP Images/Paul Connors

Dans l'Arizona, le sceau officiel de l'État est apposé sur les bulletins de vote des grands électeurs, lors d'une cérémonie tenue au capitol de l'État, à Phoenix.

s'efforcer d'y obtenir le maximum de suffrages, sans tenir compte des États moins peuplés.

Le Collège électoral oblige les candidats à faire campagne en dehors des régions les plus peuplées, dans des endroits qui seraient laissés pour compte avec un suffrage direct. Sans le Collège électoral, il serait possible à un candidat, du moins en théorie, de ne faire campagne que dans les douze États les plus peuplés pour remporter la présidence. Ce qui signifie que les candidats auraient tout lieu de ne tenir aucun compte des 38 États restants. Mais dans le système basé sur le Collège électoral, il serait fort improbable qu'un candidat quelconque remporte suffisamment de voix au Collège électoral en ne faisant campagne que dans les douze États les plus peuplés. Un candidat démocrate à la présidence pourrait probablement compter sur une victoire dans l'État de New York, en Californie et au Massachusetts. Un candidat républicain prévaudrait vraisemblablement au Texas, en Caroline du Nord

pesez les voix en fonction de la probabilité de l'influence que les électeurs auront effectivement sur la personne qui remportera les voix des grands électeurs, le caractère arbitraire du vote change et les disparités deviennent encore plus frappantes. Ainsi, en 2004, l'élection présidentielle a été décidée par un écart de 365 voix au Nouveau-Mexique mais par une différence de 312 043 voix dans l'Utah, ce qui veut dire qu'un habitant du Nouveau-Mexique avait des centaines de chances de plus d'influencer la nomination des grands électeurs qu'un habitant de l'Utah.

- Chaque électeur devrait avoir la même incitation à voter - mais ce n'est pas le cas aux États-Unis. La vaste majorité des gens vivent dans des États considérés comme « sûrs » c'est-à-dire dans lesquels les républicains ou les démocrates pensent pouvoir compter sur les grands électeurs de ces États. Les deux tiers des États sont ainsi devenus des régions de « survol » tandis que les candidats se précipitent vers le groupe décroissant d'États susceptibles de faire pencher la balance. Lors des deux dernières élections, les candidats des deux partis ont consacré 99 % de leurs ressources financières dans 16 États seulement et 70 % dans cinq de ces 16 États. La plupart d'entre nous, notamment les habitants du Texas, de l'État de New York et de la Californie - trois des autres États les plus peuplés - assistons en spectateurs à la campagne qui se déroule réellement dans les États pivots de Floride et de l'Ohio et dans quelques autres États. L'omission de la majeure partie du pays réduit la participation électorale dans les États oubliés. Dans une élection générale, la participation approche de 70 % dans les États « clés » mais ne dépasse guère 50 % dans les États spectateurs démoralisés, portant à l'un des niveaux les plus bas du monde nos taux nationaux de participation électorale.

Que peut-on faire pour remédier à la dynamique perverse de nos élections présidentielles? Les sondages d'opinion publique montrent depuis longtemps que plus de 65 % des Américains sont en faveur d'un suffrage populaire direct pour

et en Géorgie. Cependant, pour obtenir le minimum de 270 voix du Collège électoral nécessaire pour accéder à la Maison-Blanche, chacun d'eux devrait l'emporter non seulement dans des États tels que l'Ohio et la Floride, où la force des partis est répartie plus également, mais aussi dans ceux qui ont une population plus faible. Étant donné que tous les États sont assurés d'avoir au moins trois voix au Collège électoral, les candidats ne peuvent se permettre de négliger ces derniers.

Le Collège électoral rend également beaucoup moins probable l'élection d'un candidat strictement régional étant donné qu'aucune région des États-Unis ne possède assez de voix au Collège électoral pour choisir un président. Les critiques du Collège électoral s'appesantissent uniquement sur le nombre d'électeurs alors que ses défenseurs mettent l'accent sur la répartition de ces suffrages et sur le fait qu'ils proviennent d'un vaste échantillon d'États et de régions des États-Unis.

À travers l'histoire des États-Unis, le Collège électoral a également rendu plus difficile le succès des partis minoritaires ou tiers dans la course à la présidence. Certains critiques du système actuel pourraient considérer cela comme une caractéristique négative de la politique américaine mais le bipartisme a bien servi les États-Unis. En imposant de la modération à la politique américaine, il est un important facteur de stabilité. Il décourage les mouvements extrémistes mais, en même temps, si un parti ou un candidat minoritaire propose des idées qui s'avèrent populaires auprès des électeurs, il est probable que l'un des deux grands partis les adoptera. Un candidat extrémiste pourrait remporter le vote populaire et les voix du Collège électoral dans quelques États – comme ce fut le cas pour Strom Thurmond et son parti ségrégationniste des *States Rights*, lors de l'élection présidentielle de 1948 – mais cela ne lui permettrait vraisemblablement pas de remporter la présidence. Les protestations ont leur place dans le Collège électoral mais l'extrémisme y est découragé.

Qui plus est, si le Collège électoral décourage l'extrémisme, il donne au contraire du pouvoir aux



© AP Images/Daniel Shanken

M. Michel Eakin, juge de la Cour suprême de Pennsylvanie, est assermenté lors d'une cérémonie du Collège électoral tenue au capitole, à Harrisburg, en décembre 2004.

l'élection du président, suffrage dans lequel toutes les voix auraient le même poids, indépendamment de la géographie. Les gens veulent que leur président représente tous les Américains et non pas un patchwork d'États résultant de manipulations partisans. Le problème est de trouver le moyen de concilier l'aspiration instinctive à une élection nationale populaire et la mécanique désuète du Collège électoral, une institution frustrante que Thomas Jefferson décrivait comme « la tache la plus dangereuse qui souille notre Constitution. »

Mais l'État du Maryland vient de prendre une mesure courageuse et historique dans le but de montrer comment nous pouvons utiliser le Collège électoral pour parvenir à un suffrage populaire pour l'élection de notre président. Le 10 avril 2007, le gouverneur Martin O'Malley a signé une loi prévoyant l'introduction par le Maryland d'une convention entre États dans laquelle tous les États signataires accepteraient que les membres de leur Collège électoral votent pour le gagnant du vote populaire national. Cet accord entrera en vigueur quand il aura été promulgué par un nombre d'États

groupes minoritaires et ethniques. Ainsi, les Latino-Américains ne représentent qu'environ 12 % de la population américaine et une proportion encore plus faible de l'électorat et, dans un suffrage direct, leur influence serait considérablement réduite alors que leur nombre est suffisamment important, dans certains États, pour exercer une influence considérable. En Arizona, par exemple, qui a tendance à être un État dit « clé », le pourcentage de Latino-Américains est d'environ 25 %, soit le double de la moyenne nationale, ce qui donne à ce groupe minoritaire beaucoup plus d'influence politique avec le Collège électoral qu'il n'en aurait autrement. De même en Virginie, les Afro-Américains représentent près de 20 % de la population et, de ce fait, rendent la politique beaucoup plus compétitive dans cet État.

Enfin, il y a la question plus vaste de la santé du système fédéral. Les auteurs de la Constitution voyaient dans la répartition du pouvoir entre le gouvernement national et celui des États une importante sauvegarde des libertés individuelles et cependant la tendance, au cours de ces dernières années, a été l'acquisition d'un pouvoir croissant du gouvernement fédéral dans des domaines qui, traditionnellement, avaient été l'apanage des États. Réduire encore l'influence des États en abolissant le Collège électoral saperait l'un des principaux piliers d'un système politique qui a résisté aux défis auxquels les États-Unis ont eu à faire face durant les 220 années de leur histoire. ■

Les opinions exprimées dans cet article ne reflètent pas nécessairement les vues ou la politique du gouvernement des États-Unis.

représentant une majorité des voix du Collège électoral (270). Ce plan, qui a été adopté à une majorité écrasante par le Sénat et l'Assemblée du Maryland, l'a également été dans une douzaine d'autres assemblées législatives et dans les deux Chambres en Californie, à Hawaï et dans l'Illinois. Il est motivé par le sentiment que nos élections présidentielles s'écartent dangereusement de la notion de « gouvernement du peuple, par le peuple et pour le peuple ».

Le plan national en faveur du vote populaire repose sur le pouvoir qu'ont les États de créer des conventions entre États et de nommer les grands électeurs. La section 2 de l'Article 1 de la Constitution des États-Unis stipule : « Chaque État nommera, de la manière prescrite par sa Législature, un nombre d'électeurs égal au nombre total de sénateurs et de représentants auquel il a droit au Congrès. » Ce pouvoir a été utilisé par les législateurs de diverses façons. Dans les débuts de la nation, la plupart des législatures nommaient les électeurs directement. Le Collège électoral fonctionnait en tant qu'assemblée délibérante et chaque électeur votait suivant sa conscience. En 1800, par exemple, sept des grands électeurs du Maryland votèrent pour Adams et quatre pour Jefferson. Lorsque les États ont commencé à attribuer les voix du vote populaire à leurs grands électeurs sur la base de la majorité simple (le winner-take-all où toutes les voix vont au candidat qui arrive en tête), les petits États se sont plaints de ce que ce vote insolite en bloc affaiblissait le pouvoir des petits États (et ils avaient raison). Ils intentèrent un procès qu'ils perdirent. Dans un procès opposant le Delaware à l'État de New York (1966), la Cour suprême rejeta cette contestation, soulignant que le pouvoir qu'ont les États de nommer leurs grands électeurs peut être exercé de la manière qu'ils jugeront convenable. Le pouvoir des États est total, « absolu ».

Ainsi, de la Californie au New Jersey et du Texas à l'Utah, nos législatures - avec, au premier rang, celles des États spectateurs - peuvent maintenant s'unir et utiliser leurs pouvoirs constitutionnels pour donner aux États-Unis une chose que nous encourageons dans le reste du monde mais que nous n'avons jamais obtenue chez nous, à savoir une élection présidentielle

véritablement nationale basée sur le principe du gouvernement par la majorité, chaque personne ayant une voix et toutes les voix ayant la même valeur. Une telle élection revitalisera notre démocratie léthargique, caractérisée par un faible taux de participation électorale, en stimulant des dizaines de millions d'électeurs actuellement superflus. Elle nous alignera également sur la façon dont les démocraties du monde entier élisent leur président. ■

Les opinions exprimées dans cet article ne reflètent pas nécessairement les vues ou la politique du gouvernement des États-Unis.

Le Collège électoral

Bien des Américains pensent que, lorsqu'ils se rendent aux urnes pour élire un président, ils votent au scrutin direct. Or ce n'est pas le cas. Ils votent pour les « grands électeurs » qui se sont engagés à donner leur voix à un candidat donné.

Les candidats qui remportent le vote populaire dans un État reçoivent généralement la totalité des voix du Collège électoral de cet État. (En principe, tous les grands électeurs qui se sont engagés à voter pour ces candidats sont élus).

Si aucun candidat à la présidence ne reçoit la majorité des voix du Collège électoral, c'est la Chambre des représentants qui doit déterminer le gagnant parmi les trois candidats ayant reçu le plus grand nombre de voix du Collège électoral. Les membres de la Chambre des représentants votent par État, la délégation de chaque État ayant une voix.

Les grands électeurs se réunissent et votent officiellement pour le président et le vice-président le premier lundi qui suit le second mercredi de décembre, l'année d'une élection présidentielle. Un candidat doit obtenir la majorité des voix pour être élu. Étant donné qu'il y a 538 grands électeurs, un minimum de 270 voix du Collège électoral est nécessaire pour remporter l'élection.

Si aucun candidat à la vice-présidence n'obtient la majorité des voix du Collège électoral, c'est au Sénat qu'il appartient de déterminer le gagnant parmi les deux candidats ayant obtenu le plus grand nombre de voix du Collège électoral.

Chaque État a un nombre de grands électeurs égal au nombre des sénateurs et membres de la Chambre de Columbia (la capitale fédérale, Washington), qui n'a pas de représentation électorale au Congrès, a trois voix au Collège électoral.

Le président et le vice-président prêtent serment et assument leurs fonctions le 20 janvier de l'année qui suit leur élection.



Les électeurs inscrits dans chacun des 50 États américains et dans le District de Columbia votent pour le président et le vice-président le premier mardi qui suit le premier lundi de novembre de l'année d'une élection présidentielle.

Voix du Collège électoral par État/district fédéral pour les élections de 2008

Bibliographie (en anglais)

Documentation sur les élections des États-Unis

Bai, Matt. *Billionaires, Bloggers, and the Battle to Remake Democratic Politics.* New York, NY: Penguin Press, 2007.

Benenson, Bob. *Elections A to Z.* Washington, DC: CQ Press, 2007.

Black, Earl and Merle Black. *Divided America: The Ferocious Power Struggle in American Politics.* New York, NY: Simon & Schuster, 2007.

Carroll, Susan J. and Richard L. Fox, eds. *Gender and Elections: Shaping the Future of American Politics.* New York, NY: Cambridge University Press, 2006.

Dover, E.D. *Images, Issues, and Attacks: Television Advertising by Incumbents and Challengers in Presidential Elections.* Lanham, MD: Lexington Books, 2006.

Farnsworth, Stephen J. *The Nightly News Nightmare: Television's Coverage of U.S. Presidential Elections, 1988-2004.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, 2007.

Feldman, Jeffrey. *Framing the Debate: Famous Presidential Speeches and How Progressives Can Use Them to Change the Conversation (and Win Elections).* Brooklyn, NY: Ig Publishing, 2007.

Green, John C., Mark J. Rozell, and Clyde Wilcox, eds. *The Values Campaign?: The Christian Right and the 2004 Elections.* Washington, DC: Georgetown University Press, 2006.

Jarvis, Sharon E. *The Talk of the Party: Political Labels, Symbolic Capital, and American Life.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2005.

Magleby, David B., Anthony J. Corrado, and Kelly D. Patterson. *Dancing without Partners: How Candidates, Parties, and Interest Groups Interact in the Presidential Campaign.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

McDonald, Michael P. and John Samples. *The Marketplace of Democracy: Electoral Competition and American Politics.* Washington, DC: Cato Institute/ Brookings, 2006.

Pfau, Michael, J. Brian Houston, and Shane M. Semmler. *Mediating the Vote: The Changing Media Landscape in U.S. Presidential Campaigns.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

Sabato, Larry J. and Howard R. Ernest. *Encyclopedia of American Political Parties and Elections.* New York, NY: Facts on File, 2006.

Schofield, Norman. *Multiparty Democracy: Elections and Legislative Politics.* New York, NY: Cambridge University Press, 2006.

Skinner, Richard M. *More Than Money: Interest Group Action in Congressional Elections.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2007.

Stanley, Harold W. and Richard G. Niemi. *Vital Statistics on American Politics 2007-2008.* Washington, DC: CQ Press, 2007.

Williams, Andrew Paul and John C. Tedesco, eds. *Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004.* Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2006.

Le département d'État décline toute responsabilité quant au contenu et à la disponibilité des ressources indiquées ci-dessus.

Sites Internet (en anglais)

Documentation en ligne sur les élections aux États-Unis

Sites Internet

P2008: Race for the White House

<http://www.gwu.edu/~action/P2008.html>

U.S. Department of State, Foreign Press Center: Elections 2008

<http://fpc.state.gov/fpc/c21250.htm>

U.S. Department of State: U.S. Elections

http://usinfo.state.gov/dhr/democracy/elections/elections_links.html

U.S. National Archives: U.S. Election & Voting Resources

<http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/links2.html#maps>

Vanderbilt University Elections Links

<http://lib11.library.vanderbilt.edu/diglib/godort.pl?searchtext=Elections&Type=Simple&Resource=DB&Website=FDTF>

Voice of America. The Road to the 2008 Election

<http://www.voanews.com/english/US-Elections-2008.cfm>

Vidéos

Campaign Network — From C-SPAN and Congressional Quarterly

<http://www.campaignnetwork.org/>

ExpertVoter.org: A Video Guide to the 2008 Presidential Candidates

<http://www.expertvoter.org/>

The Living Room Candidate: Presidential Campaign Commercials, 1952-2004

<http://livingroomcandidate.movingimage.us/>

RealClearPolitics Videos — Videos from mainstream news sources

http://video.realclearpolitics.com/video_vault/

RealClearPolitics Vlog — Videos on elections 2008 from YouTube and other sources

http://www.realclearpolitics.com/video_log/

You Choose '08

<http://www.youtube.com/youchoose>

PrezVid: The YouTube Campaign-2008

<http://www.prezvid.com/>

Candidats

Presidency 2008 — From Politics1.com

<http://www.politics1.com/p2008.htm>

The Presidential Field: Full Coverage of the 2008 Candidates

<http://projects.washingtonpost.com/2008-presidential-candidates/>

Religion & Politics '08

<http://pewforum.org/religion08/>

Vote des jeunes

Can I Vote?

<http://www.canivote.org/>

CIRCLE: Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement

<http://www.civicyouth.org/>

Generation Engage

<http://www.generationengage.org/>

I'm 18 in 08 — Youth voting blog and documentary film

<http://im18in08.blogspot.com/>

Sondages

CBS News Polls

<http://www.cbsnews.com/sections/opinion/polls/main500160.shtml>

The Gallup Poll

<http://www.gallupoll.com/>

The Harris Poll

http://www.harrisinteractive.com/harris_poll/

Los Angeles Times Poll

<http://www.latimes.com/news/custom/timespoll/>

The Pew Research Center for the People and the Press

<http://people-press.org/>

PollingReport.com

<http://www.pollingreport.com/>

RealClearPolitics Polls

<http://www.realclearpolitics.com/polls/>

Survey Research Links

<http://felix.iupui.edu/Links.htm>

Zogby International

<http://www.zogby.com/>

Blogs des principaux médias

ABC News: The Note

<http://abcnews.go.com/Politics/>

CBS News: Politics

<http://www.cbsnews.com/sections/politics/main250.shtml>

CNN: The Situation Room

<http://www.cnn.com/CNN/Programs/situation.room/blog/>

Fox News: Update '08

<http://www.update08.foxnews.com/>

MSNBC News: First Read

<http://firstread.msnbc.msn.com/>

National Journal: The Hotline

<http://hotlineblog.nationaljournal.com/>

New York Times: The Caucus

<http://thecaucus.blogs.nytimes.com/>

Washington Post: The Fix

<http://blog.washingtonpost.com/thefix/>

Financement de la campagne

The Campaign Finance Institute

<http://www.cfinst.org/>

Federal Election Commission: Campaign Finance Law

<http://www.fec.gov/law/fecal/feca.shtml>

Office of the Clerk, House of Representatives: Federal Election Campaign Reports

Federal Election Campaign Finance Reports

Project Vote Smart: Campaign Finance

http://www.vote-smart.org/official_five_categories.php?dist=finance.php

Race for the White House: Banking on Becoming President

<http://opensecrets.org/pres08/index.asp>

Législation relative aux élections

The Campaign Legal Center

<http://www.campaignlegalcenter.org/>

Commission on Federal Election Reform

<http://www.american.edu/ialcfer/>

Election Law @ Moritz (College of Law)

<http://moritzlaw.osu.edu/electionlaw/>

Federal Election Commission: Administering and Enforcing Federal Campaign Finance Laws

<http://www.fec.gov/index.shtml>

Help America Vote Act of 2002

<http://www.fec.gov/hava/hava.htm>

U.S. Constitutional Provisions

<http://www.eac.gov/clearinghouse/u-s-federal-election-system>
(Click on "Constitutional Provisions")

**U.S. Department of Justice, Civil Rights Division,
Voting Section: Frequently Asked Questions**
<http://www.usdoj.gov/crt/voting/misc/faq.htm>

Voting Rights Act
<http://www.ourdocuments.gov/doc.php?flash=true&doc=100>

Collège électoral

Library of Congress: Who Really Elects the President?
<http://www.loc.gov/wiseguide/oct04/election.html>

U.S. National Archives: Electoral College Calculator
<http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/calculator.html>

U.S. National Archives: U.S. Electoral College
<http://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/>

Vote et technologie

Caltech-MIT Voting Technology Project
<http://www.vote.caltech.edu/>

Election Reform Information Project
<http://www.electionline.org>

How E-voting Works
<http://people.howstuffworks.com/e-voting.htm>

The National Association of State Election Directors
<http://www.nased.org/membership.htm>

Vote: The Machinery of Democracy
<http://americanhistory.si.edu/vote/>

**Web Sites for the Secretaries of State and/or
Directors of Elections**
<http://fvap.gov/links/statelinks.html>

Le département d'État décline toute responsabilité quant au contenu et à l'accès sur Internet des ressources indiquées ci-dessus. Tous les liens Internet étaient actifs en octobre 2007.

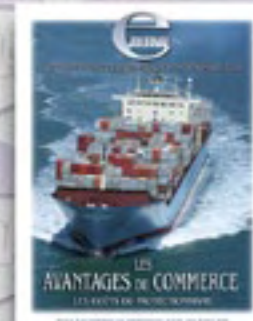




**UNE REVUE MENSUELLE
PROPOSÉE DANS
DIFFÉRENTES LANGUES**

Cinq éditions thématiques :

- Perspectives économiques
- Objectifs de politique étrangère
- Dossiers mondiaux
- Démocratie et droits de l'homme
- La société américaine



CONSULTEZ LA LISTE COMPLÈTE DES TITRES
<http://usinfo.state.gov/pub/ejournalusa.html>