UNIVERSITÉ DE GENÈVE

Archive ouverte UNIGE
https://archive-ouverte.unige.ch

Chapitre de livre 2022

Accepted version Open Access

This is an author manuscript post-peer-reviewing (accepted version) of the original publication. The layout of the published version may differ .

Votations populaires

Sciarini, Pascal; Tresch, Anke

How to cite

SCIARINI, Pascal, TRESCH, Anke. Votations populaires. In: Handbuch der Schweizer Politik - Manuel de la politique suisse. Zurich : NZZ Libro, 2022. p. p.559–591.

This publication URL: https://archive-ouverte.unige.ch/unige:164224

© This document is protected by copyright. Please refer to copyright holder(s) for terms of use.

19 Votations populaires

Pascal Sciarini, Département de science politique et relations internationales, Université de Genève

Anke Tresch, Institut d'études politiques, Université de Lausanne et Centre de compétences suisse en sciences sociales (FORS)

(à paraître en 2021 dans "Handbuch der Schweizer Politik / Manuel de la politique suisse", édité par Yannis Papadopoulos, Pascal Sciarini, Adrian Vatter, Silja Häusermann, Patrick Emmenegger et Flavia Fossati. Zurich: NZZ Libro)

! A l'usage exclusif du cours de Politique suisse !

Table des matières

1 Introduction 1
2 Votations populaires et soutien aux autorités 2
3 Campagnes 8
4 Participation 13
5 Décision de vote 17
6 Conclusion 23

1 Introduction

La démocratie directe est un trait distinctif du système politique suisse. Au cours du 20e siècle, environ la moitié de toutes les votations populaires dans le monde au niveau national ont eu lieu en Suisse ; autrement dit, la Suisse a connu autant de référendums nationaux que tous les autres pays réunis (Butler et Ranney 1994; Gallagher et Uleri 1996). Ce chapitre décrit tout d'abord l'évolution du recours aux institutions de démocratie directe et du soutien accordé aux décisions des autorités lors des votes populaires. Il s'appuie en premier lieu sur les travaux réalisés à partir de données agrégées portant sur les votations populaires au niveau fédéral, que nous avons complétés et mis à jour. Nous présentons ensuite un état des lieux des travaux sur les campagnes référendaires et autres facteurs qui déterminent le contexte du vote. Les deux sections suivantes portent sur les deux principaux résultats du processus de formation de l'opinion, à savoir la participation et la décision de vote. Nous passerons en revue les travaux réalisés en la matière au cours des dernières années, dont une grande partie s'appuie sur la banque de données VOXit, qui regroupe l'ensemble des enquêtes d'opinion conduites après chaque votation fédérale de 1981 à 2016. En revanche, ce chapitre fait l'impasse sur l'abondante littérature relative aux effets de la démocratie directe – les effets «collectifs» comme la légitimité des décisions, le consensus politique ou l'état des finances publiques, et les effets «individuels» comme la confiance dans les institutions, la satisfaction ou la participation politique.

2 Votations populaires et soutien aux autorités

Evolution du recours à la démocratie directe

Entre 1848 et la mi-2020, il y a eu 646 votations populaires au niveau fédéral. Comme le montre le Tableau 19.1, le nombre de votations populaires a fortement augmenté dans les années 1970. Ainsi, deux tiers de toutes les votations populaires ont eu lieu au cours des cinq dernières décennies. Une première cause de cette forte augmentation tient aux bouleversements du contexte économique dans les années 1970 – caractérisées d'abord par une surchauffe, puis par une forte récession accompagnée d'inflation à la suite de la crise du pétrole, qui a attisé les conflits liés à la redistribution des ressources. Une autre cause réside dans la complexification du monde moderne et à la multiplication des problèmes qui en découle. Le contexte social et politique a radicalement changé dans la seconde moitié du siècle dernier. Les nouveaux problèmes qui sont apparus – ou qui se sont accélérés – dans le domaine de l'environnement, l'énergie, l'Etat-providence, la mobilité, les nouvelles technologies, la globalisation, etc. ont nécessité des réponses au niveau constitutionnel et légal. Enfin, l'internationalisation de la politique, symbolisée au niveau européen par l'approfondissement du processus d'intégration ont également joué un rôle. En politique extérieure, les problèmes qui se posent appellent une réponse concertée au niveau national, ce qui contribue également à la production normative et, corrélativement, à l'augmentation du nombre de votations populaires en matière de politique extérieure ou européenne (Sciarini 2016).

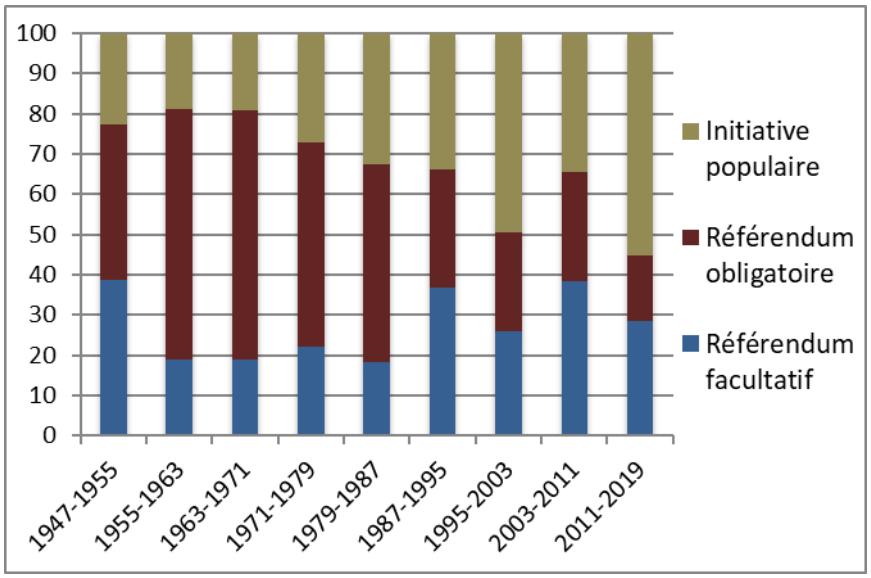
Tableau 19.1*: Utilisation des institutions de démocratie directe (1848-2020)*

Période	Total			Référendum obligatoire			Référendum facultatif				Initiative populaire				
	Nombre de votes	Acceptés	Refusés	Nombre de votes	Acceptés	Refusés	Actes soumis	Nombre de votes	Acceptés	Refusés	Ayant abouti	Retirées	Nombre de votes	Acceptées	Refusées
1848-1873	11	2	9	11	2	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1874-1880	11	5	6	3	2	1	63	8	3	5	-	-	-	-	-
1881-1890	12	5	7	4	3	1	75	8	2	6	-	-	-	-	-
1891-1900	24	10	14	9	6	3	74	10	3	7	5	0	5	1	4
1901-1910	12	8	4	5	4	1	59	4	3	1	4	1	3	1	2
1911-1920	15	12	3	9	8	1	57	3	2	1	9	0	3	2	1
1921-1930	28	11	17	10	8	2	94	5	1	4	8	1	13	2	11
1931-1940	23	10	13	8	8	0	73	9	2	7	21	5	6	0	6
1941-1950	21	9	12	7	4	3	104	7	4	3	11	8	7	1	6
1951-1960	42	18	24	22	14	8	205	11	4	7	23	12	9	0	9
1961-1970	29	16	13	14	12	2	213	8	4	4	16	8	7	0	7
1971-1980	87	47	40	47	36	11	278	18	11	7	40	11	22	0	22
1981-1990	66	27	39	25	18	7	259	12	6	6	45	14	29	3	26
1991-2000	106	55	51	36	28	8	494	36	25	11	54	11	34	2	32
2001-2010	82	40	42	18	11	7	544	28	23	5	35	12	36	6	30
2011-2020	84	32	52	12	10	2	509	26	18	8	67	10	46	4	42
Total	653	307	346	240	174	66	3101	193	111	82	338	93	220	22	198

Source: C2D (Aarau), Swissvotes, Sciarini et al. (2020). Etat au 31 décembre 2020, sauf pour le nombre d'actes soumis au référendum facultatif (état au 31 octobre 2019).

Le Tableau 19.1 montre également que les trois institutions de démocratie directe ont toutes contribué à l'augmentation du nombre de votations populaires dans les années 1970. Sur l'ensemble de la période, les référendums obligatoires comptent pour 37 pour cent du total des votations, les référendums facultatifs pour 29 pour cent et les initiatives populaires pour 34 pour cent. Entre la fin de la seconde guerre mondiale et la fin des années 1980, les référendums obligatoires ont été à l'origine de près de la moitié des votes populaires (Sciarini et Trechsel 1996: 211 s.). Depuis lors, la part des référendums obligatoires a diminué, au profit des référendums facultatifs et, plus encore, des initiatives populaires: la Figure 19.1, qui présente la part de chacune des trois institutions de démocratie directe dans le total des votes, par périodes de huit ans, montre qu'entre 1995 et 2003, puis à nouveau entre 2011 et 2019, la moitié des votations populaires ont porté sur des initiatives. A en juger par le nombre élevé d'initiatives qui ont abouti et sont prêtes à passer en votation ou sont en suspens devant le Conseil fédéral ou le Parlement (une vingtaine à la fin 2020),[1] cette tendance est appelée à se poursuivre.

Figure 19.1: Part des trois institutions de démocratie directe dans le total des votations populaires, par période de huit ans (1947–2019)



Source des données: C2D et Swissvotes

En lien avec l'usage fréquent des mécanismes de démocratie directe, la question du nombre de signatures nécessaires à l'aboutissement d'une initiative populaire ou d'un référendum facultatif fait souvent débat. Les partisans d'une position plus participative s'opposent à l'augmentation du nombre de signatures, qui rendrait le «prix d'entrée» prohibitif pour les petits partis ou les groupes peu dotés en ressources. Ils militent même pour une réduction du nombre de signatures. Pour les tenants d'une position plus élitiste, il conviendrait au contraire d'augmenter le nombre de signatures, afin de réduire le nombre de votations populaires. Ces dernières années, c'est l'initiative populaire qui a été la principale cible des attaques (voir par exemple Adler et Rübli 2015) – en raison de l'augmentation marquée du nombre d'initiatives, mais aussi de quelques défaites populaires retentissantes que les autorités fédérales ont subies au titre de cet instrument.

Les propositions visant à augmenter le nombre de signatures nécessaires pour déclencher un référendum facultatif ou une initiative reposent sur un postulat fort, selon lequel une telle augmentation aurait pour effet de réduire le nombre de votations. Or, dans l'état actuel des

connaissances, cet effet demeure spéculatif. Une étude, conduite au niveau des cantons sur la période 1970-1996, invite en tout cas à considérer avec prudence le lien postulé entre le «prix d'entrée» de la démocratie directe (ou, en d'autres termes, le degré d'ouverture/fermeture institutionnelle) et le recours aux initiatives populaires et aux référendums facultatifs (Barankay et al. 2003). Selon cette étude, ni le taux de signatures ni le délai pour les récolter n'a une influence significative sur la fréquence des votations populaires, qui est donc vraisemblablement déterminée par d'autres facteurs, comme la taille et le degré d'urbanisation des cantons – et la variété des problèmes qui en découlent.

Certes, selon l'analyse de Leemann (2015), la diminution du taux de signatures consécutive à l'augmentation de la population est, avec l'augmentation de la compétition partisane – et la propension corrélative des partis à utiliser l'initiative comme instrument de campagne électorale – le principal facteur explicatif de l'augmentation du nombre de votations au titre de l'initiative populaire. Cependant, le fait que l'augmentation du nombre de votations au titre de l'initiative soit allée de pair avec la réduction du «prix d'entrée», c'est-à-dire du taux de signatures nécessaires au déclenchement du vote populaire, ne signifie pas encore que la première soit la conséquence de la seconde. Il est possible que les deux mesures soient elles-mêmes liées à une troisième évolution, non prise en compte dans l'analyse, comme la complexification croissante de la société, la multiplication des problèmes à résoudre ou la plus grande variété d'acteurs susceptibles de recourir à l'initiative.

L'analyse de Leemann (2015) livre néanmoins deux constats importants. Premièrement, l'augmentation du nombre d'initiatives déposées par les partis politiques, et singulièrement par les partis gouvernementaux, est le facteur qui a le plus contribué à l'augmentation du nombre total d'initiatives (voir aussi Braun Binder et al. 2020). Alors que sa vocation initiale était d'offrir aux groupes minoritaires la possibilité de contourner le processus parlementaire, l'initiative est de plus en plus souvent utilisée par les partis gouvernementaux aussi, et ceci à des fins principalement électoralistes. Deuxièmement, depuis la fin des années 1960, la majorité des initiatives n'articulent plus des enjeux relatifs à la ligne de conflit économique classique (conflit entre la gauche et la droite sur la redistribution des richesses), mais des enjeux relatifs à la seconde dimension de la politique suisse, c'est-à-dire la ligne de conflit relative à l'ouverture et à la modernisation du pays (politique d'immigration, politique extérieure et de sécurité, politique environnementale, etc.).

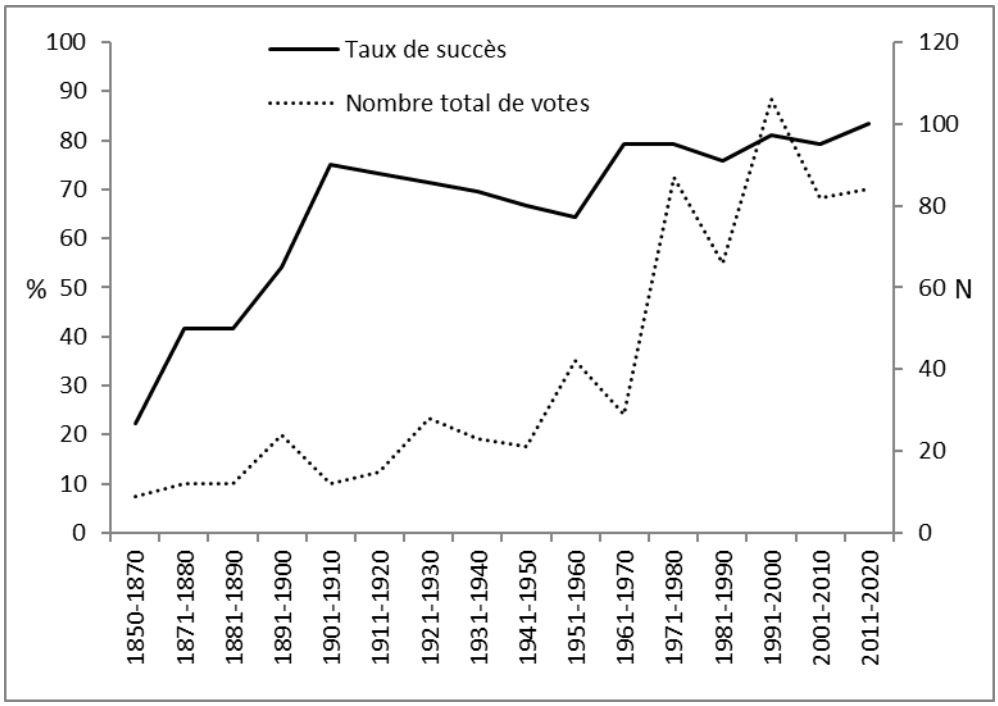
Soutien aux autorités

Une votation populaire, lorsqu'elle a lieu, implique nécessairement une certaine dose d'imprévisibilité (Ossipow 1994), dans le sens qu'on ne peut jamais être totalement sûr à l'avance du résultat du scrutin. Même si l'élite politique cherche à influencer la formation de l'opinion lors de la campagne précédant le vote, elle ne peut pas entièrement la contrôler (Papadopoulos 1994). Le résultat des votations populaires peut ainsi être considéré comme un indicateur du soutien accordé par le peuple aux autorités.

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, le taux de succès des autorités, mesuré par la part de votations populaires ayant débouché sur une décision conforme à la recommandation de vote du Conseil fédéral, s'est maintenu à un niveau très élevé: il dépasse 75 pour cent en moyenne pour les trois grandes institutions de démocratie directe. Autrement dit, dans trois votations populaires sur quatre le Conseil fédéral et le Parlement sont suivis par le peuple.

Cependant, le bilan n'a pas toujours été si favorable pour les autorités fédérales. Comme le montre la Figure 19.2, à l'origine de l'Etat fédéral, ces dernières ont dû faire face à une fréquence élevée d'échecs en votations populaires, avant que la roue ne tourne en leur faveur.

Figure 19.2: Taux de succès des autorités et nombre de votations populaires (1850–2020)



Source des données: C2D et Swissvotes

Le taux de succès des projets des autorités fédérales en votations populaires, qui s'élevait à seulement 20 pour cent au cours des deux premières décennies de l'Etat fédéral, a ensuite rapidement augmenté, pour s'établir autour de 70–75 pour cent dans la première moitié du 20e siècle, puis 80 pour cent dans la seconde moitié du 20e siècle et le début du 21e siècle. Ainsi, alors que les autorités fédérales avaient été désavouées dans environ quatre votations sur cinq à la fin du 19e siècle, cette proportion s'est inversée depuis les années 1960, les autorités pouvant dès lors compter sur un succès dans environ quatre votations populaires sur cinq. Sur un temps long, le peuple suisse a donc voté de plus en plus souvent à l'unisson des autorités, dans un contexte pourtant marqué par la forte augmentation du nombre de votations populaires (échelle de droite dans la figure 19.2).

Une analyse plus fine montre que le taux de succès des projets des autorités varie fortement d'une institution de démocratie directe à l'autre. Entre 1848 et 1873, seuls les référendums obligatoires et les initiatives visant la révision totale de la Constitution étaient possibles. Pendant cette période, presque tous les objets soumis au *référendum obligatoire* ont été refusés (Tableau 19.1). Après 1874 (date d'introduction du référendum facultatif), le taux de succès des objets soumis au référendum obligatoire a rapidement augmenté. Depuis lors, le peuple et les cantons ont accepté plus de sept amendements constitutionnels sur dix, en moyenne.

Le taux de succès des autorités est encore plus élevé en matière *d'initiatives populaires* : en moyenne historique, neuf initiatives sur dix ont été refusées entre 1891 et 2020. Cependant, ce taux moyen masque des variations considérables au cours du temps (Tableau 19.1). Après une phase initiale au cours de laquelle les initiatives populaires ont connu un certain succès (6 initiatives acceptées sur 18 entre 1891 et 1930), les rejets se sont multipliés (seulement une initiative acceptée sur 40 entre 1931 et 1980), avant un nouveau retournement de tendance au tournant du 21e siècle : cinq initiatives ont été acceptées contre la volonté du Conseil fédéral et de l'Assemblée fédérale entre 2001 et 2010 – mais 30 ont été rejetées. Par ailleurs, il ne faut

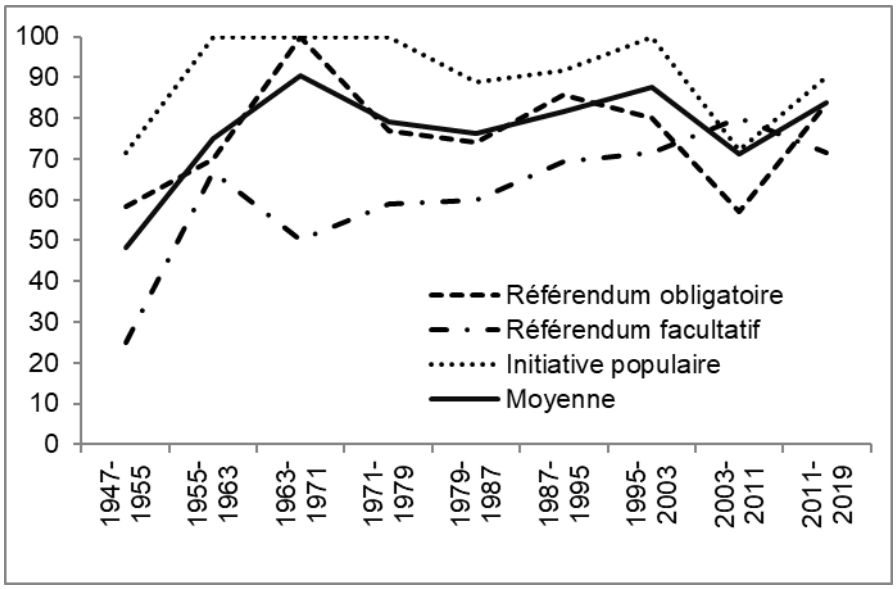
pas oublier que les initiatives populaires peuvent produire des effets même lorsqu'elles sont refusées (Rohner 2012).

Sur les 3'129 objets soumis au *référendum facultatif* adoptés par l'Assemblée fédérale entre 1874 et la mi-2020, seulement 189 (soit 6 pour cent) ont été attaqués par référendum et portés devant le peuple. Ce taux très bas reste par ailleurs très stable depuis la fin de la seconde guerre mondiale (Sciarini et Trechsel 1996): sauf une seule exception lors de la législature 1975–1979, les autorités fédérales ont toujours été capables de faire passer plus de neuf lois fédérales sur dix sans contestation référendaire. Ceci souligne à nouveau la grande unité de vue existant entre le peuple et les autorités fédérales. Certes, le Tableau 19.1 révèle que le nombre absolu de votations populaires résultant du référendum facultatif a fortement augmenté depuis les années 1970. Cependant, il montre également que le nombre de lois votées par l'Assemblée fédérale a aussi fortement augmenté. C'est avant tout cette accélération de la production législative qui est responsable de l'augmentation du nombre de référendums facultatifs ayant abouti. De plus, les lois qui sont attaquées par référendum et qui sont portées devant le peuple débouchent dans une majorité de cas sur un succès des autorités en votation populaire. Comme le montre le Tableau 19.1, ce taux de succès s'élève à 58 pour cent en moyenne entre 1874 et 2020, et il a augmenté au cours des dernières décennies.

Dans la période plus récente après la seconde guerre mondiale (1947–2020), le taux de succès des projets des autorités s'est élevé en moyenne à 79 pour cent; 92 pour cent des initiatives, 76 pour cent des objets soumis au référendum facultatif et 65 pour cent de ceux soumis au référendum obligatoire ont donné lieu à des votes conformes à la recommandation des autorités. La Figure 19.3 révèle néanmoins des trajectoires contrastées pour les trois institutions de démocratie directe. Pour les objets soumis au référendum facultatif, le taux de succès des autorités a presque constamment augmenté depuis les années 1970. Pour les objets soumis au référendum obligatoire, on observe au contraire une légère tendance à la baisse de ce taux depuis les années 1970, avec un creux marqué entre 2003 et 2011, suivi par un retour à un taux de succès élevé ensuite. Une tendance similaire (creux entre 2003 et 2011, puis remontée) se manifeste aussi en ce qui concerne les initiatives populaires. On se rappelle que l'UDC a réussi à faire approuver par le peuple et les cantons plusieurs initiatives (interdiction des minarets, renvoi des criminels étrangers, contre l'immigration de masse) au tournant des années 2010 (Varone et al. 2014).

Dans une édition plus ancienne du Manuel de la politique suisse, Trechsel (2006: 476) relevait que depuis 1975 le taux de succès moyen des autorités dans les votations populaires n'avait jamais été inférieur à 60 pour cent, sauf dans la période d'immédiate après-guerre. Il soulignait sur cette base la forte convergence existant entre gouvernants et gouvernés en Suisse. Cette conclusion demeure toujours valable; le fléchissement précité du succès des autorités en matière d'initiative populaire et de référendum obligatoire dans les années 2003-2011 semble plutôt s'apparenter à un accident de parcours.

Figure 19.3: Taux de succès des autorités fédérales par institution et par période de huit ans (1947–2019)



Source des données: C2D et Swissvotes

3 Campagnes

Même si la question de savoir si l'on peut « acheter » en investissant beaucoup d'argent dans la campagne référendaire un résultat souhaité lors d'une votation populaire a de longue date attiré l'attention des chercheurs (voir ci-dessous), les campagnes précédant les votations ont pendant longtemps constitué un champ de recherche marginal. Pourtant, dans un contexte marqué par l'érosion de l'identification partisane, la médiatisation croissante de la politique et la professionnalisation de la communication, les campagnes peuvent s'avérer décisives. Ceci explique la place de plus en plus grande occupée par l'étude des campagnes de votation et de leurs effets sur le vote dans la littérature sur la démocratie directe. Dans cette section, nous passons en revue les recherches récentes dans ce domaine, en nous intéressant à tour de rôle aux acteurs des campagnes, à leurs stratégies de mobilisation et de communication ainsi qu'à la couverture médiatique des débats entre les partisans et les opposants d'un objet soumis au vote du peuple. Les effets des campagnes seront traités ultérieurement (sections 4 et 5).

Les acteurs des campagnes

Le *Conseil fédéral* est tenu de renoncer à toute forme de propagande durant les campagnes précédant les votations populaires, mais il y figure néanmoins parmi les acteurs les plus influents (Kriesi 2009a). Malgré l'interdiction d'utiliser des fonds publics dans les campagnes (von Arx 2002: 207), le Conseil fédéral dispose de plusieurs instruments pour informer les citoyens et justifier ses choix: les Conseillers fédéraux ouvrent la campagne avec une conférence de presse plusieurs semaines avant le scrutin, ils participent à des tables rondes ou à des séances publiques organisées par les partis ou des comités, accordent des interviews aux médias et participent à des débats à la radio et à la télévision. De plus, avant chaque votation, le Conseil fédéral publie une brochure qui présente les objets soumis au vote, ainsi que les arguments en faveur du Oui ou du Non. Cette brochure est envoyée à tous les citoyens et constitue une de leurs plus importantes sources d'information (Tableau 19.2).[2]

La littérature est moins unanime en ce qui concerne l'importance des *partis politiques*. Selon Kriesi (2005, 2006), les coalitions partisanes, que l'on peut observer sur la base des

recommandations de vote des partis politiques, sont des déterminants cruciaux du vote. Depuis la transformation de l'UDC en parti national-populiste, la droite est divisée en deux camps – le centre-droit et la droite conservatrice – et la formation des coalitions partisanes suit typiquement une dynamique triangulaire. Si les quatre partis gouvernementaux n'arrivent pas à trouver de consensus – ce qui était le cas dans deux votations sur trois de la période de 1981 à 2007 – les partis de la droite modérée ont la possibilité de s'unir avec l'UDC dans une coalition de centre-droite ou, moins fréquemment, de s'aligner avec la gauche dans une coalition de centre-gauche. Selon une étude de Marquis (2006: chapitre 6.3) sur les votations en politique extérieure de la période de 1981 à 1995, le (faible) nombre des annonces publicitaires financées par les partis politiques démontre que ceux-ci jouent cependant un rôle relativement effacé durant la campagne. Ceci pourrait s'expliquer par leur manque de ressources financières et le coût élevé des annonces (Marquis 2006: 426). Ce même facteur pourrait expliquer l'importance des *groupes d'intérêts*, notamment des associations économiques, qui investissent d'importants moyens financiers dans les campagnes, surtout dans les votations sur la politique extérieure, sociale, financière et économique (Hermann 2012). Leur impact est toutefois difficile à estimer parce qu'ils forment des comités ad hoc avec les partis politiques (Kriesi 2009a: 63). En effet, la participation des groupes d'intérêt multiplie le nombre de partenaires potentiels pour les partis politiques et conduit à la formation de coalitions très hétérogènes n'adhérant pas forcément aux mêmes croyances et au même discours (Bernhard et Kriesi 2012). Par conséquent, le camp du Oui et du Non se divise souvent en plusieurs «component coalitions» (Bernhard et Kriesi 2012) ou «coalitions discursives» (Tresch 2008). Ces dernières se forment sur la base de critères idéologiques entre acteurs ayant un positionnement similaire sur l'échelle gauche-droite (Bernhard 2019).

Stratégies de mobilisation et de communication durant les campagnes

Les acteurs politiques disposent de deux canaux principaux pour mobiliser et convaincre le public (Bernhard 2012: 84): ils peuvent passer par les médias ou utiliser leur propre organisation. Dans le premier cas, ils peuvent financer des annonces publicitaires ou des affiches dans les rues («paid media») ou essayer d'attirer l'attention des médias et de générer une couverture médiatique de leurs activités («earned media»). Dans le deuxième cas, ils peuvent contacter leurs membres et sympathisants de façon directe (par exemple via le «direct mailing») ou indirecte (par exemple en distribuant des tous-ménages, tracts et prospectus de campagne). Le premier canal, la mobilisation des citoyens à travers les médias, est particulièrement important puisque c'est à travers les médias de masse traditionnels que les citoyens s'informent prioritairement (Tableau 19.2).

Tableau 19.2: Sources d'information des votants (en %)

	1990–2016	1990–1999	2000-2009	2010-2016
Articles de journaux	83,6	84,6	84,6	81,9
Télévision	73,8	75,1	74,3	72,2
Brochure du CF	70,6	66,2	71,1	73,7
Radio	58,2	60,2	58,4	56,4
Lettres de lecteurs	49,1	46,4	53,9	46,5
Publicité dans les journaux	46,7	45,2	49,4	45,2
Tracts, brochures etc.	43,8	38,6	45,6	46,4
Affiches dans la rue	37,2	27,3	41,5	40,8
Sondages d'opinion	36,5	-	37,6	35,7
Direct mailing	19,8	16,2	22,5	19,7
Informations sur internet	16,6	3,0	10,8	25,0
Informations au travail	14,7	18,9	14,1	12,5
Stands d'information	9,1	8,5	9,9	8,8
1 à 3 sources	21,3	21,4	21,5	21,0
4 à 7 sources	62,2	58,4	61,2	63,9
8 à 12 sources	16,5	20,1	17,2	15,1
Nombre moyen de sources	5,3			

La question sur les sources d'information a été introduite dans les analyses VOX en septembre 1990. A l'origine, le questionnaire portait sur neuf sources. D'autres sources ont été ajoutées par la suite (direct mailing et informations au lieu de travail en 1992, internet en 1998 et sondages d'opinion en 2002).
Source : Nos propres calculs sur la base de VOXit (1990–2016)

En moyenne et sur toute la période, les votants indiquent avoir utilisé plus de cinq sources d'information. Ce nombre, ainsi que l'ordre d'importance des différentes sources, est resté relativement stable depuis 1990 (voir Kriesi 1994, 2005; Trechsel et Sciarini 1998). A cause de l'interdiction de la publicité politique à la radio et à la télévision (art. 10 LRTV), la presse est d'une importance particulière pour les acteurs qui mènent campagne, mais elle constitue aussi, et de loin, la principale source d'information pour les citoyens. La presse est non seulement importante pour ses articles dans la partie rédactionnelle, qui sont lus par près de 84 pour cent des votants, mais également pour les lettres de lecteurs et les annonces publicitaires, qui sont consultées par près de la moitié des votants. Les médias électroniques, la radio et surtout la télévision, sont également fréquemment consultés (58 et 74 pour cent des votants, respectivement), alors que les informations diffusées par les organisations sont moins utilisées (de 44 pour cent pour les tracts/brochures à seulement 9 pour cent pour les stands d'information). La brochure d'explication du Conseil fédéral est consultée par plus de deux tiers des votants. Enfin, si elles sont relativement moins utilisées que d'autres sources, les affiches dans la rue ont gagné en importance au fil du temps, tout comme les médias digitaux. Au début du siècle, seulement un votant sur dix s'est informé sur Internet, contre un quart depuis 2010. De même, selon les analyses VOTO, 25 pour cent des votants se tournent vers les médias sociaux (tels Facebook et Twitter) pour s'informer sur une votation.[3] Loin de remplacer les médias traditionnels, notamment la presse, ces nouveaux médias digitaux se sont toutefois établis comme une source d'information complémentaire dans une partie de la population.

Mobilisation

Afin d'utiliser leurs ressources limitées de façon efficace, les acteurs doivent définir la cible de leur campagne et décider s'ils veulent principalement mobiliser leur propre base, convaincre les indécis ou convertir les sympathisants du camp adverse. Sur la base de trois votations fédérales (loi sur l'asile, naturalisations par le peuple et imposition des entreprises), Bernhard (2012) a montré que les deux camps cherchent avant tout à mobiliser leur propre base.[4]

Concernant le budget de la campagne, l'étude de Hermann (2012) révèle des variations importantes d'une votation à l'autre, mais pas dans le temps. L'analyse s'appuie sur les données collectées par *Media Focus* et couvre l'ensemble des annonces publicitaires parues dans près de 400 organes de presse ainsi que la totalité (ou presque) des affiches dans les rues. Dans les 39 votations de la période 2005–2011, les dépenses publicitaires pour les affiches et les annonces dans la presse se sont élevées en moyenne à 2.9 millions de francs suisses par objet, avec de fortes variations d'une votation à l'autre – les dix campagnes les plus chères représentant à elles seules 69 pour cent du budget total. De plus, il existe généralement une asymétrie des dépenses entre les camps du Oui et du Non (de l'ordre de 4 contre 1 dans deux votations sur trois). Etant donné que economiesuisse et l'UDC sont les deux organisations avec la plus grande capacité financière (au cours de la période, l'UDC a dépensé trois fois plus que le PRD/PLR et neuf fois plus que le PSS et le PDC), cette asymétrie est souvent à l'avantage des forces bourgeoises. Une étude plus récente portant sur une analyse des annonces publicitaires pour et contre les 29 objets soumis au vote entre mars 2013 et juin 2015 confirme ces constats (Udris et al. 2016).

A ce jour, les chercheurs se sont surtout appuyés sur les annonces publicitaires pour mesurer la direction et l'intensité des campagnes.[5] La publicité dans la presse est l'un des moyens privilégiés par les partis et les groupes d'intérêt pour faire campagne, et compte parmi les principales sources d'information utilisées par les votants (Tableau 19.2). Analysant les annonces relatives aux 148 votations de la période 1981–1999, Kriesi (2005) montre que, sans surprise, *l'intensité* de la campagne augmente généralement lorsque les acteurs politiques s'attendent à un vote serré. Le degré de conflictualité de l'objet soumis au vote, ainsi que l'existence d'une opposition de la droite conservatrice, jouent également un rôle.[6] Nai (2014), qui couvre les votations populaires des années 1999–2005, montre que l'intensité moyenne des campagnes est plus élevée dans deux domaines politiques: la politique internationale et de sécurité, ainsi que la politique de l'environnement, de l'énergie et d'aménagement du territoire.

De leur côté, Marquis et Bergman (2009) ont analysé l'évolution des campagnes entre 1981 et 1999. Ils constatent que les campagnes sont devenues plus longues, plus «constantes» au cours des quatre semaines précédant le scrutin,[7] et qu'elles impliquent désormais un nombre plus limité d'acteurs. En revanche, les campagnes ne sont pas devenues plus intenses au cours du temps. Nai (2014a) confirme ce résultat pour la période récente et montre que près de deux tiers des campagnes peuvent être qualifiées de «constantes».[8]

Différentes études plus ponctuelles apportent quelques nuances intéressantes. Ainsi, les campagnes autour du rejet et du soutien évoluent largement en parallèle au fil des semaines, même si les campagnes d'opposition démarrent plus tôt (Marquis 2006), notamment en cas de référendum facultatif (Bernhard 2012). Ces différentes caractéristiques de la campagne ne sont pas sans effet sur le niveau de compétence, les stratégies cognitives et le vote des citoyens (cf. infra).

Communication et arguments

Pour convaincre les citoyens et influer sur la formation de leurs opinions, les acteurs de la campagne appuient leur position par des arguments. Ces arguments, ou «frames» selon la littérature spécialisée, sont importants dans la mesure où ils contribuent à définir les enjeux de la campagne, à rendre plus saillants certains aspects particuliers de l'objet soumis au vote et à influencer comment les citoyens le perçoivent et l'interprètent. Les études empiriques convergent pour dire que les campagnes du Oui et du Non se focalisent généralement sur un nombre limité d'arguments (ex. Hänggli et al. 2012; Tresch 2008, 2012). Cependant, la diversité argumentative varie considérablement d'une campagne à l'autre (Nai 2014a: 133).

Cette concentration sur un nombre relativement limité d'arguments pourrait s'expliquer par les principes de dominance et de dispersion de Riker (1993), en vertu desquels on peut s'attendre à ce qu'un camp politique évite d'utiliser un argument sur lequel le camp adverse lui semble emporter la conviction, et à ce que les deux camps abandonnent les arguments sur lesquels aucun des deux camps ne peut s'imposer. Les trois campagnes en matière de politique européenne (1992, 2000, 2001) étudiées par Gilland Lutz et Marquis (2006) sur la base des annonces publicitaires ne confirment pas ces attentes : il n'y a pas d'effet de concentration sur un plus petit nombre d'arguments au cours de la campagne et les campagnes du Oui et du Non n'interagissent guère ; chaque camp reste fidèle à ses arguments pendant la campagne. Toutefois, Hänggli et al. (2012) arrivent à des résultats un peu différents dans leur analyse de trois autres votations : si les acteurs de la campagne privilégient leurs propres arguments, ils s'engagent néanmoins assez souvent (de façon défensive) dans un dialogue sur les arguments de l'adversaire. Au total, les auteurs trouvent une convergence sur un même argument de l'ordre de 70 pour cent dans les votations sur l'asile et les naturalisations (en 2006 et 2008 respectivement), et de 40 pour cent dans le vote sur l'imposition des entreprises (en 2008) (Hänggli et al. 2012 : 78).

Un autre aspect communicationnel des campagnes qui a récemment gagné l'intérêt des chercheurs est le recours aux attaques («negative campaigning»). Globalement, le degré de campagne négative reste encore relativement limité en Suisse (Marquis 2006; Nai 2014a; Nai et Sciarini 2018; Hänggli et al. 2012); il est plus élevé dans les campagnes des opposants à la politique du Conseil fédéral, notamment en cas de référendum facultatif et/ou sur les objets de politique extérieure et de sécurité (Nai 2014a).

La couverture médiatique des campagnes

Alors que les annonces publicitaires dans la presse permettent aux acteurs politiques de contourner le filtrage opéré par les médias et d'avoir un contrôle direct sur le contenu de leurs messages, la partie rédactionnelle dans les journaux leur offre l'avantage d'atteindre un public plus large et à moindre coût. En tant que principale source d'information des citoyens (Tableau 19.2) les journaux ont un rôle important à jouer durant les campagnes précédant les votations.

De nombreuses études montrent que la phase référendaire attire beaucoup d'attention médiatique. De toutes les phases du processus politique, c'est celle qui intéresse proportionnellement le plus les médias (Tresch et al. 2013). Au cours de la campagne, la couverture médiatique suit généralement la même dynamique : elle s'intensifie progressivement, pour culminer entre deux et cinq semaines avant le scrutin, puis elle baisse de manière assez abrupte dans les derniers jours avant le vote (Gerth et al. 2012; Höglinger 2008; Marquis et al. 2011; Tresch 2008). Cependant, l'attention médiatique varie grandement d'une campagne à l'autre : elle augmente avec les dépenses publicitaires et pour les objets touchant à des domaines politiques spécifiques, comme l'immigration (Udris et al. 2016).

D'un point de vue normatif, cette couverture médiatique est globalement d'une assez bonne qualité. Bien que les journaux se positionnement souvent ouvertement pour ou contre un objet (Gerth et al. 2012), une étude portant sur 24 votations de politique sociale de la période de 1995 à 2004 démontre que la couverture des campagnes présente les positions du camp du Oui et du Non de manière équilibrée (Marquis et al. 2011). Marcinkowski et Donk (2012) abondent dans le même sens, mais constatent un échange limité d'arguments entre les différents acteurs. Lorsqu'en outre la couverture médiatique fait référence à des évaluations scientifiques, la qualité délibérative augmente (Schlaufer 2018). Par ailleurs, les travaux de Hänggli (2012) montrent que les médias reproduisent de manière assez fidèle le cadrage utilisé par les acteurs politiques. Ainsi, ce sont les acteurs politiques qui introduisent les arguments clés pour ou contre un objet soumis au vote, et la part relative de ces différents arguments dans la couverture médiatique correspond largement à leur importance relative dans le matériel de campagne des acteurs politiques. Occasionnellement, les médias jouent pourtant un rôle plus indépendant – il leur arrive de contribuer au débat en introduisant des arguments supplémentaires – et dans bien des cas ils expriment des recommandations de vote explicites dans leurs éditoriaux, ce «biais partisan» pouvant parfois aussi influencer la partie rédactionnelle (Tresch 2012).[9]

Concernant la visibilité des acteurs de la campagne, la couverture médiatique apparaît comme très variée et très hiérarchisée à la fois. D'un côté, comparée à la couverture médiatique hors campagnes, la couverture des campagnes est plus inclusive en termes d'acteurs et offre ainsi une belle opportunité aux acteurs non-institutionnels, mais aussi aux partis politiques, d'augmenter leur notoriété et de défendre leurs positions dans les médias (Höglinger 2008; Tresch 2008). De l'autre côté, seuls les acteurs institutionnels – notamment quelques Conseillers nationaux et le Conseiller fédéral en charge du dossier – reçoivent une couverture médiatique régulière pendant les campagnes (Gerth et al. 2012: 117). Par conséquent, ce sont les arguments des acteurs influents, et notamment du Conseiller fédéral responsable du dossier, qui bénéficient de la plus grande résonance médiatique (Hänggli 2012). La crise du journalisme d'information classique, provoquée par la numérisation et l'effondrement des recettes publicitaires, semble accentuer les inégalités d'accès aux médias et favoriser les acteurs à forte capacité financière ainsi que ceux parmi les acteurs qui, avec leur mode de communication provocateur et populiste, répondent à la logique médiatique (Udris et al. 2016).

4 Participation

La participation aux votations fédérales est un enjeu important dans un système de démocratie directe – et un champ classique de la recherche en comportement politique. Dans un premier temps, nous présentons des éléments relatifs au niveau et aux caractéristiques de la participation en Suisse. Nous examinons ensuite les principaux déterminants (individuels et contextuels) de la participation, en accordant une attention particulière à l'un de ces déterminants, à savoir la compétence politique.

La Suisse, un pays à faible participation?

En comparaison internationale, la Suisse se caractérise par un taux de participation très faible aux élections nationales (Franklin 2004: 92s). Ceci vaut également pour la participation aux votations fédérales: entre la fin de la seconde guerre mondiale et la fin des années 1970, l'augmentation du nombre d'initiatives populaires et de référendums décrite dans la première section est allée de pair avec une diminution constante de la participation (de 60 à 40 pour cent en moyenne par législature). Le taux de participation moyen s'est toutefois stabilisé

depuis autour de 45 pour cent et on a même pu identifier une légère augmentation de la participation au début des années 1990 puis à nouveau à partir des années 2000, qui coïncide avec la généralisation du vote par correspondance facilité (Luechinger et al. 2007), mais qui dénote également un regain de politisation au sein de la société suisse (Papadopoulos 1996; Giugni et Sciarini 2009).

Cependant, cette image d'Epinal de la Suisse comme pays à faible participation doit être nuancée, car elle est – en partie tout au moins – la conséquence du très grand nombre de scrutins populaires (votations et élections) auquel les citoyens sont conviés. Si l'on adopte une perspective dynamique et que l'on examine la participation «cumulative» (Serdült 2012), par exemple dans dix votes successifs, il s'avère que seulement 20% de citoyens ne votent jamais (Sciarini et al., 2016; Heidelberger, 2018). Moins de 20% votent toujours, alors que le reste (plus de 60% du total, soit de loin la plus grande catégorie) participe entre une et neuf fois sur dix.[10] Cette dernière catégorie est donc constituée de votants qui alternent participation et abstention, en fonction de facteurs comme l'importance des objets soumis au vote ou leur intérêt pour la matière.

La catégorisation des citoyens suisses en trois groupes (abstentionnistes, votants sélectifs ou occasionnels, votants permanents) a initialement été avancée par des travaux basés sur des enquêtes d'opinion VOX (Gruner et Hertig 1983, Mottier 1993). Cette catégorisation a été affinée et analysée par plusieurs études récentes s'appuyant sur des données réelles de participation et portant sur différents contextes – canton de Genève, ville de Saint-Gall, commune de Bolligen – (Dermont 2016, Dermont et Stadelmann-Steffen 2018, Sciarini et al. 2016, Serdült 2012). A titre d'exemple, dans le canton de Genève, 35% des citoyens ont pris part à au moins huit des dix votations fédérales qui ont eu lieu entre 2010 et 2013, 30% ont voté entre trois et sept fois, et 35% ont participé à deux votations au plus (Sciarini et al. 2016).

Toutefois, l'analyse précitée montre que seuls les deux groupes extrêmes (les personnes qui participent toujours et celles qui ne participent jamais) ont un profil sociologique distinct en termes d'âge, d'état civil, de niveau d'éducation, ou de durée de résidence,[11] tandis que les votants sélectifs ou occasionnels constituent de ce point de vue un groupe très hétérogène. En revanche, leurs attitudes politiques sont assez claires, et ressemblent plus à celles des abstentionnistes qu'à celles des votants permanents en termes d'intérêt pour la politique, de compétence politique ou d'idéologie. Si l'on considère uniquement leur profil politique, il est donc difficile de comprendre pourquoi les votants sélectifs se rendent – au moins occasionnellement – aux urnes. L'explication réside vraisemblablement dans les caractéristiques du projet soumis au vote et de la campagne politique qui s'y rapporte, qui sont parfois susceptibles de mobiliser les votants sélectifs, et parfois pas. De fait, dans une autre étude, les auteurs ont montré que les votants sélectifs sont effectivement les plus sensibles à l'intensité de la campagne référendaire (Goldberg et al. 2019): plus la campagne est intense, et plus la probabilité est grande que les votants sélectifs se mobilisent; si la campagne est très intense, même les personnes qui généralement s'abstiennent ont tendance à participer.

La mobilisation variable des votants occasionnels ou sélectifs d'une votation fédérale à l'autre explique à son tour les grandes différences de taux de participation entre les scrutins. Ainsi, au cours des trois dernières décennies, la participation a atteint presque 80 pour cent lors du vote du 6 décembre 1992 sur l'adhésion de la Suisse à l'Espace économique européen, alors qu'elle a tout juste dépassé 25 pour cent lors du vote du 21 mai 2006 sur le nouvel article constitutionnel sur la formation.

Les déterminants individuels et contextuels de la participation

L'étude conduite par Kriesi (2005) à partir de l'ensemble des votations fédérales de la période 1981–1999 – et des enquêtes d'opinion VOX qui s'y rapportent – démontre que la décision de participer est à la fois le fruit de facteurs individuels et de facteurs contextuels. Au niveau individuel, la participation augmente avec l'âge et avec le niveau d'intérêt pour la politique, le niveau d'éducation et le niveau de «compétence politique».[12] Par contre, il n'existe plus de «fossé de genre» en ce qui concerne la participation aux votations fédérales, les femmes participant désormais autant que les hommes (Kriesi 2005: 124). Au niveau contextuel, comme on l'a vu, la participation augmente avec l'intensité de la campagne référendaire mais aussi avec la familiarité de l'objet soumis au vote. De plus, il existe un phénomène de substitution entre ces deux facteurs: l'influence de l'intensité de la campagne sur la participation est moindre lorsque l'objet soumis au vote est très familier; inversement, l'intensité de la campagne peut avoir un effet de sensibilisation qui compense les effets démobilisateurs d'un objet peu familier. En revanche, sauf cas exceptionnels, il n'existe pas d'effet de substitution entre facteur contextuels et facteurs individuels, c'est-à-dire entre l'intensité de la campagne ou la familiarité de l'objet, d'une part, et l'intérêt pour la politique ou la compétence politique individuelle, d'autre part. Ainsi, une campagne référendaire très intense ne fait pas disparaître les différences de participation résultant des différences de niveau d'intérêt ou de compétence politique.

A côté de l'intensité des campagnes, d'autres caractéristiques des campagnes de votations influencent aussi la participation. C'est par exemple le cas du degré de négativisme des messages délivrés par les animateurs des campagnes (Nai 2012). Selon cette étude, l'influence du «negative campaigning», c'est-à-dire de la propension à attaquer l'adversaire dans les annonces publicitaires, agit de manière asymétrique en fonction de la direction de la campagne politique. Plus concrètement, un degré élevé de négativisme de la part des partisans du statu quo diminue la participation, tandis qu'un degré élevé de négativisme de la part du camp favorable au changement l'augmente. En outre, utilisant les paris sur des marchés prédictifs au sujet des résultats attendus de 56 votations entre 2012 et 2014 au niveau fédéral et dans le canton de Zurich, Strijbis et al. (2016) montrent que l'anticipation d'un résultat de vote serré est liée à un taux de participation plus élevé.

Au chapitre des facteurs contextuels, il faut aussi mentionner le rôle des facteurs institutionnels. Le premier et le plus évident d'entre eux est l'obligation de participer, qui existe encore dans un seul canton suisse (Schaffhouse). Par ailleurs, une analyse conduite au niveau des cantons montre que l'ouverture du système de démocratie directe influence également le taux de participation (Barankay et al. 2003): plus le nombre de signatures à récolter est comparativement élevé, plus la participation aux votations populaires l'est également, probablement parce que la nécessité de collecter un nombre plus élevé de signatures impose des exigences supplémentaires aux comités d'initiatives ou référendaires, mais les force du même coup à rendre plus visibles leurs projets; à l'instar d'une campagne référendaire intense, ceci aurait ultérieurement pour effet d'influencer positivement le taux de participation au vote.

En outre, la facilitation du vote par l'introduction du vote par correspondance simplifié a augmenté de manière significative la participation dans les cantons suisses – de 3 à 4% selon l'étude de Luechinger et al. (2007). A en croire diverses études conduites sur des données réelles de participation dans les cantons de Genève et de Zurich (Germann et Serdült 2017, Sciarini et al. 2013), l'introduction du vote par internet n'a pas eu le même effet bénéfique sur la participation, en tout cas au niveau agrégé. La raison de cette absence d'effet tient vraisemblablement au fait que les gains de participation induits par la simplification du mode de vote avaient déjà été réalisés avec l'introduction du vote par correspondance. Le vote par

internet n'apporte pas de nouveau saut quantitatif de ce point de vue; les personnes qui l'utilisent auraient utilisé un autre mode de vote si le vote par internet n'avait pas été offert (effet de substitution). Cependant, une étude récente conduite au niveau individuel et basée sur une modélisation économétrique plus adéquate montre que le vote par internet, lorsqu'il est offert, a un effet mobilisateur auprès des personnes qui s'abstiennent généralement de voter (Petitpas et al. 2020).

Compétence politique et participation

La compétence politique des citoyens est l'objet d'une controverse récurrente. Selon une thèse répandue, la grande majorité des citoyens ne possèderaient pas les compétences nécessaires à l'exercice des droits populaires, si bien que la démocratie directe conduirait au mieux à des décisions arbitraires, au pire à des résultats manipulés. Cette critique a été relayée par des théoriciens contemporains comme Sartori (1973). D'un autre côté, les tenants de l'approche «participative» (par exemple Barber 1984) croient aux vertus éducatives de la démocratie directe. Selon eux, le problème de compétence n'existe pas, ou plutôt il se résout de lui-même avec la participation: la démocratie directe favorise celle-ci, qui à son tour encourage les citoyens à s'informer, ce qui stimule à son tour la participation.

Empiriquement, il est en fait difficile de se faire une idée précise du niveau moyen de compétence des votants en Suisse, car les résultats dépendent très fortement des critères retenus. Si l'on fixe des critères exigeants (en particulier en ce qui concerne la capacité des votants à justifier leur choix), on aboutit alors au constat sévère que seulement une petite minorité des votants disposent d'une aptitude décisionnelle élevée (Gruner et Hertig 1983). Mais si l'on opte au contraire pour des critères moins exigeants, on arrive à la conclusion qu'une majorité des votants ont la compétence requise (Colombo 2018, Kriesi 2005, Trechsel 2006; voir aussi Bütschi 1993).

Si le niveau de compétence des votants est donc sujet à des interprétations divergentes, les avis sont en revanche plus unanimes en ce qui concerne les déterminants de la compétence. Au niveau individuel, l'âge, le niveau de formation et – surtout – l'intérêt pour la politique apparaissent comme des facteurs clés (Colombo 2018, Hopmann et al. 2016, Kriesi 2005). Au niveau contextuel, les caractéristiques des objets soumis au vote et de la campagne de votation jouent aussi un rôle central (Bernhard 2018, Colombo 2018, Kriesi 2005): le niveau de compétence diminue avec la complexité de l'objet et augmente avec l'intensité de la campagne; le niveau de compétence est également plus faible lorsque l'objet est très polarisant, probablement parce que cette polarisation nuit à la qualité des débats et brouille les messages délivrés au cours de la campagne.

Un autre résultat sur lequel s'accorde la recherche concerne l'impact de la compétence sur la propension à participer aux votations: comme nous l'avons mentionné précédemment, le manque de compétence – telle que mesurée par les questions de connaissance factuelle sur la politique – est un puissant facteur d'abstentionnisme. Cette tendance des personnes les moins compétentes à s'autocensurer et à s'abstenir de participer limite considérablement le risque d'arbitraire du vote, mais pose potentiellement problème du point de vue de l'égalité de participation et, par conséquent, de la légitimité des décisions en démocratie directe. Cependant, les résultats des études précitées sur la participation sélective relativisent le problème d'inégalité de la participation (Sciarini et al. 2016 ; Heidelberger, 2018): la (très) petite proportion d'abstentionnistes chroniques et la (très) grande proportion de votants occasionnels signifie que ce ne sont pas toujours les mêmes personnes qui s'abstiennent, ce qui est de nature à réduire le risque que les préférences d'un segment de la population soient systématiquement négligées. A ce propos, Dermont et Stadelmann-Steffen (2018) observent

que l'inégalité de participation entre hommes et femmes et selon l'âge diminue lorsque le taux de participation augmente, mais demeure un problème lorsque le taux de participation est bas. La complexité de l'objet soumis au vote à des effets particulièrement négatifs sur la participation des jeunes.

L'étude de Lutz (2007) s'intéresse quant à elle aux effets de la faible participation et de la compétence sur les résultats des votations fédérales. Cette étude montre tout d'abord que la décision de vote des individus varie davantage selon leur niveau de compétence qu'entre votants et non-votants: le taux d'acceptation populaire aurait été différent dans 35 pour cent des votations si tous les citoyens avaient voté, et dans 41 pour cent des cas si les citoyens avaient tous été compétents. De plus, la différence de préférence entre votants et non-votants est généralement modeste, et ceci en particulier dans les votes les plus importants. Ensuite, le vote des moins compétents tend plutôt à favoriser les positions défendues par les partis de droite, tandis qu'une faible participation tend plutôt à favoriser la gauche. Au final, il est ainsi difficile d'anticiper à qui profiterait une augmentation de la participation, car l'effet bénéfique attendu pour la droite pourrait être contrebalancé par l'augmentation parallèle de la compétence globale, qui profiterait à la gauche.

En résumé, si l'on prend en compte le fait que les citoyens sont souvent appelés à voter, la participation aux votations n'est pas si faible que cela en Suisse. Seule une petite minorité reste systématiquement éloignée des urnes. De plus, la participation sélective ou occasionnelle réduit les risques d'inégalités de participation, puisqu'empiriquement, ce ne sont pas toujours les mêmes citoyens qui s'expriment. A ce titre, le fait que les personnes peu compétentes sur un objet soumis au vote s'abstiennent de participer est doublement avantageux d'un point de vue normatif: ceci réduit le risque d'arbitraire du vote, sans pour autant poser de graves problèmes de légitimité (en raison du renouvellement du « pool » des votants d'une votation à l'autre). Enfin, les résultats des études mettent en évidence l'importance du contexte, et singulièrement de l'intensité des campagnes et de la complexité des objets soumis au vote pour la mobilisation des votants. De ce point de vue, les élites sont potentiellement en mesure d'influencer le niveau de participation: d'une part, en s'engageant activement dans les campagnes de votations – et en renforçant ainsi l'intensité de celles-ci – elles peuvent augmenter la quantité d'informations délivrées aux électeurs, ce qui facilitera leur prise de décision et les incitera à participer; d'autre part, si les élites parviennent à rendre plus intelligibles les objets complexes soumis au vote, elles peuvent aussi contribuer à éviter que des personnes s'abstiennent en raison de leur faible compréhension des enjeux et des solutions proposées.

5 Décision de vote

La décision de vote en démocratie directe est un phénomène complexe, influencé par de nombreux facteurs et pouvant être appréhendé par des perspectives analytiques très variées. Au cours des deux ou trois dernières décennies, ce champ d'étude a connu un essor considérable en Suisse. Les analyses prenant en compte à la fois les caractéristiques individuelles des citoyens et le contexte dans lequel s'insère leur vote ont particulièrement foisonné. Nous présentons dans un premier temps les études plus classiques portant sur l'impact des clivages sociaux, avant de nous tourner vers les travaux plus récents, que nous divisons – pour les besoins de la présentation – en trois groupes: les études sur les stratégies cognitives utilisées par les votants, celles sur le «vote correct», et celles sur la formation des opinions individuelles au cours des campagnes de votation. Au sein de ces trois groupes, il y a de surcroit lieu de faire une distinction supplémentaire entre les études des années 1990 et 2000 basées sur les enquêtes d'opinion post-votations (enquêtes VOX) et les études plus récentes basées sur des enquêtes de type « panel », c'est-à-dire des enquêtes lors desquelles les

mêmes répondants sont interrogés à plusieurs reprises avant et après le vote, à l'exemple des enquêtes conduites dans le cadre du NCCR *Democracy* sur trois votations fédérales de 2008. Enfin, dans la dernière section, nous présentons les nouvelles réponses apportées par la recherche à une question déjà ancienne, celle du rôle de l'argent dans les votes de démocratie directe.

L'impact des clivages

En l'absence de données individuelles sur le vote, les études des années 1970 et 1980 se sont penchées sur l'explication des comportements régionaux du vote. L'objectif de ces travaux au niveau agrégé était de dégager des *dimensions de conflits* (ou de préférences politiques) profondes sur la base de la répartition géographique du rejet et de l'acceptation des objets soumis au vote (Gilg 1987; Joye 1984; Nef 1980, 1988). D'après Nef (1988: 55–56), les votations fédérales de 1970 à 1986 se réduisent à quatre dimensions de conflits, dont la plus importante est l'opposition entre le modernisme et le traditionalisme. La structure socio-économique et socio-culturelle des régions (ou cantons) détermine leur positionnement sur ces dimensions ainsi que leur appartenance à une culture politique régionale, conduisant à des comportements de vote similaires (Nef 1980: 183–187). Avec une approche méthodologique différente, Gilg (1987) arrive à des conclusions similaires, mais ne distingue que deux cultures politiques (un «pôle conservateur» et un «pôle progressiste»). Dans les deux cas, le facteur linguistique apparaît comme décisif pour le découpage de la Suisse en cultures régionales distinctes, les Romands apparaissant plus progressistes (Gilg 1987: 156; Nef 1980: 183).

Dans les années 1990, cette approche structurelle a disparu au profit d'études du comportement individuel du vote, mais elle a à nouveau bénéficié d'un regain d'intérêt au début des années 2000. D'un côté, des géographes ont proposé un atlas du paysage politique suisse, basé sur une analyse des votations fédérales entre 1982 et 2002 au niveau communal (Hermann et Leuthold 2003). A l'aide d'une combinaison de méthodes quantitatives et qualitatives, les auteurs ont mis en évidence un espace idéologique défini par trois composantes fondamentales: un conflit entre gauche et droite, entre libéraux et conservateurs, et entre écologie et technocratie. Cette cartographie fournit une image nuancée des cultures et mentalités régionales, mais certains clivages traditionnels, comme le fossé entre les régions linguistiques ou entre la ville et la campagne, apparaissent nettement. D'un autre côté, Linder et son équipe ont analysé les votations fédérales de la période de 1874 à 2006 au niveau du district, pour examiner l'importance de quatre clivages traditionnels (langue, religion, ville-campagne, origine sociale) dans l'histoire suisse, et leur poids dans différents domaines politiques (Bolliger 2007; Linder et al. 2008; Zürcher 2006). Ils observent notamment un affaiblissement du clivage religieux et un renforcement du clivage ville-campagne au cours du temps (voir aussi Seitz 2014).

En parallèle, plusieurs études se sont penchées sur l'impact des clivages sur la décision de vote au niveau individuel, sur la base d'une analyse des données d'enquête d'opinion VOX. Sardi et Widmer (1993) ont ainsi examiné l'influence de divers clivages sur les votations fédérales des années 1980. Cette étude a mis pour la première fois en évidence un conflit de type ouverture-fermeture dans les votations ayant trait au travail, aux étrangers et à l'armée, et touchant donc aux images et représentations collectives de la «Suissitude» (Sardi et Widmer 1993: 210). D'autres études suggèrent que la politique extérieure constitue un terreau particulièrement fertile pour la mobilisation de ce nouveau conflit, qui se manifeste en conjonction avec les clivages linguistiques ou ville-campagne (Kriesi et al. 1996), comme par exemple lors de la votation sur l'Espace économique européen de 1992 (Kriesi et al. 1993; Sciarini et Listhaug 1997; Vatter 1994). Dans une étude portant sur 89 objets soumis au vote

du peuple entre 1990 et 2000, Christin et al. (2002a) ont relevé la forte présence du conflit ouverture-traditions[13] dans les votations sur la politique extérieure, la politique d'immigration et d'asile, la réforme des institutions et, ponctuellement, le travail (2002a: 259). Cette ligne de conflit a encore gagné en importance dans les années 2000 (Feddersen 2011).

Stratégies heuristiques et systématiques

Pour dépasser la controverse entre la vision critique et la vision positive de la démocratie directe évoquée dans la section sur la compétence des citoyens, Kriesi (2005) prône une conception «réaliste», selon laquelle il est possible de prendre une décision «raisonnable» sans être parfaitement compétent. Ceci suppose le recours à des «heuristiques» ou à des «raccourcis d'information». S'abstenir ou voter pour le statu quo dans le doute constituent les deux stratégies heuristiques les plus simples à disposition des votants. Kriesi (2005) montre que ces deux stratégies sont plus répandues parmi les votants les moins compétents. Parmi les autres «raccourcis cognitifs» figure la possibilité de voter en fonction de la confiance placée dans le gouvernement, d'une part, ou de voter conformément au mot d'ordre du parti dont on se sent proche, d'autre part. Parmi ces quatre stratégies, les deux dernières sont les plus répandues. Par exemple, lorsque les partis gouvernementaux sont divisés et forment une coalition de centre-gauche ou de centre-droite, l'heuristique partisane est largement répandue, même parmi les votants les moins compétents. La tendance des votants les moins informés à voter contre les changements politiques (biais en faveur du statu quo) apparaît dans l'étude de Christin et al. (2002b) portant sur 136 votations de la période 1981–1999. En revanche, leurs résultats sont plus mitigés en ce qui concerne la stratégie des votants consistant à utiliser le mot d'ordre de leur parti préféré pour compenser leur manque de connaissance de l'objet soumis au vote et faire «comme si» ils étaient compétents: cette stratégie se manifeste dans certains cas, mais pas dans d'autres.

A côté des stratégies heuristiques, Kriesi (2005) a également cherché à évaluer l'ampleur d'un deuxième mode de formation de l'opinion, le mode dit «systématique», qui consiste à utiliser les arguments délivrés par l'élite politique lors des campagnes comme base de décision. Selon ses résultats, les votants s'appuient beaucoup plus sur ce traitement systématique de l'information que sur les heuristiques ou les raccourcis d'information (Kriesi 2005: 222). Ce résultat doit toutefois être considéré avec prudence, en raison des problèmes méthodologiques posés par la mesure de la stratégie systématique; à partir des enquêtes VOX, il est en fait très difficile de savoir si les arguments ont effectivement contribué au choix des votants.[14]

Milic (2020) a récemment proposé une nouvelle mesure, plus directe, d'une heuristique particulière : le recours à des recommandations de vote. Se servant de la question sur les motivations du vote dans les enquêtes VOTO de septembre 2016 à novembre 2018, il constate qu'en moyenne environ 8 pour cent des votants se fient exclusivement à un mot d'ordre pour faire leur choix, sans considérer des arguments substantiels. Ce chiffre varie considérablement selon les objets de vote, mais surtout en fonction de facteurs individuels: les votants les plus motivés et compétents, mais faiblement ambivalents, s'appuient plus sur le mode systématique. Cependant, il est très probable qu'une part plus élevée de votants utilisent la recommandation de vote de leur parti préféré en tant que critère dans leur décision de vote, sans pour autant mentionner celle-ci comme raison principale de cette décision.

Dans le même esprit, Milic (2010) s'était d'ailleurs précédemment intéressé au paradoxe suivant: d'un côté, au niveau individuel, seulement une minorité des votants connaissent le mot d'ordre de leur parti préféré et seulement une minorité de cette minorité disent s'y référer dans leur décision de vote (Kriesi 1994: 55–61; Trechsel et Sciarini 1998: 115); d'un autre côté, au niveau agrégé, il existe une forte conformité du vote avec les mots d'ordre des partis politiques (Hug 1994; Milic 2008). Selon Milic (2010), ce paradoxe pourrait s'expliquer par

le fait que, même s'ils ne connaissent pas le mot d'ordre de leur parti préféré, les citoyens sont capables de le déduire et d'afficher des opinions sur les arguments de la campagne qui sont conformes à leur préférence partisane.

Sur la base de données de type « panel » relatives à deux objets de votations de 2008 (la révision de la loi sur l'asile et la réforme de l'imposition des entreprises), Colombo et Kriesi (2017) ont cherché à évaluer le rôle respectif des arguments de campagne (stratégie systématique) et de la préférence partisane (heuristique consistant à voter conformément au mot d'ordre de son parti préféré). D'un côté, leurs résultats montrent un effet indépendant des arguments de campagne sur les intentions de vote, qui s'ajoute à l'effet des préférences partisanes. D'un autre côté, les votants tendent à modifier leur évaluation des arguments au cours de la campagne, afin de la rendre conforme à leur préférence partisane. Ceci suggère que l'évaluation des arguments de la campagne est fortement influencée, pour ne pas dire biaisée, par la préférence partisane.

Vote correct

Si l'étude des stratégies utilisées par les votants pour former leur opinion porte son attention sur les processus de prise de décision, la recherche sur le «vote correct» s'intéresse quant à elle aux résultats de ce processus. Sur la base des enquêtes post-votations VOX, Milic et al. (2014) ont cherché à mesurer combien de votants avaient effectué un vote «correct», c'est-à-dire un vote qui soit conforme aux opinions des votants sur les principaux arguments pour et contre l'objet soumis à votation. Selon leur analyse de 157 votations de 1993 à 2013, le niveau moyen de votes corrects est élevé (70 pour cent), avec toutefois de fortes variations d'un objet à l'autre (Milic et al. 2014: 363-364). S'appuyant sur deux mesures alternatives du vote correct, Nai (2015) arrive à des chiffres similaires pour les votations fédérales de 1999 à 2005. Cependant, les analyses sur le vote correct font face au même type de problème méthodologique que celui mentionné précédemment à propos du vote systématique, si bien qu'elles surestiment possiblement le niveau de vote correct.

Selon une analyse de trois votations de 2009, le niveau de compétence des votants est – sans surprise – le facteur explicatif le plus puissant du vote correct au niveau individuel (Milic 2012). L'analyse de toutes les votations fédérales de 1999 à 2005 de Lanz et Nai (2015) confirme le rôle de la compétence des votants, mais seulement parmi les personnes qui ont rejeté la proposition soumise au vote. En outre, le vote correct, que les auteurs appellent « vote cohérent », augmente avec l'intensité des campagnes, tandis que les campagnes les plus négatives – avec plus d'attaques personnelles contre l'autre camp – ou plus complexes réduisent la cohérence du vote, surtout dans le cas des initiatives populaires.

De son côté, Lauener (2020) a proposé d'élargir le vote correct à la dimension de la conformité existant (ou non) entre les valeurs politiques des votants et leur décision de vote. Son analyse de 27 votations de 1993 à 2016 révèle que 75 pour cent votent en conformité avec leurs valeurs politiques. La propension de voter conformément aux valeurs augmente en outre avec le niveau d'éducation, la compétence spécifique sur l'enjeu et l'intérêt pour la politique des votants, ainsi qu'avec leur identification avec un parti politique.

Enfin, Nai (2014b) a abordé la question du vote correct sous un autre angle, celui de «l'ambivalence» des votants. Un votant est considéré comme ambivalent s'il soutient fortement (ou s'oppose fortement) à la fois aux arguments plaidant en faveur d'un projet et aux arguments plaidant en défaveur de ce projet. Les résultats empiriques, qui couvrent les votations fédérales de 1999 à 2005, sont le miroir inversé de ceux relatifs au vote correct: l'ambivalence diminue avec la compétence des votants et l'intensité de la campagne politique,

mais elle augmente avec l'exposition des votants à la campagne et avec le degré de négativisme de cette dernière.

En résumé, la recherche suggère en l'état que les votants se basent davantage sur un traitement systématique de l'information, que sur des raccourcis d'information. Elle suggère aussi que le niveau de vote correct (ou cohérent) est élevé en Suisse. Cependant, ces deux constats sont sujets à caution, en raison des incertitudes liées à la mesure de la stratégie systématique et du vote correct. A l'inverse, l'importance de la recommandation de vote du parti préféré en tant que raccourci d'information est probablement plus grande que ce qui est mesuré dans les enquêtes d'opinion post-votations.

La formation des opinions individuelles

Selon le modèle élaboré par John Zaller (1992), la formation des opinions individuelles est le fruit de l'interaction entre le discours de l'élite politique et les caractéristiques des citoyens. D'un côté, la *réception* des messages politiques dépend du niveau de compétence politique des individus: plus celle-ci est élevée, et plus ces individus sont susceptibles d'être exposés à un message politique, de le comprendre et de l'utiliser. Deuxièmement, *l'acceptation* des messages politiques dépend simultanément des prédispositions politiques (idéologie, valeurs) et du degré de compétence politique des citoyens: les plus compétents d'entre eux sont les plus exposés aux communications politiques, mais aussi les plus susceptibles de les filtrer à la lumière de leurs prédispositions politiques.

De nombreuses études ont appliqué le modèle de Zaller à la formation des opinions dans les votes de démocratie directe en Suisse – et ont démontré sa pertinence (Kriesi 2005; Marquis 2006; Marquis et Sciarini 1999; Sciarini et Marquis 2000; Sciarini 2000; Sciarini et al. 2007; Sciarini et Tresch 2009 et 2011). A titre d'exemple, l'analyse de Sciarini et Tresch (2011) portant sur les votations en matière de politique extérieure, européenne, d'immigration et d'asile de la période 1992–2006 montre qu'en cas de consensus au sein de l'élite politique, le soutien aux options du gouvernement augmente avec le niveau de compétence parmi les sympathisants de tous les partis. En situation de conflit au sein de l'élite (avec au moins un des partis gouvernementaux s'opposant aux autres), par contre, l'effet conjugué du niveau de compétence et des prédispositions des citoyens conduit à une situation de polarisation: le soutien aux choix du gouvernement augmente avec le niveau de compétence parmi les votants dont les prédispositions concordent avec la position du gouvernement, et diminue avec le niveau de compétence parmi les votants dont les prédispositions s'opposent à la position du gouvernement. Cet effet de polarisation est peu marqué dans l'étude de Kriesi (2005), mais il est très développé dans les votations en matière de politique de l'environnement (Sciarini et al. 2007).

Si les études précitées conduites dans les années 2000 ont appliqué le modèle de Zaller à des données post-votations, les études conduites dans les années 2010 se sont tournées vers des données panel, permettant d'analyser la stabilité et le changement des opinions au cours des campagnes de votations. Deux de ces études ont cherché à tester la thèse de Lazarsfeld et al. (1944), selon laquelle les campagnes servent avant tout à activer les prédispositions (idéologie), et pas à changer les opinions. Dans le cas de la révision de la loi sur l'asile de 2008, Selb et al. (2009) observent que les intentions de vote des citoyens convergent effectivement avec leurs orientations partisanes au cours de la campagne. De plus, les votants ambivalents dont les orientations partisanes sont en contradiction avec leurs attitudes préalables envers les étrangers tendent finalement à voter selon leurs orientations partisanes. Kriesi (2012) analyse pour sa part la formation des opinions à propos de trois objets différents de 2008, ce qui lui permet de tenir compte du rôle de la complexité et de la familiarité des

objets soumis au vote. Il distingue trois effets de campagne: le renforcement (le vote correspond à l'intention de vote avant la campagne), l'activation (le vote est conforme aux prédispositions, mais différent de l'intention de vote avant la campagne), et la conversion (le vote correspond à l'intention de vote avant la campagne, mais pas aux prédispositions). Ses résultats complexes confirment l'importance des prédispositions, qui ont été renforcées et activées dans les trois cas considérés.

D'autres études ont combiné ces mêmes données panel avec une analyse de la couverture médiatique des trois mêmes votations dans la presse, afin d'examiner le rôle des médias dans la formation des opinions. L'analyse de Bernhard (2018) montre que la couverture médiatique peut induire des changements d'opinion durant la campagne. Cet effet se limite cependant au cas de l'imposition des entreprises, ce qui suggère que l'impact des médias est plus marqué lorsque l'objet soumis à votation est plus complexe. A l'exemple de la votation sur les naturalisations par le peuple, Schemer et al. (2012) ont étudié l'impact des arguments et du cadrage dans les médias sur le vote. Selon leurs résultats, l'argument phare des opposants (« l'initiative est contraire à l'Etat de droit ») a eu un effet direct sur les intentions de vote, alors que le principal argument des partisans (« le peuple doit avoir le dernier mot ») n'a influencé que les votants qui ont une personnalité avec des traits fortement autoritaires.

Plus récemment, les chercheurs ont aussi recouru à des designs expérimentaux pour étudier comment les votants pondèrent leurs préférences pour et contre différents aspects d'un projet de loi (Dermont 2018 ; Dermont et Stadelmann-Steffen 2019 ; Häusermann et al. 2019). Dermont et Stadelmann-Steffen (2019) montrent par exemple que les informations portant sur divers aspects de la loi sur l'énergie soumise au vote en 2017 (tels que les coûts ou les sources de financement) et les informations sur les configurations partisanes (mots d'ordre et coalitions entre partis) jouent un rôle dans la formation de l'opinion, mais à certaines conditions. En dépit de la stabilité globalement élevée des préférences politiques durant la campagne, l'information sur le contenu peut avoir un impact si elle touche à un nouvel aspect de la loi qui est fortement débattu. L'information partisane joue également un rôle, mais seulement pour les sympathisants des partis du centre.

Au vu de ce qui précède, il n'est pas aisé de faire la synthèse des études portant sur la formation et le changement des opinions dans les campagnes de votation. D'une part, ces études sont non seulement très variées mais aussi relativement sophistiquées, si bien que les résultats sont souvent subtils et ne se laissent pas résumer de manière simple. D'autre part, l'exercice de synthèse est compliqué par le fait qu'une seule et même variable peut être utilisée pour mesurer des concepts différents d'une étude à l'autre. Par exemple, la préférence partisane est tantôt considérée comme une prédisposition, tantôt comme un raccourci d'information. Cela étant dit, les études convergent quand même sur quelques points importants. D'abord, toutes mettent en évidence l'existence d'un niveau non négligeable d'instabilité au niveau individuel – de nombreux votants forment voire changent leur opinion durant la campagne. Ensuite, plusieurs études montrent que la campagne de votation contribue à la clarification de la décision de vote, une clarification qui s'opère souvent en faveur d'un vote conforme à la préférence partisane – prise comme prédisposition ou comme heuristique.

Le rôle de l'argent (peut-on « acheter » une votation ?)

Selon une thèse provocatrice énoncée il y a une trentaine d'années (Hertig 1982) mais encore souvent débattue (Jaquet et al. 2020; Kriesi 2005, 2006 et 2009b; Linder 1991; Papadopoulos 1994), il serait possible d' « acheter » une votation populaire. Cependant, l'étude en question reposait sur des bases empiriques fragiles et sur une méthodologie simpliste. Les études plus systématiques conduites ultérieurement permettent de se faire une idée plus précise – et plus

nuancée – du lien entre investissements monétaires campagne électorale et résultat du vote populaire.

Selon les résultats de l'étude de Kriesi (2009b), tant les dépenses du camp gouvernemental que celles du camp opposé ont toutes deux un effet statistiquement significatif sur le taux de soutien à la position du gouvernement en votation populaire, mais cet effet est plus limité pour le camp gouvernemental, surtout lorsque le résultat attendu lui est très favorable et qu'il dépense beaucoup plus que l'opposition.

Jaquet et al. (2020) ont repris cette analyse du rôle de l'argent sur une plus longue période (1981-2019) et à l'aide d'une méthodologie mieux à même de corriger les problèmes techniques précités. De plus, pour une sous-période (2013-2019) et à l'aide de mesures plus fines des dépenses de campagne, les auteurs ont procédé en parallèle à une analyse désagrégée des résultats des votations fédérales au niveau des cantons. Leur analyse confirme que les dépenses des deux camps ont un effet significatif mais faible sur le résultat du scrutin et que cet effet est généralement plus faible pour le camp gouvernemental. Elle montre aussi que les dépenses du camp gouvernemental ont un effet marginal décroissant lorsqu'elles dépassent largement celles de l'opposition, mais un tel effet décroissant ne se manifeste pas lorsque le résultat attendu est très en faveur du gouvernement. *Last but not least*, cette étude souligne encore une fois l'effet prédominant de la taille de la coalition de partis qui soutient la position du gouvernement: s'il est capable de rallier un large spectre de partis à la position défendue par le Conseil fédéral, le camp gouvernemental est capable d'influencer dans une large mesure l'issue du vote populaire – et de réduire d'autant l'effet des dépenses publicitaires. On peut donc ainsi réfuter la thèse selon laquelle il est possible d'acheter une votation, sans exclure toutefois que l'argent investi dans la campagne puisse faire la différence dans certains cas très spécifiques, lorsque le résultat du vote est particulièrement serré.

Enfin, une autre étude s'est intéressée à l'impact des campagnes sur l'évolution du soutien aux projets gouvernementaux entre le premier sondage d'opinion pré-votation SRG-Trend et le vote populaire pour 65 votations de la période 1998–2011 (Weber 2012). Selon cette étude, chaque million de plus qu'un camp est capable d'injecter dans la campagne par rapport à l'autre camp équivaut à un gain de près de deux points de pourcentage (1.7) au vote populaire – ce résultat vaut surtout pour les initiatives, moins pour les référendums. Ce résultat démontre à nouveau la faiblesse de l'effet des dépenses de campagne: un million est une somme considérable au regard des dépenses effectives de campagne (voir section 3); comme Weber (2012) le relève en conclusion, il y a très peu d'acteurs politiques en Suisse capables d'investir plusieurs millions dans une campagne.

6 Conclusion

La démocratie directe est une composante essentielle et originale du système politique suisse. Les politologues ne se privent pas d'exploiter cet élément-clé du « laboratoire helvétique » et de conduire des recherches innovantes sur les votations populaires. Ceci explique la très forte augmentation des études au cours des dernières années, que ce chapitre a cherché à restituer et à synthétiser.

Si, d'un point de vue systémique, la démocratie directe introduit inévitablement une dose d'imprévisibilité dans le système, les autorités ont appris à « vivre avec » le risque d'échec de leurs projets en votation populaire. Empiriquement, elles sont toujours capables de convaincre le peuple de la pertinence de leur point de vue dans une grande majorité des cas, surtout lorsqu'elles sont en mesure de forger des coalitions larges au parlement et lors des campagnes référendaires, via les recommandations de vote qu'elles expriment.

A l'unisson de la littérature internationale sur le comportement électoral, les études sur les votations populaires en Suisse se sont beaucoup intéressées ces dernières années aux caractéristiques des campagnes référendaires et à leur impact sur la participation et sur la décision de vote. Ces études permettent de se faire une idée plus fine du rôle des facteurs contextuels dans les votes de démocratie directe. Ainsi, nous avons vu que les caractéristiques des objets soumis au vote (en particulier leur complexité) et des campagnes qui s'y rapportent (en particulier leur intensité) influencent fortement la formation de l'opinion, la participation et la décision de vote, en interaction avec les caractéristiques individuelles des votants.

Au niveau individuel, les prises de décision basées sur des raccourcis d'information coexistent avec des stratégies plus systématiques basées sur un traitement plus approfondi des messages délivrés durant les campagnes. Il reste néanmoins à clarifier si et dans quelles conditions les secondes prennent le pas sur les premières, ou inversement. A plus forte raison, il reste encore à préciser comment et dans quelle mesure les facteurs individuels et les facteurs contextuels interagissent et influencent ensemble la formation des opinions individuelles.

Ces résultats soulignent la nécessité de se doter d'instruments d'analyse sophistiqués, à même de rendre compte du caractère dynamique de la formation des opinions. Des progrès importants ont été enregistrés dans ce sens au cours des dernières années, entre autres grâce au recours à des sondages de type « panel » ou bien aux méthodes expérimentales, sans épuiser pour autant – et de loin – le potentiel analytique du laboratoire helvétique de démocratie directe.

Notes

[1] https://www.bk.admin.ch/bk/fr/home/politische-rechte/volksinitiativen.html.

[2] L'initiative populaire dite "muselière" lancée par l'UDC visait à empêcher le Conseil fédéral d'informer la population et de faire campagne avant une votation. Elle a été sèchement refusée par le peuple (75 pour cent de Non) et tous les cantons en juin 2008.

[3] Les études VOTO, qui ont remplacé les analyses VOX entre septembre 2016 et septembre 2020, contiennent une question similaire sur les sources d'informations des votants. Nous avons cependant renoncé à intégrer ces données dans le tableaux 19.2 car les chiffres ne sont pas strictement comparables à cause d'un changement de format de la question.

[4] Les acteurs réputés influents ou disposant d'un budget de campagne conséquent sont en outre plus susceptibles de mettre l'accent sur les indécis.

[5] Ceci a été réalisé en codant le nombre et la surface des annonces dans six quotidiens (trois alémaniques et trois romands) pendant les quatre dernières semaines avant un scrutin.

[6] Le degré de conflictualité est lui-même lié au type juridique de la votation: de nombreuses modifications constitutionnelles ne sont en général guère contestées et font donc l'objet d'une campagne peu intense (Kriesi 2005: 56-58).

[7] Ceci se manifeste par le fait que les annonces publicitaires se répartissent de manière assez équitable d'une semaine à l'autre. Cette «constance» est probablement un effet de la généralisation du vote par correspondance simplifié, qui oblige les acteurs à démarrer plus tôt les campagnes.

[8] Si elles ne sont pas constantes, elles sont plus facilement tardives que précoces.

[9] Sur la base du vote sur l'initiative «Oui à l'Europe», Tresch (2012) montre que les arguments défendus par certains journaux dans les pages éditoriales ont également reçu plus de visibilité dans les pages rédactionnelles.

[10] Si on étend l'analyse à 30 votes successifs, la part d'abstentionnistes chroniques tombe à moins de 10% (Sciarini et al., 2016); il en va de même de la part de ceux qui votent toujours.

[11] L'analyse de Heidelberger (2018) suggère néanmoins que les abstentionnistes chroniques se distinguent les uns des autres du point de vue de leurs attitudes politiques.

[12] La mesure de la compétence dans les enquêtes VOX se base sur une combinaison de questions de connaissance factuelle (du titre de l'objet et de son contenu), et de la capacité à motiver le vote. Les premiers travaux sur la compétence incluaient en sus la connaissance du mot d'ordre du Conseil fédéral, question qui a ensuite été retirée du questionnaire VOX. Voir section 5 pour une discussion du niveau moyen de compétence des votants en Suisse.

[13] Selon les auteurs, le nouveau conflit, soit la seconde dimension, culturelle, de la politique suisse, est alternativement dénommé «ouverture-fermeture» (Sardi et Widmer 1993), «ouverture-tradition» (Christin et al. 2002a) ou encore «intégration-démarcation». La composante normative sous-jacente est essentiellement la même (Giugni et Sciarini 2009).

[14] Les questions relatives aux arguments de la campagne apparaissent à la fin du questionnaire, bien après que les répondants aient indiqué s'ils ont voté « Oui » ou « Non ». Il est donc très difficile de savoir si les arguments ont effectivement contribué au choix des votants ou si les votants cherchent simplement à rationaliser leur vote *a posteriori*, en prenant position sur les arguments à la lumière de ce vote – auquel cas la direction de la causalité n'irait pas des arguments vers le vote, mais du vote vers les arguments.

Bibliographie

Adler, Tibère et Lukas Rübli (2015). *L'initiative populaire: Réformer l'indispensable trublion de la politique suisse*. Zurich: Avenir Suisse.

Barankay, Yvan, Pascal Sciarini et Alexander H. Trechsel (2003): Institutional Openness and the use of Referendums and Popular Initiatives: Evidence from Swiss cantons. *Swiss political science review* 9(1), 169–199.

Bernhard, Laurent (2019): Intra-Camp Coalitions in Direct Democracy: Evidence from Referendums on Asylum. *Politics and Governance* 7(2), 297-305.

Bernhard, Laurent (2018): What prevents knowledge inequalities among citizens from increasing? Evidence from direct-democratic campaigns in Switzerland. *Studies in Communication Sciences* 18(1), 103-116.

Bernhard, Laurent (2018): Lassen sich in der direkten Demokratie die Bürgerinnen und Bürger in ihrem Stimmentscheid durch die Medienberichterstattung beeinflussen? Dans: Kübler, Daniel (éd.): *Die Rolle der Medien in der direkten Demokratie*. Zürich: Schulthess, 89-102.

Bernhard, Laurent (2012): Message Delivery. Dans: Kriesi, Hanspeter (éd.): *Political Communication in Direct Democratic Campaigns. Enlightening or Manipulating?* Hampshire: Palgrave Macmillan, 82–92.

Bernhard, Laurent et Hanspeter Kriesi (2012): Coalition Formation. In: Kriesi, Hanspeter (éd.): *Political Communication in Direct Democratic Campaigns. Enlightening or Manipulating?* Hampshire: Palgrave Macmillan, 54–68.

Bolliger, Christian (2007): *Konkordanz und Konfliktlinien in der Schweiz, 1945 bis 2003*. Berner Studien zur Politikwissenschaft 17. Bern: Haupt.

Braun Binder, Nadja, Milic, Thomas und Philippe E. Rochat, (2020): *Volksinitiative als (ausser-)parlamentarisches Instrument. Eine Untersuchung der Parlamentsmitglieder in Initiativkomitees und der Trägerschaft von Volksinitiativen* Zürich: Schulthess Verlag.

Butler, David et Austin Ranney (1994, éds.): *Referendums Around the World: the Growing Use of Direct Democracy*. Washington, D.C.: AEI Press.

Bütschi, Danièle (1993): Compétence pratique. Dans: Kriesi, Hanspeter (éd.): *Citoyenneté et démocratie directe. Compétence, participation et décision des citoyens et citoyennes suisses*. Zürich: Seismo, 99–119.

Christin, Thomas, Simon Hug et Pascal Sciarini (2002a): La mobilisation des clivages lors des votations populaires. Dans: Hug, Simon et Pascal Sciarini (éds.): *Changements de valeurs et nouveaux clivage politiques en Suisse*. Paris: L'Harmattan, 237–267.

Christin, Thomas, Simon Hug et Pascal Sciarini (2002b): Interests and Information in Referendum Voting. An Analysis of Swiss Voters. *European Journal of Political Research* 41(6), 759–776.

Colombo, Céline (2018): Justifications and Citizen Competence in Direct Democracy: A Multilevel Analysis. *British Journal of Political Science* 48(3), 787-806.

Colombo, Céline et Hanspeter Kriesi (2017): Party, policy – or both? Partisan-biased processing of policy arguments in direct democracy. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* 27(3), 235-253.

Dermont, Clau (2016). Taking turns at the ballot box: Selective participation as a new perspective on low turnout. *Swiss Political Science Review* 22(2): 213-231.

Dermont, Clau et Isabelle Stadelmann-Steffen (2019): The Role of Policy and Party Information in Direct-Democratic Campaigns. International Journal of Public Opinion Research 32(3), 442-466.

Dermont, Clau, et Isabelle Stadelmann-Steffen (2018): Who decides? Characteristics of a Vote and its Influence on the Electorate. *Representation, 54*(4), 391-413.

Feddersen, Alexandra (2011): *Clivages et démocratie directe. Analyse de la mobilisation des anciens et nouveaux clivages lors des votations populaires de 2002 à 2008*. Term paper, Université de Genève.

Franklin, Mark N. (2004): *Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gallagher, Michael et Pier Vincenzo Uleri (1996): *The Referendum Experience in Europe*. London: MacMillan.

Gilg, Peter (1987): Stabilität und Wandel im Spiegel des regionalen Abstimmungsverhaltens. *Annuaire suisse de science politique* 27, 121–158.

Gilland Lutz, Karin et Lionel Marquis (2006): Campaigning in a Direct Democracy: Three Case Studies. *Swiss Political Science Review* 12(3), 63–81.

Giugni, Marco et Pascal Sciarini (2009): Polarisation et politisation en Suisse. Dans: Suter, Christian, Silvia Perrenoud, René Levy, Ursina Kuhn, Dominique Joye et Pascal Gazareth (éds.): *Rapport social 2008*. Zurich: Seismo, 222–243.

Goldberg, Andreas, Lanz, Simon et Pascal Sciarini (2019): Mobilizing different types of voters: The influence of campaigns in direct democratic votes. *Electoral Studies* 57: 196-222.

Gruner, Erich et Hans Peter Hertig (1983): *Der Stimmbürger und die 'neue Politik. Le citoyen et la 'nouvelle' politique*. Bern: Haupt.

Hänggli, Regula (2012): Key Factors in Frame Building. *American Behavioral Scientist* 56(3), 300–317.

Hänggli, Regula, Laurent Bernhard et Hanspeter Kriesi (2012): Construction of the Frames. Dans: Kriesi, Hanspeter (éd.): *Political Communication in Direct Democratic Campaigns. Enlightening or Manipulating?* Hampshire: Palgrave Macmillan, 69–81.

Heidelberger, Anja (2018): *Die Abstimmungsbeteiligung in der Schweiz. Psychologische und soziale Einflüsse auf die Abstimmungsneigung.* Baden-Baden: Nomos Verlag.

Hermann, Michael (2012): *Das politische Profil des Geldes. Wahl- und Abstimmungswerbung in der Schweiz*. Zürich: Forschungsstelle Sotomo.

Hermann, Michael et Heiri Leuthold (2003): *Atlas der politischen Landschaften. Ein weltanschauliches Porträt der Schweiz.* Zürich: vdf Hochschulverlag AG.

Hertig, Hans Peter (1982): Sind Abstimmungserfolge käuflich? - Elemente der Meinungsbildung bei eidgenössischen Abstimmungen. *Schweizerisches Jahrbuch für Politische Wissenschaft Medien und politische Kommunikation*. Bern: Haupt, 35–57.

Höglinger, Dominic (2008): Verschafft die direkte Demokratie den Benachteiligten mehr Gehör? Der Einfluss instituioneller Rahmenbedingungen auf die mediale Präsenz politischer Akteure. *Swiss Political Science Review* 14(2), 207–243.

Hopmann, David Nicolas, Wonneberger, Anke, Shehata, Adam, et Jonas Höijer (2016): Selective Media Exposure and Increasing Knowledge Gaps in Swiss Referendum Campaigns. *International Journal of Public Opinion Research, 28*(1), 73-95.

Hug, Simon (1994): La cohésion des partis fédéraux dans la phase référendaire. Dans: Papadopoulos, Yannis (éd.): *Elites et peuple en Suisse*. Lausanne: Réalités sociales, 85–112.

Jaquet, Julien M., Sciarini, Pascal et Roy Gava (2020): Can't buy me votes? Campaign spending and the outcome of direct democratic votes. West European Politics (early view).

Joye, Dominique (1984): S*tructure politique et structures sociales*. Genève: Université de Genève, Thèse no. 308.

Kriesi, Hanspeter (2012): The Role of Predispositions. Dans: Kriesi, Hanspeter (éd.): *Political Communication in Direct Democratic Campaigns. Enlightening or Manipulating?* Hampshire: Palgrave Macmillan, 143–167.

Kriesi, Hanspeter (2009a): The Role of the Federal Government in Direct-Democratic Campaigns. Dans: Nahrat, Stéphane et Frédéric Varone (éds.): *Rediscovering public law and public administration in comparative policy analysis: A tribute to Peter Knoepfel*. Bern: Haupt, 79–96.

Kriesi, Hanspeter (2009b): Sind Abstimmungsergebnisse käuflich? Dans: Vatter, Adrian, Frédéric Varone et Fritz Sager (éds.): *Demokratie als Leidenschaft. Planung, Entscheidung und Vollzug in der schweizerischen Demokratie*. Bern: Haupt, 83–106.

Kriesi, Hanspeter (2005): *Direct Democratic Choice. The Swiss Experience*. Lanham: Lexington Books.

Kriesi, Hanspeter, Boris Wernli, Pascal Sciarini et Matteo Gianni (1996): *Le clivage linguistique. Problèmes de compréhension entre les communautés linguistiques en Suisse*. Bern: Bundesamt für Statistik.

Kriesi, Hanspeter (1994): Akteure - Medien - Publikum. Die Herausforderung direkter Demokratie durch die Transformation der Öffentlichkeit. Dans: Neidhart, Friedhelm (éds.): *Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, Soziale Bewegungen*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 234–260.

Kriesi, Hanspeter, Claude Longchamp, Florence Passy et Pascal Sciarini (1993): *Analyse der eidgenössischen Abstimmung vom 6. Dezember 1992, VOX Nr. 47*. Adliswil: GfS and DSP.

Lanz, Simon et Alessandro Nai (2014): Vote as you Think: Determinants of Consistent Decision Making in Direct Democracy. *Swiss Political Science Review* 21(1), 119-139.

Lauener, Lukas (2020): Why do citizens vote against their basic political values? Swiss Political Science Review 26(2), 153-180.

Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson et Hazel Gaudet (1944): *The People's Choice.* New York: Columbia University Press.

Linder, Wolf, Regula Zürcher et Christian Bolliger (2008): *Gespaltene Schweiz – geeinte Schweiz. Gesellschaftliche Spaltungen und Konkordanz bei den Volksabstimmungen seit 1874.* Baden: hier + jetzt.

Linder, Wolf (1991): Die Zukunft der Schweizerischen Demokratie. Dans: *Die Schweiz: Aufbruch aus der Verspätung*. Zürich: Weltwoche Verlag, 14–35.

Luechinger, Simon, Myra Rosinger et Alois Stutzer (2007): The impact of postal voting on participation. Evidence for Switzerland. *Swiss Political Science Review* 13(2), 167–202.

Lupia, Arthur (1994): Shortcuts Versus Encyclopedias: Information and Voting Behavior in California Insurance Reform Elections. *American Political Science Review* 88(1), 63–76.

Lutz, Georg (2007): Low turnout in direct democracy. *Electoral Studies* 26(3), 624–632.

Marcinkowski, Frank et André Donk (2012): The Deliberative Quality of Referendum Coverage in Direct Democracy. Findings from a Longitudinal Analysis of Swiss Media. *Javnost – The Public* 19(4), 93-109.

Marquis, Lionel (2006): *La formation de l'opinion publique en démocratie directe. Les référendums sur la politique extérieure suisse 1981–1995.* Zurich : Seismo.

Marquis, Lionel, Hans-Peter Schaub et Marlène Gerber (2011): The Fairness of Media Coverage in Question: An Analysis of Referendum Campaigns on Welfare State Issues in Switzerland. *Swiss Political Science Review* 17(2), 128–163.

Marquis, Lionel et Manfred Max Bergman (2009): Development and Consequences of Referendum Campaigns in Switzerland, 1981–1999. *Swiss Political Science Review* 15(1), 63–97.

Marquis, Lionel et Pascal Sciarini (1999): Opinion Formation in Foreign Policy: The Swiss Experience. *Electoral Studies* 18(4), 453–471.

Milic, Thomas (2020): The use of the endorsement heuristic on Swiss popular votes. *Swiss Political Science Review* 26(3): 296-315.

Milic, Thomas (2012): Correct Voting in Direct Legislation. *Swiss Political Science Review* 18(4): 399-427.

Milic, Thomas (2010): Steuern die Parteien das Volk? Der Einfluss der Parteien auf die inhaltliche Argumentation ihrer Anhängerschaften bei Schweizer Sachabstimmungen. *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 20(1), 3–45.

Milic, Thomas (2008): *Ideologie und Stimmverhalten*. Zürich/Chur: Rüegger.

Milic, Thomas, Bianca Rousselot et Adrian Vatter (2014): *Handbuch der Abstimmungsforschung*. Zürich : NZZ Verlag.

Mottier, Véronique (1993): La structuration sociale de la participation aux votations fédérales. Dans: Kriesi, Hanspeter (éd.): *Citoyenneté et démocratie directe. Compétence, participation et décision des citoyens et citoyennes suisses*. Zürich: Seismo, 123–144.

Nai, Alessandro (2015): The Maze and the Mirror: Voting Correctly in Direct Democracy. *Social Science Quarterly* 96(2), 465-486.

Nai, Alessandro (2014a): *Choisir avec l'esprit, voter avec le cœur. Causes et conséquences des processus cognitifs de formation de l'opinion en Suisse lors des votations fédérales*. Zürich : Seismo.

Nai, Alessandro. (2014b): The Cadillac, the mother-in-law, and the ballot: individual and contextual roots of ambivalence in Swiss direct democracy. *Electoral Studies, 33*, 292-306.

Nai, Alessandro (2012): What really matters is which camp goes dirty: Differential effects of negative campaigning on turnout during Swiss federal ballots. *European Journal of Political Research* 52(1), 44–70.

Nai, Alessandro, et Pascal Sciarini (2018): Why 'going negative'? Strategic and situational determinants of personal attacks in Swiss direct democratic votes. *Journal of Political Marketing, 17*(4), 382-417.

Nef, Rolf (1988): Die Schweizer Referendumsdemokratie. Wahl und Plebiszit als unterschiedliche Artikulationskanäle im Rahmen der politischen Kultur. *Der Bürger im Staat* 38(1), 53–60.

Nef, Rolf (1980): Struktur, Kultur und Abstimmungsverhalten. Zur interregionalen Variation von politischen Präferenzen in der Schweiz 1950–1977. *Schweizerische Zeitschrift für Soziologie* 6(2), 155–190.

Ossipow, William (1994): Le système politique suisse ou l'art de la compensation. Dans: Papadopoulos, Yannis (éd.): *Elites politiques et peuple en Suisse. Analyse des votations fédérales: 1970-1987*. Lausanne: Réalités sociales, 9–55.

Papadopoulos, Yannis (1994): Les votations fédérales comme indicateur de soutien aux autorités. Dans: Papadopoulos, Yannis (éd.): *Elites politiques et peuple en Suisse. Analyse des votations fédérales: 1970-1987*. Lausanne: Réalités sociales, 113–160.

Papadopoulos, Yannis (1996): Les mécanismes du vote référendaire en Suisse: l'impact de l'offre politique. *Revue française de sociologie* 37(1), 5–35.

Petitpas, Adrien., Jaquet, Julien M. et Pascal Sciarini (2020): Does E-Voting Matter for Turnout, and to Whom? Electoral Studies (early view, https://doi.org/10.1016/j.electstud.2020.102245.

Riker, William H. (1993): Rhetorical Interaction in the Ratification Campaigns. Dans: Riker, William H. (éd.): *Agenda Formation*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 81–123.

Rohner, Gabriela (2012): *Die Wirksamkeit von Volksinitiativen im Bund 1848-2010*. Zurich: Schulthess Verlag.

Sardi, Massimo et Eric Widmer (1993): L'orientation du vote. Dans: Kriesi, Hanspeter (éd.): *Citoyenneté et démocratie directe. Compétence, participation et décision des citoyens et citoyennes suisses*. Zürich: Seismo, 191–212.

Sartori, Giovanni (1973): *Théorie de la démocratie*. Paris: Editions A. Colin.

Schemer, Christian, Werner Wirth et Jörg Matthes (2012): Value Resonance and Value Framing Effects on Voting Intentions in Direct-Democratic Campaigns. *American Behavioral Scientist* 56(3), 334–352.

Schlaufer, Caroline (2018): The contribution of evaluations to the discourse quality of newspaper content. *Evaluation and Program Planning* 69, 157-165.

Sciarini, Pascal (2016): Direct democracy in Switzerland: The growing tension between domestic politics and foreign politics. In Ruth, Saskia, Welp, Yanina et Laurence Whitehead (Eds.), *Let the people rule? Direct democracy in the twenty-first century*. London: ECPR Press, 171-188.

Sciarini, Pascal (2000): La Formation des opinions dans les votations populaires de politique extérieure. *Revue suisse de science politique* 6(3), 71–84.

Sciarini, Pascal, Cappelletti, Fabio, Goldberg, Andreas C. and Simon Lanz (2016): The underexplored species: Selective participation in direct democratic votes. *Swiss Political Science Review* 22(1): 75-94.

Sciarini, Pascal, Cappelletti, Fabio, Goldberg, Andreas C., Nai, Alessandro et Amal Tawfik (2013): Etude du vote par internet dans le canton de Genève. Rapport final à l'intention de la Commission externe d'évaluation des politiques publiques (https://www.ge.ch/document/etude-du-vote-internet-canton-geneve/telecharger).

Sciarini Pascal et Anke Tresch (2011): Campaign Effects in Direct-Democratic Votes in Switzerland. *Journal of Elections, Public Opinion & Parties* 21(3), 333–357.

Sciarini, Pascal, Nicholas Bornstein et Bruno Lanz (2007): The determinants of voting choices on environmental issues: a two-level analysis. Dans: De Vreese, Claes H. (éd.): *The Dynamics of Referendum Campaigns. An International Perspective*. New York: Palgrave Macmillan, 234–266.

Sciarini, Pascal et Lionel Marquis (2000): Opinion publique et politique extérieure: le cas des votations populaires en Suisse. *International Political Science Review* 21(2), 149–171.

Sciarini, Pascal et Ola Listhaug (1997): Single Cases or a Unique Pair? The Swiss and Norwegian 'No' to Europe. *Journal of Common Market Studies* 35(3), 407–438.

Sciarini, Pascal et Alexandre H. Trechsel (1996): La démocratie directe en Suisse: l'élite politique prisonnière des droits populaires? *Schweizerische Zeitschrift für Politische Wissenschaft* 2(2), 201–232.

Seitz, Werner (2014): *Geschicte der politischen Gräben in der Schweiz*. Zürich/Chur: Rüegger.

Selb, Peter, Hanspeter Kriesi, Regula Hänggli et Mirko Marr (2009): Partisan choices in a direct-democratic campaign. *European Political Science Review* 1(1), 155–172.

Serdült, Uwe (2013): Partizipation als Norm und Artefakt in der schweizerischen Abstimmungsdemokratie. In Good, Andreas et Bettina Platipodis (Eds.), *Direkte Demokratie. Herausforderungen zwischen Politik und Recht Festschrift für Andreas Auer zum 65. Geburtstag*. Bern: Stämpfli, 41-50.

Strijbis, Oliver, Sveinung Arnesen et Laurent Bernhard (2016): Using prediction market data for measuring the expected closeness in electoral research. *Electoral Studies* 44, 144-150.

Trechsel, Alexander H. (2006): Volksabstimmungen. Dans: Klöti, Ulrich, Peter Knoepfel, Hanspeter Kriesi, Wolf Linder, Yannis Papadopoulos et Pascal Sciarini (éd.): *Handbuch der Schweizer Politik*. Zürich: Verlag Neue Zürcher Zeitung, 459–487.

Trechsel, Alexander H. (2000): *Feuerwerk Volksrechte. Die Volksabstimmungen in den schweizerischen Kantonen 1970-1996*. Basel: Helbing & Lichtenhahn.

Trechsel, Alexander H. et Pascal Sciarini (1998): Direct democracy in Switzerland: Do elites matter? *European Journal of Political Research* 38(1), 99–123.

Tresch, Anke, Pascal Sciarini et Frédéric Varone (2013): The Relationship between Media and Political Agendas: Variations across Decision-Making Phases. *West European Politics* 36(5), 897-918.

Tresch, Anke (2012): The (Partisan) Role of the Press in Direct Democratic Campaigns: Evidence from a Swiss Vote on European Integration. *Swiss Political Science Review* 18(3), 287–304.

Tresch, Anke (2008): *Öffentlichkeit und Sprachenvielfalt. Medienvermittelte Kommunikation zur Europapolitik in der Deutsch- und Westschweiz.* Baden-Baden: Nomos.

Udis, Linards, Mark Eisenegger et Jörg Schneider (2016): News Coverage about Direct-Democratic Campaigns in a Period of Structural Crisis. *Journal of Information Policy* 6, 68-104.

Varone, Frédéric, Isabelle Engeli, Pascal Sciarini et Roy Gava (2014): Agenda Setting and Direct Democracy: The Rise of the Swiss People's Party. Dans: Green-Pedersen, Christoffer et Stefaan Walgrave (éds.): *Agenda Setting, Policies, and Political Systems. A Comparative Approach*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 105-122.

Vatter, Adrian (1994): Der EWR-Entscheid: Kulturelle Identität, rationales Kalkül oder struktureller Kontext? *Schweizerische Zeitschrift für Soziologie* 20(1), 15–42.

Weber Edward (2012): *Geld in der direkten Demokratie. Eine Analyse des Einflusses der Werbeausgaben auf die Veränderung der Zustimmung bei 65 eidgenössischen Vorlagen zwischen 1998 und 2011*. Lizentiatisarbeit, Universität Zürich.

Zaller, John R. (1992): *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.

Zürcher, Regula (2006): *Konkordanz und Konfliktlinien. Eine Überprüfung der Konkordanztheorie anhand quantitativer und qualitativer Analysen der eidgenössischen Volksabstimmungen 1848 bis 1947*. Berner Studien zur Politikwissenschaft Bd. 15. Bern: Haupt.