

L'influence des campagnes politiques sur le vote: le cas des élections suisses de 1995

Romain LACHAT

Résumé

Cet article vise à montrer de quelle manière une campagne électorale peut influencer le vote, en se basant sur le cas des élections fédérales suisses de 1995. L'auteur part du modèle de Zaller, qui décrit la formation des opinions par l'interaction entre le discours politique, les préférences des individus et leur niveau de sophistication politique. Ce cadre théorique est ensuite adapté à la situation électorale, en tenant compte du moment du choix et du sentiment de proximité partisane. L'analyse empirique, qui porte autant sur le niveau fédéral que sur différents contextes cantonaux, est réalisée à l'aide de régressions logistiques. Les résultats obtenus confirment en bonne partie les hypothèses théoriques dans certains cas, mais révèlent des situations contradictoires dans d'autres contextes. L'auteur suggère en conclusion une explication à ces cas divergents, qui établit un lien entre l'intensité des campagnes et la motivation des électeurs à mieux s'informer.

Introduction¹

L'étude de l'effet des campagnes électorales sur la formation des intentions de vote connaît depuis quelques années un regain d'intérêt marqué. Plusieurs recherches ont contribué à remettre en question un constat longtemps dominant, à savoir que les flux de communication politique, relayés par les médias, ne contribuaient qu'à activer ou à renforcer des opinions prédéterminées (Klapper 1960; Lazarsfeld, Berelson et Gaudet 1968). Ceci a été possible grâce à un changement de perspective de la part de nombreux chercheurs, qui se focalisent moins sur les déterminants du choix électoral et plus sur les processus de traitement de l'information (Conover et Feldman 1989; Lodge et Stroh 1993; Popkin 1994; Rahn 1993; Sniderman, Brody et Tetlock 1991; Zaller 1992). Ces recherches ont mis en lumière les stratégies cognitives employées par les individus pour faire face aux informations à leur disposition, les motivations pour s'investir dans leur traitement et les facteurs influençant la capacité des individus à analyser cette information au vu de leurs propres préférences politiques.

¹ Je remercie Matthias Brunner, Hanspeter Kriesi et Pascal Sciarini pour leurs conseils durant l'élaboration de ce travail, ainsi que deux lecteurs anonymes de la RSSP pour leur commentaires sur une version antérieure de cet article.

Nous utilisons ici une perspective de ce type pour étudier le choix électoral lors des élections fédérales de 1995. Nous partons pour cela d'un modèle de formation de l'opinion publique développé par John Zaller. Celui-ci a l'avantage d'intégrer de manière cohérente de nombreux résultats de recherches antérieures. Toutefois, il ne peut pas être appliqué directement au choix électoral. Les particularités de cette situation rendent en effet une adaptation du modèle nécessaire – ce que nous ferons en tenant compte du moment du choix électoral et du vote à caractère traditionnel.

La présentation du modèle original de Zaller et les changements que nous y apportons font l'objet de la première partie de cet article. Nous présentons ensuite le modèle statistique et la base de données utilisée, ainsi que l'opérationnalisation des variables. Quant à la section finale, elle est consacrée à la présentation et à l'analyse des résultats empiriques.

Le modèle de Zaller

Zaller étudie la formation de l'opinion publique au travers de l'interaction entre le discours des élites politiques, les valeurs ou orientations idéologiques des individus et leur niveau de sophistication politique (*political awareness*) (Zaller 1989, 1992, 1996; Zaller et Feldman 1992). Ce dernier concept représente l'intérêt, l'attention portée au débat politique. Il s'agit d'un engagement *intellectuel* et non uniquement affectif; l'aspect de la connaissance est donc le plus important. C'est pourquoi la mesure de la sophistication est basée sur des questions factuelles, neutres se référant à une connaissance générale du système politique, de ses acteurs et de ses institutions (Price et Zaller 1993: 162; Zaller 1992: 333ff.). Cette mesure se fait donc de manière indirecte. "Tests of political information, more directly than any of the alternative measures, capture what has actually gotten into people's minds, which, in turn, is critical for intellectual engagement with politics" (Zaller 1992: 21).

Selon Zaller, les individus se caractérisent aussi par leurs *prédispositions politiques*. Il s'agit de "stable, individual-level traits that regulate the acceptance or non-acceptance of the political communications the person receives" (Zaller 1992: 22). Ces prédispositions sont le produit de la socialisation et des expériences politiques. Ce sont en conséquence des éléments *stables* qui ne sont pas influencés par le discours des élites politiques – du moins pas à court terme. Dans la plupart de ses analyses, Zaller "classe" les individus sur un axe idéologique libéral-conservateur.

Selon cet auteur, les informations que les citoyens obtiennent sur les événements politiques proviennent toujours des élites politiques, c'est-à-dire non seulement des politiciens, mais aussi des journalistes, experts et analystes (Zaller 1992: 7). Qu'ils prennent connaissance de l'actualité politique par les médias ou par l'intermédiaire d'autres personnes, c'est toujours au sein des élites que ces informations prennent leur origine. Le processus de formation des opinions est divisé en deux étapes: la *réception* de l'information et son éventuelle *acceptation*. Dans les deux cas, la sophistication politique joue un rôle crucial: comme elle est liée à un plus grand inté-

rêt pour le débat politique, elle accroît les chances que les individus soient exposés aux messages partisans; mais, dans le même temps, elle rend l'acceptation de ces messages moins probable s'ils vont à l'encontre de leurs prédispositions politiques.²

Cette "résistance" face à certains arguments dépend de la possession d'*informations contextuelles*. De tels éléments, distincts des arguments politiques proprement dits, permettent à l'individu de percevoir les conséquences partisans des messages politiques. Il s'agira par exemple d'une indication *sur les partis qui soutiennent une mesure* donnée (et non sur la mesure en elle-même). Selon Zaller, ces informations proviennent elles aussi du discours politique. Mais elles sont pour un individu plus difficiles à percevoir que les messages persuasifs. Cela explique pourquoi seules les personnes ayant un certain niveau de sophistication sont à même d'être très critiques face aux arguments politiques.³

Globalement, cette conception du processus de persuasion implique que la distribution des opinions au sein de la population reflète largement celle qui est présente au sein des élites. Dans le cas où ces dernières seraient (presque) unanimes, les individus devraient défendre une opinion commune, quelles que soient leurs prédispositions. C'est ce que Zaller nomme un effet *mainstream*. Par contre, si les élites sont divisées, les individus ayant la meilleure connaissance de la politique auront des opinions très "tranchées", soit fortement pour, soit fortement contre, en fonction de leurs prédispositions. On est alors en présence d'un effet de *polarisation*. Une campagne électorale correspond évidemment à cette deuxième possibilité. On peut dès lors s'attendre à ce que le vote d'un électeur sophistiqué aille à un parti dont les positions politiques sont proches des siennes. Chez ceux qui sont politiquement peu sophistiqués par contre, l'influence de la campagne devrait être plus forte et le lien entre leur vote et leurs valeurs devrait être plus faible.

Les caractéristiques d'une élection rendent toutefois nécessaire une adaptation de ce cadre théorique. Comme nous le montrons ci-après, ce modèle n'est valable *que pour une partie de l'électorat*.

Moment du choix électoral

La première différence notable est celle entre un "choix réel", comme une élection ou une votation, et l'opinion donnée lors d'un sondage sur un enjeu quelconque. Dans notre cas, les personnes savent à l'avance qu'elles auront à prendre position et peuvent donc faire ce choix aussi bien des mois avant le scrutin qu'attendre jusqu'au dernier moment. Or, comme l'a montré Chaffee (Chaffee et Choe 1980; Chaffee et Rimal 1996), les facteurs influençant le choix des électeurs sont diffé-

² Des observations similaires ont été faites avant Zaller, notamment par Converse (1966) et McGuire (1968).

³ La facilité avec laquelle les informations contextuelles peuvent être perçues varie bien évidemment d'un enjeu à l'autre. Elles seront notamment plus difficiles à saisir pour des enjeux nouveaux, auxquels les médias portent peu d'attention ou encore qui se rapportent à des problèmes abstraits, dont les implications pour les citoyens sont difficiles à percevoir (Carmine et Stimson 1980; Converse 1964; Zaller 1992).

rents selon qu'il a lieu avant le début de la campagne, au cours de celle-ci ou encore en dernière minute. Les deux premiers groupes suivent attentivement les débats politiques, mais seuls les seconds établissent ou modifient leur choix en fonction de ces informations. Le groupe des décideurs "tardifs", enfin, est beaucoup moins intéressé par la campagne. Leur choix reste difficilement prévisible car ils peuvent facilement être influencés par les derniers événements de la campagne. Chaffee ne se réfère pas directement à la notion de sophistication, mais nous pouvons établir certaines hypothèses sur son rôle en fonction du moment du choix.

Parmi ceux qui se décident de manière "anticipée", la sophistication ne devrait induire aucune différence, car ils se basent sur des préférences partisans à long terme et ne peuvent pas être influencés par la campagne. Cet effet devrait par contre être très fort autant chez les *campaign deciders* que chez les *last-minute deciders*. Ces deux groupes sont susceptibles de modifier leurs intentions de vote sous l'effet de la "propagande" partisane. Selon Chaffee l'intérêt porté à la campagne différencie fortement ces deux groupes. Cependant, dans notre cas, cet élément est déjà pris en compte par l'inclusion d'une mesure de la sophistication politique. Dès lors, on peut hésiter à étudier ces deux groupes simultanément. Même si cette solution comporte le risque de rendre imperceptibles les différences qui ne se réduiraient pas aux effets de la sophistication, elle présente néanmoins des avantages certains. D'une part, l'analyse et la présentation des résultats y gagnent largement en simplicité ; d'autre part, les électeurs faisant leur choix au dernier moment étant rares, une analyse séparée de ce groupe poserait des problèmes évidents dus au faible nombre de cas.⁴ Nous séparerons donc simplement les électeurs en deux groupes, selon qu'ils se décident *avant* ou *pendant* la campagne.

Vote traditionnel

La deuxième modification concerne les personnes qui votent traditionnellement pour le même parti. Plusieurs auteurs ont montré que le fait de se sentir proche d'un parti (ou d'avoir toujours voté pour lui) est suffisant pour fonder son choix lors d'un scrutin (Campbell et al. 1960; Downs 1957; Popkin 1994). De ce point de vue, Graber critique le lien fait entre la sophistication politique et la capacité des électeurs à effectuer un choix sensé: "If voters do not want to bother to learn a lot of facts and to analyze political issues on their own, party labels remain a reasonable guide for making sound political decisions. For voters who have generally found themselves in agreement with candidates from one particular party, it makes good sense to vote on that basis" (Graber 1994: 342f.).

Pour en tenir compte, nous introduisons une distinction entre les électeurs qui se déclarent proches d'un parti politique et les autres. Nous considérons que les premiers votent sur la base de leur proximité partisane et qu'ils ne subissent pas l'influence de la campagne. Dans ce groupe, on ne devrait donc observer aucun ef-

⁴ Dans l'échantillon national de la base de données que nous utiliserons, par exemple, seuls 10% des électeurs disent avoir fait leur choix "au dernier moment", alors que 46% l'ont fait avant le début de la campagne et 44% au cours de celle-ci.

fet d'interaction entre la sophistication et l'orientation idéologique. Cette distinction entre deux groupes d'électeurs est peut-être un peu schématique, mais elle nous paraît ici suffisante. Par contre, il faut noter que si ces deux groupes ne sont pas aussi homogènes que nous le supposons, alors les résultats obtenus risquent de sous-estimer l'impact de la proximité partisane.

Précisons encore que le choix "anticipé" et la proximité partisane ne sont que faiblement liés. Ils ne recourent pas le même groupe de personnes: d'après nos données, on trouve ainsi au niveau national que la part d'électeurs se sentant proches d'un parti est de 38% parmi ceux qui se décident durant la campagne et de 49% dans l'autre groupe.

Spécification du modèle statistique

Opérationnalisation des variables

Notre analyse se base sur les données de l'enquête "Selects" sur les élections fédérales suisses de 1995 (Farago 1996; Kriesi, Linder et Klöti 1998). Ces données, récoltées lors d'un sondage postélectoral, contiennent tout d'abord un échantillon national d'environ 2000 individus. En plus, des suréchantillonnages ont été effectués dans dix cantons, pour y augmenter le nombre d'observations à 600.

Nous tirerons parti de ces deux groupes d'échantillons pour étudier le choix électoral au niveau national et dans trois groupes de cantons. En augmentant ainsi le nombre de cas, il sera plus facile de se prononcer sur la validité de notre modèle. Suivant une typologie fréquemment utilisée, nous distinguons les cantons catholiques, les cantons alémaniques religieusement mixtes et les cantons romands religieusement mixtes (Klöti 1998: 50f.; Kriesi 1998: 178ff.). Les cantons que nous étudions – ceux pour lesquels un suréchantillonnage a été effectué – sont Lucerne, le Tessin et le Valais pour les cantons catholiques, Argovie, Berne, Schaffhouse et Zurich pour les cantons alémaniques mixtes et, enfin, Genève et Vaud pour le troisième groupe.⁵

Nous n'incluons dans cette analyse que des personnes qui ont pris part au scrutin, afin de ne pas mélanger les questions du choix électoral et de la participation. Cela – de même que les cas perdus à cause de données manquantes – réduit assez sensiblement la taille des échantillons. Ceux-ci compteront 1015 observations au niveau national, 1002 pour les cantons catholiques, 1579 pour les cantons alémaniques mixtes et 654 pour les cantons romands.⁶

Les "prédispositions" des électeurs sont mesurées à l'aide de leur position sur un axe gauche-droite. Cette échelle comporte 11 catégories et est codée de -5 (gauche)

⁵ Nous avons exclu Glaris de ce groupe. En effet, un seul candidat s'y étant présenté pour repourvoir l'unique siège au Conseil national, l'étude du *choix* électoral n'a dans ce cas pas de sens.

⁶ Les "pertes" les plus importantes sont dues au taux de participation. Les tailles des échantillons de départ et leurs taux respectifs de participation sont les suivants: niveau national, 1981 cas et un taux de 62%; cantons catholiques, 1795 observations et 69% de participation; cantons alémaniques mixtes, 2815 et 67%; cantons romands, 1676 et 52%.

à +5 (droite). Nous excluons les personnes qui n'ont pas indiqué leur orientation politique.

Le choix électoral est basé sur le parti auquel le répondant a donné *le plus* de suffrages pour l'élection au Conseil National.⁷

Nous n'analysons pas séparément le vote pour chaque formation politique, mais nous regroupons les partis idéologiquement proches. Ces groupes de partis sont formés en fonction de la position moyenne sur l'axe gauche-droite de leurs électors respectifs.⁸ Nous avons ainsi constitué deux groupes de partis dans les cantons romands et trois groupes dans les autres contextes.⁹ Au niveau national, un premier groupe est formé du PSS, du PES et des partis d'extrême-gauche, un deuxième est composé du PRD, du PDC du PEP et de l'AdI et, enfin, l'UDC, le PLS et les partis d'extrême-droite sont rassemblés dans le troisième groupe. La division se fait de manière identique dans les cantons catholiques et les cantons alémaniques mixtes, à l'exception du PEP et de l'AdI qui sont absents dans les premiers et du PLS qui n'est pas représenté dans les seconds. En ce qui concerne les cantons romands, le premier groupe est composé des partis de gauche (PSS, PES et extrême-gauche) et le second comprend le PRD, PLS, le PDC, l'UDC et l'extrême-droite. Nous avons dû renoncer à former trois groupes de partis dans ce dernier cas, car l'UDC et le PDC – dont les électors sont très proches dans notre échantillon – ne comportent pas assez d'électeurs pour être analysés séparément.¹⁰

Le niveau de sophistication politique est mesuré par une échelle additive, basée sur les quatre questions suivantes: connaissance ou non du nombre de partis représentés au Conseil Fédéral, du nom du président de la Confédération, du nombre de sièges au Conseil National du canton du répondant, ainsi que du nombre de signatures nécessaire pour lancer une initiative populaire. Chacune de ces quatre variables est codée 1 si la personne répond correctement et 0 si elle donne une réponse fautive ou ne répond pas. L'échelle peut donc prendre 5 valeurs et varie de -2 (aucune réponse juste) à +2 (quatre réponses correctes); sa distribution est plus ou moins centrée.¹¹

La distinction entre les différents moments du choix électoral est basée sur la question "A quel moment avez-vous choisi la personne que vous alliez élire à l'élection du Conseil national?". On considère que ceux dont le choix était "clair

⁷ Pour les petits cantons n'ayant qu'un ou deux sièges au Conseil National, il était demandé aux répondants pour quel parti ils avaient voté. Seul le premier parti mentionné a été codé.

⁸ Même si la composition des groupes obtenue de cette manière peut parfois paraître étonnante, il est indispensable de regrouper les partis d'après le *même critère* que pour la mesure des prédispositions des électeurs.

⁹ Le positionnement moyen sur l'axe gauche-droite de l'électorat des différents partis est indiqué en annexe.

¹⁰ Dans cet échantillon, seules 42 personnes ont voté pour le PDC et 18 pour l'UDC.

¹¹ Au niveau national par exemple, 11% ne donnent aucune réponse correcte, 20% une seule, 29% sont dans la catégorie médiane, 25% ne font qu'une erreur et 15% répondent correctement à tous les items. Dans les autres contextes, on note que la connaissance est sensiblement plus élevée dans les cantons alémaniques mixtes et plus faible dans les cantons romands.

dès le début” ont fait celui-ci avant que la campagne ne commence. Ceux qui se sont décidés pendant la campagne sont donc les personnes qui disent avoir arrêté leur vote “quelques semaines” ou “quelques jours avant le vote”, ou encore “au dernier moment”.

Finalement, la proximité partisane est basée sur la question: “Vous sentez-vous proche d’un parti politique?”. Nous utilisons une variable dichotomique prenant la valeur de 1 pour ceux qui répondent oui à cette question et égale à 0 pour les autres.

Présentation du modèle statistique

Notre variable dépendante est multinomiale dans trois cas et binomiale dans celui des cantons romands. Nous analyserons le modèle à l’aide d’une régression logistique multinomiale dans le premier cas et d’une logistique simple dans le second. Ces deux modèles sont très proches – la régression logistique multinomiale peut être simplement vue comme une estimation simultanée de plusieurs logistiques binomiales. Les deux estiment les *probabilités* qu’une personne choisisse chacune des différentes alternatives offertes – à savoir, dans notre cas, chacun des groupes de partis. Comme le montrent Alvarez et Nagler (1998), il n’y a presque pas de différences entre les coefficients estimés par ces deux méthodes.¹² Par contre, l’estimation par la logistique multinomiale est plus efficace et indiquera des erreurs standards plus petites.

Une des hypothèses d’un modèle logistique multinomial peut cependant poser problème. Il est en effet assumé que le *rapport* entre les probabilités de choisir entre deux alternatives reste le même, quelle que soit la probabilité de préférer une troisième alternative. En d’autres termes, si l’on s’intéresse au vote dans un système tripartite, le rapport entre les chances qu’un électeur vote pour le parti A et celles qu’il choisisse le parti B doivent être indépendantes de la probabilité qu’il préfère le parti C. Cette hypothèse est appelée *independence of irrelevant alternatives* (Alvarez et Nagler 1998; Greene 1997: 920f.; Long 1997: 183f.). Sa validité pour un modèle et un jeu de données particuliers peut être évaluée à l’aide d’un test de Hausman.¹³ Dans notre cas, les résultats de ce test confirment que l’hypothèse d’indépendance est respectée est que nous pouvons donc utiliser une logistique multinomiale.¹⁴

En ce qui concerne les variables indépendantes, notons que nos hypothèses supposent un effet *conditionnel* de certaines d’entre elles. Cela signifie que leur influence dépend de la valeur d’autres variables. L’effet de l’orientation idéologique

¹² Les deux sont des estimateurs absolument corrects (*consistent estimators*) des mêmes paramètres.

¹³ Le test de Hausman compare les paramètres estimés pour le modèle initial avec ceux d’un modèle “réduit”, dans lequel une des catégories de la variable dépendante est supprimée. L’hypothèse d’indépendance est respectée si la comparaison ne révèle aucune distorsion systématique des paramètres.

¹⁴ La valeur du test de Hausman est asymptotiquement distribuée selon le chi-2, avec un nombre de degrés de liberté égal au nombre de paramètres dans le modèle “entier”. Nous avons obtenu des valeurs négatives ou non significatives dans chacun des trois contextes et pour les deux moments du choix électoral.

par exemple, varie en fonction du niveau de sophistication. Pour en tenir compte, nous introduirons une *interaction* entre l'orientation idéologique et la sophistication. Le coefficient de ce terme d'interaction indiquera alors la *différence* dans l'effet de l'idéologie provoquée par une variation du niveau de sophistication. Ceci a des conséquences importantes pour l'interprétation des résultats. L'effet de l'orientation idéologique et sa significativité ne peuvent être déduits seulement à partir du coefficient de la variable seule. Il est nécessaire de prendre aussi en compte tous les termes d'interactions où cette variable est incluse. Nous y attacherons une importance particulière dans le commentaire de nos résultats, afin d'éviter toute mauvaise interprétation.

Le modèle estimé sera le suivant:

$$Z_j = \beta_{0j} + \beta_{1j} \cdot \text{soph} + \beta_{2j} \cdot \text{gd} + \beta_{3j} \cdot \text{prox} + \beta_{4j} \cdot \text{gd} \cdot \text{soph} + \beta_{5j} \cdot \text{gd} \cdot \text{soph} \cdot \text{prox} + \varepsilon_j \quad [1],$$

où "soph" est le niveau de sophistication politique, "gd" la position de l'électeur sur l'axe gauche-droite et "prox" une variable dichotomique prenant la valeur 1 si l'individu se déclare proche d'un parti et la valeur 0 dans les autres cas. Quant à la variable 'Z_j', elle est définie de la manière suivante:

$$Z_j = \ln \left[\frac{P(Y = j)}{P(Y = 0)} \right] \quad [2],$$

où "Y" est le choix électoral et les j sont les valeurs que peut prendre Y (c'est-à-dire les groupes de partis). La valeur 0 de Y correspond au groupe de partis choisi comme catégorie de référence.¹⁵ Dans le cas de la régression logistique multinomiale, les coefficients sont obtenus en estimant *plusieurs* équations en parallèle.¹⁶

L'équation 1 peut être réécrite de manière à rendre plus claire la structure des effets d'interaction qui nous intéressent. En regroupant les coefficients et variables qui influencent la position sur l'axe gauche-droite, nous obtenons:

$$Z_j = \beta_{0j} + \beta_{3j} \cdot \text{prox} + \beta_{1j} \cdot \text{soph} + [\beta_{2j} + (\beta_{4j} + \beta_{5j} \cdot \text{prox}) \cdot \text{soph}] \cdot \text{gd} + \varepsilon_j \quad [3].$$

Cette équation montre plus clairement le fait que l'impact d'une variable ne peut être jugé sur la base d'un seul coefficient. On peut voir en particulier que l'effet de la position idéologique dépend de toute l'expression entre crochets et qu'il varie donc en fonction de la sophistication politique.

Nous estimerons ce modèle de manière séparée pour les électeurs qui se décident avant la campagne et pour ceux qui font leur choix au cours de celle-ci. Nous avons choisi cette méthode – plutôt que d'ajouter des termes d'interaction supplémentaires – afin de ne pas rendre l'interprétation des résultats trop complexe.

¹⁵ Nous utiliserons toujours le groupe des partis de gauche comme catégorie de référence.

¹⁶ Si la variable dépendante comprend trois catégories, alors deux équations similaires à l'équation 1 seront estimées, l'une pour j=1 et l'autre pour j=2 (la catégorie de référence étant celle pour laquelle j=0).

Sur la base de notre modèle théorique, nous pouvons formuler certaines attentes quant aux valeurs et aux signes des coefficients estimés.¹⁷ β_2 , tout d'abord, devrait être significativement positif. Cela montre qu'un déplacement vers la droite de la position idéologique des électeurs accroît la probabilité qu'ils votent pour un parti de centre-droite ou de droite. Quant à β_4 , il devrait aussi être significativement positif. Chez ceux qui ne sont pas proches d'un parti, ce coefficient indique le changement de l'effet de la position idéologique induit par une variation de la sophistication. Comme nous nous attendons à ce qu'une hausse de la sophistication renforce l'effet de l'idéologie, β_4 doit être du même signe que β_2 . Quant à β_5 , il représente la différence dans l'effet du terme d'interaction double chez ceux qui se sentent proches d'un parti par rapport aux autres électeurs. La capacité de la sophistication à renforcer l'effet de l'idéologie ne devant pas se manifester chez les électeurs qui sont proches d'un parti, la somme des coefficients β_4 et β_5 devrait être proche de 0. En conséquence, β_5 doit être significativement négatif. Ces attentes face aux coefficients β_4 et β_5 concernent les électeurs qui font leur choix au cours de la campagne. Dans l'autre groupe, ces deux coefficients ne devraient pas être significativement différents de 0.

L'interprétation des résultats de ce modèle n'est pas des plus évidente. La variable estimée étant une transformation logistique de la "vraie" variable dépendante (cf. équation 2), les coefficients obtenus indiquent le changement de la variable Z (et non de Y!) provoqué par une variation d'une unité dans la variable indépendante concernée. Pour en faciliter l'interprétation, nous utiliserons les coefficients estimés pour calculer et représenter graphiquement les probabilités de vote de certains électeurs.¹⁸

Impact de la sophistication sur la mesure des prédispositions

Avant de passer à la présentation des résultats, une question théorique doit encore être abordée. Notre mesure des prédispositions politiques peut en effet poser certains problèmes. On peut supposer que le positionnement des électeurs sur un axe gauche-droite n'est pas indépendant de la sophistication. Or cela peut poser certains problèmes, étant donné que nous utilisons les prédispositions et la sophistication comme variables indépendantes.

Plus précisément, il est souvent observé qu'une part importante des électeurs se place dans la catégorie médiane de l'axe gauche-droite. Même si ces personnes comportent aussi de "vrais" centristes, ce phénomène peut aussi révéler l'incapacité de certains à se positionner sur une échelle de ce type ou une incompréhension des concepts abstraits "gauche" et "droite" (Finger et Sciarini 1990: 40). Or, on peut aussi constater que la proportion d'individus qui choisissent de se placer au centre diminue parmi ceux qui ont un haut niveau de sophistication, de même que le nom-

¹⁷ Il est important de souligner que ces hypothèses sont liées au choix de la catégorie de référence. Elles ne sont donc valables que pour la situation étudiée ultérieurement, à savoir quand cette catégorie est composée des partis de gauche.

¹⁸ Les équations utilisées pour ces calculs sont données en annexe.

bre de répondants qui ne se positionnent pas du tout sur cette échelle.¹⁹ Cela poserait un sérieux problème si l'on était dans une situation où les individus ont des "vraies" prédispositions sous-jacentes qui ne seraient saisies correctement par un axe gauche-droite *que si leur sophistication est élevée*. Dans ce cas, on observerait bien une interaction entre idéologie et sophistication, mais celle-ci pourrait être partiellement ou totalement due aux carences de la mesure des prédispositions. En ce qui nous concerne toutefois, la pertinence de notre mesure peut être évaluée de manière indirecte. Nous avons en effet postulé que cette interaction ne doit être présente que dans une partie de l'électorat. Mais si l'effet observé n'était dû qu'à une mesure inadéquate de l'orientation idéologique, alors il devrait apparaître dans tous les groupes. Donc, même s'il n'est pas possible de confirmer a priori la validité de notre mesure, nous pourrions estimer l'importance du problème après coup, au vu des résultats obtenus.

Analyse du choix électoral

Les résultats de l'estimation de notre modèle sont présentés dans les tableaux 1 à 4.

Au niveau national tout d'abord (Tableau 1), on perçoit nettement les différences dues au moment du choix électoral et au sentiment de proximité partisane. Parmi les électeurs dont le choix était toujours clair, les termes d'interaction ne sont pas significativement différents de 0. Dans ce groupe, la sophistication ne renforce donc pas l'effet de l'idéologie et cela quel que soit l'attachement des électeurs à une formation politique. Ces termes d'interaction sont par contre significatifs chez ceux qui se décident au cours de la campagne et leurs signes concordent avec nos hypothèses. L'interaction double, de signe positif, montre que le fait de posséder un haut niveau de sophistication renforce l'effet de l'idéologie. Quant aux coefficients de l'interaction triple, leur signe et leur valeur montrent qu'ils réduisent l'effet de l'interaction précédente. Donc, chez les personnes qui se sentent proches d'un parti politique, le niveau de sophistication n'induit pas de grandes différences de comportement, quel que soit le moment de leur choix.

Pour ce qui est des autres variables, on note que le coefficient de la sophistication "seule" n'est pas significativement différent de 0. Le comportement de vote de ceux qui se situent au milieu de l'axe gauche-droite ne sera donc pas modifié de manière substantielle par une variation de leur niveau de sophistication politique. Quant aux personnes attachées à un parti, elles montrent une légère tendance à voter plus fréquemment pour un parti de gauche.

¹⁹ Dans l'échantillon national de notre base de données par exemple, la part de répondants qui se placent au centre de l'échelle gauche-droite (par rapport à tous ceux qui indiquent une position sur cet axe) passe de 43% chez ceux qui ont la connaissance la plus faible de la politique à 25% chez les plus sophistiqués. De même, 21% des personnes les moins sophistiquées ne se placent pas du tout sur cette échelle, alors qu'ils ne sont que 4% à faire de même parmi ceux qui ont une très bonne connaissance de la politique.

Tableaux 1-4: Impact de l'orientation idéologique, de la sophistication et de la proximité partisane, selon le contexte

1. Niveau national

<i>Moment du choix</i> <i>Parti choisi</i>	Avant la campagne		Durant la campagne	
	PRD, PDC, PEP, AdI	UDC, PLS, Ex-d	PRD, PDC, PEP, AdI	UDC, PLS, Ex-d
<i>Sophistication politique</i>	.12	.08	.06	-.17
<i>Position gauche-droite</i>	.79***	1.02***	.82***	1.14***
<i>Proximité partisane (Prox)</i>	-.49 [†]	-.29	-.11	-.26
<i>Soph. *posit. g-d</i>	.08	.14	.35***	.46***
<i>Prox*soph. *posit. g-d</i>	-.04	-.04	-.24 [†]	-.31*
<i>Constante</i>	.34 [†]	-.53*	.30*	-.58**
<i>N</i>		468		547
<i>Log Likelihood</i>		-384.9		-469.5
<i>Likelihood Ratio chi-2 (10)</i>		240.4***		235.8***
<i>Likelihood Ratio Index</i>		.24		.20

2. Cantons catholiques

<i>Moment du choix</i> <i>Parti choisi</i>	Avant la campagne		Durant la campagne	
	PRD, PDC	UDC, PLS, Ex-d	PRD, PDC	UDC, PLS, Ex-d
<i>Sophistication politique</i>	.20*	-.23	.07	-.28
<i>Position gauche-droite</i>	.73***	.84***	.97***	1.24***
<i>Proximité partisane (Prox)</i>	-.33	-.79*	.05	.21
<i>Soph. *posit. g-d</i>	.16*	.27**	.38***	.57***
<i>Prox*soph. *posit. g-d</i>	-.02	.07	-.37*	-.45**
<i>Constante</i>	1.12***	-1.02***	1.06***	-1.13***
<i>N</i>		525		477
<i>Log Likelihood</i>		-350.3		-341.0
<i>Likelihood Ratio chi-2 (10)</i>		174.1***		170.2***
<i>Likelihood Ratio Index</i>		.20		.20

3. Cantons alémaniques mixtes

<i>Moment du choix</i> <i>Parti choisi</i>	Avant la campagne		Durant la campagne	
	PRD, PDC, PEP, AdI	UDC, Ex-d	PRD, PDC, PEP, AdI	UDC, Ex-d
<i>Sophistication politique</i>	.12	.16	.15 [†]	-.09
<i>Position gauche-droite</i>	.89***	1.17***	.84***	1.02***
<i>Proximité partisane (Prox)</i>	-.64**	-.53*	-.39 [†]	-.28
<i>Soph. *posit. g-d</i>	.29**	.25*	.33***	.41***
<i>Prox*soph. *posit. g-d</i>	.03	-.06	-.13	-.24*
<i>Constante</i>	.08	-.44*	.10	-.24 [†]
<i>N</i>		721		858
<i>Log Likelihood</i>		-562.5		-766.1
<i>Likelihood Ratio chi-2 (10)</i>		438.6***		343.8***
<i>Likelihood Ratio Index</i>		.28		.18

Tableaux 1-4 (cont.): Impact de l'orientation idéologique, de la sophistication et de la proximité partisane, selon le contexte

4. Cantons romands mixtes			
Moment du choix	Avant la campagne		Durant la campagne
Parti choisi	Droite		Droite
<i>Sophistication politique</i>	.25		-.13
<i>Position gauche-droite</i>	1.31***		1.07***
<i>Proximité partisane (Prox)</i>	-.72*		-.35
<i>Soph. *posit. g-d</i>	.47***		.12
<i>Prox*soph. *posit. g-d</i>	-.50*		-.14
<i>Constante</i>	.16		-.11
<i>N</i>	312		342
<i>Log Likelihood</i>	-103.0		-147.8
<i>Likelihood Ratio chi-2 (10)</i>	223.7***		177.4***
<i>Likelihood Ratio Index</i>	.52		.38

Notes: † $p < 0.1$; * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$. Coefficients non-standardisés obtenus par la régression logistique multinomiale. La catégorie de référence est composée des personnes ayant voté pour un parti de gauche.

En ce qui concerne finalement l'adéquation générale du modèle, nous indiquons en bas du tableau le *likelihood ratio chi-square* et le *likelihood ratio index* (ou "pseudo R^2 ").²⁰ Le LR chi-2 est un test de l'hypothèse selon laquelle les coefficients de toutes les variables sont égaux à 0. La valeur du test étant significative, cette hypothèse peut être rejetée. Cela montre simplement que les variables incluses dans le modèle, considérées simultanément, ont un effet significatif sur le choix électoral. La deuxième valeur est une mesure de la qualité prédictive du modèle, analogue au R^2 de la régression par les moindres carrés.²¹

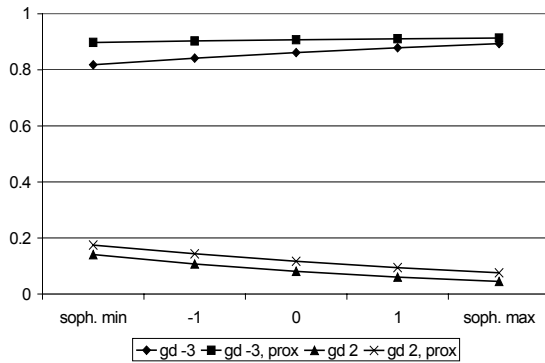
Pour rendre les résultats plus parlants, nous représentons graphiquement certaines probabilités de vote prédites par le modèle. Le vote pour chacun des partis est indiqué à l'aide de deux graphiques, soit un pour chaque moment du choix électoral. Chaque graphique comporte quatre courbes, correspondants à deux positions sur l'axe gauche-droite, pour des électeurs avec respectivement sans proximité partisane. Ces deux éléments sont indiqués dans la légende de chaque graphique. Pour tous les graphiques, l'axe horizontal représente le niveau de sophistication et l'axe vertical la probabilité de voter pour le groupe de partis correspondant.

²⁰ Pour plus d'informations sur ces deux mesures, on peut se référer à Long (1997: 93f., 104).

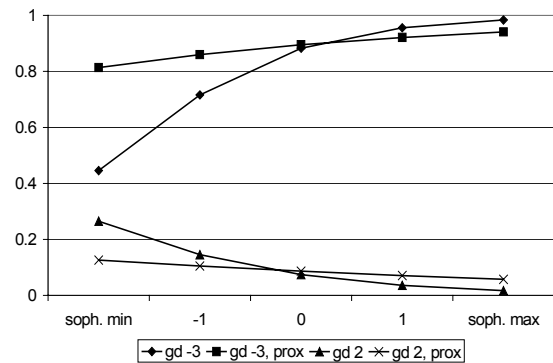
²¹ La valeur du pseudo- R^2 n'est certes pas très élevée – dans ce contexte-ci comme dans les autres. Cela n'est pas étonnant, vu qu'une seule variable dans le modèle – l'orientation idéologique – a un impact sur le vote; les autres variables ne font qu'atténuer ou amplifier cet impact. Cette valeur basse n'est pas non plus un problème: notre but n'est pas de développer la meilleure prédiction possible du vote, mais bien plutôt de montrer que la qualité de la prédiction possible varie d'un électeur à l'autre, notamment selon leur niveau de sophistication.

Graphiques 1-6: Probabilités de vote en fonction du moment du choix et de la proximité partisane. Niveau national

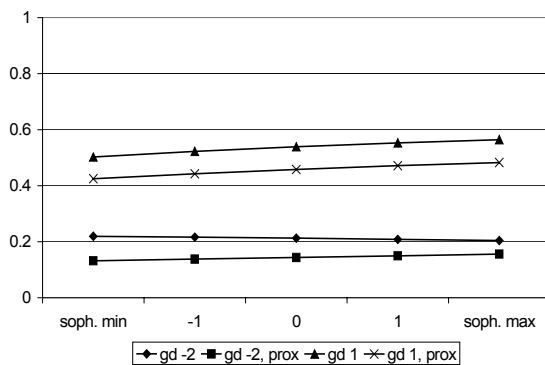
1: PSS, PES, ... avant campagne



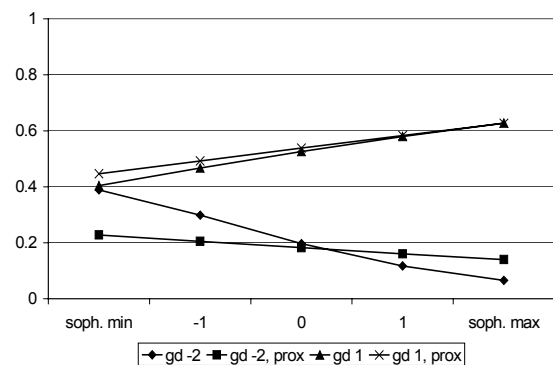
2: PSS, PES, ... durant campagne



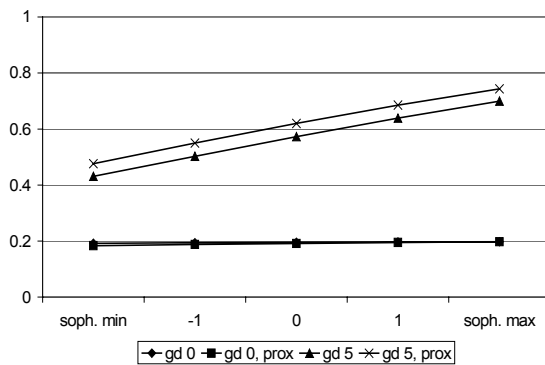
3: PRD, PDC, ... avant campagne



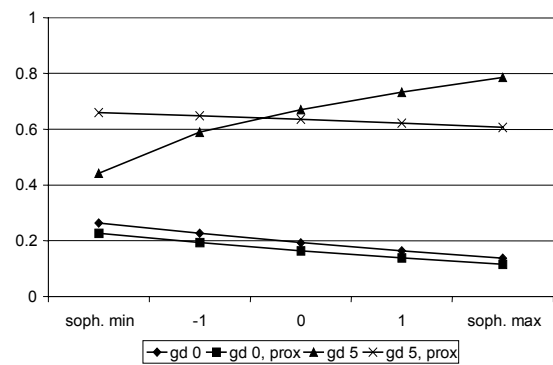
4: PRD, PDC, ... durant campagne



5: UDC, PLS, ... avant campagne



6: UDC, PLS, ... durant campagne



En ce qui concerne les partis de gauche, on remarque tout d'abord dans le graphique 1, que les courbes pour différentes positions sur l'axe gauche-droite sont presque parallèles. Cela montre que le niveau de sophistication politique ne provoque pas une polarisation des votes. De plus, cette situation n'est pas modifiée par la présence d'un sentiment de proximité partisane. L'effet d'interaction entre sophistication et idéologie est donc absent dans ce groupe. Au sein des électeurs faisant leur choix pendant la campagne, par contre, un accroissement de la sophistication provoque une nette polarisation des votes (Graphique 2). En outre, cet effet n'est

présent que parmi les électeurs n'ayant aucune attache partisane, comme nous l'avions supposé.

Les résultats obtenus pour les deux autres groupes de partis sont un peu moins convaincants. Tout d'abord, le niveau de sophistication entraîne déjà certains changements dans le vote de ceux qui font leur choix avant la campagne. Ainsi, on voit dans le graphique 5 que la probabilité de voter pour l'UDC ou un parti proche au sein des personnes qui se situent politiquement le plus à droite et qui ne sont pas proches d'un parti varie entre 43% et 70% selon leur niveau de sophistication. Dans ce cas, l'hypothèse selon laquelle la sophistication n'influence pas la force du lien entre le vote et l'idéologie ne semble pas tenir. Si l'on se tourne désormais vers les électeurs qui ont fait leur choix au cours de la campagne, on observe dans le cas du vote pour le PRD et le PDC, que l'impact de la proximité partisane n'est pas aussi fort que prévu (Graphique 4). Même s'il reste plus marqué pour les non-partisans, l'effet de polarisation est aussi visible chez ceux qui sont proches d'un parti. Le graphique 6, par contre, concorde très bien avec nos attentes: l'effet de polarisation est très fort chez les électeurs sans attaches partisans et les différences liées à la présence d'un sentiment de proximité partisane sont très nettes.

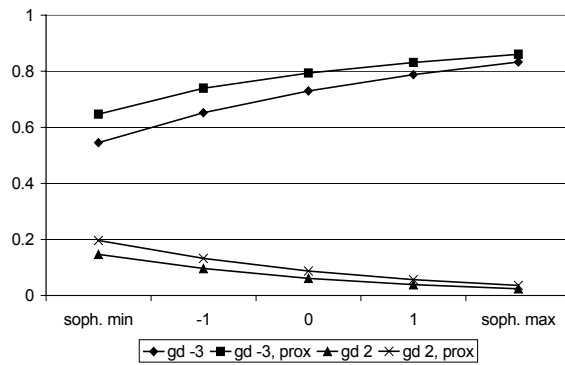
En ce qui concerne le groupe des cantons catholiques (Tableau 2), on note que les coefficients obtenus sont assez similaires à ceux du contexte national. Cela est frappant pour les personnes qui arrêtent leur vote pendant la campagne: les coefficients des termes d'interaction sont significatifs, ont des valeurs assez proches et sont de signes opposés. La sophistication a donc à nouveau pour effet de renforcer l'effet de l'idéologie chez les électeurs non partisans. Quant aux *precampaign deciders*, il est à relever que, contrairement à notre hypothèse, le terme d'interaction double a un effet significatif. Les valeurs de ces coefficients sont toutefois assez faibles en comparaison de ceux de l'autre groupe d'électeurs. Cela montre en fait que les différences entre groupes ne sont pas aussi nettes que nous l'avions postulé. On peut le voir clairement dans le graphique 7, qui représente les probabilités de voter pour la gauche en se décidant avant la campagne: un accroissement de la sophistication conduit à une polarisation des votes, indépendamment de la proximité partisane. Si cela affaiblit quelque peu notre hypothèse, l'effet de la sophistication est néanmoins beaucoup plus important chez les personnes qui ont fait leur choix plus tardivement (Graphique 8).

Les résultats pour l'UDC et les partis proches vont dans le même sens (Graphiques 9 et 10). Au sein des *precampaign deciders*, on peut observer un très léger effet de polarisation lié à un accroissement de la sophistication. Le même effet est cependant beaucoup plus marqué dans le deuxième groupe. Ces deux derniers graphiques montrent aussi un point très intéressant. On constate en effet que les probabilités de voter pour ces partis parmi les électeurs les moins sophistiqués sont très basses. Cela est peu étonnant du point de vue de la théorie de Zaller. Il s'agit en effet ici de formations qui ont un électorat très restreint dans ce contexte. Leur "poids" sur la scène politique est aussi plus faible en comparaison des deux autres groupes et, par conséquent, leur "message" est moins intense. La réception de celui-ci nécessite donc un niveau de sophistication plus élevée. Ceci explique pourquoi

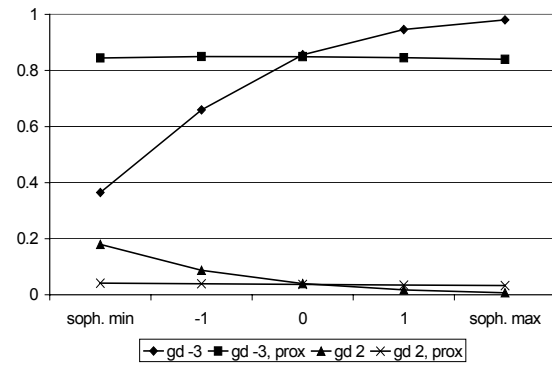
les probabilités de voter pour eux sont quasiment nulles chez les électeurs peu intéressés par la politique, même si leurs prédispositions en sont très proches.

Graphiques 7-10: Probabilités de vote en fonction du moment du choix et de la proximité partisane. Cantons catholiques

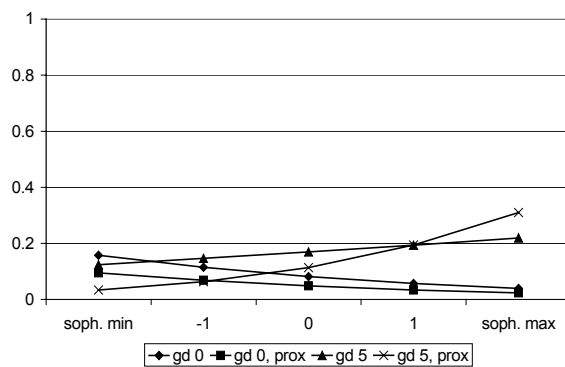
7: PSS, PES, ... avant campagne



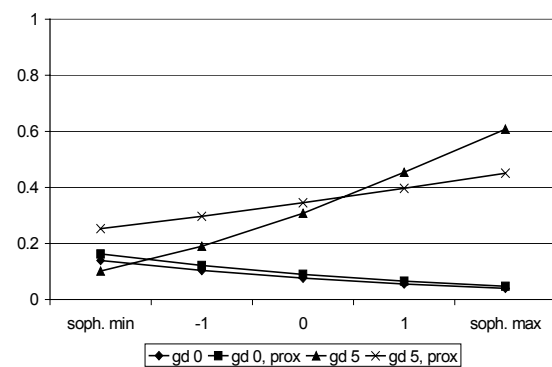
8: PSS, PES, ... durant campagne



9: UDC, PLS, ... avant campagne



10: UDC, PLS, ... durant campagne

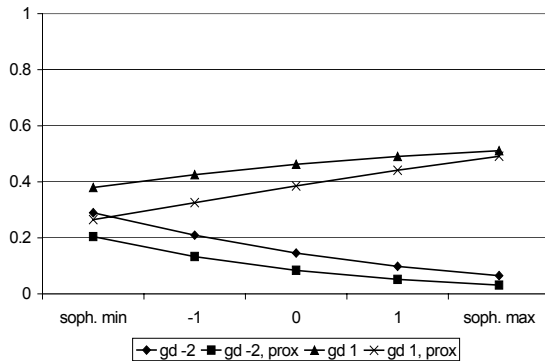


Dans les deux groupes de cantons restants, les résultats obtenus sont plus étonnants. Pour les cantons alémaniques mixtes tout d'abord (Tableau 3), il faut relever que l'interaction entre sophistication et orientation idéologique a déjà un effet significatif chez les *precampaign deciders*. De plus, dans l'autre partie de l'électorat et dans le cas du vote pour le PRD et le PDC, le coefficient de l'interaction triple n'est cette fois pas significatif. Quant au groupe de l'UDC et du PLS, la différence entre les valeurs (absolues) des coefficients des deux interactions est assez élevée. Donc, comme nous le verrons encore dans les graphiques, on trouve une différence plus faible que dans les autres cas entre partisans et non-partisans quant au lien entre sophistication et choix électoral.

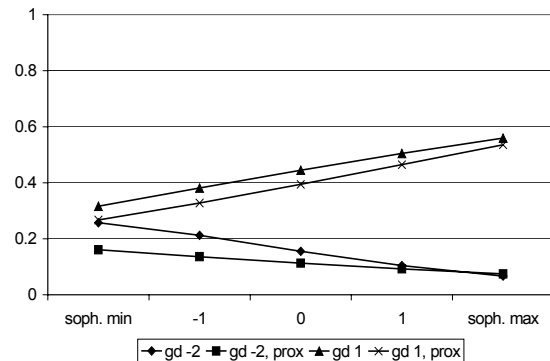
A nouveau, certaines probabilités de vote sont représentées graphiquement. Le vote pour le PRD et les partis proches est plutôt déroutant en ce qui concerne nos hypothèses (Graphiques 11 et 12). On constate en effet que le moment du choix électoral et la proximité partisane n'ont presque aucun impact sur les probabilités de vote: dans tous les cas, l'effet de polarisation est présent.

Graphiques 11-14: Probabilités de vote en fonction du moment du choix et de la proximité partisane. Cantons catholiques

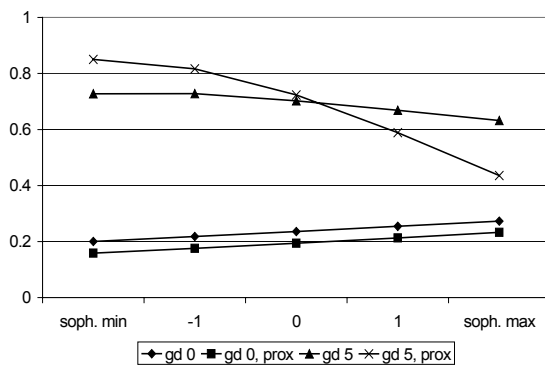
11: PRD, PDC, ... avant campagne



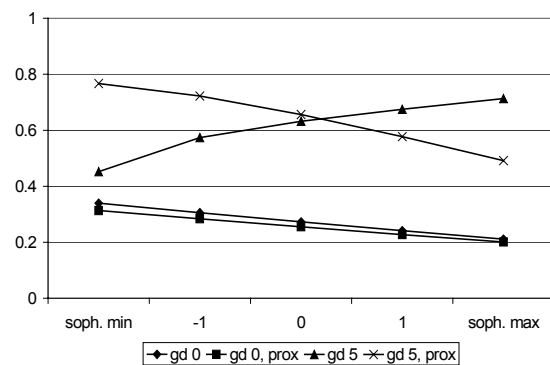
12: PRD, PDC, ... durant campagne



13: UDC, ex-droite avant campagne



14: UDC, ex-droite durant campagne



Le vote pour l'UDC, le PLS et les partis d'extrême-droite, ensuite, révèle aussi une structure assez particulière. Parmi les électeurs se décidant avant la campagne, un effet d'interaction entre idéologie et sophistication politique est présent chez ceux qui se situent à l'extrême-droite. Mais, étonnamment, un accroissement du niveau de sophistication conduit à *réduire* la probabilité de voter pour ces partis. Et si l'on se tourne vers ceux qui font leur choix durant la campagne, on note que le même phénomène est présent chez les personnes s'identifiant à un parti, mais que le vote des autres électeurs est marqué par un effet "normal" de polarisation. Quant au vote pour les partis de gauche, que nous n'avons pas représenté ici pour des raisons de place, il se présente de manière quasi identique à celui des cantons catholiques. La seule différence provient d'un très léger effet de polarisation chez les partisans effectuant leur choix au cours de la campagne.

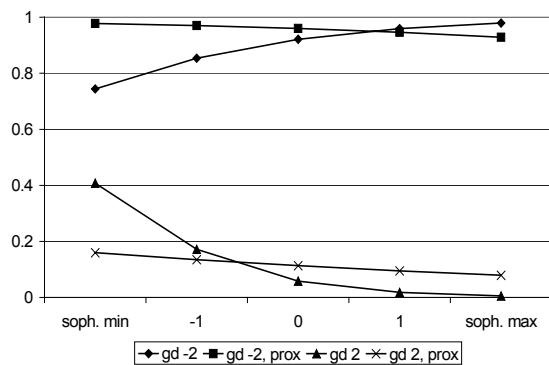
Les coefficients obtenus pour les cantons romands religieusement mixtes nous laissent plutôt perplexes (Tableau 4). Parmi les *precampaign deciders*, un accroissement du niveau de sophistication politique renforce l'effet de l'idéologie, mais seulement pour les électeurs qui ne sont pas proches d'un parti. Par contre, ces effets disparaissent entièrement si l'on prend en considération le vote des personnes se décidant au cours de la campagne. La situation semble donc être l'inverse de celle que nous attendions!

Ces différences sont clairement visibles dans les graphiques 15 à 18. Aucun effet de polarisation n'est présent parmi les électeurs qui ont fait leur choix électoral durant la campagne. Par contre, chez ceux dont le choix était toujours clair et qui n'ont pas d'attaches partisans, les probabilités de vote varient quelque peu en fonction de leur niveau de sophistication politique. Ces effets de polarisation ne sont certes pas aussi forts que ce que nous avons pu observer parmi les *campaign deciders* au niveau national et dans les cantons catholiques, mais ils restent néanmoins inexplicables d'après les hypothèses que nous avons exposées.

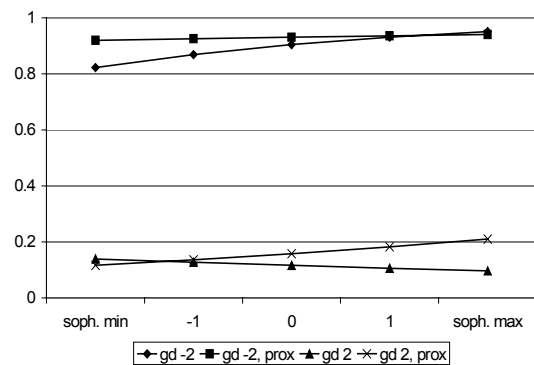
Les résultats obtenus dans ces deux derniers contextes ont passablement "mis à mal" nos hypothèses de départ. Dans les cantons alémaniques mixtes, la polarisation des votes liée à un accroissement de la sophistication était presque toujours visible, alors que celle-ci était entièrement absente parmi les électeurs des cantons romands religieusement mixtes qui ont fait leur choix durant la campagne. Néanmoins, dans les deux premiers contextes étudiés, nos hypothèses ont largement été confirmées.

Graphiques 15-18: Probabilités de vote en fonction du moment du choix et de la proximité partisane. Cantons romands mixtes

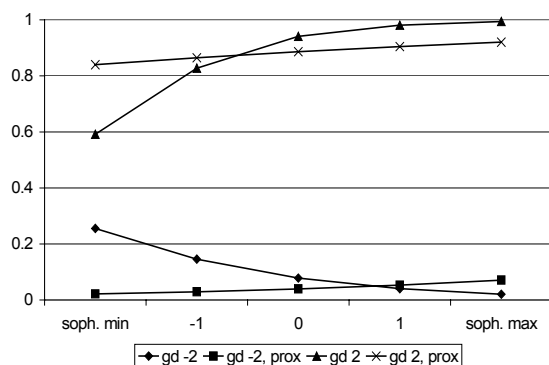
15: PSS, PES, ... avant campagne



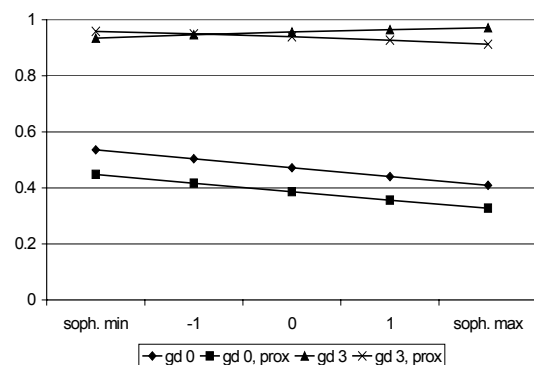
16: PSS, PES, ... durant campagne



17: Droite avant campagne



18: Droite durant campagne



L'explication de ces différences se trouve peut-être au niveau des caractéristiques des campagnes. En effet, Kahn et Kenney (1999) ont montré que celles-ci peuvent avoir une très forte incidence sur la manière dont les électeurs font leur choix. Tout d'abord – comme Zaller le relève aussi d'ailleurs – la quantité d'information et l'accessibilité de celle-ci sont plus élevées lors d'une campagne intense. En conséquence, même les électeurs les moins intéressés par la politique seront confrontés aux arguments des différents partis. Ensuite, Kahn et Kenney montrent que lors d'une campagne intense, les électeurs vont aussi *s'investir* plus fortement. Ils se reposeront moins souvent sur des jugements à priori et chercheront à mieux s'informer sur les candidats ou les partis, afin de pouvoir choisir en connaissance de cause. Ce deuxième point n'est pas pris en compte dans le modèle de Zaller. Cet auteur considère en effet que les électeurs ont une attitude passive face aux flux de communication politique.

Si le point de vue de Kahn et Kenney s'avère exact, il pourrait expliquer les défaillances de notre modèle dans les cantons romands et alémaniques religieusement mixtes. L'intensité de la campagne a en effet été très faible dans les premiers et particulièrement élevée dans les seconds. Pour l'évaluer nous pouvons nous baser sur une estimation des dépenses des partis dans chacun des cantons qui a été faite lors de l'enquête Selects 95. Cette estimation recouvre les dépenses publicitaires faites dans les médias (presse, télévision, radio), dans les cinémas et par voie d'affichage. En comparant ces dépenses au nombre de personnes possédant le droit de vote lors de cette élection, on trouve que 6,9 francs par habitant ont été dépensés dans les cantons alémaniques mixtes, contre 1,9 dans les cantons catholiques et 70 centimes dans les cantons romands.²² Il ne s'agit là bien sûr que d'une indication partielle de l'intensité des campagnes. Mais ces grandes différences sont révélatrices.

Suivant cet argument, nous pouvons penser que la campagne peu animée dans les cantons romands n'incite pas les individus à s'engager et à s'informer. Les électeurs se baseront donc très souvent sur des éléments "hors campagne", comme l'image traditionnelle qu'ils ont des partis. A l'opposé, dans une campagne très intense, même ceux qui se sentent attachés à une formation sont incités à tenir compte des nouvelles propositions faites par les partis et de leur "performance" durant la campagne. Ces quelques éléments d'explication sont évidemment assez rudimentaires – une analyse plus poussée et la prise en compte d'un plus grand nombre de cas seraient nécessaires pour se prononcer sur cet argument.

²² Les dépenses très élevées dans le premier cas sont surtout dues au canton de Zurich (plus de 12 francs par habitant). Sans ce canton, les dépenses moyennes dans les cantons alémaniques s'élèvent à 2,9 francs par habitant.

Conclusion

Partant du modèle de formation de l'opinion publique de Zaller, nous l'avons modifié sur certains points afin de tenir compte des différences fondamentales entre le choix électoral et des réponses à des questions de sondage sur des enjeux politiques divers. Nous avons ainsi introduit deux critères visant à restreindre le nombre d'électeurs susceptibles d'être influencés dans leur choix lors de la campagne. Nous avons fait l'hypothèse qu'elle ne touchait ni les personnes dont les intentions de vote avaient toujours été claires, ni celles qui se sentent proches d'un parti politique.

L'application de ce modèle au cas des élections fédérales suisses de 1995 a partiellement confirmé nos hypothèses. Celles-ci se sont avérées pertinentes au niveau national et dans le groupe de cantons catholiques. Nous avons pu voir que l'effet de polarisation des votes lié à un accroissement de la sophistication politique n'était fort que parmi les électeurs sans attaches partisans et dont le choix se fait au cours de la campagne. Certes, un tel effet n'était pas toujours entièrement absent dans les autres groupes – mais cela peut provenir de l'imperfection de nos mesures du vote traditionnel et du moment du choix.

Dans les deux autres contextes étudiés, par contre, le modèle a donné des résultats à première vue peu convaincants. Dans les cantons romands, l'effet de la sophistication sur le vote était très faible, alors qu'il était presque toujours présent dans les cantons alémaniques mixtes. Comme nous l'avons suggéré, l'origine de ces résultats contradictoires peut se situer au niveau des caractéristiques des campagnes elles-mêmes. En effet, suivant un argument exposé par Kahn et Kenney, il serait possible d'établir un lien entre l'intensité d'une campagne et la motivation des électeurs à s'investir dans leur prise de décision, en tenant mieux compte des informations diffusées durant cette période. Ainsi, une campagne d'une faible intensité, comme dans les cantons romands, n'influencera pratiquement pas les électeurs. A l'opposé, lors d'une campagne particulièrement soutenue comme dans les cantons alémaniques mixtes, l'impact du moment du choix et de l'attachement partisan sera fortement réduit. Cette explication ne peut ici bien sûr n'être ni confirmée, ni infirmée. Une recherche plus poussée y serait nécessaire, de même que l'étude d'un nombre plus étendu de cas.

Enfin, nous avons pu remarquer que nos doutes liés à un éventuel biais de la mesure de l'orientation idéologique ne s'étaient pas confirmés. En effet, même si les personnes peu sophistiquées montrent une propension plus élevée à se positionner dans la catégorie médiane de l'échelle gauche-droite, il reste possible d'étudier l'effet d'interaction entre ces deux variables. L'absence d'un tel effet parmi les électeurs dont les intentions de vote sont toujours claires ou qui sont attachés à un parti nous l'a confirmé.

Annexes

Tableau 1: Position moyenne sur l'axe gauche-droite de l'électorat des partis

Partis	Niveau national	C. catholiques	C. mixtes	C. romands
<i>Extr.-gauche</i>	-2.50	(-2.86)	-2.30	-2.26
<i>PES</i>	-1.43	-1.51	-1.45	-1.11
<i>PSS</i>	-1.24	-1.13	-1.16	-1.45
<i>AdI</i>	0.05		0.17	
<i>PEP</i>	0.79		0.17	
<i>PDC</i>	0.80	1.05	0.65	0.88
<i>PRD</i>	1.10	1.17	1.23	1.59
<i>PLS</i>	2.17	1.50		2.01
<i>UDC</i>	1.76	1.67	1.70	0.78
<i>Extr.-droite</i>	1.80	1.63	1.45	(0.00)
<i>N</i>	1015	1002	1579	654

Note: l'échelle utilisée pour mesurer la position sur un axe gauche-droite va de -5 (gauche) à +5 (droite). Si moins de dix personnes ont voté pour un parti, leur position moyenne est donnée entre parenthèses.

Calcul des probabilités de vote

Pour calculer les probabilités de vote, il faut utiliser l'équation suivante (adapté de Greene 1997: 915; Liao 1994: 48):

$$P(Y = j) = \frac{e^{\sum_{k=1}^K \beta_{jk} x_k}}{1 + \sum_{j=1}^J e^{\sum_{k=1}^K \beta_{jk} x_k}} \quad [5],$$

où j est une catégorie de la variable Y , les k sont les variables indépendantes, β_{jk} est la valeur du coefficient de régression pour la variable k et la catégorie j et où x_k est la valeur de la variable k pour l'observation choisie. De cette manière, on obtient les valeurs prédites de Y pour toutes les catégories de réponses, sauf pour la catégorie de référence (c'est-à-dire pour $Y=0$). Pour cette dernière catégorie, on peut soit soustraire à 1 la somme des probabilités obtenues pour les autres catégories, soit utiliser l'équation suivante:

$$P(Y = 0) = \frac{1}{1 + \sum_{j=1}^J e^{\sum_{k=1}^K \beta_{jk} x_k}} \quad [6].$$

Références

- ALVAREZ, R. Michael, and Jonathan NAGLER (1998). "When Politics and Models Collide: Estimating Models of Multiparty Elections", *American Journal of Political Science* 42(1): 55-96.
- CAMPBELL, Angus et al. (1960). *The American Voter*. New York: Wiley and Sons.
- CARMINES, Edward G., and James A. STIMSON (1980). "The Two Faces of Issue Voting", *American Political Science Review* 74: 78-91.
- CHAFFEE, Steven H., and Sun Y. CHOE (1980). "Time of Decision and Media Use During the Ford-Carter Campaign", *Public Opinion Quarterly* 44: 53-69.
- CHAFFEE, Steven H., and Rajiv N. RIMAL (1996). "Time of Vote Decision and Openness to Persuasion", in Diana C. MUTZ, Paul M. SNIDERMAN, and Richard A. BRODY (eds.). *Political Persuasion and Attitude Change*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, pp. 267-291.
- CONOVER, Pamela J., and Stanley FELDMAN (1989). "Candidate Perception in an Ambiguous World: Campaigns, Cues, and Inference Processes", *American Journal of Political Science* 33(4): 912-940.
- CONVERSE, Philip E. (1964). "The Nature of Belief Systems in Mass Publics", in David E. APTER (ed.). *Ideology and Discontent*. New York: Free Press, pp. 206-261.
- CONVERSE, Philip E. (1966). "Information flow and the stability of partisan attitudes", in Angus CAMPBELL et al. (eds.). *Elections and the Political Order*. New York: Wiley and Sons, pp. 136-157.
- DOWNS, Anthony (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.
- FARAGO, Peter (1996). *Elections 95: Composition et orientations politiques de l'électorat aux élections fédérales 1995*. Berne, Genève, Zürich: Communauté de recherche des départements de science politique des universités de Berne, Genève et Zurich.
- FINGER, Matthias, et Pascal SCIARINI (1990). *L'homo politicus à la dérive? Enquête sur le rapport des Suisses à la politique*. Lausanne: LEP.
- GRABER, Doris A. (1994). "Why Voters Fail Information Tests: Can the Hurdles Be Overcome?", *Political Communication* 11(4): 331-346.
- GREENE, William H. (1997). *Econometric Analysis*. London: Prentice-Hall. (3rd Edition).
- KAHN, Kim F., and Patrick J. KENNEY (1999). *The Spectacle of U.S. Senate Campaigns*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- KLAPPER, Joseph (1960). *The Effects of Mass Communications*. New York: Free Press.
- KLÖTI, Ulrich (1998). "Kantonale Parteiensysteme. Bedeutung des kantonalen Kontexts für die Positionierung der Parteien", in Hanspeter KRIESI, Wolf LINDER, und Ulrich KLÖTI (Hrsg.). *Schweizer Wahlen 1995*. Bern: Haupt, pp. 45-72.
- KRIESI, Hanspeter (1998). "The Transformation of Cleavage Politics: The 1997 Stein Rokkan Lecture", *European Journal of Political Research* 33: 165-185.
- KRIESI, Hanspeter, LINDER, Wolf und Ulrich KLÖTI (Hrsg.) (1998). *Schweizer Wahlen 1995*. Bern: Haupt.
- LAZARSELD, Paul F., BERELSON, Bernard, and Hazel GAUDET (1968). *The People's Choice. How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press. (3rd Edition).

- LIAO, Tim F. (1994). *Interpreting Probability Models: Logit, Probit, and Other Generalized Linear Models*. Thousand Oaks, CA: Sage. (Quantitative Application in the Social Sciences, 07-101).
- LODGE, Milton, and Patrick STROH (1993). "Inside the Mental Voting Booth: An Impression-driven Model of Candidate Evaluation", in Shanto IYENGAR, and William J. McGUIRE (eds.). *Explorations in Political Psychology*. Durham: Duke University Press, pp. 225-263.
- LONG, J. Scott (1997). *Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McGUIRE, William J. (1968). "The Nature of Attitudes and Attitude Change", in LINDZEY Gardner, and Elliot ARONSON (eds.). *The Handbook of Social Psychology, Vol. 3*. Reading: Addison-Wesley, pp. 136-314. (2nd Edition).
- POPKIN, Samuel L. (1994). *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago, IL: University of Chicago Press. (2nd Edition).
- PRICE, Vincent, and John ZALLER (1993). "Who Gets the News? Alternative Measures of News Receptions and their Implications for Research", *Public Opinion Quarterly* 57: 133-164.
- RAHN, Wendy M. (1993). "The Role of Partisan Stereotypes in Information Processing about Political Candidates", *American Journal of Political Science* 37(2): 472-496.
- SNIDERMAN, Paul M., BRODY, Richard A., and Phillip E. TETLOCK (1991). *Reasoning and Choice: Explorations in Political Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ZALLER, John (1989). "Bringing Converse Back In: Modeling Information Flow in Political Campaigns", *Political Analysis* 1: 181-234.
- ZALLER, John (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ZALLER, John (1996). "The Myth of Massive Media Impact Revived: New Support for a Discredited Idea", in Diana C. MUTZ, Paul M. SNIDERMAN, and Richard A. BRODY (eds.). *Political Persuasion and Attitude Change*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, pp. 17-78.
- ZALLER, John, and Stanley FELDMAN (1992). "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions versus Revealing Preferences", *American Journal of Political Science* 36(3): 579-616.

Der Einfluss der politischen Kampagnen auf die Wahlentscheidung: der Fall der Schweizer Wahlen 1995

Am Beispiel der eidgenössischen Wahlen 1995 wird in diesem Artikel gezeigt, wie ein Wahlkampf die Wähler beeinflussen kann. Der Autor geht vom Model Zallers aus, welcher die Meinungsbildung als eine Interaktion zwischen dem politischem Diskurs, den politischen Präferenzen der Individuen und dem Niveau ihres politischen Bewusstseins beschreibt. Dieser theoretische Rahmen wird durch der Einbezug des

Zeitpunktes der individuellen Entscheidung einerseits, und der Partei-identifikation andererseits, dem Kontext einer Wahlentscheidung angepasst. Die Datenanalyse, welche sowohl die Bundesebene, als auch die verschiedenen kantonalen Kontexte betrifft, stützt sich auf logistischen Regressionen. In manchen Fällen werden die theoretischen Hypothesen durch unsere Ergebnisse stark gestützt, in anderen Fällen jedoch werden sie widerlegt. Um diese abweichenden Fälle zu erklären, schlägt der Autor eine weitere Hypothese vor, welche eine Beziehung herstellt, zwischen der Intensität der Wahlkampagne und der Bereitschaft der Wähler, sich zu informieren.

The Influence of Political Campaigns on the Vote: The Case of the 1995 Swiss Elections

The aim of this article is to show how an electoral campaign can influence individual voting choices, in the case of the Swiss 1995 federal election. The author starts from Zaller's model, which describes public opinion formation as an interaction between political discourse, individuals' preferences and their level of political awareness. This theoretical frame is then adapted to the study of an election, by the inclusion of the timing of the voting decision and of partisan identification. The empirical analysis, which includes both the federal level and the various cantonal contexts, is based on logistic regressions. The findings confirm the theoretical hypothesis in some cases, but also show some contradictory results in other cases. The author proposes an explanation for the inconsistent cases, which links the intensity of the electoral campaign to the voters' motivation to get better informed.

Romain LACHAT, Département de science politique, Université de Genève / Wissenschaftszentrum Berlin, Reichpietschufer 50, DE-10785 Berlin; E-Mail: Romain.Lachat@politic.unige.ch.

Paper submitted on 27 January; accepted for publication on 20 June 2000.