



De nombreuses sources d'information

Pendant les campagnes électorales, les Américains se tiennent informés au moyen d'émissions télévisées d'information et de divertissement, de sites Web et de nombreuses sources autres que leur journal quotidien local.

« Ils continuent à lire le journal le matin », explique Larry Parnell, professeur à l'université George Washington de Washington, « mais pour y trouver des analyses réfléchies et non les toutes dernières nouvelles, qu'ils ont déjà lues sur leur téléphone portable ».

M. Parnell exagère peut-être un petit peu (d'après une étude, 27 % des Américains s'informent au moyen de leur téléphone portable ou autres appareils mobiles). Mais ce commentaire témoigne cependant de l'évolution des médias et de leur rôle dans la vie politique américaine.

La Liberté de Presse

Les fondateurs des États-Unis ont fait de la liberté de presse un droit fondamental en adoptant le premier amendement de la constitution américaine. Thomas Jefferson a alors prononcé la célèbre phrase : « Si j'avais à choisir entre un gouvernement sans journaux ou des journaux sans gouvernement, je choiserais cette deuxième possibilité sans hésiter un seul instant. »

Quand ils ont rempli leur rôle au mieux de leurs compétences, les médias ont, au cours des dernières décennies, défendu

l'intérêt du public dans le système politique, en informant les citoyens des activités du gouvernement et de la vie politique et en dénonçant des abus.

Mais au tout début des États-Unis, les journaux affichaient souvent ouvertement leurs partis pris, parfois avec véhémence. C'est au XIXe siècle que la notion d'un journalisme impartial et objectif s'est progressivement imposée. Certains journaux publiaient le texte de discours de campagne prononcés plusieurs heures durant par des candidats comme Abraham Lincoln – qui étaient lus avec beaucoup d'intérêt par les lecteurs.

Radio et Télévision

Dans les années 1920, l'apparition d'émissions radiophoniques a constitué une nouvelle source d'informations politiques plus immédiates. La généralisation de la télévision après la deuxième guerre mondiale a ensuite permis aux Américains de se tenir au courant des derniers événements de la vie politique sans quitter leur salle de séjour.

En 1952, les conventions nationales organisées tous les quatre ans, au cours desquelles les partis politiques démocrate et républicain choisissent leur candidat à la présidence, étaient diffusées à l'échelle nationale par les quelques chaînes de télévision qui existaient alors.

Depuis plusieurs décennies maintenant, les principaux organes de la presse

écrite et de la presse audiovisuelle ont chargé certains de leurs meilleurs journalistes et caméramans de suivre les candidats à la présidence pendant plus d'un an de campagne.

Les politiciens courtisent les médias et presque toutes les activités d'une campagne sont prévues de manière à obtenir la plus grande couverture médiatique possible. Mais les simples citoyens qui tiennent un blog ou réalisent des vidéos avec une caméra portable peuvent également suivre les candidats, les prendre au dépourvu et publier des comptes rendus qui seront lus ou regardés par un public très large.



En haut : Des reporters prennent des notes lors d'une intervention du président Theodore Roosevelt à New York en 1911. Ci-dessus : Des reporters suivent le candidat républicain à la présidence Mitt Romney à bord de son avion de campagne en 2012.



En ligne et sur les ondes

Les citoyens ont le choix entre une multitude de sources d'information : les chaînes télévisées d'information en continu, les chaînes locales, les débats à la télévision et la radio, les sites Web d'actualité et les blogs de citoyens journalistes.

Des sites Web d'actualité opérant exclusivement ou principalement en ligne, comme Huffington Post, Daily Beast et Politico, attirent des millions de lecteurs en produisant leurs propres reportages. Huffington Post comprend une section, OffTheBus, réservée aux citoyens journalistes qui rendent compte des élections de 2012 à l'échelle locale.

En revenant à ce qui était l'usage au tout début des États-Unis, certains journalistes ne prétendent maintenant plus à l'objectivité. Les organes de presse audiovisuelle et sites Web d'actualité qui tendent à privilégier un point de vue plus conservateur, comme Fox News, ou au contraire libéral, comme MSNBC, ont gagné des parts d'audience par rapport à leurs concurrents traditionnels.

Pour fournir des opinions rapides et des analyses, quelques grands quotidiens ont ajouté des blogs à leur site, par exemple The Caucus pour le New York Times et The Fix pour le Washington Post. Mais dans l'American Journalism Review, une ancienne reporter de la presse écrite, Jodi Enda, explique que ses collègues sont tiraillés par la nécessité de publier des informations rapidement et fréquemment de manière à répondre aux exigences des médias sociaux et électroniques.

« Ils regrettent de ne pas avoir le temps de mener une enquête approfondie », explique-t-elle, « de dépasser l'actualité du jour pour aller dénicher de véritables pépites d'information qui nous révèlent

quelque chose d'instructif et de très important sur les femmes et les hommes qui briguent la présidence ».

Certains électeurs, surtout parmi les jeunes, ont maintenant pour principale source d'information télévisée des émissions satiriques comme The Daily Show avec Jon Stewart et The Colbert Report avec Stephen Colbert. D'autres sont informés par les gags d'émissions humoristiques diffusées en fin de soirée, animées par exemple par Jay Leno et David Letterman.

L'information en tant que divertissement

Les candidats s'expriment donc là où ils seront vus des électeurs. Pendant la campagne présidentielle de 1992, le candidat démocrate Bill Clinton avait fait une apparition remarquée dans l'émission télévisée de fin de soirée Arsenio Hall Show, en jouant au saxophone la chanson « Heartbreak Hotel ». Les politiciens se font depuis invités dans ces émissions, dans le cadre de leur stratégie de campagne.

Avec la technologie, l'information ne provient plus seulement de quelques sources. Howard Fineman, responsable éditorial au Huffington Post, explique que les journalistes des grands organes de presse qui se contentent de suivre les déplacements et interventions d'un candidat à bord du bus ou de l'avion de sa campagne sont maintenant coupés du reste du monde.

Ils ratent une bonne partie de ce qui vaut vraiment la peine d'être raconté, conseille-t-il à ceux qui souhaitent devenir citoyens journalistes. « D'une certaine façon, ajoute M. Fineman, personne n'est mieux placé pour voir l'Amérique que ceux qui ne montent jamais à bord du véhicule d'un candidat – c'est-à-dire vous »



En haut : Joseph P. Kennedy III face à des reporters lors de sa campagne pour être élu au Congrès en 2012. Ci-dessus, par ordre décroissant : Mitt Romney écoute les questions d'un animateur d'une émission radio ; des citoyens blogueurs prennent des photos de l'ancien président Bill Clinton ; le président Obama participe à l'émission Tonight Show avec l'animateur Jay Leno.

