



## ORGANIZING FOR AMERICA AUGURE-T-IL D'UN RENOUVEAU DE LA POLITIQUE AMERICAINE ?

Audrey Célestine

Jamais dans l'histoire américaine un candidat à l'élection présidentielle n'avait rassemblé autant de bénévoles et récolté autant d'argent que Barack Obama. Les commentateurs du monde entier ont noté le caractère novateur de sa campagne, en particulier l'usage massif d'internet pour rallier les soutiens dans l'ensemble du pays par la création d'un réseau dense de supporters. Pendant la campagne, près d'un quart des électeurs âgés de 18 à 29 ans avait été contacté par l'équipe Obama, chiffre qui atteint 50% ou 60% dans certains des *battlegrounds states*. (54% en Pennsylvanie, 61% au Nevada)<sup>1</sup>. Au lendemain de son investiture, Barack Obama annonçait (par l'intermédiaire d'un lien Youtube dans un mail adressé aux 13 millions d'abonnés de son impressionnante liste de diffusion) la transformation d'Obama for America, qui fédérait les bénévoles de sa campagne, en une organisation appelée Organizing for America (OFA). Selon les propos du président américain, il s'agit de transformer l'élan et l'engagement de tous ceux qui se sont mobilisés pour sa campagne en un mouvement de soutien à sa politique du changement. Obama incite ses partisans à s'impliquer dans au sein de leur communauté et à soutenir sa politique de santé, d'éducation ou encore en faveur de l'environnement. Usant de la classique rhétorique de l'engagement communautaire, il entend ainsi s'adresser aux « citoyens ordinaires » qui doivent poursuivre l'effort fait durant la campagne et s'organiser pour contrer l'influence des lobbies de Washington. Ce soutien peut se prendre la forme d'appels téléphoniques passés par les citoyens ordinaires à leurs représentants.

---

<sup>1</sup> Pew Research Center Publications, « Young Voters in the 2008 Election », 12 novembre 2008.

Cette nouvelle organisation encore très récente soulève plusieurs questions. Dès novembre 2008, on pouvait en effet se demander dans quelle mesure l'élan suscité par la candidature d'Obama pouvait aller au-delà d'un engagement ponctuel manifesté à l'occasion d'une élection présidentielle et se transformer en implication plus durable au sein du Parti démocrate. L'objectif de l'OFA est de parvenir à dépasser la frontière entre engagement communautaire (au sein, notamment des *Community-Based Organizations*, les associations locales) et engagement partisan. Les citoyens ne sont pas appelés à s'inscrire au Parti démocrate mais incités à s'engager pour « changer » l'Amérique et soutenir la politique du président. De fait, dans la vidéo annonçant la création de l'organisation, la référence au Parti démocrate est marginale. On peut émettre l'hypothèse que le choix d'une rhétorique de l'engagement communautaire plutôt que celui d'une incitation à un engagement partisan doit permettre de poursuivre le ralliement des électeurs indépendants qui ont été 52% à voter pour Obama (49% pour Kerry quatre ans plus tôt). L'OFA se situe également dans la continuité des appels lancés par le candidat Obama pour un dépassement du clivage partisan sur les enjeux importants. On peut cependant noter que le lien et le logo de l'OFA figurent sur la page d'accueil du Parti démocrate, que l'adresse de l'organisation est celle du Democratic National Committee<sup>2</sup> même si les relations entre les deux entités seront vraisemblablement définies par la pratique des quatre prochaines années. La campagne d'Obama est parvenue à une: susciter un mouvement *grassroots* (de terrain) dans l'ensemble du pays, chose qu'il était devenu difficile d'envisager au Parti démocrate. Dana Fisher<sup>3</sup>, sociologue à Columbia, a mis en lumière le processus ayant conduit à une perte de contact du Parti démocrate avec le terrain. Elle a montré l'« *outsourcing* » (c'est-à-dire le fait de confier certaines activités généralement dévolues aux militants à des entreprises ou organisations privées) de certaines pratiques comme le *canvassing* (qui consiste à recueillir des signatures ou des soutiens dans la rue ou par le porte-à-porte) ont rendu plus difficile le recrutement de militants de terrain et la mobilisation en faveur du parti. Il sera intéressant de voir dans quelle mesure l'OFA pourra influencer et renouveler l'engagement partisan au sein du Parti démocrate et d'analyser son impact éventuel sur la sociologie des militants du Parti démocrate. Outre la question de l'engagement, on peut également se demander si l'OFA constitue l'une des « réactions graduelles » subies par les partis politiques à la suite des

---

<sup>2</sup> <http://www.democrats.org/a/party/aboutDNC.html>

<sup>3</sup> Fisher, Dana : *Activism, Inc. How the Outsourcing of Grassroots Campaigns is Strangling Progressive Politics in America*, Stanford University Press, 2006

élections mentionnée par Pippa Norris<sup>4</sup>. L'auteure montre ainsi que si certaines analyses politiques et institutionnelles mettent l'accent sur des événements particuliers, des crises, pour expliquer l'évolution des partis politiques, d'autres insistent davantage sur les dynamiques de long-terme qui induisent des évolutions progressives de ceux-ci. Les changements que connaissent les partis politiques seraient ainsi le fruit de l'évolution des contextes électoraux au sens large. Les répertoires d'action préconisés et utilisés à l'OFA (vidéos de démonstration à l'appui) permettent de toucher une audience plus large que celle des seuls militants démocrates. Ils sont destinés à renforcer le lien direct entre les citoyens américains et le Président au risque de susciter des tensions avec les représentants du Congrès. La première action d'ampleur intitulée *The Pledge Project*<sup>5</sup> a eu lieu fin mars pour soutenir le budget du Président. Les supporters d'Obama étaient invités à organiser des réunions à leur domicile ou dans leur quartier pour soutenir son plan économique et son budget et téléphoner aux représentants de Washington pour rendre public ce soutien. Le 21 mars a constitué le point d'orgue de la mobilisation. Les volontaires ont été invités à participer au *Pledge canvassing* qui se déroulait en même temps dans tout le pays pour récolter un maximum de signatures en faveur d'une motion de soutien au budget présenté par le Président. A l'encontre de la logique de la privatisation signalée par Dana Fisher, on trouve ici une volonté de développer le *grassroots organizing*, c'est-à-dire l'implication locale, de terrain, avec, toutefois des critiques de certains éditorialistes et du Parti Républicain quant à la campagne permanente que tenterait de mettre en place Obama. Une certaine idée de la politique est en jeu dans cette initiative. Le 9 mars 2009, Mitch Stewart, qui a dirigé la campagne présidentielle d'Obama dans plusieurs Etats avant d'être nommé directeur de l'OFA, énonce dans une vidéo l'une des principales raisons d'être du Pledge Project et de l'ensemble des actions menées par l'organisation : éviter que le président ne soit déconnecté de la base. La même volonté préside à la diffusion hebdomadaire de messages vidéo adressés aux citoyens américains. Mais là encore, la forme et le fonctionnement de l'OFA, ses modes d'action posent question. A quoi peut bien servir un mouvement représentant les citoyens ordinaires et le niveau local favorables au Président Obama alors que le Parti démocrate est installé à la Maison blanche et dispose de la majorité au Sénat et à la chambre des Représentants ? Nous pouvons avancer l'hypothèse que l'organisation était également en charge de contrer les critiques qui auraient pu apparaître au sein même du camp démocrate envers le budget présenté par l'administration Obama, budget finalement voté au début du mois d'avril.

---

<sup>4</sup> NORRIS, Pippa, *Democratic Phoenix, Reinventing Political Activism*, Cambridge University Press, 2002, p. 104

<sup>5</sup> <http://my.barackobama.com/page/content/pledgeproject>

La mise en place d'Organizing for America semble répondre à plusieurs objectifs politiques : poursuivre la mobilisation de masse suscitée par la campagne de Barack Obama, renforcer l'ancrage local du Parti démocrate et développer des liens directs entre le Président et les « citoyens ordinaires ». Les quatre années de sa présidence devraient permettre d'analyser l'impact d'une telle initiative sur les formes de l'engagement politiques et de l'organisation des partis aux Etats-Unis. Car si Barack Obama n'est pas le premier à faire directement appel aux citoyens, l'enthousiasme qu'il a suscité et les formes prises par la mobilisation de ses soutiens à travers le pays restent en revanche exceptionnels.