

Séminaire Médias Élections 2018-2019

organisé par le LCP-Irisso (CNRS/Univ. Paris Dauphine / INRA)
et le Céditec (Université Paris-Est Créteil)

Pour la deuxième année, ce séminaire poursuit son objectif de revenir sur plusieurs dimensions de la communication politique en période électorale. Conçu comme un espace d'échanges, il convie aussi bien des chercheurs en sciences sociales que des professionnels des médias et des campagnes. Six séances sont programmées pour l'année 2018-2019.

Séance 1

CONVAINCRE EN CAMPAGNE

14 décembre 2018, 14-17h

Céditec, salle Keynes, Mail des Mèches, Créteil

Intervenant.e.s :

Magali Guaresi

docteure en histoire, post-doctorante à BCL, Université Nice Sophia Antipolis

« Se présenter pour représenter : genre et discours électoral aux législatives sous la Cinquième République »

Au fil de la Cinquième République, des centaines de candidatures à la représentation nationale ont été portées et gagnées par des femmes. Dès 1958, ces happy few, devenant de plus en plus nombreuses à partir des années 1990, parviennent à convaincre l'électorat en dépit du stigmate historique que constitue la féminité en politique. Comment ces candidates parviennent-elles à produire une image – un ethos – valorisable dans un contexte structurellement masculin ? Subissent-elles des contraintes persistantes ? Déploient-elles des ressources spécifiques ? Si oui, lesquelles ? Celles-ci évoluent-elles au cours des scrutins, des alternances politiques ou des évolutions de la société ? Fondée sur l'analyse, assistée par ordinateur, d'un corpus de quelque 700 professions de foi de député.e.s élus entre 1958 et 2007, cette communication propose une histoire du discours électoral au prisme du genre, c'est-à-dire du système de signification des inégalités entre les sexes dans la sphère parlementaire, construit, perpétué et véhiculé par le choix des mots des candidat.e.s.

Raphaël Haddad

docteur en sciences de l'information et de la communication, fondateur de l'agence Mots-Clés

Repérer les stratégies d'ethos : l'exemple des discours de meeting pour l'élection présidentielle française (2002-2007-2012)

L'ethos d'un ou d'une candidate se trouve être très régulièrement évalué lors de campagnes présidentielles par l'ensemble des agents auxiliaires du champ politique. On peut notamment penser aux marronniers journalistiques sur la « stature présidentielle », que chaque candidat.e se doit de « peaufiner » notamment par des déplacements internationaux durant la campagne. Ou encore à la récurrence de questionnements

rhétoriques du type « telle personnalité a-t-elle le profil d'une présidentielle ? », qui renvoient simultanément aux fondements de la légitimité d'une candidature, à la trajectoire sociale de l'impétrant·e, ou encore à l'endurance d'un·e candidat·e face à l'épreuve physique qu'une campagne électorale constituerait. Après avoir mis en évidence un certain nombre de questionnements relatifs à l'applicabilité dans un corpus d'archives de la dissociation usuelle entre ethos « discursif » d'une part, et ethos « prédiscursif » (Maingeneau) ou « préalable » (Amossy) d'autre part, cette présentation propose de repérer quelques-unes des stratégies d'ethos dans un corpus constitué de discours de meetings pour l'élection présidentielle française de 2002, 2007 et 2012.

Les séances sont ouvertes à tou.te.s.

Elles auront lieu le vendredi après-midi de 14h à 17h, en alternance à Paris et à Créteil :

- LCP-IRISSO, 24 rue Saint-Georges, Paris, métro Le Peletier (ligne 7) ou Notre-Dame-de-Lorette (12)
- Céditec, salle Keynes, mail des Mèches, Créteil, métro Créteil Université (ligne 8)

Le programme complet de cette deuxième année de séminaire sera diffusé prochainement.

Responsables du séminaire : Pierre Lefébure (Université Paris 13 / LCP-IRISSO), Claire Sécail (CNRS / LCP-IRISSO), Alexandre Borrell (UPEC / Ceditec) et Anne Jadot (Université de Lorraine / IRENEE)