

CHCS

Centre d'histoire et des sociétés contemporaines

EMOTIONS ET ÉLECTIONS - LES CAMPAGNES PRÉSIDENTIELLES FRANÇAISES (1981-2012)

Marion Ballet

Ina Editions

collection « Médias Histoire »

ISBN : 978-2-86938-214-5

286 pages

20

février 2014

Chaque moment de la vie politique est marqué par la diffusion de multiples messages visant à influencer les attachements et les répugnances, les espoirs et les peurs à l'égard des objectifs, des institutions ou des acteurs de la scène politique. Période d'intense

production symbolique, l'élection présidentielle demeure particulièrement propice à l'activation d'émotions et la "persuasion émotionnelle" reste un passage obligé pour tous les candidats. Elle prend corps dans des mots, des symboles, des paroles, des gestes, des images et, plus généralement, dans tous les procédés discursifs (verbaux ou non verbaux) visant à exprimer l'émotion du candidat ou à solliciter chez les électeurs une réponse affective afin d'obtenir leur vote.

Ce sont des "rhétoriques affectives" produites par les candidats à la présidence de la République française entre 1981 et 2012 que l'auteur de ce livre s'attache à mettre en lumière et à comprendre. Il met au jour les logiques sociales et politiques qui incitent les candidats briguant la plus haute fonction de l'Etat à recourir à des appels émotionnels - de peur, d'espoir, d'indignation et de compassion - pour influencer le comportement électoral des citoyens auxquels ils s'adressent.

Consulter le communiqué de presse [PDF - 378 Ko]

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Marion Ballet est docteur en sciences politiques de l'IEP de Paris, Prix de la recherche de l'Ina 2011 et lauréate du concours "Nouvelle bibliothèque de thèses" de Dalloz. Elle est aujourd'hui chercheur associée au Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines (CHCSC) et collaboratrice d'élus à la Mairie de Paris.

Contact éditeur :

Laure de Lestrangle

01 49 83 26 68

ldelestrange@ina.fr

Contact :

ldelestrange@ina.fr