

# Table des matières

ABRÉVIATIONS.....	9
PRÉFACE DE FRANÇOIS HOURMANT.....	11
INTRODUCTION.....	15

## *Première partie*

### **PRÉSIDENTIALISATION ET PEOPOLISATION, DEUX PHÉNOMÈNES CONSUBSTANTIELS? (1958-1981)**

<i>Introduction</i> .....	35
<b>1 UNE PRÉSIDENTIALISATION DÉSIRÉE ?</b> .....	37
<b>Le règne de l'image</b> .....	38
<i>Une peopolisation liée à une banalisation de l'image</i> .....	38
<i>... qui a contribué au discrédit de la IV<sup>e</sup> République</i> .....	41
<b>... alimente un désir de présidentialisation</b> .....	44
<i>Une personnalisation des enjeux électoraux</i> .....	44
<i>Un discours expurgé de toutes références idéologiques et partisans</i> .....	46
<b>La peopolisation comme marque de présidentialité</b> .....	48
<i>Une peopolisation « par le haut »</i> .....	48
<i>Domination du mode mimétique haut</i> .....	52
<b>Le rôle limité de la presse d'information</b> .....	54
<i>Un mur de la vie privée malgré tout fissuré</i> .....	54
<i>... qui ne franchit pas certaines limites</i> .....	57
<i>Un faible intérêt pour l'image des politiques</i> .....	58
<b>Conclusion : le message, c'est le medium</b> .....	60
<b>2 UNE FAMILLE EXEMPLAIRE</b> .....	63
<b>L'enfance d'un chef</b> .....	64
<b>... de famille modèle</b> .....	69
<b>La France élit aussi une présidente</b> .....	74
<b>Conclusion</b> .....	82

<b>3 ON VOTE POUR UN HOMME...</b>	85
Les vertus privées d'un chef	85
La construction d'un espace citationnel-différentiel	88
« Je ne suis pas un héros de légende »	91
Les sports des présidentiables	94
<i>Les vertus du sport</i>	94
<i>Un marqueur social</i>	98
<i>Quand le roi est nu</i>	102
Le cas de Gaulle	106
<i>Une autre forme de confiance</i>	107
<i>Une forme de starisation malgré tout</i>	109
Conclusion	111
<b>CONCLUSION</b>	113

*Deuxième partie*

**PEOPOLISATION ET PRÉSIDENTIALISATION  
AU TEMPS DE LA DÉMOCRATIE DU PUBLIC**

<i>Introduction</i>	119
<b>4 VERS UNE PERSONNALISATION ACCRUE DU CHOIX ÉLECTORAL</b>	121
Les poids croissant des ressources individuelles	121
<i>Une réduction des écarts programmatiques</i>	122
<i>Le déclin de l'institution</i>	126
Les mutations du champ médiatique	127
<i>Des éléments de continuité</i>	127
<i>Une parismatchisation des médias politiques</i>	129
<i>Une critique de la peopolisation</i>	131
<i>Une démocratisation de la peopolisation</i>	133
Les partis	136
<i>Un rôle toujours essentiel, mais dominé</i>	137
<i>Un déclin de l'identification partisane ?</i>	139
<i>La sélection des présidentiables</i>	140
Conclusion	142
<b>5 VERS UNE MIXITÉ DES IDENTITÉS SOCIALES</b>	143
Les émissions de pur divertissement	143
Les politiques sur le divan	146
<i>« L'émergence d'un discours du "Je" »</i>	147

	<i>De l'abaissement symbolique à l'exaltation du « je »</i> .....	152
	<b>La montée de l'infotainment</b> .....	154
	<i>À la recherche d'un équilibre</i> .....	154
	<i>Un cadre plus « sécurisant »</i> .....	156
	<i>Une déclaration de parité</i> .....	161
	<b>Vers la constitution d'une élite médiatique</b> .....	163
<b>6</b>	<b>UNE INVERSION DES CADRES</b> .....	165
	<b>Tous les Français ne lisent pas <i>Le Monde</i></b> .....	165
	<i>Un succès relatif</i> .....	165
	<i>... qui permet cependant de toucher un autre public</i> .....	167
	<b>De la séduction</b> .....	171
	<i>Une stratégie d'évitement</i> .....	172
	<i>Une porosité</i> .....	173
	<i>Les talk-shows comme parodie d'émission politique</i> .....	176
	<b>Du logos</b> .....	177
	<i>Les limites des émissions politiques</i> .....	177
	<i>Des émissions de divertissement comme émission d'information</i> .....	180
	<b>Ce que le divertissement fait à la politique</b> .....	183
	<i>Une désacralisation ?</i> .....	183
	<i>Des vecteurs de politisation ?</i> .....	188
	<b>Conclusion</b> .....	191
	<b>CONCLUSION</b> .....	193

*Troisième partie*

**PEOPOLISATION ET CRISE  
DU PRÉSIDENTIALISME AU XXI<sup>E</sup> SIÈCLE**

	<b><i>Introduction</i></b> .....	197
<b>7</b>	<b>PEOPOLISATION ET VISIBILITÉ MÉDIATIQUE</b> .....	199
	<b>La peopolisation, un moyen de renforcer sa visibilité</b> .....	199
	<i>La visibilité comme ressource politique</i> .....	199
	<i>Rachida Dati, la cendrillon des HLM</i> .....	201
	<i>La chute d'une icône</i> .....	203
	<b>Une visibilité à laquelle participe la presse <i>people</i></b> .....	207
	<i>Sexy Ségo</i> .....	207
	<i>« On ne peut pas réduire l'élection à un concours de looks », Laurent Fabius</i> .....	211
	<i>Rachida Dati : une caricature de la peopolisation politique</i> .....	212
	<i>Ma plus belle histoire</i> .....	215

<b>Une ressource efficace?</b> .....	216
<i>Un état de grâce</i> .....	216
... <i>limité dans le temps</i> .....	218
<b>Conclusion</b> .....	220
<b>8 LA PEOPOLISATION, REMÈDE À UNE CRISE DE LA REPRÉSENTATION OU SYMPTÔME D'UNE CRISE DE LÉGITIMITÉ?</b> .....	221
<b>Une crise de la représentation?</b> .....	222
<b>La peopolisation, une réponse?</b> .....	226
<b>La peopolisation comme communication post-moderne?</b> .....	229
<i>Une impossible transcription du social en politique?</i> .....	229
<i>Une autonomisation des leaders par rapport aux demandes sociales</i> .....	232
<i>Comment la peopolisation participe-t-elle de cette gouvernance post-moderne?</i> ....	237
<b>Conclusion</b> .....	242
<b>9 UNE PEOPOLISATION DÉSORMAIS PLUS AGRESSIVE</b> .....	245
<b>Une scandalisation du traitement de la vie politique?</b> .....	245
<i>Qu'est-ce qu'un scandale?</i> .....	246
<i>Une politisation de la vie privée?</i> .....	247
<i>La fin du mur de la vie privée</i> .....	252
<b>Nouveaux médias, nouvelles pratiques</b> .....	257
<i>Un espace public numérique?</i> .....	258
<i>Rumeur : le plus vieux média du monde</i> .....	259
<i>La prise de parole des célébrités dérivées</i> .....	260
<i>Le Web, un bouc émissaire?</i> .....	262
<b>Une curiosité nouvelle?</b> .....	263
<i>Une pulsion scopique?</i> .....	263
<i>Une mutation de la culture politique</i> .....	265
<i>La réaction à un sentiment de dépossession démocratique</i> .....	269
<b>Une présidentialisation en crise?</b> .....	272
<b>Conclusion</b> .....	273
<b>CONCLUSION GÉNÉRALE</b> .....	275
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	283

«Peopolisation et présidentialisation sous la Ve République », Nicolas Mary  
ISBN 978-2-7535-8867-7, Presses universitaires de Rennes, 2023, [www.pur-editions.fr](http://www.pur-editions.fr)

«Peopolisation et présidentialisation sous la Ve République », Nicolas Mary  
ISBN 978-2-7535-8867-7, Presses universitaires de Rennes, 2023, [www.pur-editions.fr](http://www.pur-editions.fr)