

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

3 ON VOTE POUR UN HOMME...	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
CONCLUSION	113

Deuxième partie

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

<i>Introduction</i>	119
4 VERS UNE PERSONNALISATION ACCRUE DU CHOIX ÉLECTORAL	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
5 VERS UNE MIXITÉ DES IDENTITÉS SOCIALES	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
	La montée de l'infotainment	154
	<i>À la recherche d'un équilibre</i>	154
	<i>Un cadre plus « sécurisant »</i>	156
	<i>Une déclaration de parité</i>	161
	Vers la constitution d'une élite médiatique	163
6	UNE INVERSION DES CADRES	165
	Tous les Français ne lisent pas <i>Le Monde</i>	165
	<i>Un succès relatif</i>	165
	<i>... qui permet cependant de toucher un autre public</i>	167
	De la séduction	171
	<i>Une stratégie d'évitement</i>	172
	<i>Une porosité</i>	173
	<i>Les talk-shows comme parodie d'émission politique</i>	176
	Du logos	177
	<i>Les limites des émissions politiques</i>	177
	<i>Des émissions de divertissement comme émission d'information</i>	180
	Ce que le divertissement fait à la politique	183
	<i>Une désacralisation ?</i>	183
	<i>Des vecteurs de politisation ?</i>	188
	Conclusion	191
	CONCLUSION	193

Troisième partie

**PEOPOLISATION ET CRISE
DU PRÉSIDENTIALISME AU XXI^E SIÈCLE**

	<i>Introduction</i>	197
7	PEOPOLISATION ET VISIBILITÉ MÉDIATIQUE	199
	La peopolisation, un moyen de renforcer sa visibilité	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
	Une visibilité à laquelle participe la presse <i>people</i>	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

Une ressource efficace?	216
<i>Un état de grâce</i>	216
... <i>limité dans le temps</i>	218
Conclusion	220
8 LA PEOPOLISATION, REMÈDE À UNE CRISE DE LA REPRÉSENTATION OU SYMPTÔME D'UNE CRISE DE LÉGITIMITÉ?	221
Une crise de la représentation?	222
La peopolisation, une réponse?	226
La peopolisation comme communication post-moderne?	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
Conclusion	242
9 UNE PEOPOLISATION DÉSORMAIS PLUS AGRESSIVE	245
Une scandalisation du traitement de la vie politique?	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
Nouveaux médias, nouvelles pratiques	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
Une curiosité nouvelle?	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
Une présidentialisation en crise?	272
Conclusion	273
CONCLUSION GÉNÉRALE	275
BIBLIOGRAPHIE	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

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