



HAL
open science

Mise en portrait et storytelling dans les présentations de soi des acteurs politiques : le cas des élections municipales de Paris en 2014, les présentations de deux candidates : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet

Philippine Clot

► **To cite this version:**

Philippine Clot. Mise en portrait et storytelling dans les présentations de soi des acteurs politiques : le cas des élections municipales de Paris en 2014, les présentations de deux candidates : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet. Sciences de l'information et de la communication. 2014. dumas-01064910

HAL Id: dumas-01064910

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01064910>

Submitted on 17 Sep 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Mise en portrait et *storytelling* dans les présentations de soi des acteurs politiques

Le cas des élections municipales de Paris en 2014,

les présentations de deux candidates : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet

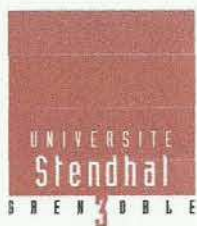
Nom : CLOT
Prénom : Philippine

UFR des sciences de la communication

Mémoire de master 1 recherche - 10 crédits – Sciences de l'Information et de la Communication

Sous la direction de Benoit Lafon

Année universitaire 2013-2014



Déclaration anti-plagiat
Document à **scanner** après signature
et à **intégrer** au mémoire électronique

DECLARATION

1. Ce travail est le fruit d'un travail personnel et constitue un document original.
2. Je sais que prétendre être l'auteur d'un travail écrit par une autre personne est une pratique sévèrement sanctionnée par la loi.
3. Personne d'autre que moi n'a le droit de faire valoir ce travail, en totalité ou en partie, comme le sien.
4. Les propos repris mot à mot à d'autres auteurs figurent entre guillemets (citations).
5. Les écrits sur lesquels je m'appuie dans ce mémoire sont systématiquement référencés selon un système de renvoi bibliographique clair et précis.

NOM : CLOT PRENOM : Philippe

DATE : 12 mai 2014 SIGNATURE :

Mise à jour mars 2013

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier mon directeur de mémoire Benoit Lafon pour le temps qu'il m'a accordé en dehors des heures de cours, ainsi que pour les conseils et les pistes qu'il a pu me donner tout au long de ce travail.

Je voudrais également remercier Caroline Angé qui nous a donné de précieux conseils en termes de méthodologie pendant ses heures de cours.

Enfin, je remercie mon entourage pour m'avoir soutenu et parfois conseillé pendant toute la réalisation de ce travail.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	5
Partie 1 - Mise en portrait et <i>storytelling</i> en communication politique : des stratégies de présentation de soi	11
Chapitre 1 - De la mise en portrait au <i>storytelling</i> en communication politique	12
I. Mise en portrait et <i>storytelling</i> : évolutions et constructions de deux notions.....	12
II. Applications en communication politique.....	21
Chapitre 2 - Présentations de soi : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet	28
I. La présentation de soi	28
II. Enjeux en communication politique	31
Partie 2 - Le cas des élections municipales de Paris en 2014 : quelles stratégies de présentation de soi ?	38
Chapitre 3 – Mise en portrait et présentation de soi : différentes typologies	39
I. Antagonisme : vie politique vs vie privée	39
II. Typologie des portraits.....	44
Chapitre 4 – Le <i>storytelling</i> en complément de la mise en portrait ?.....	55
I. Un fil conducteur : une histoire	55
II. Un <i>storytelling</i> de présentation de soi	59
CONCLUSION.....	64
BIBLIOGRAPHIE.....	66
ANNEXES.....	71

INTRODUCTION

« Innombrables sont les récits du monde. (...) sous ses formes presque infinies, le récit est présent dans tous les temps, dans tous les lieux, dans toutes les sociétés ; le récit commence avec l'histoire même de l'humanité ; il n'y a pas, il n'y a jamais eu nulle part aucun peuple sans récit ; toutes les classes, tous les groupes humains ont leurs récits, et bien souvent ces récits sont goûtés en commun par des hommes de culture différente, voire opposée : le récit se moque de la bonne et de la mauvaise littérature : international, transhistorique, transculturel, le récit est là, comme la vie. »¹

Les récits sont omniprésents dans toute société. Qu'il s'agisse du milieu scolaire, familial, entrepreneurial ou encore politique, les récits sont partout présents. De l'institutrice qui raconte à travers un livre les péripéties d'un héros à de jeunes écoliers, à l'acteur politique qui livre ses vœux annuels, en passant par le grand-père qui raconte à ses petits-enfants son expérience de la guerre ou encore le chef d'entreprise qui utilise le récit pour fédérer ses employés, tous racontent.

Nous avons fait le choix de nous intéresser dans ce travail aux récits de présentation de soi et à leurs mises en récit dans la communication politique. Plus précisément, nous aborderons la « mise en portrait »² des acteurs politiques et le « *storytelling* »³, que ce soit à travers leurs campagnes de communication ou à travers les médias.

Les expressions « mise en portrait » et « *storytelling* » reflètent l'idée qu'il s'agit de processus. Sans pour autant ignorer les objets proprement dit résultant de ces processus, à savoir le portrait et l'histoire, ce sont plus sur les constructions, sur les mises en récit ou autrement dit l'énonciation que nous voulons nous intéresser en priorité dans ce travail.

Nous envisageons de considérer ces deux pratiques comme étant des stratégies. Des « stratégies de présentation de soi » au sens de Philippe Riutort, Christian Le Bart ou encore Eric Darras. D'autre part il s'agit aussi d'entendre le terme « stratégies » au sens de l'historien et philosophe Michel De Certeau, qui les oppose aux « tactiques ». Il définit les stratégies

¹ Barthes Roland, Bremond Claude, Greimas Algirdas-Julien, *et al.* « L'analyse structurale du récit ». *Communications*, n°8, Paris : Editions du Seuil, 1966, p. 1

² Wrona Adeline. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*. Paris : Hermann Editeurs, 2012, p. 204

³ Traduit littéralement de l'anglais par « raconter une histoire »

comme étant « les actions, qui, grâce au postulat d'un lieu de pouvoir (la propriété d'un propre), élaborent des lieux théoriques (systèmes et discours totalisants) capables d'articuler un ensemble de lieux physiques où les forces sont réparties. »⁴ Les stratégies peuvent ainsi être considérées comme les actions émanant d'institutions détentrices d'un certain « pouvoir », dans notre cas nous nous intéresserons à celles des entreprises médiatiques et à celles des acteurs politiques.

Ces stratégies peuvent également être entendues de manière plus générale comme relevant de l'« ensemble des pratiques visant à établir les liens entre les professionnels de la politique et leurs électeurs, en usant notamment des voies offertes par les médias (de l'article de presse au clip, du publipostage au courrier électronique, du débat télévisé au blog...) »⁵. En effet, le *storytelling* et la mise en portrait, nous le verrons, concernent des acteurs politiques qui s'adressent à des électeurs (ou plus généralement à des récepteurs) et se déploient à travers des « voies » différentes, qu'il s'agisse de voies institutionnelles ou médiatiques.

Le premier intérêt de ce sujet est porté par la place non négligeable qu'occupent les récits de présentation de soi des acteurs politiques dans notre société. En nous concentrant sur la mise en portrait et le *storytelling*, nous envisageons tout d'abord de comprendre comment ces deux pratiques doivent être abordées, présentent-elles des similitudes et sont-elles complémentaires ? De plus, à travers la présentation de soi, ne se pose-t-il pas la question de la légitimité de l'acteur politique, d'un besoin de créer une certaine proximité avec les électeurs ? Et comment la présentation de soi se manifeste-t-elle : aborde-t-elle la vie politique et privée des acteurs politiques ou seulement une des deux dimensions ? Enfin, les contextes de production et de diffusion des récits, et plus particulièrement la source qui en est à l'origine (médiatique, politique) a-t-elle un impact sur le contenu des récits de présentation de soi dans la mesure où leurs enjeux diffèrent ?

Nous sommes partis de l'hypothèse que le *storytelling* et la mise en portrait – bien que différents – pourraient être mis en parallèle dans la mesure où ces deux pratiques peuvent toutes deux être liées à la présentation de soi des acteurs puis liées par le récit. En effet, l'une comme l'autre peuvent avoir pour résultat une « trace verbale », un énoncé à ne pas confondre

⁴ De Certeau. *L'invention du quotidien. Tome 1. Arts de faire*. Paris : Gallimard, 1990, p. 62-63

⁵ Riutort Philippe. *Sociologie de la communication politique*. Paris : La Découverte, 2007, p. 27

avec l'acte d'énonciation.⁶ Nous ne nions cependant pas la possibilité que la trace puisse être, non seulement verbale mais aussi visuelle. Dans un deuxième temps, nous avons émis l'hypothèse que les présentations de soi à travers les portraits et les histoires d'acteurs politiques, auraient pour vocation de légitimer une mise en visibilité de l'acteur. Ces présentations de soi porteraient sur la vie privée des acteurs politiques, ce qui pourrait constituer un moyen de se rapprocher des électeurs. Enfin, les contextes de production et de diffusion des récits auraient un impact sur le récit diffusé aux récepteurs, les récits ayant pour origine un acteur politique apporteraient plus de détails sur sa vie privée alors que ceux émanant des médias se focaliseraient plus sur la vie publique des acteurs politiques.

Il existe un deuxième intérêt à traiter de ce sujet. Il n'y a pas actuellement de travaux portant sur le lien entre la mise en portrait et le *storytelling* en communication politique. Pourtant, le nombre de récits traitant des acteurs politiques ne s'amincit pas, il suffit de regarder sur une période électorale par exemple, la quantité de récits politiques diffusés par les divers canaux de communication. Aussi, il apparaît important de voir comment ces deux pratiques s'organisent l'une autour de l'autre, comment elles se présentent à la fois dans les médias et dans les supports de communication politique et en quoi elles pourraient éventuellement être complémentaires ou au contraire incompatibles.

Pour ce travail, nous adoptons une approche pluridisciplinaire, comme Arnaud Mercier en fait la remarque, « la communication politique nécessite une approche pluridisciplinaire. La sociologie des professions (des journalistes et des rédactions par exemple), la science politique (pour les stratégies de marketing électoral, les questions d'opinion publique ou la propagande), l'anthropologie et la sémiologie (pour la communication symbolique), les sciences cognitives et la sociologie des médias (pour l'étude des impacts et de la réception), la linguistique (pour la rhétorique et l'argumentation), les sciences de l'information et de la communication (pour les médiations dans l'espace public, par exemple) sont autant de disciplines qui ont une pierre à apporter à la compréhension des processus de communication politique. »⁷ Aussi, bien que notre sujet s'inscrive prioritairement en sciences de l'information et de la communication, nous serons amenés à mobiliser des auteurs issus d'autres disciplines telles que les sciences politiques sur les questions de représentation des acteurs politiques, la sociologie pour ce qui concerne la présentation de soi, ou encore la sémiotique.

⁶ Maingueneau Dominique. *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Colin, 2007, p. 33

⁷ Mercier Arnaud. « Pour la communication politique », *Hermès, La Revue*, n° 38, 2004, p. 70-71

Dans le but de répondre à nos questionnements et de confirmer (ou d’infirmer) nos hypothèses, nous avons choisi de mettre en place une analyse de corpus spécifique. Nous allons dans cette étude nous focaliser sur ce que nous appelons les « récits de présentation de soi » des acteurs politiques provenant à la fois d’acteurs politiques et d’institutions médiatiques. A travers cette analyse nous voulons tout d’abord montrer comment la mise en portrait et le *storytelling* peuvent être reliés. Puis il s’agit également de pouvoir rendre compte de la place qui est accordée à la vie privée puis à la vie publique et politique des candidates dans ces récits, ce qui permettra ensuite d’observer certaines différences en fonction des présentations de soi et de dresser une typologie. Enfin, nous souhaitons vérifier l’hypothèse selon laquelle les récits émanant des acteurs politiques donneraient plus de détails sur la vie privée alors que ceux émanant des médias se focaliseraient plus sur la vie publique de l’acteur politique.

Nous avons choisi de construire notre corpus en fonction de l’actualité politique, nous allons nous intéresser aux récits de présentation de soi de deux candidates aux élections municipales de Paris : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet. Notre choix s’est porté sur ce terrain précis afin de pouvoir présenter des résultats qui s’appliqueraient à l’actualité immédiate mais également parce que ce terrain bénéficie d’un matériau intéressant.

Tableau 1 : Composition du corpus d’analyse

Anne Hidalgo	Nathalie Kosciusko-Morizet
PAGES INTERNET	
www.anne-hidalgo.net/mon-parcours	www.nkmparis.fr/nkm/
PRESSE EN LIGNE	
Le Monde - « Anne Hidalgo, l’air de rien » (16 septembre 2013)	Le Monde - « Les cinq vies de Nathalie Kosciusko-Morizet » (15 février 2013)
Libération – « Anne Hidalgo. Cosmopolite » (2 octobre 2012)	Le Figaro - « NKM, La brindille de fer » (14 mars 2014)
TELEVISION ⁸	
Portraits croisés - (Anne Hidalgo/Nathalie Kosciusko-Morizet)	
France 2 - Envoyé Spécial – (30 janvier 2014)	
Le Parisien vidéo – « Municipales à Paris : portrait croisé Hidalgo/NKM (18 février 2014)	
Portraits séparés	
France 3 Ile-de-France « Samedi politique ».	France 3 Ile-de-France « Samedi politique ».

⁸ Nous n’avons pas fait figurer les retranscriptions des émissions télévisées dans la mesure où nos grilles d’analyse (en annexe) reprennent en détail les points essentiels, de plus ces retranscriptions n’apportent pas d’éléments indispensables à la compréhension de ce travail.

Invitée Anne Hidalgo (14 décembre 2013)	Invitée : N. Kosciusko-Morizet (11 janvier 2014)
Le Nouvel Obs. vidéo- Le portrait hebdo : « Hidalgo : Paname sans panache » (1 juin 2013)	Le Nouvel Obs. vidéo- Le portrait hebdo : « NKM : la candidate (trop) libre » (9 juin 2013)

Ce corpus ne se veut pas exhaustif, d'autres récits pourraient y être ajoutés, nous avons choisi ces récits en particulier parce qu'ils présentaient des éléments intéressants à analyser et à mettre en avant. En revanche, les récits sélectionnés présentent une certaine homogénéité, puisque la moitié exactement se rapporte à la candidate Anne Hidalgo et l'autre moitié à la candidate Nathalie Kosciusko-Morizet. De plus, nous avons essayé de trouver pour chaque candidate des récits provenant d'un même média dans le but de pouvoir faire ressortir plus d'éléments de comparaison au sein d'un même support et voir d'éventuelles différences. D'autre part, notre analyse a porté sur des récits ayant été diffusés sur une période précise : entre la déclaration des candidates aux élections municipales de Paris (octobre 2012 pour Anne Hidalgo) et jusqu'à la fin des campagnes politiques officielles (le 22 mars 2014).

D'une manière générale, notre approche se veut pragmatique, nous ne nous limitons pas au récit mais considérons amplement sa mise en récit, ce qui implique de prendre en compte les conditions de production et de diffusion des récits, d'autant plus que ces conditions diffèrent d'un acteur à un autre. Pour cela, nous nous sommes inspirés à la fois des analyses socio-discursives et des analyses sémio-discursives. Nous avons dans l'idée de nous concentrer à la fois sur le contexte, sur l'énonciation et en même temps sur le récit en lui-même. Notre analyse s'inspire quelque peu de l'analyse de contenu, définie par Bernard Berelson dans son ouvrage *Content Analysis in Communication Research* comme une « technique de recherche servant à la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications »⁹. Effectivement nous avons défini certains critères reproductibles et applicables à différents récits, dans le but de pouvoir faire une comparaison statistique entre deux contenus. C'est le cas lorsque nous étudions la part d'éléments privés présentés dans les sites Internet des candidates. La dimension quantitative et systématique de l'analyse de contenu reste une approche minoritaire dans notre travail. Nos critères « sont endogènes, nés de la lecture du texte analysé »¹⁰, ils ont été adaptés à la lecture des différents récits et en fonction du média en question. Par exemple, lorsqu'il s'agit de sites Internet il est intéressant de prendre en compte l'ergonomie du site, critère que nous ne pouvons systématiser à l'ensemble de notre corpus. De façon générale, l'analyse que nous avons

⁹ Berelson Bernard. *Content Analysis in Communication Research*. Cité dans De Bonville Jean. *L'analyse de contenu des médias*. Bruxelles : De Boeck, 2006, p. 9

¹⁰ Coulomb-Gully Marlène. « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel ». *Mots. Les langages du politique*, n°70, 2002, p. 110

menée s'inspire plus amplement des méthodes socio-discursives et sémio-discursives, nous pourrions la qualifier de « socio-sémiotique ». Comme nous l'avons dit, nous voulons nous intéresser à ce qui entoure le récit : l'énonciation, les contextes de production et de diffusion ainsi que la structure du contenu en réalisant par exemple une analyse du lexique (les récurrences, les champs lexicaux, etc.). Cette analyse de corpus s'est enfin inspirée des analyses de récit et plus particulièrement de la narratologie, qui selon Marc Lits va « s'intéresser aux éléments constitutifs du récit pour montrer comment ceux-ci sont déterminants [...] »¹¹, il s'agit par exemple des personnages ou de la temporalité.

Dans une première partie, nous nous intéresserons de près aux notions de mise en portrait et de *storytelling* en communication politique, notions envisagées comme des stratégies de présentation de soi. Notre premier chapitre aura pour objectif de mettre en évidence les liens existants entre ces deux pratiques. Pour commencer, nous essaierons de dresser une généalogie de la mise en portrait puis du *storytelling* afin d'en voir les éventuelles évolutions et leurs caractéristiques. Nous montrerons que le lien entre ces deux pratiques réside dans le fait qu'elles se rapportent toutes les deux à la mise en récit, puis qu'elles ont une fonction représentative pour les acteurs politiques. Dans un deuxième chapitre nous aborderons les « stratégies de présentation de soi » dans lesquelles nous incluons la mise en portrait et le *storytelling*. Dans cet objectif, nous verrons ce qu'est la présentation de soi et en quoi cela présente certains intérêts pour les acteurs politiques. Au regard de notre terrain nous montrerons que ces stratégies prennent part au cœur d'un contexte actuel, les élections municipales de 2014, et enfin nous nous pencherons sur les deux types d'acteurs à l'origine des présentations de soi de notre corpus : les acteurs médiatiques et les acteurs politiques.

Dans une deuxième partie, nous prendrons plus spécifiquement pour cas les élections municipales de Paris avec les présentations de soi des candidates Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet. Nous aborderons cette deuxième partie en deux temps. Dans un troisième chapitre, nous nous concentrerons sur la mise en portrait, directement liée à la présentation de soi, nous montrerons comment il est possible de dresser une typologie des portraits à partir de notre analyse de corpus. Enfin dans le dernier chapitre, nous tenterons de comprendre comment le *storytelling* est un complément de la mise en portrait, comment il emprunte certaines spécificités du récit pour les insérer dans la mise en portrait, puis nous verrons que le *storytelling* accorde une importance particulière à la mise en image des acteurs politiques.

¹¹ Lits Marc. *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles : De Boeck, 2008, p. 113

Partie 1 - Mise en portrait et *storytelling* en communication politique : des stratégies de présentation de soi

Dans cette première partie, nous allons mettre en parallèle deux pratiques que sont la mise en portrait et le *storytelling* afin de voir ce qui en fait des notions à rapprocher et également ce qui peut les différencier. Dans cette optique nous essaierons de montrer l'évolution de ces deux notions, les questionnements qui prennent part autour d'elles, comment elles se construisent et comment elles s'insèrent finalement dans le champ de la communication politique. Ceci nous amènera à analyser la place du récit et de la représentation dans la communication politique. Cette première partie a également pour vocation de montrer en quoi la mise en portrait et le *storytelling* peuvent être abordés comme des stratégies de présentation de soi des acteurs politiques, et plus particulièrement dans le contexte de notre analyse de terrain : les présentations d'Anne Hidalgo et de Nathalie Kosciusko-Morizet lors des élections municipales de Paris en mars 2014. Pour cela nous serons amenés à dresser un état de l'art en étudiant prioritairement les apports des sciences de l'information et de la communication sur ces questions, et également les apports d'autres disciplines telles que les sciences politiques, la sociologie et la sémiologie qui apportent des éléments essentiels autour des notions de présentation, de mise en portrait et de *storytelling*.

Chapitre 1 - De la mise en portrait au *storytelling* en communication politique

I. Mise en portrait et *storytelling* : évolutions et constructions de deux notions

Les pratiques de mise en portrait et de *storytelling* ne sont pas des pratiques que l'on peut qualifier de « nouvelles », c'est ce que nous voulons montrer dans cette première partie. Nous étudierons leurs usages antérieurs, les caractéristiques sur lesquelles elles se fondent ainsi que leurs évolutions respectives dans le temps.

1. De la mise en portrait artistique et littéraire à la mise en portrait journalistique

La mise en portrait, à ne pas confondre avec le portrait qui lui en est le résultat, se laisse entendre à la fois comme une pratique artistique (donnant à voir pour résultat un portrait plastique), mais également comme une pratique littéraire puis journalistique. Ce que nous proposons ici, ce n'est pas de différencier les pratiques de la mise en portrait en fonction de la discipline dans laquelle chacune s'insère mais plutôt de voir comment malgré des disciplines variées elles peuvent être rassemblées.

Adeline Wrona, chercheuse au Groupe de recherches interdisciplinaires sur les processus d'information et de communication (GRIPIC) s'est intéressée de près à la question du portrait journalistique dans son ouvrage *Face au portrait*, qui livre une réflexion à la fois historique, sémiologique et communicationnelle. Adeline Wrona prend comme point de départ, le portrait artistique en soulignant que « pour qu'il y ait portrait, il faut qu'il y ait relation, d'individu à individu, du peintre à son modèle [...] L'appartenance à la catégorie du portrait suppose cette interaction minimale de la rencontre, et même plus sa réussite. »¹ La relation, la rencontre entre le portraitiste et le portraituré est primordiale, sans elle la réalisation du portrait ne serait pas possible. La rencontre peut se faire en face-à-face, par téléphone ou encore le portraitiste peut réaliser son portrait sans prendre contact avec le portraituré mais en cherchant des renseignements sur lui, quoi qu'il en soit il y a toujours une

¹ Wrona Adeline. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*. Paris : Hermann Editeurs, 2012, p. 26

rencontre. D'autre part, la qualité de la relation joue également un rôle, si celle-ci est mauvaise, le résultat s'en ressentira, une mauvaise entente peut pousser le portraitiste à se désintéresser de son travail. Eric Darras, professeur en Sciences politiques, parle d'ailleurs de la « relation de confiance »² qui s'installe entre les hommes politiques et les journalistes.

Adeline Wrona montre qu'« au tournant du 18^e et 19^e siècle, le mouvement des Lumières, et surtout la Révolution Française, imposent une redéfinition des relations entre individus, et de la place tenue par le sujet dans le corps politique national. Ce mouvement intellectuel puis politique se caractérise par la naissance d'un « je-nous », d'un nouvel ordre, qui cristallise un imaginaire national laïcisé, et pacifié. »³ Adeline Wrona montre l'importance prise alors par l'individualisme, « dont la notion devient omniprésente dans les réflexions sociales et politiques, et se fonde sur des processus de communication spécifiques. Le portrait mis en circulation fait partie de ces processus »⁴. Le portrait accompagne donc cette montée de l'individualisme, dans la mesure où il vient dépeindre le reflet d'un individu, ses traits propres, il le présente comme un être à part et non plus comme un homme appartenant à un collectif. Le portrait s'offre à partir de ce moment-là à une part plus large de la société, alors qu'il était jusqu'ici réservé à certaines classes de la société. La mise en portrait d'individus a pris une certaine ampleur aujourd'hui, notamment dans la presse écrite, à la télévision et sur Internet. Les portraits d'hommes politiques, de sportifs, d'artistes s'y sont fait une place, mais également ceux d'individus « ordinaires » (habituellement non-médiatisés). C'est le cas par exemple des *Portraits of grief* publiés dans le *New York Times* suite aux attentats du 11 septembre 2001, qui présentent les victimes – des citoyens lambda pour la majorité. Chacun est identifié par son nom et son prénom, puis par un portrait photographique et journalistique. La plupart des mises en portrait diffusées dans la presse et à la télévision s'inscrivent dans un contexte particulier, une actualité particulière, ce qui leur donne une certaine légitimité, une raison d'être diffusées. En revanche sur Internet, et plus particulièrement sur les réseaux sociaux, les mises en portrait sont plutôt pérennes, elles se concentrent sur l'individu sans nécessairement le replacer dans l'actualité.

Le portrait, devenu un « instrument d'identification citoyenne »⁵, endosse un nouveau rôle, il crée une nouvelle relation autre que celle établie entre le portraituré et le portraitiste. Le portrait-carte, initié par Eugène Disderi, illustre bien ce nouveau rôle : « Les portraits-

² Darras Éric. « La coproduction des grands hommes. Remarques sur les métamorphoses du regard politique ». *Le Temps des médias*, n°10, 2008, p. 89

³ Wrona A., *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, op. cit., p. 70

⁴ *Ibidem*, p. 19

⁵ *Ibid.*, p. 70

cartes sont voués à être échangés : leur propriétaire est invité à laisser une image de lui, en l'absence de la personne visitée à son domicile. »⁶ Il y a alors une relation entre un individu présent et un individu absent. Adeline Wrona résume cela en disant que le portrait-carte vient rendre présent l'absent. Le portrait-carte a pour vocation de laisser une trace, une marque du visiteur chez la personne absente. Aussi nous pouvons nous poser la question de savoir si cela ne fonctionnerait pas de la même manière à notre époque avec les portraits diffusés par les médias. Lorsqu'un individu consulte un média quel qu'il soit, il arrive qu'il se retrouve face au portrait d'un individu sans qu'il en ait exprimé la demande. Dans ce cas-là, il y a aussi une trace, elle n'est pas forcément matérielle mais parfois intangible puisqu'elle s'inscrit à la mémoire de celui qui reçoit l'information. Plus encore qu'une relation entre un individu présent et un individu absent, il s'agit de la relation entre un portraituré et un récepteur.

Ainsi, la mise en portrait se caractérise par le fait qu'elle dépeint un individu dans son individualité puis elle repose sur une mise en relation entre le portraitiste et le portraituré, et enfin elle initie une relation entre le portraituré et un récepteur.

Le portrait devient un genre journalistique au 19^e siècle, « moment de développement de la presse moderne »⁷. La mise en portrait semble se rattacher à la notion de récit, « avant l'arrivée de l'illustration dans la presse quotidienne (au début du 20^e siècle), le portrait dans le journal se présente comme un récit, dont la visée est fortement communicationnelle. »⁸ Le portrait journalistique peut être envisagé comme un genre si l'on considère que « la notion de genre permet d'inscrire tout texte dans une histoire, une architextualité, une famille de rapports de ressemblances, de dissonances, de transformations, de répétitions. »⁹ Le portrait journalistique est envisagé comme un genre parce qu'il emprunte certains standards qui permettent de le catégoriser.

Adeline Wrona analyse comment le portrait journalistique contemporain tient lieu d'héritage d'autres pratiques plus anciennes, « il décline en régime journalistique les apports d'une pratique littéraire, mais s'inspire aussi des apports de la peinture. »¹⁰ Ainsi, le portrait de presse valorise d'un côté les « talents de plume du biographe » et d'un autre « cultive sa

⁶ Wrona A., *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, op. cit., p. 75

⁷ *Ibid.*, p. 24

⁸ *Ibid.*, p. 120

⁹ Lits Marc. *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles : De Boeck, 2008, p. 48

¹⁰ Wrona A., *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, op. cit., p. 19

filiation artistique »¹¹. Elle considère ce « genre hérité » comme porteur d'une « richesse symbolique »¹², et dans cette perspective, elle associe le portrait à l'idée de « mémoire sociale des formes »¹³ empruntée à Yves Jeanneret. De manière plus générale, sans s'attacher à la mise en portrait, Marc Lits, professeur de communication qui s'intéresse de près aux récits médiatiques, souligne le « mariage ancien entre presse et littérature »¹⁴. Le portrait journalistique peut ainsi être considéré comme « héritier » du portrait artistique et littéraire. Déjà dans la sous-partie précédente nous avons montré que certaines caractéristiques du portrait artistique et littéraire s'adaptent également au portrait journalistique. Cependant, en dehors de la relation qui lie le portrait journalistique aux portraits artistique et littéraire, nous devons considérer la construction du portrait journalistique dans son domaine propre, le journalisme.

Erik Neveu, professeur en sciences politiques considère le portrait journalistique comme un « genre total », qui requiert « pour être abouti une large gamme de compétences. Recherche d'une expression littéraire, vécu du reportage, précision de la peinture psychologique, connaissance des secrets indigènes, reconstruction à la fois *a posteriori* et prophétique du sens d'une carrière : tous les savoir-faire sont nécessaires à la réussite de l'entreprise. »¹⁵ Erik Neveu voit lui aussi dans le portrait un genre hérité qui demande une certaine polyvalence de la part de celui qui fait le portrait. Ce dernier doit à la fois maîtriser l'écriture journalistique, la technique du reportage et il doit savoir rechercher des informations sur celui qu'il met en portrait. Jacques Mouriouand, journaliste et auteur de l'ouvrage *L'écriture journalistique*, rejoint en quelques points l'approche d'Erik Neveu en disant que le portrait emprunte à deux genres journalistiques : le reportage et l'enquête. Il va jusqu'à différencier le portrait issu du reportage, du portrait issu de l'enquête. D'une part, le portrait issu du reportage « regorge d'anecdotes, d'images, de citations. Le lecteur a alors le sentiment de se trouver en face d'un personnage de théâtre avec ce que ses apparences révèlent et mille détails qui en font l'épaisseur. »¹⁶ D'autre part, il identifie le « portrait-enquête » qui lui est « plus froid [...] L'auteur cherche à recouper ses informations. Il fait parler de multiples témoins, parfois même veille à ne faire parler que des observateurs extérieurs [...] la part de l'auteur est ici importante dans la mesure où il est très difficile de s'abstraire dans la peinture

¹¹ Wrona A., *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, op. cit., p. 179

¹² *Ibid.*, p. 139

¹³ Jeanneret Yves. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Villeneuve d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2007, p. 178.

¹⁴ Lits Marc. *Du récit au récit médiatique*, op. cit. p. 28

¹⁵ Neveu Erik. « Pages "Politique" ». *Mots*, n°37, 1993. Rhétoriques du journalisme politique. p. 25

¹⁶ Mouriouand Jacques. *L'écriture journalistique*. Paris : Presses Universitaires de France, 2011, p. 74

d'un homme. »¹⁷ Le portrait journalistique est qualifié de la sorte en ce qu'il parvient à s'insérer dans le journalisme en empruntant à ce domaine différentes pratiques que sont le recueil d'informations *via* le reportage, l'enquête puis l'écriture journalistique.

La question de la diffusion du portrait journalistique est aussi importante, sa spécificité tient au fait qu'il est transmis *via* des supports médiatiques. Le portrait, s'il est diffusé dans un journal, dans une émission télévisée ou à la radio n'utilise pas les mêmes systèmes de représentation et ne relève pas de conditions de production et de réception identiques. « De la peinture aux médias d'information, il va de soi que les contraintes d'énonciation du portrait se reconfigurent, et que le fonctionnement symbolique de la représentation s'en trouve modifié, ainsi que les usages qui s'y attachent. »¹⁸ Nous voyons par exemple à travers notre corpus d'analyse – sur lequel nous reviendrons plus amplement dans une deuxième partie – que l'énonciation diffère selon le média sur lequel est diffusé le portrait. Les conditions de production ne sont pas les mêmes dans un quotidien national et dans une chaîne d'information télévisée, les systèmes de représentations, les délais de productions et les formats sont différents. De plus, le récepteur ne reçoit pas l'information de la même façon lorsqu'il se rend sur un site Internet et lorsqu'il ouvre un journal ou allume son poste de télévision. C'est pourquoi l'énonciateur adapte la longueur d'une mise en portrait ainsi que sa mise en forme en fonction de ces contraintes.

Adeline Wrona rappelle, en parlant des journalistes, que « nombreux sont ceux qui endossent les réflexes esthétisants liés à une pratique importée de l'univers artistique, la plume prenant le relais du pinceau »¹⁹. Il ne faut donc pas oublier qu'en dehors des apports du journalisme, la mise en portrait tire ses origines de pratiques plus anciennes et en conserve certaines caractéristiques. En revanche, il est une différence entre le peintre, l'écrivain et le journaliste. Le journaliste supporte une contrainte économique. Marc Lits nous dit que « le journaliste s'inscrit dans une structure économique fondée sur la rentabilité. Il doit donc d'abord penser au public auquel il s'adresse » alors que l'écrivain, le nouvelliste « pour simplifier le propos, peut négliger, voir mépriser, les contraintes extérieures. »²⁰

Cette première sous-partie nous permet de montrer quelques caractéristiques de la mise en portrait qu'elle soit artistique, littéraire ou journalistique. Il en ressort que les mises en portrait visent à (re)présenter un individu, à le mettre face à d'autres individus, et que cela

¹⁷ Mouriquand Jacques. *L'écriture journalistique*, op. cit., p. 75

¹⁸ Wrona A. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, op. cit., p. 31-32

¹⁹ *Ibid.*, p. 139

²⁰ Lits Marc. *Du récit au récit médiatique*, op. cit., p. 19

se fait par des systèmes de représentation différents (texte, image, son). Nous avons pu voir que la notion de relation entre le portraitiste, le portraituré et le récepteur est primordiale, puis que la mise en portrait connaît une véritable évolution au cours de l'histoire et ainsi comment elle s'adapte selon les époques et les champs dans lesquels elle est pratiquée. La mise en portrait journalistique n'emprunte pas seulement à d'autres disciplines telles que la littérature, la peinture ou la photographie, mais elle s'insère dans un domaine particulier, le journalisme, en adoptant des techniques qui lui sont spécifiques.

2. De la narration au *storytelling*

Le *storytelling* ou l'art de raconter des histoires peut être envisagé de différentes façons. Nous pouvons d'abord dire par sa traduction littérale²¹ que le *storytelling* est un récit. Gérard Genette rappelle d'ailleurs une distinction majeure entre récit et histoire, il « propose de nommer histoire le signifié ou contenu narratif (...), et le récit proprement dit le signifiant, énoncé, discours ou texte narratif lui-même »²². Aussi, le *storytelling* qui n'est pas seulement l'histoire mais le fait d'en raconter une, correspondrait plus à la notion de récit. Ensuite, dans le cas où le *storytelling* en question s'attache à présenter les traits, la carrière d'une personne, est-ce que cela ne s'apparente pas au genre du portrait. Cette étude du *storytelling* a pour objectif d'apporter des précisions sur cette pratique puis sur les liens entretenus avec la mise en portrait.

Le *storytelling* est « une technique apparue aux Etats-Unis au milieu des années 1990 »²³ d'après Christian Salmon, chercheur au Centre de recherches sur les arts et le langage du CNRS et auteur de l'ouvrage *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater des esprits*. Yves Citton, chercheur au CNRS et professeur de littérature situe lui-aussi l'apparition du *storytelling* aux Etats-Unis en 1995²⁴. Avant 2007, qui est aussi l'année de parution du livre de Christian Salmon, la notion n'est que très peu connue en France, alors qu'elle semble implantée aux Etats-Unis depuis plus longtemps. « Le *storytelling* connaît depuis les années 1990 un succès qu'on a qualifié de triomphe, de renaissance ou encore de *revival*. »²⁵ Cette période semble considérée comme le point de départ du *storytelling*, or ne

²¹ « raconter une histoire »

²² Genette Gérard. *Figures III*. Paris : Editions du Seuil, 1972, p. 72

²³ Salmon Christian. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris : La Découverte, 2007, p. 7

²⁴ Citton Yves. *Mythocraties : Storytelling et imaginaires de gauche*. Paris : Editions Amsterdam, 2009, p. 65

²⁵ Salmon C. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, op. cit.* p. 8

serait-il pas nécessaire de différencier le terme de *storytelling* et la pratique en elle-même. En effet, le terme ne fait peut-être son apparition que dans les années 1990 aux Etats-Unis en revanche le fait de raconter une histoire n'est pas un acte nouveau, Roland Barthes soulevait dans *L'analyse structurale du récit* en 1966 que « le récit commence avec l'histoire même de l'humanité, il n'y a jamais eu aucun peuple nulle part sans récit »²⁶.

Si le fait de raconter des histoires n'est pas nouveau, pourquoi alors le *storytelling*, lui, apparaît comme une nouveauté ? Une première réponse possible serait que le terme *storytelling* apparaît bien dans les années 1990 mais que ce qu'il désigne réellement est antérieur à l'apparition du terme. N'y a-t'il pas en effet, des marques antérieures de cette pratique ? Christian Salmon, lui, pense que l'on peut faire remonter la pratique du *storytelling* bien avant les années 1990, pour cela il s'appuie sur les propos d'Evan Cornog, professeur de journalisme à l'université de Columbia et auteur de l'essai *The Power and the Story* qui s'intéresse aux différentes présidences des Etats-Unis depuis George Washington. Ainsi Christian Salmon nous dit que « les histoires sont utilisées depuis très longtemps au moins depuis que la république américaine a vu le jour sous la présidence de G. Wash. »²⁷ Il est vrai que si l'on tient compte de la traduction littérale du terme *storytelling* (raconter des histoires), cela apparaît comme une notion très large, en effet nous le disions en introduction beaucoup de personnes racontent des histoires diverses, de différentes façons et ce, depuis très longtemps. Par conséquent si nous tenons compte de cette traduction littérale du terme, nous pourrions rechercher les origines du *storytelling* encore plus loin dans l'Histoire puisque raconter des histoires ne date pas non plus de la naissance de la république américaine. Seul le terme de *storytelling* serait alors nouveau.

Une deuxième réponse apparaît également possible. Christian Salmon dans son ouvrage cite une éditorialiste au Los Angeles Times, Lynn Smith, qui souligne dans un article « Not the same old story », le « caractère inédit du phénomène » disant que l' « on peut faire remonter le *storytelling* très loin dans l'Histoire mais que la pensée narrative s'est depuis les années 60 élargie à de nombreux secteurs : histoire, justice, physique, psychologie, etc. »²⁸ Ce serait alors le fait d'importer les récits dans des secteurs « inhabituels » qui rendrait le *storytelling* si nouveau, par exemple dans le domaine du management comme le relève Christian Salmon dans son ouvrage. Ainsi, le fait que les histoires soient de plus en plus

²⁶ Barthes Roland, Bremond Claude, Greimas Algirdas-Julien, *et al.* « L'analyse structurale du récit ». *Communications*, n°8, Paris : Editions du Seuil, 1966, p. 7

²⁷ Salmon C. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, *op. cit.*, p. 9

²⁸ Smith Lynn. « Not the same old story ». [Document en ligne]. *Los Angeles Times*, 2001.

visibles dans divers domaines et à l'aide de différents médias justifierait l'utilisation d'un nouveau terme qu'est le *storytelling*. Il y a ici l'idée que les expressions « narration » ou « mise en récit » ne suffisent plus, et que le *storytelling* vient s'y substituer, il est donc une nouvelle façon de qualifier des pratiques plus anciennes. Il nous est présenté comme une nouveauté, une pratique déterminante dans certains secteurs comme celui de la politique, or il ne faut pas oublier que de la même façon que la mise en portrait, le *storytelling* est lui aussi un héritage, et n'a rien de « révolutionnaire ».

En définitive, les origines du *storytelling* nous semblent difficiles à donner dans la mesure où le *storytelling* lui-même ne se définit pas facilement. Si nous prenons à part le terme *storytelling* nous pouvons dater son apparition aux années 1990, en revanche si nous considérons le fait de raconter des histoires, les origines peuvent remonter bien plus loin.

S'il est bien une caractéristique que nous ne pouvons enlever au *storytelling*, c'est la mise en récit, autour du *storytelling* nous retrouvons toujours une histoire mise en récit. Christian Salmon nous parle d'un « nouvel âge, l'âge narratif »²⁹ lorsqu'il évoque le *storytelling*, mais en réalité ce « nouvel âge » n'est pas non plus si nouveau bien que nous ne puissions nier qu'il ait pris de l'ampleur dans les dernières décennies. Effectivement, Roland Barthes, en reconnaissant l'utilité d'une « théorie pour décrire et classer l'infinité des récits »³⁰, envisageait déjà dans les années 1960 la prégnance du récit dans nos sociétés. Plus tard, en 1992, Martin Kreiswirth parlera d'un *narrative turn*³¹ (ou tournant narratif). Quoi qu'il en soit le *storytelling* demeure indissociable de la notion de récit, il est « un concept multiforme et nomade » désignant « une grande diversité de pratiques, techniques et d'usages du récit, de l'oralité traditionnelle à l'écriture numérique et au *digital storytelling* »³². Le *storytelling* semble rester toujours proche de la notion de récit, une mise en récit qui s'envisage comme un processus. C'est également une construction qui implique une certaine manière de faire, différente selon l'énonciateur. Nous pouvons considérer qu'il existe deux manières d'aborder le *storytelling*.

Dans un premier temps, le *storytelling* peut être employé de manière orale par un énonciateur pour raconter l'histoire d'une personne quelle qu'elle soit. Le *storytelling* prend

²⁹ Salmon C. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, op. cit., p. 9

³⁰ Barthes Roland, Bremond Claude, Greimas Algirdas-Julien, et al. « L'analyse structurale du récit ». *Communications*, n°8, Paris : Editions du Seuil, 1966, p. 8

³¹ Kreiswirth Martin. «Trusting the tale: the narrative turn in the human sciences». *New Literary History*, Vol. 23, No. 3, 1992. **Cité dans** Salmon C. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, op. cit., p. 11

³² Salmon C. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, op. cit., p. 222

ici une valeur d'exemple, d'illustration ce qui donne l'illusion d'une histoire vraie en utilisant des détails tels que l'âge de la personne et sa situation familiale.

Dans un deuxième temps, le *storytelling* peut être utilisé par un acteur pour partager sa propre histoire ou un moment de sa vie, en racontant ou bien en montrant par le biais d'images. Christian Salmon donne un exemple, aujourd'hui connu sous le nom d'*Ashley's story*³³. Tout débute en 2004 avec une photographie de George W. Bush étreignant une jeune fille nommée Ashley. L'état de la jeune fille – renfermée sur elle-même depuis le décès de sa mère lors des attentats du 11 septembre 2001 – se serait amélioré lorsque le Président l'a pris dans ses bras. L'image de l'étreinte a servi le *spot* de campagne pour George W. Bush. Un *spot* dans lequel Ashley Faulkner, son père, ainsi qu'une amie de la famille prennent part pour décrire la situation d'Ashley et le moment où George W. Bush l'a pris dans ses bras, puis le moment où Ashley s'est mise à pleurer. Outre l'histoire de cette jeune fille, c'est le président George W. Bush lui-même qui est mis en scène dans ce *spot*. Christian Salmon parle d'une « mise en histoires de la politique » lorsqu'il fait référence à *Ashley's story*. Le *storytelling* ici, n'a pas seulement pour vocation de raconter l'histoire d'Ashley mais de montrer le Président et son empathie envers autrui.

Cette histoire, ainsi que les autres exemples étudiés par Christian Salmon, l'amènent d'ailleurs à considérer le caractère manipulateur du *storytelling*. Le titre de son essai est d'ailleurs quelque peu évocateur : *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Christian Salmon considère que « les *stories* produites sont des protocoles de dressage, de domestication [...] qui visent à s'approprier savoirs et désirs des individus »³⁴. Mais n'est-ce pas donner trop d'importance au *storytelling* et tomber dans un certain déterminisme que de lui attribuer différents mérites, tel que le fait d'avoir permis à George W. Bush de remporter les élections présidentielles. Benjamin Berut, doctorant en sciences politiques revient à travers plusieurs articles sur la question du *storytelling* et plus précisément sur l'essai de Christian Salmon. Il propose une vision intéressante tout en se détachant de celle de Christian Salmon. D'après lui, il faut « dépasser cette approche du *storytelling* comme une propagande hyper efficace qui nous fait revenir à l'image de récepteurs mous, soumis à la domination entièrement contrôlée de l'émetteur. »³⁵ Benjamin Berut se refuse à considérer le récepteur comme un être passif. Il rejette la théorie dite de la « seringue hypodermique » d'Harold Lasswell, à laquelle Christian Salmon semble se

³³ Salmon C. *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, op. cit., p. 113

³⁴ *Ibid.*, p. 199

³⁵ Berut Benjamin. « Storytelling : une nouvelle propagande par le récit ? ». *Quaderni*, n°72, 2010, p. 32

rattacher lorsqu'il fait référence au « formatage des esprits » et à la manipulation par le *storytelling*. A l'inverse de Christian Salmon, Benjamin Berut envisage le *storytelling* comme « un moyen de la représentation politique³⁶ » et non comme un outil de manipulation.

Cette première sous-partie nous permet de faire une distinction entre la mise en portrait et le *storytelling*. Ce dernier apparaît comme une notion plutôt large et difficile à définir, alors que la mise en portrait semble se rattacher plus spécifiquement à la présentation d'un acteur. Cependant, ces deux pratiques paraissent se rapprocher sur certains points. D'une part aucune de ces deux pratiques n'est nouvelle, elles possèdent certaines caractéristiques spécifiques mais elles en empruntent certaines à d'autres disciplines. D'autre part, nous pouvons relever une dimension narrative qui est inhérente aux deux pratiques, il est question de mise en récit aussi bien dans la mise en portrait (lorsqu'elle est littéraire ou journalistique) que dans le *storytelling* qui permet à son auteur de raconter une histoire. Enfin, chaque pratique pourrait être envisagée sous l'angle de la représentation si l'on considère que les acteurs qui les utilisent se représentent d'une manière ou d'une autre à travers elles.

II. Applications en communication politique

C'est sur la dimension narrative et la question de la représentation que nous allons maintenant prêter attention et plus particulièrement comment la mise en portrait et le *storytelling* se rattachent au champ de la communication politique. Tout d'abord, est-il exact d'employer l'expression « champ de la communication politique » ? Arnaud Mercier soulignait en 2001 qu'« en dépit de l'importance des enjeux dont elle a à traiter, la communication politique ne correspond pas aujourd'hui encore à un champ disciplinaire bien établi »³⁷. En effet, la communication politique se situe au carrefour de différentes disciplines, comme l'illustrera ce travail en empruntant des idées et des théories à des chercheurs en sciences de l'information et de la communication puis en sciences politiques, en sociologie et en sémiologie. Plutôt que de champ, nous parlerons de la communication politique comme « un ensemble disparate de théories et de techniques, mais [qui] désigne aussi des pratiques directement politiques »³⁸.

³⁶ Berut B. « Storytelling : une nouvelle propagande par le récit ? », *art. cit.*, p. 32

³⁷ Mercier Arnaud. « La communication politique en France : un champ de recherche qui doit encore s'imposer ». *L'Année sociologique*, vol. 51, 2001, p. 356

³⁸ Gerstlé Jacques. *La communication politique*. Paris : Armand Colin, 2008, p. 3

1. Mises en récit et communication politique

Les récits occupent une place importante dans la société mais nous pouvons également constater que leur place s'est accrue dans le champ politique. Lorsque Philippe Riutort, chercheur au Groupe d'analyse politique (Paris X), parle d' « américanisation³⁹ » de la communication politique, nous pourrions envisager d'y relier la pratique de mise en récit. En effet, selon lui, cette américanisation de la communication politique fait référence aux *spin doctor*, dont la fonction apparaît d'après lui dans les années 1930 et se généralise dans les années 1960. « L'adjectif *spin* fait allusion à l'effet donné à une balle de tennis ou encore à la rotation de la toupie. Ces images évoquent les effets de mises en scène dont les *spin doctor* rivalisent dans la promotion des candidats qu'ils conseillent ». Le cœur de métier de ces professionnels serait donc de se concentrer sur des mises en scène que Philippe Riutort qualifie d'ailleurs de « consubstantielles à l'exercice de l'autorité politique. »⁴⁰ Or, pour se mettre en scène l'acteur politique est parfois amené à se livrer à ses électeurs en ayant recours aux récits. Il pourrait donc y avoir un lien étroit entre mise en scène et mise en récit. Arnaud Mercier confirme ce lien lorsqu'il dit que « depuis toujours, toute forme d'autorité politique se met en scène et en récit pour imposer ou confirmer son statut »⁴¹. Il pose alors sur un même plan la mise en scène et la mise en récit. En suivant ce raisonnement, les mises en récit seraient, elles-aussi, consubstantielles à la communication politique.

« La promotion médiatique de toute action gouvernementale est devenue une préoccupation continue assurant la visibilité sociale de l'action politique (...) »⁴². Les mises en récit pourraient jouer ce rôle et ainsi rendre visible l'action politique. Jacques Gerstlé, professeur de sciences politiques et spécialiste de la parole politique, ajoute au même titre que « pour faire surface sur le marché électoral, c'est-à-dire être considéré comme un candidat crédible, il est nécessaire d'être médiatiquement visible. »⁴³ Certains auteurs parlent de plus en plus d'un « *marketing* politique ». D'après Jacques Gerstlé, le *marketing* politique « est fondé sur le postulat que les comportements des consommateurs et les comportements des citoyens sont justiciables d'analyses voisines »⁴⁴, autrement dit l'ensemble des citoyens

³⁹ Riutort Philippe. *Sociologie de la communication politique*. Paris : La Découverte, 2007, p. 72

⁴⁰ *Ibid.*, p. 8

⁴¹ Wolton Dominique (dir.). *La Communication politique*. Paris : CNRS Editions. 2008, p. 9

⁴² Riutort P. *Sociologie de la communication politique, op. cit.*, p. 59

⁴³ Gerstlé J. *La communication politique, op. cit.*, p. 47

⁴⁴ *Ibid.*, p.45

pourrait être segmenté de la même manière que l'ensemble des consommateurs. Cependant, il n'en reste pas moins que le *marketing* est très proche d'une logique de marché, d'économie. Philippe Riutort souligne dans un premier temps les propos de Bob Franklin, professeur de journalisme et auteur de l'ouvrage *Packaging Politics*, qui pense que nous serions entrés dans une nouvelle ère qui nous conduirait à « une transformation structurelle du jeu politique marquée par la prépondérance de la forme (les coups médiatiques) sur le fond (programmes, clivages idéologiques), la marchandisation de la vie politique et des campagnes électorales et la promotion d'un cynisme politique généralisé [...] »⁴⁵. Dans un sens, cela signifie qu'une grande attention serait portée à la forme des mises en récit plutôt qu'à ce qu'elles contiennent. Dans un deuxième temps, Philippe Riutort revient sur cette idée en la confrontant à celle de Pippa Norris, qui elle dit dans son ouvrage *A Virtuous Circle ? Political Communications in Post-Industrial Democracies* que « l'information politique n'a pas perdu en quantité ni en qualité, [...] bien au contraire elle s'est enrichie »⁴⁶. Nous sommes donc face à deux conceptions différentes vis-à-vis de cette promotion médiatique : ceux qui constatent et critiquent une substitution de la forme sur le fond, et ceux qui pensent que la forme ne prend pas le dessus sur le fond. Ou dans une troisième optique nous pourrions considérer que la forme et le fond sont un tout, plutôt que de basculer dans l'une ou l'autre de ces conceptions. En effet, les mises en récit usent de certaines formes c'est pourquoi nous pouvons distinguer par exemple la mise en portrait et le *storytelling*, mais également les supports sur lesquels elles sont diffusées (presse écrite, radio, télévision, Internet, etc.). Marshall McLuhan disait : « le médium c'est le message », il considérait que le support, le canal avait autant d'importance que le contenu lui-même. Nous ne pouvons affirmer que seule la forme a une importance, les informations délivrées ne sont pas nécessairement de mauvaise qualité parce qu'une certaine attention a été portée à la forme. Il serait plus juste de prendre en compte ces deux aspects – fond et forme – sans dire que l'un prend le dessus sur l'autre, mais que l'un ne va pas sans l'autre.

L'intérêt de la mise en récit repose sur le fait qu'elle puisse rendre un acteur politique visible aussi bien par sa vie politique que privée. « L'essor d'un traitement de la politique mettant l'accent sur la dimension privée des protagonistes, la psychologie des personnages, peut certes être présenté comme un « glissement du spectacle politique »⁴⁷, Philippe Riutort

⁴⁵ Franklin Bob. *Packaging Politics*. **Cité dans** Riutort P. *Sociologie de la communication politique*, op. cit., p. 77

⁴⁶ Norris Pippa. *A Virtuous Circle ? Political Communications in Post-Industrial Democracies*. **Cité dans** Riutort P. *Sociologie de la communication politique*, op. cit., p. 77

⁴⁷ Riutort P. *Sociologie de la communication politique*, op. cit., p.101

nous amène à considérer le champ politique comme une scène sur laquelle se présentent les différents acteurs politiques. Ce qui nous amène à considérer maintenant la dimension représentative de la communication politique.

2. La question de la représentation

Gérard Genette propose une définition simple du récit en disant qu'il s'agit de « la représentation d'un événement ou d'une suite d'évènements réels ou fictifs par le moyen du langage et plus particulièrement du langage écrit »⁴⁸. Déjà le récit est considéré comme une représentation, mais ne pouvons-nous pas approfondir cette définition et l'élargir aux individus, c'est-à-dire envisager que le récit n'est pas seulement la représentation d'un événement mais qu'il est question de la représentation d'un individu. Nous l'avons dit précédemment, les mises en récit viennent rendre visible l'action politique, nous allons envisager ici que ces mises en récit rendent plus particulièrement visible un acteur politique.

Louis Marin, philosophe et historien s'intéresse à la question du portrait et de la représentation, il nous dit « qu'est-ce que représenter, sinon présenter à nouveau (dans la modalité du temps) ou à la place de ... (dans celle de l'espace). Le préfixe re- importe dans le terme la valeur de la substitution. »⁴⁹ Dans un premier temps, il nous paraît alors que la représentation tient lieu de substitution puisque nous ne sommes pas directement en face de la personne réelle, mais face à une représentation, un objet en quelque sorte qui vient témoigner de son existence passée ou actuelle. Ce qu'il est important de noter dans la réflexion de Louis Marin vis-à-vis de la représentation c'est la place qu'il accorde à l'absent : la représentation vient combler un vide, l'absence d'un individu. Dans un deuxième temps, Louis Marin montre que la représentation a pour objectif de « montrer, intensifier, redoubler une présence »⁵⁰, il donne l'exemple du passeport, puisque lorsqu'un individu présente son passeport il se présente et montre « sa présence légitime ». L'intérêt de l'ouvrage de Louis Marin est de montrer les liens existants entre la représentation et le pouvoir, il affirme que « représentation et pouvoir sont de même nature » ou encore que « le roi n'est vraiment roi, c'est-à-dire monarque, que dans des images »⁵¹. Ce que Louis Marin nous enseigne c'est que la représentation a une importance pour le roi auprès de ses sujets. Mais de façon plus

⁴⁸ Barthes Roland, Bremond Claude, Greimas Algirdas-Julien, *et al.* « L'analyse structurale du récit ». *Communications*, n°8, Paris : Editions du Seuil, 1966, p.158

⁴⁹ Marin Louis. *Le portrait du roi*. Paris : Les Editions de Minuit, 1981, p. 9

⁵⁰ *Ibid.*, p. 10

⁵¹ *Ibid.*, p. 12

générale et plus actuelle, nous pouvons reprendre sa réflexion pour dire que la représentation (que ce soit par les mises en portrait, le *storytelling* ou les mises en récit en général) est inhérente aux acteurs politiques. En se basant sur les deux objectifs qu'il identifie, nous pouvons dire d'une part que la représentation comble l'absence de l'acteur de façon à ce qu'il laisse une trace auprès de ses électeurs. Et d'autre part la représentation témoigne une certaine légitimité de l'acteur politique dans la mesure où l'acteur représenté l'est pour une raison : sa fonction politique.

Eliséo Veron, sémioticien et analyste du discours dont certains travaux sont focalisés sur la communication politique, évoque une « crise de la légitimité du politique »⁵² qui s'installe en France entre 1980 et 1990, ce qui pourrait expliquer un essor de la représentation des acteurs politiques. La légitimité de ces derniers pouvant être mise à mal, il leur faut trouver un moyen de se rendre visibles de façon légitime. Pour certains auteurs, le terme « représentation » va de pair avec le milieu théâtral, André Bélanger, professeur de sciences politiques à l'université de Montréal, compare la communication politique à un jeu théâtral. Le mot représentation est rapidement associable au théâtre, aussi nous entendons parfois parler de « scène politique » comme étant le lieu où prend forme la représentation des acteurs politiques. « De tout temps les gouvernants ont eu recours à la théâtralité pour fonder leur légitimité et donner à voir ce qui les distingue des gouvernés. Le commandement a besoin, pour opérer, de cette distance que produisent le costume et la mise en scène. »⁵³ André Belanger considère que l'acteur politique a besoin d'une scène, d'être représenté pour pouvoir gouverner. De même, les mises en récit telles que la mise en portrait et le *storytelling*, parce qu'elles mettent en lumière un acteur politique, renforcent sa légitimité. C'est également pour l'acteur politique un moyen de se différencier des électeurs qui eux ne jouent pas sur la « scène politique ». Marc Abélès, anthropologue dont les recherches portent entre autres sur la politique, rejoint lui aussi l'idée d'André Bélanger lorsqu'il dit qu'« apparat, cérémonial accompagnent toute démonstration de puissance et d'autorité et contribuent à la mise en spectacle du pouvoir. Donner à voir semble donc une dimension consubstantielle de l'ordre politique. »⁵⁴ Marc Abélès parle d'un « lien organique entre politique et représentation », de la même façon que Louis Marin parlait d'un lien entre pouvoir et représentation. Ainsi,

⁵² Wolton Dominique (dir.). *La Communication politique, op. cit.*, p. 73

⁵³ Belanger André-J. « La communication politique, ou le jeu du théâtre et des arènes ». *Hermès, La Revue*, n°17-18, 1995, p. 128

⁵⁴ Abélès Marc. « La mise en représentation du politique ». In *Anthropologie du politique*. Paris : Armand Colin, 1997, p. 247

communication politique et représentation ne s'envisageraient pas séparément, où il y a des acteurs politiques il y a aussi une représentation.

Marc Abélès va plus loin en disant qu' « aujourd'hui le spectacle politique est inséparable du développement des grands médias. C'est principalement par la télévision que les gens participent à l'histoire en train de se faire. Campagne électorale, faits et gestes des gouvernants, actes politiques majeurs, ne prennent tout leur relief que s'ils sont retransmis sur nos petits écrans. »⁵⁵ Les médias joueraient alors un rôle important dans la mise en scène des acteurs politiques mais également dans leurs mises en récit. Effectivement, les récits sont diffusés à travers la presse écrite, la télévision, Internet, la radio, etc., nous pouvons dire que les médias accompagnent la mise en visibilité des acteurs politiques. C'est aussi ce que nous dit Adeline Wrona lorsqu'elle s'intéresse aux médias et plus particulièrement à la presse écrite, selon elle, « les médias d'actualité [...] opèrent un travail de représentation. »⁵⁶ Est-ce qu'il ne serait pas plus juste alors, de parler d'une « scène médiatique » plutôt que « scène politique » dans la mesure où la plupart du temps les récepteurs voient la représentation à travers un média. Marc Lits vient soutenir l'idée que les médias occupent une grande place en affirmant que « notre perception du monde est façonnée par les récits que nous consommons chaque jour. C'est d'autant plus vrai que les médias sont toujours plus présents dans notre environnement quotidien [...] »⁵⁷. Marc Lits se focalise plus précisément sur les récits médiatiques et nous montre qu'il est difficile de leur échapper. Le pouvoir des médias en termes de représentation reste à nuancer, Marc Abélès indique que « les anthropologues ont bien montré [...] à quel point ces phénomènes (de mises en scène) sont également présents dans des univers qui ignorent ces dispositifs de communication politique. » Les médias accompagnent la représentation des hommes politiques mais ils n'en sont pas à l'origine, avant leur apparition la représentation opérait par le biais des arts, tels que la peinture ou la sculpture. Ce que nous pouvons dire c'est que les médias offrent de nouveaux moyens et une nouvelle ampleur aux représentations politiques des acteurs.

Enfin, nous avons parlé de la représentation comme une réponse à la légitimité de l'acteur politique. Mais nous n'avons pas envisagé le rôle que joue la représentation auprès des récepteurs. Adeline Wrona livre une réflexion assez poussée sur ce point-là et nous en retiendrons certains points en particulier. L'auteur nous montre tout d'abord que dans la réalisation du portrait il y a une volonté de permettre aux lecteurs (de façon plus générale aux

⁵⁵ Abélès M. « La mise en représentation du politique ». In Abélès M. *Anthropologie du politique*, op. cit., p. 248

⁵⁶ Wrona A. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, op. cit., p. 17-18

⁵⁷ Lits M. *Du récit au récit médiatique*, op. cit., p. 185

récepteurs) de s'identifier aux personnes mises en portrait. Cela fonctionne à la condition que le rapprochement soit facilement opérable, un récepteur ne s'identifiera pas facilement à un acteur politique représenté dans l'exercice de sa fonction mais il s'y identifiera plus facilement si l'acteur politique figure dans une situation moins officielle. Ensuite, l'auteur met en avant un enjeu économique lié à cette identification, un individu qui peut s'identifier dans la personne représentée a plus de chances de consulter, d'acheter le support sur lequel la représentation figure. Autrement dit, la représentation a aussi pour vocation de « fonctionner comme appel d'achat »⁵⁸. Enfin, l'auteur insiste sur le fait que la représentation d'un individu à travers une mise en portrait ne vise pas à représenter un seul individu mais peut permettre de représenter un « nous » par le « je », dans la mesure où l'individu représenté « transporte avec lui le cercle des ses proches »⁵⁹.

Ce premier chapitre nous a permis de voir d'une part ce qui rassemble la mise en récit et le *storytelling*, à savoir une dimension narrative puis représentative ainsi que des héritages disciplinaires. Nous avons vu que ces pratiques peuvent être abordées et utilisées de différentes manières, ce qui nous permet de supposer qu'en fonction de l'individu qui en est à l'origine, les pratiques pourraient avoir des résultats différents. C'est ce que nous essaierons de vérifier par notre analyse de terrain dans une deuxième partie. Puis, en ce qui concerne les conditions de production et de diffusion de manière générale, elles sont propres à chaque média, et nous voyons qu'elles peuvent jouer un rôle dans la forme des mises en portrait (systèmes de représentation utilisés, durée, etc.). Il nous est apparu que les récits occupent une place importante dans la communication politique puis que la représentation (à travers les mises en récit, mises en scène, etc.), le domaine politique et les médias entretiennent certains liens. Cependant, la question de la représentation nous a amené à nous demander si la mise en portrait et le *storytelling* jouaient sur l'identification du récepteur aux acteurs politiques représentés, et ce, malgré leurs différences statutaires. C'est pourquoi nous avons choisi de nous intéresser à la présentation de soi dans un deuxième chapitre.

⁵⁸ Wrona A. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, op. cit., p. 121

⁵⁹ *Ibid.*, p. 281

Chapitre 2 - Présentations de soi : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet

I. La présentation de soi

Louis Marin dit que « représenter, c'est présenter à nouveau [...] ou à la place de [...] »¹, la présentation serait alors première, et antérieure à la représentation. Mais dans le cas où un acteur politique est mis en récit dans un journal, dans une émission de télévision, sur Internet, etc., est-il présenté ou représenté ?

1. Définition et distinction

Erving Goffman, sociologue, examine « de quelle façon une personne dans les situations les plus banales, se présente elle-même et présente son activité aux autres, par quels moyens elle oriente et gouverne l'impression qu'elle produit sur eux, et quelles sortes de choses elle peut ou non se permettre au cours de sa représentation. »² De la même façon, dans des situations moins ordinaires telles que des situations politiques médiatisées, les acteurs ont aussi l'occasion de se présenter et de réfléchir à la façon dont ils vont faire cette présentation. Qu'est-ce que les acteurs vont par exemple décider de révéler et au contraire qu'est-ce qu'ils vont taire. La particularité de l'œuvre d'Erving Goffman est d'envisager le quotidien et la présentation de soi comme prenant part dans une dimension théâtrale. Selon lui, nous sommes tous des acteurs et chaque jour nous nous donnons en représentation sur une scène particulière, qu'elle se réalise en face à face ou à travers un média.

Ce que nous apprend la lecture d'Erving Goffman, c'est que la représentation et la présentation ne s'étudient pas de la même façon. Lorsque nous parlons de présentation, nous nous attachons à la façon dont un individu se présente aux autres, il peut s'agir de donner son nom, son prénom, son âge, sa fonction, etc. En définitive il peut s'agir de toutes les caractéristiques, qu'elles concernent sa vie privée ou sa vie publique. Alors que le terme de représentation s'envisage de façon plus large, il s'agit plutôt de la façon dont l'individu se

¹ Marin Louis. *Le portrait du roi*. Paris : Les Editions de Minuit, 1981, p. 9

² Goffman Erving. *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris : Les Editions de Minuit, 1973, p. 9

montre aux autres. Nous pourrions supposer que la présentation touche au contenu alors que la représentation s'intéresse plutôt à la façon de faire. Par exemple, lorsque nous parlons de la présentation, nous faisons allusion aux éléments que nous retrouvons dans le portrait et dans l'histoire, alors que si nous parlons de représentation nous parlons plutôt de la façon dont se fait la présentation, c'est-à-dire les moyens particuliers tels que la mise en portrait ou le *storytelling*. Erving Goffman emploie le terme de représentation « pour désigner la totalité de l'activité d'un acteur qui se déroule dans un laps de temps caractérisé par la présence continue de l'acteur en face d'un ensemble déterminé d'observateurs influencés par cette activité. »³ Le sociologue envisage ainsi la représentation dans une dimension plutôt large, qui ne va pas s'attacher à détailler des caractéristiques, des traits de personnalité, tel que le ferait la présentation.

2. Des « stratégies de présentation de soi »

Ce que nous proposons d'étudier relève à la fois de la présentation de soi et de la représentation, cependant nous employons le terme de présentation en référence à plusieurs auteurs qui emploient l'expression « stratégies de présentation de soi » pour désigner ces moments où les acteurs politiques se présentent. Ce qui n'exclut pas la dimension représentative des présentations de soi.

Philippe Riutort utilise cette expression « stratégies de présentation de soi » pour qualifier les stratégies de certains acteurs politiques désireux de mettre « en exergue leur authenticité par-delà les masques de la vie publique médiatisée. »⁴ Une expression également employée par Pierre Leroux, Christian Le Bart ou encore Eric Darras. Christian Le Bart, politiste et chercheur au Centre de Recherches sur l'Action Politique en Europe (CRAPE) reprend cette expression dans un article où il détaille l'utilisation de la proximité par Jean-Pierre Raffarin, qui se présente, selon lui, aux citoyens comme un homme de « la France d'en bas »⁵. Puis, Eric Darras parle des stratégies de présentation de soi en donnant l'exemple d'« un chef politique qui prend la pose en famille pour la couverture d'un hebdomadaire. »⁶ Ce qu'il propose, c'est d'envisager – comme l'ont fait selon lui certains politistes Nord-

³ Goffman E. *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi, op. cit.*, p. 29

⁴ Riutort Philippe. *Sociologie de la communication politique*. Paris : La Découverte, 2007, p.101

⁵ Le Bart Christian. « La proximité selon Raffarin », *Mots. Les langages du politique*, n°77, 2005, p. 26-27

⁶ Darras Éric. « La coproduction des grands hommes. Remarques sur les métamorphoses du regard politique ». *Le Temps des médias*, n°10, 2008, p. 82

américains – une réflexion selon laquelle « le citoyen effectuerait son choix électoral non plus en fonction d'une confiance dans le parti ou le courant d'opinion dont il se sent plus ou moins proche (droite ou gauche), ni même en fonction des informations inévitablement limitées, confuses et contraintes dont il dispose sur les propositions respectives des candidats, mais bel et bien en fonction de l'opinion qu'il se fait du candidat lui-même et plus particulièrement de ses qualités humaines. »⁷ Cette réflexion laisse à penser que les acteurs politiques doivent redoubler d'efforts pour se présenter eux-mêmes et non pas se présenter comme membre d'un parti politique. Philippe Riutort nous dit que « l'un des effets inattendus de la communication politique est d'inviter enfin les professionnels de la politique à surenchérir dans diverses stratégies de présentation de soi »⁸, autrement dit ces stratégies de présentation de soi feraient partie de la communication politique.

« En présence d'autrui, l'acteur incorpore à son activité des signes qui donnent un éclat et un relief dramatiques à des faits qui, autrement pourraient passer inaperçus ou ne pas être compris [...]. Si l'acteur veut que son activité ait une réelle portée au regard de ses interlocuteurs, il lui faut exprimer pendant l'interaction ce qu'il désire communiquer. »⁹ Il y a donc une certaine réflexion de la part de l'acteur qui se présente, il choisit ce qu'il veut montrer et ce qu'il ne veut pas montrer. Dans notre analyse de corpus nous avons étudié deux sites Internet, celui d'Anne Hidalgo et celui de Nathalie Kosciusko-Morizet, il ressort que les deux candidates ont des partis pris différents et mettent en évidence des éléments de leur vie différents.¹⁰

Les stratégies de présentation de soi sont ce qui permet de rendre visible l'acteur politique ou encore comme le disait Philippe Riutort de « mettre en exergue son authenticité ». Erving Goffman parle de « signes » plutôt que de stratégies, terme qui semble plus neutre que celui de stratégie. Cependant, lorsqu'Erving Goffman parle de « la tendance des acteurs à donner à leur public une impression idéalisée par tous les moyens »¹¹, nous comprenons que les acteurs (politiques entre autres) font preuve d'une certaine réflexion. Aussi, le terme de stratégies paraît assez adapté, et rejoint l'idée de Michel De Certeau selon laquelle les stratégies sont utilisées par les « puissants » contrairement aux « tactiques » qui sont mises en place par les récepteurs. Nous avons aussi pensé employer l'expression

⁷ Darras E. « La coproduction des grands hommes. Remarques sur les métamorphoses du regard politique », *art. cit.*, p. 82

⁸ Riutort P. *Sociologie de la communication politique*, *op. cit.*, p.101

⁹ Goffman E. *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*, *op. cit.*, p. 36

¹⁰ Nous reviendrons sur ce point dans notre Partie 2

¹¹ Goffman E. *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*, *op. cit.*, p. 40

« exposition de soi » utilisée par Philippe Riutort et Pierre Leroux, cependant cette expression semble trop évoquer la « monstration de l'intime et la revendication émotionnelle ». ¹² Or, ce travail n'a pas pour vocation d'étudier les mises en portrait et le *storytelling* seulement par l'analyse de l'intimité des acteurs politiques, mais en prenant aussi en compte leur vie publique et politique.

II. Enjeux en communication politique

1. La présentation de soi : une préoccupation politique

Lorsque nous avons fait un point sur la représentation dans la partie précédente nous avons mis en évidence que la représentation avait une certaine importance auprès des acteurs politiques au point qu'il est possible de parler d'une consubstantialité entre représentation et politique. Marc Abélès note « le caractère de plus en plus accentué de la personnalisation du pouvoir » ¹³, les hommes politiques se détachent de plus en plus de leurs partis pour s'afficher en tant qu'individu à part entière et non pris dans un collectif d'individus. Pour un acteur politique, se présenter auprès de ses électeurs peut révéler une volonté d'être mis en visibilité et une volonté de se rapprocher des électeurs en mettant en avant ses « qualités humaines » ¹⁴

a. Mise en visibilité des acteurs politiques

Eric Darras souligne l'importance pour un acteur politique d'être visible, selon lui « être, c'est être perçu » ¹⁵, autrement dit pour exister un acteur politique doit être perçu, il doit se faire voir. Guillaume Fradin s'est intéressé de près (notamment dans sa thèse présentée en 2010) à la participation des hommes politiques dans des émissions télévisées dites de divertissement. Il nous dit que « dans un système démocratique où le droit de vote n'est pas fondé sur un critère de "compétence politique", les élus, en compétition pour faire valoir leur projet de société, sont également enclins à se distinguer aux yeux des électeurs en se prêtant

¹² Leroux Pierre et Riutort Philippe. *La politique sur un plateau. Ce que la télévision fait à la représentation*. Paris : Presse universitaire de France, 2013, p. 112

¹³ Abélès Marc « Personnalisation, ego-isation et désacralisation des rituels politiques ». In GREFFET Fabienne. *Continuer la lutte.com, Les partis politiques sur le web*. Paris : Sciences Po. Les Presses, 2011, p. 59

¹⁴ Darras E. « La coproduction des grands hommes (...), *art. cit.*, p. 82

¹⁵ *Ibid.*, p. 82

au jeu de la *peopolisation*. Dans cette étude, la notion de *peopolisation* désigne le processus médiatique par lequel le politique lève le voile sur sa vie privée, met l'accent sur des traits de caractère sympathiques ou spectaculaires et met en avant une manière d'être sans lien direct avec les fonctions qu'il occupe. »¹⁶ Il est ici question de *peopolisation* et de la vie privée des acteurs, cependant les récits de présentation de soi, qu'ils touchent à la vie privée ou publique, sont eux-aussi concernés, puisqu'ils donnent aux acteurs politiques un moment de visibilité. Un moment de visibilité qui présente l'acteur politique et lui seul, en effet Catherine Schnedecker, linguiste, précise en parlant des portraits journalistiques qu'il s'agit de « textes mono-référentiels qui limitent, sinon éliminent – théoriquement du moins – les risques de compétition référentielle » et qu'ils « sont centrés sur un référent qui est et reste accessible durant tout l'article »¹⁷. Selon Guillaume Fradin, cette « spirale de la *peopolisation* »¹⁸ prend ses racines dans le milieu des années 1980 en France, ce qui n'est pas sans rappeler la « crise de légitimité des acteurs politiques » évoquée par Eliséo Véron dont nous avons parlé précédemment.

La question de la mise en visibilité des acteurs politiques rappelle le concept d'« économie de l'attention » développé par Yves Citton. Ce dernier évoque la multitude d'informations présentes quotidiennement sous nos yeux et en parallèle une diminution du temps d'attention que nous pouvons accorder à ces informations, d'où le nom d'Economie de l'attention. Yves Citton se demande « comment accrocher l'écoute ou le regard, comment simplifier, décanter, présenter les données afin de frapper l'esprit pour qu'il reste attentif et pour que le message s'imprime en lui ? »¹⁹ Les récits de présentation de soi tels que la mise en portrait et le *storytelling* apparaissent comme une réponse à la question que pose Yves Citton. L'hypothèse est que si les récepteurs ont des difficultés à prêter attention à certaines informations parce qu'ils se retrouvent face à un trop grand nombre d'informations, ils en arriveraient à sélectionner celles qui les intéressent le plus. Par conséquent, les acteurs politiques feraient en sorte de donner des informations nouvelles, qui – ils supposent – vont intéresser les récepteurs. C'est ce qu'explique Yves Citton quand il dit qu'« au sein de nos sociétés de consommation et de nos démocraties représentatives, la captation du temps

¹⁶ Fradin Guillaume. Chevallier Jacques (dir.) « Cinquante ans de dévoilement de soi : le recours des hommes politiques français aux émissions de divertissement (1955-2005) ». *Le Temps des médias*, n°10, 2008, p. 53

¹⁷ Schnedecker Catherine. « Les chaînes de référence dans les portraits journalistiques : éléments de description ». *Travaux de linguistique*, n°51, 2005, p. 85

¹⁸ Fradin G. et Chevallier J. (dir.) « Cinquante ans de dévoilement de soi : le recours des hommes politiques français aux émissions de divertissement (1955-2005) », *art. cit.*, p. 58

¹⁹ Citton Yves, « Traiter les données : entre économie de l'attention et mycélium de la signification ». *Multitudes*, n°49, 2012, p. 144

d'attention des individus constitue l'enjeu nodal de toute la vie économique et politique. [...] Chacun de nous essaie constamment, à travers la plupart de nos gestes quotidiens, de moduler l'attention de ceux qui nous entourent (pour nous faire remarquer par eux, pour leur faire bonne impression ou pour les détourner de nos erreurs). »²⁰ Les présentations de soi pourraient être plus qu'une question de simple présentation, mais bien un moyen de se frayer une place parmi la masse d'informations disponibles, Yves Citton ajoute que « ce à quoi on ne prête pas attention n'a pas de pouvoir sur nous »²¹. Ainsi, il serait primordial pour un acteur politique d'être écouté, pris en considération (le pire étant l'ignorance de la part des citoyens).

b. Se rapprocher des électeurs

Christian Le Bart et Remy Lefebvre s'intéressent à la question de la proximité en politique, selon eux, « la proximité est devenue un mot magique, un mot d'ordre omniprésent (dans le discours politique). C'est par la proximité que les liens sociaux et politiques sont appelés à être refondés, que la démocratie participative est invitée à se ressourcer »²². Dans l'ouvrage *La proximité en politique* les deux auteurs nous montrent que le mot proximité revient de plus en plus dans le discours politique, qu'il s'agisse d'une proximité géographique ou sociale. Cependant, il ne s'agit pas seulement du terme « proximité », il s'agit également de voir dans les actions, dans la présentation des acteurs politiques ce qui relève de la proximité. Si un acteur politique se livre dans un média en parlant de lui, de sa vie privée, est-ce qu'il ne se place pas en quelque sorte au « même niveau » que le récepteur, dans le but de lui apparaître plus humain et par conséquent plus proche. « Les médias ont changé le regard porté sur les hommes politiques : les citoyens-spectateurs en ont une vision rapprochée, ils voient autrement les acteurs politiques et leurs prestations sur les scènes du pouvoir »²³. Christian Le Bart nous dit que « la proximité est d'abord une impression produite par des acteurs conduisant avec succès des stratégies de rapprochement, [...] un construit social »²⁴, les acteurs politiques construisent la proximité de la même façon qu'ils construisent la façon dont ils vont se présenter à autrui. Dans l'exemple qu'il développe sur Jean-Pierre Raffarin,

²⁰ Citton Y. *Mythocracies : Storytelling et imaginaires de gauche*, op. cit., p. 27

²¹ *Ibid.*, p. 21

²² Le Bart Christian (dir.) et Lefebvre Remy (dir.). *La proximité en politique. Usages, rhétoriques, pratiques*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2005, p. 11

²³ Balandier Georges. *Le pouvoir sur scènes*. Paris : Fayard, 2006, p. 222

²⁴ Le Bart C. (dir.) et Lefebvre R. (dir.). *La proximité en politique. (...)*, op. cit., p. 12

Christian Le Bart tient à montrer l'existence d'un lien entre la présentation de soi et la proximité. Pour cela, il explique comment Jean-Pierre Raffarin joue sur sa personnalité, se montre volontiers lors de ses vacances en famille, ce qui a pour effet de le rapprocher de ses électeurs. Dans ce travail, nous n'avons pas étudié l'effet produit par les présentations de soi sur les récepteurs, cependant nous pouvons émettre l'hypothèse que la présentation de certains traits de caractère ou de moments privés pourrait rapprocher l'acteur politique des électeurs sur le plan humain, social. Les acteurs politiques semblent émettre une volonté de s'afficher comme des « gens ordinaires » tout en conservant une légitimité politique. Nous avons pu remarquer dans notre analyse de corpus, que certains lieux étaient très récurrents à travers les visuels des récits étudiés. C'est le cas par exemple des marchés ou des cafés qui symbolisent des lieux de rencontre conviviaux plutôt informels, et dans lesquels les candidates semblent se rapprocher de leurs électeurs, se montrer hors du milieu politique que constituent leurs meetings.

Le rapprochement des hommes politiques et des citoyens fonctionne à double sens. D'une part, les acteurs politiques veulent se rapprocher des citoyens pour des raisons politiques (l'approche d'une élection, conserver sa légitimité de gouvernant, etc.), et d'autre part les électeurs en font eux-aussi la demande. « Les citoyens sont très désireux de connaître leurs gouvernants, d'approcher leurs personnalités, de les mettre à nu, peut-être plus que de connaître leur programme »²⁵, ils ont en quelque sorte envie de considérer les hommes politiques comme leurs égaux, c'est-à-dire des hommes et des femmes qui ont une vie privée comme tout le monde. Nous avons montré précédemment que les lecteurs d'un journal (et plus généralement d'un média) cherchent à se reconnaître dans les personnes représentées dans les médias. Or, il est évident qu'il sera plus facile de s'identifier à un homme politique qui pose sur une photographie avec sa famille plutôt que dans le voyage d'affaires d'un homme politique. Eric Darras parle de « mécanismes d'identification/répulsion entre gouvernants et gouvernés »²⁶ lorsque les acteurs politiques se mettent en scène et s'affichent en famille ou encore lorsque leurs déboires conjugaux et financiers sont dévoilés aux citoyens. Soit il y aurait une identification, soit il y aurait du dégoût, de la déception vis-à-vis du gouvernant. Cependant, nous ne pouvons pas affirmer que l'identification ou le dégoût naissent de la mise en récit, de la mise en scène, en effet, ceux qui vont s'identifier à l'acteur politique sont peut-être ceux qui s'identifiaient à lui auparavant. Quels que soient l'acteur et la

²⁵ Duccini Hélène. *La télévision et ses mises en scène*. Paris : Armand Colin, 2011, p. 86

²⁶ Darras E. « La coproduction des grands hommes. (...) », *art. cit.*, p. 97

façon dont il se présente, cela n'aura pas forcément pour effet de faire changer l'avis d'un citoyen. Un citoyen qui ne s'intéressait pas à Anne Hidalgo ou Nathalie Kosciusko-Morizet ne s'intéressera pas forcément plus à elles après avoir vu, lu ou écouté différents portraits les concernant.

2. Des présentations de soi en contexte

Cette partie a pour intérêt de présenter brièvement notre corpus et de justifier nos choix en montrant tout l'intérêt d'avoir choisi tel ou tel élément d'analyse.

a. Contexte électoral : les élections municipales de Paris en 2014

Notre analyse de corpus s'insère dans un contexte spatio-temporel particulier, celui des élections municipales de la ville de Paris en mars 2014. Nous avons choisi d'analyser les présentations de soi de deux candidates : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet. Notre choix s'est porté sur ces deux candidates dans la mesure où elles étaient les plus médiatisées, par conséquent les articles de presse et émissions de télévision ne manquaient pas. Plusieurs auteurs s'accordent sur l'importance du contexte dans lequel s'insère la mise en portrait, bien que ceci puisse aussi être applicable au *storytelling*. La mise en portrait prendrait place dans un contexte lié à l'actualité. D'après Adeline Wrona les portraits ont une raison d'être, elle parle des « occasions du portrait » et nous explique que depuis « l'installation du régime républicain, et le vote de la loi de 1881, le portrait de presse [est devenu] un genre majeur pour le traitement de l'actualité politique [...] »²⁷. Adeline Wrona insiste sur la dimension actuelle des portraits en ajoutant que « les occasions du portrait journalistique désignent donc les moments de la vie sociale qui motivent la figuration d'un individu distingué par son rôle dans l'espace public. »²⁸ Autrement dit, les portraits présentés dans les médias sont en lien avec l'actualité. Dans le cas de notre corpus, les élections municipales de Paris constituent cette « occasion du portrait », en effet sans ce contexte électoral il y aurait certainement eu peu (voire pas du tout) d'articles et d'émissions consacrés à Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet. Adeline Wrona ajoute encore que « ce ne sont pas de fait les valeurs

²⁷ Wrona Adeline. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*. Paris : Hermann Editeurs, 2012, p. 178

²⁸ *Ibid.*, p. 212

morales, le génie esthétique ou politique des individus qui motivent leur portrait médiatique, mais bien plutôt un événement, qui assure la mise en publicité de leurs qualités individuelles »²⁹, ce qui réaffirme une certaine suprématie de l'événement sur les qualités propres de l'individu mis en portrait. Il n'est pas question de dire ici que la personnalité du portraité importe peu, puisqu'en effet le portrait une fois dressé se concentre sur les traits de cette personne, mais de considérer que le portrait est indissociable d'un certain contexte. Bien que le portrait ne s'appuie pas seulement sur des éléments d'actualité tels que l'enfance, l'adolescence de l'acteur politique, l'enjeu principal de la présentation de soi, lui, s'inscrit dans l'actualité : les élections municipales de Paris.

Le choix de ce contexte vient aussi du fait que les élections quelles qu'elles soient engendrent une forte couverture médiatique, par exemple le dimanche soir des élections plusieurs chaînes, stations de radio, sites Internet consacrent des éditions dites « spéciales » pour faire part des premières tendances. Marc Abélès note que « la campagne marque la quintessence de la représentation, au double sens du terme (délégation et mise en scène) »³⁰, et il est vrai qu'un tel contexte offre un certain choix d'éléments d'analyse pour la constitution d'un corpus.

b. Présentation de soi : sources médiatique et institutionnelle

Pour réaliser notre analyse de corpus nous avons sélectionné deux types de récits traitant des présentations de soi d'Anne Hidalgo et de Nathalie Kosciusko-Morizet. Dans un premier temps, nous avons choisi des présentations de soi dites « médiatiques » parce qu'elles émanent de la presse écrite ou web et de la télévision. Dans un deuxième temps, nous avons analysé les sites Internet respectifs des deux candidates et plus précisément la page qui était consacrée à leur présentation.

Adeline Wrona s'intéresse particulièrement aux portraits de presse écrite quotidienne, et met en avant la périodicité comme étant un élément important de cette mise en portrait. Elle explique que « les modes de diffusion du média périodique imposent à la rédaction des portraits une loi implacable, qui est celle de l'actualité : les vies racontées dans le journal n'ont droit de séjour au sein du périodique qu'à la condition qu'un lien quelconque les rattache au calendrier de la publication, c'est-à-dire au temps partagé entre l'auteur et le

²⁹ Wrona A. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook, op. cit.*, p. 228

³⁰ Abélès Marc. « Personnalisation, ego-isation et désacralisation des rituels politiques ». In Greffet Fabienne. *Continuer la lutte.com, Les partis politiques sur le web*. Paris : Sciences Po. Les Presses, 2011, p. 60

lecteur. »³¹ Notre corpus peut lui aussi être inséré dans une certaine temporalité : les dates des élections municipales. En effet, ces dates constituent en quelque sorte une contrainte temporelle imposée aux médias et aux candidats eux-mêmes ; ils ne peuvent s'en affranchir. Les présentations de soi n'auront pas les mêmes enjeux si elles sont diffusées avant ou après les élections municipales. Diffusé avant les élections le portrait peut souligner la volonté d'une candidate de convaincre, séduire des électeurs pour qu'ils votent pour elle. Alors qu'après les élections, il n'est plus question du vote des électeurs.

Les enjeux diffèrent également selon la source à l'origine de la présentation de soi. La source journalistique laisse supposer une certaine objectivité, elle vise à informer ses lecteurs, elle « aurait, de prime abord, comme fonction sociale principale d'informer ses usagers à propos des événements présents, c'est-à-dire qui viennent de se produire dans un passé très proche, selon une logique de flux continu »³². La candidate, elle, n'est pas vraiment dans l'objectivité puisqu'elle se présente elle-même et tente plutôt de convaincre les électeurs. Un objectif demeure commun aux journalistes et aux acteurs politiques, les présentations de soi qu'ils diffusent ne tournent pas dans le vide mais ont pour but d'être vues, qu'ils agissent pour des raisons économiques ou politiques.

Nous avons ainsi constitué notre corpus afin de pouvoir présenter un corpus varié dont les éléments proviendraient de deux sources différentes, acteurs médiatiques et politiques, en émettant l'hypothèse qu'en fonction des uns et des autres les présentations de soi diffèrent.

Ce deuxième chapitre nous a permis d'appréhender la présentation de soi et plus précisément les stratégies qui en découlent tout en différenciant la présentation de la représentation. Nous avons pu voir que ces stratégies étaient portées par des acteurs ayant des intérêts particuliers à les utiliser, tels que se rendre visible ou se rapprocher des électeurs. Enfin, les stratégies de présentation de soi prennent place dans un contexte particulier qui se rattache à l'actualité. Après avoir réalisé une première partie majoritairement théorique, nous allons dans la partie suivante montrer ce que notre terrain nous a permis de mettre en lumière en termes de récits de présentation de soi.

³¹ Wrona A. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook, op. cit.*, p. 196

³² Lits Marc. *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles : De Boeck, 2008, p. 128

Partie 2 - Le cas des élections municipales de Paris en 2014 : quelles stratégies de présentation de soi ?

Dans notre deuxième partie nous allons plus largement mettre à contribution notre analyse de corpus réalisée dans le contexte des élections municipales de Paris en mars 2014. Cette analyse de corpus a pour objectif de voir de quelles façons se manifestent les présentations de soi d'Anne Hidalgo et de Nathalie Kosciusko-Morizet : comment elles se présentent dans leurs « supports de communication » et comment elles sont présentées dans les productions médiatiques. Dans un premier chapitre, l'idée est de dresser une typologie des portraits médiatiques, en effet il nous est apparu qu'en fonction du support de communication, la présentation de l'acteur différerait, nous observons notamment une dichotomie entre les éléments relevant du privé et les éléments relevant de la vie publique ou politique. Enfin, dans notre dernier chapitre nous aborderons les apports du *storytelling* dans les présentations de soi, des apports qui se manifestent par l'analyse de certains éléments particuliers tels que le récit, les personnages, le cadre spatio-temporel ou encore les visuels. Ainsi dans ces deux derniers chapitres nous abordons de manières distinctes les deux pratiques que nous relierons dans une première partie. En effet, elles n'apportent pas les mêmes éléments dans la présentation de soi, ce qui vaut la peine de les séparer pour mieux mettre en avant leurs apports respectifs.

Chapitre 3 – Mise en portrait et présentation de soi : différentes typologies

I. Antagonisme : vie politique vs vie privée

Au cours de notre analyse de corpus il est apparu très clairement que les présentations de soi diffusées par les entreprises médiatiques et par les candidates elles-mêmes s'appuyaient sur une dichotomie entre le public et le privé. En effet, les présentations de soi analysées peuvent donner la part belle soit à la vie privée de la candidate, soit à sa vie publique ou encore mêler les deux.

1. Publicisation de la vie privée

L'analyse de corpus réalisée nous a permis de voir que la vie privée des acteurs politiques tenait parfois une grande place. Adeline Wrona souligne que « les formes du portrait diffusées dans le journal s'apparentaient à une privatisation publicisée »¹ autrement dit à une certaine mise en visibilité de la vie privée. Elle essaie dans son ouvrage de voir comment le public s'empare de la dimension privée des individus ou plus concrètement comment des éléments de la vie privée des individus sont repris sur « des supports voués à circuler partout »². Aussi, notre corpus est constitué d'articles de presse quotidienne en ligne, d'émissions télévisées et de pages de sites Internet, qui sont tous consultables par qui le veut.

Nous pouvons noter que sur les douze mises en portrait provenant d'entreprises médiatiques et des candidates elles-mêmes, six accordent plus d'importance à la vie privée des candidates, cinq ont pour caractère dominant une dimension publique et enfin une dernière présentation de soi joue sur les deux dimensions de façon égale.

¹ Wrona Adeline. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*. Paris : Hermann Editeurs, 2012, 441 p. 72-73

² *Ibid.*

Tableau 2 : Dominante choisie dans les mises en portrait étudiées

PORTRAITS	
	Dominante
Le Monde – Nathalie Kosciusko-Morizet	Publique
France 3 – Anne Hidalgo	
Site web d’A. Hidalgo	
France 3 – N. Kosciusko-Morizet	
Le Nouvel Obs. vidéo – A. Hidalgo	
Le Monde – A. Hidalgo	Privée
Le Figaro – N. Kosciusko-Morizet	
Le Nouvel Obs. vidéo – N. Kosciusko-Morizet	
Le Parisien vidéo – portrait croisé	
Libération – A. Hidalgo	
Envoyé Spécial – portrait croisé	Publique et privée
Site web de N. Kosciusko-Morizet	

Nous avons pu remarquer dans certains cas, qu’un même média mettait en portrait les deux candidates de façon différente, par exemple dans les mises en portrait du Nouvel Obs. vidéo nous constatons que le portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet témoigne d’une dominante privée alors que celui d’Anne Hidalgo relève plus du domaine public. Il en va de même pour Le Monde qui donne à voir un portrait à caractère privé pour Anne Hidalgo et un portrait à caractère public pour Nathalie Kosciusko-Morizet.

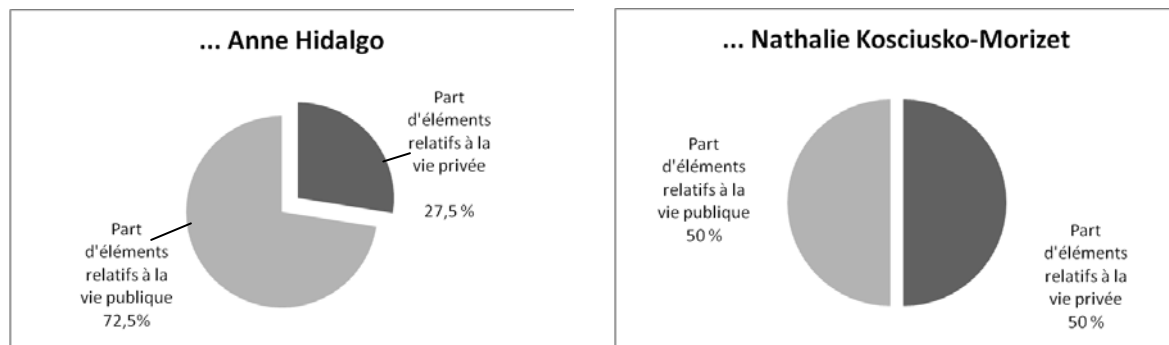
En ce qui concerne les deux sites Internet, il faut prendre en compte le fait que ce sont les candidates elles-mêmes (ou leurs équipes de campagnes) qui dressent le portrait et non pas des journalistes. Le contexte de production et de diffusion n’étant pas le même nous ne pouvons les aborder complètement de la même façon que les portraits journalistiques. Dans les graphiques ci-dessous nous mettons en évidence la part consacrée aux éléments de vie privée sur chaque page Internet. Cette idée d’analyse de contenu nous vient de l’ouvrage *L’analyse de contenu* du psycho-sociologue Roger Mucchielli, qui souligne l’intérêt d’étudier le rapport entre contenu concerné et contenu total.³ Nous avons adapté ce rapport à notre sujet de la manière suivante :

Nombre d’éléments de vie privée

Nombre d’éléments total

³ Méthode présentée par Lasswell Harold et Leites Nathan dans *The Language of Politics* en 1949. Cité dans Mucchielli Roger. *L’analyse de contenu*. Issy-Les-Moulineaux : ESF, 1974, p. 74-75

Graphique 3 : Part des éléments relatifs à la vie privée sur la page Internet de...⁴



Il ressort de ce rapport que Nathalie Kosciusko-Morizet accorde plus de place à la présentation de sa vie privée qu'Anne Hidalgo, cependant elle ne délaisse par pour autant les éléments relatifs à sa carrière politique puisque sa page Internet présente un certain équilibre, la moitié des éléments relèvent de sa vie privée et l'autre moitié de sa vie publique/politique.

Les éléments privés quelle que soit la source de diffusion (médiatique ou institutionnelle) sont de divers ordres, il s'agit aussi bien d'éléments relevant de la vie familiale des candidates (leurs enfants, leurs maris) que d'éléments relatifs à leur personnalité ou encore des éléments faisant référence à leur enfance. A titre d'exemple nous pouvons relever une photographie de Nathalie Kosciusko-Morizet accompagnée de son mari ou encore de ses enfants à la Foire du Trône, Anne Hidalgo et son mari venant assister à une compétition de natation de leur fils, Nathalie Kosciusko-Morizet partageant sa recette de cuisine préférée ou encore Anne Hidalgo en photographie dans une salle de classe pendant son enfance.⁵

Comme nous en avons fait la remarque dans la partie précédente, ces éléments de la vie privée lorsqu'ils sont mis en avant par les candidates, pourraient résulter d'une volonté de leur part de se rendre plus visibles et également plus proches de leurs électeurs. Le fait de se montrer en tant que mère, en tant que femme pourrait rapprocher les candidates de leurs électeurs dans la mesure où elles apparaissent non plus comme des femmes politiques mais en tant que femmes, ce qui les rendrait plus accessibles. D'autre part, il nous faut aussi relever un enjeu économique. Si les acteurs politiques cherchent à se présenter pour paraître plus proches de leurs électeurs, les médias, eux, ne font pas usage de la présentation de soi pour les mêmes raisons. Outre l'objectif d'informer leurs lecteurs, certains médias sont animés par un enjeu commercial, ils sont avant tout des entreprises qui cherchent à attirer l'attention d'un maximum de lecteurs afin d'attirer l'attention des annonceurs qui achèteront des espaces

⁴ Graphiques réalisés par nos soins

⁵ Les divers exemples présentés ici sont consultables dans nos grilles d'analyse figurant en annexes.

publicitaires. De plus, Eric Darras nous dit que « les professionnels des médias ne satisfont jamais les préférences de leurs lecteurs mais seulement l'idée qu'ils se font des préférences de leurs lecteurs. »⁶ Ainsi, les médias feraient le pari que les informations qu'ils diffusent à leurs publics sont celles voulues et attendues par eux.

Nous ne pouvons cependant pas généraliser nos propos autour de cette mise en avant de la vie privée des candidats dans la mesure où notre corpus comprend également des présentations qui portent plus majoritairement sur la vie politique ou publique de l'acteur sans jamais aborder sa vie privée ou ses traits de caractère.

2. Réduction de la vie politique des acteurs

Nous venons de voir que parmi les portraits journalistiques analysés, une majorité est axée sur des éléments de vie privée. Cependant, nous envisageons de voir maintenant pour les autres portraits à dominante politique quels sont les éléments politiques qui sont mis en avant.

Il apparaît que les éléments relevant de la vie publique et politique des candidates sont – de même que les éléments de vie privée – de divers ordres. En effet, nous pouvons relever d'une part des éléments politiques bien antérieurs aux élections municipales de 2014, par exemple les premiers pas en politique des candidates ou des postes marquants de leurs carrières : le poste de Première adjointe d'Anne Hidalgo ou le poste de Secrétaire d'Etat à l'Ecologie pour Nathalie Kosciusko-Morizet. D'autre part, il y a dans chaque portrait un élément qui vient rappeler l' « occasion du portrait » comme le dit Adeline Wrona. Il s'agit dans les portraits de notre corpus de préciser qu'Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet sont candidates aux élections municipales de Paris en 2014. C'est en quelque sorte un moyen de rappeler le contexte dans lequel prennent part leurs mises en portrait.

Ce qui ressort de cette analyse générale c'est que les portraits à dominante politique auraient plutôt pour vocation d'informer les récepteurs sur des éléments de la vie politique et publique des candidates. Mais en aucun cas il ne s'agit vraiment d'une information qui a pour vocation de convaincre le lecteur à aller voter pour telle ou telle candidate. Il est vrai que dans aucun des portraits, qu'il s'agisse de portraits à dominante privée ou publique, de portraits journalistiques ou institutionnels, nous ne retrouvons les programmes politiques des candidates, ni même les grandes lignes des politiques qu'elles souhaitent mener. Cette

⁶ Darras Éric. « La coproduction des grands hommes Remarques sur les métamorphoses du regard politique ». *Le Temps des médias*, n°10, 2008, p. 90

dernière affirmation pourrait se justifier dans la mesure où certains portraits étudiés ne sont pas uniquement diffusés aux électeurs parisiens. Le Monde, Le Figaro, Libération, Envoyé Spécial, et Le Nouvel Obs. vidéo ont effectivement une portée nationale et pas seulement locale, aussi il apparaît assez pertinent de ne pas présenter les programmes politiques d'Anne Hidalgo et Nathalie-Kosciusko-Morizet à des récepteurs qui habiteraient et voteraient dans une autre région. D'autre part, en ce qui concerne les pages Internet des candidates, les programmes politiques de chacune se trouvent sur une page dédiée et identifiée, aussi il n'y a pas vraiment de surprise dans le fait que leurs programmes politiques soient absents de leurs portraits. Autre exemple, avec les portraits journalistiques audiovisuels de France 3 Ile-de-France, ces deux portraits prennent part dans une émission politique qui était intitulée « Samedi politique », émission dans laquelle étaient également détaillés les programmes politiques des candidates, cependant nous nous sommes restreints à la partie qui faisait l'objet de notre travail c'est-à-dire la présentation de soi des acteurs politiques.

Les mises en portrait à dominante politique auraient plus pour vocation de présenter une candidate dans sa vie publique, dans sa vie médiatique ou à faire le bilan de sa carrière politique.

Cette première analyse répond déjà à l'une de nos hypothèses qui consistait à dire que les médias informeraient plutôt sur la vie politique des acteurs alors que les candidates elles-mêmes mettraient plus en avant leur vie privée, leur vie de famille. Nous pouvons infirmer cette hypothèse, puisque parmi les portraits journalistiques analysés certains ont plutôt tendance à se pencher sur la vie privée des candidates et d'autres sur leur vie politique, il en va de même pour les pages Internet de présentation des candidates.

Dans les deux cas ces portraits n'ont pas pour ambition de convaincre les électeurs par le biais des programmes politiques puisque ces derniers sont absents. Il s'agit plutôt de présenter les deux candidates à travers leurs expériences politiques, leurs qualités humaines, ce qui n'exclut pas la volonté des candidates à vouloir convaincre et séduire les électeurs.

Afin d'étudier en détail la place prise par les éléments de la vie privée et les éléments de la vie publique et politique, nous avons mis en place une analyse lexicale dans laquelle nous avons porté une grande attention à la récurrence des termes, aux champs lexicaux utilisés ainsi qu'à la catégorie d'appartenance des éléments présentés, à savoir s'ils relèvent de la vie

privée ou de la vie politique et publique. Ce premier travail nous a permis de mettre en évidence trois types d'éléments :

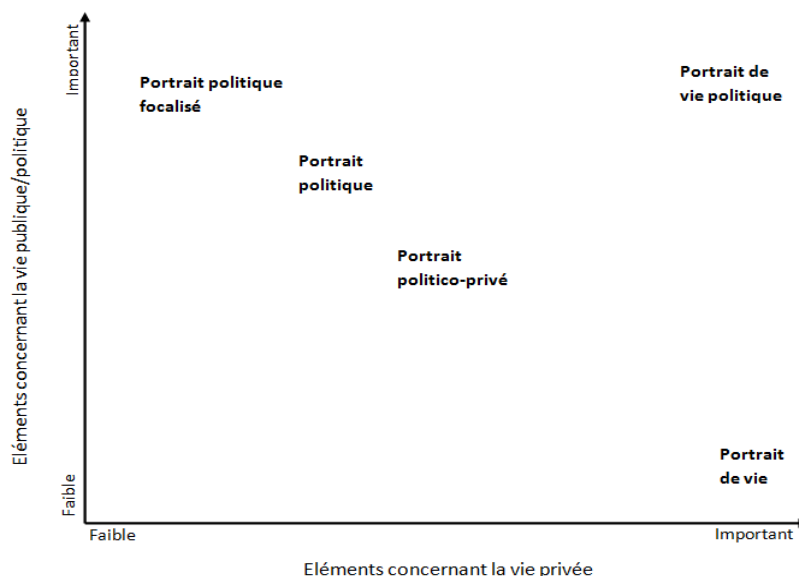
- Les éléments relevant du caractère, de la personnalité des candidates
- Les éléments relevant de leur vie personnelle, familiale, etc.
- Les éléments relevant de leur parcours politique, professionnel

Nous considérons que les deux premiers types d'éléments, relatifs au caractère, à la personnalité ou à la vie personnelle, relèvent de la vie privée des candidates, ces éléments font partie d'elles, bien qu'ils soient aussi visibles en public. En revanche, les éléments sur le parcours politique se relient bien avec la dimension publique de la vie de la candidate.

II. Typologie des portraits

La dichotomie entre public et privé nous permet de mettre en évidence le fait que les portraitistes jouent avec des degrés divers sur les éléments qu'ils veulent mettre en évidence. Certains vont jouer plus amplement sur la personnalité d'une candidate, sur sa vie privée, d'autres sur son parcours politique. Cette typologie a vu le jour suite au croisement d'analyses qualitative et quantitative, particulièrement centrées sur le lexique (réurrences de mots, champs lexicaux dominants, etc.). Le schéma suivant permet de mieux situer chaque type de portrait.

Schéma 4 : Typologie des portraits en fonction des éléments présentés⁷



⁷ Schéma réalisé par nos soins

Tableau 5⁸ : Catégorisation des mises en portrait analysées

	Faits politiques	Traits de caractère	Vie privée	TYPOLOGIE
PORTRAITS				
Le Monde (N. Kosciusko-Morizet)	***	*	*	Portrait politique
Site web Anne Hidalgo	***	/	*	
France 3 – (A. Hidalgo)	***	/	*	
France 3 – N. K-M	***	/	/	Portrait politique focalisé
Le Nouvel Obs. vidéo – A. Hidalgo	***	/	/	
Le Monde – A. H	***	**	*	Portrait de vie politique
Le Figaro – N. K-M	***	***	*	
Le Nouvel Obs. vidéo – N. K-M	***	***	*	
Le Parisien vidéo – portrait croisé	***	**	/	
Libération – A. H	*	**	***	Portrait de vie
Envoyé Spécial – portrait croisé	*	**	***	
Site web nkmparis.fr	***	/	***	Portrait politico-privé

/ → aucun élément ; * → élément mineur du portrait ; ** → élément important ; *** → élément majeur du portrait

1. Le portrait politique

Le portrait politique comme son nom l'indique, accorde une grande importance aux faits politiques. Au sein de notre corpus, trois portraits appartiennent à cette catégorie.

Ce type de portrait se caractérise par une grande majorité d'éléments relevant de la vie politique et publique de la candidate alors que les éléments sur sa vie privée ne constituent qu'une minorité. Nous retrouvons particulièrement le champ lexical de la politique avec des mots plutôt généraux tels que « candidates », « Maire », des noms de partis politiques, puis ensuite nous retrouvons un lexique plus spécifique à chacune des candidates qui vient refléter leurs propres parcours politiques. Par exemple dans le portrait d'Anne Hidalgo figurent les termes « Première adjointe », « Bertrand Delanoë », et dans celui de Nathalie Kosciusko-Morizet figurent « Nicolas Sarkozy », « droite », « Ministre ». Afin de mieux faire figurer ce

⁸ Tableau réalisé à partir de nos grilles d'analyse après avoir mis en évidence les éléments dominants de chaque portrait.

que nous entendons nous avons choisi de créer des nuages de mots pour chaque portrait⁹. Ces visuels permettent d’avoir une vue d’ensemble directe sur les termes récurrents et les champs lexicaux majeurs. A titre d’exemple, nous faisons figurer ci-dessous le nuage de mots du portrait de Nathalie-Kosciusko-Morizet dans Le Monde.

Schéma 6 : Exemple du nuage de mots du portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet (Le Monde)



Le nuage de mots constitué à partir du portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet reflète que son portrait est majoritairement politique avec la présence du champ lexical de la politique (campagne, candidat, FN, droite, gauche, république, etc.). De la même façon le portrait d’Anne Hidalgo (dans Samedi Politique sur France 3 Ile-de-France) donne à voir son parcours politique (ses débuts en politique face à Edouard Balladur, son intérim à la Mairie de Paris pendant la convalescence de Bertrand Delanoë). Quand à sa vie privée le portraitiste y fait très brièvement allusion en soulignant ses origines espagnoles et son enfance passée à Lyon.

La page Internet d’Anne Hidalgo comprend une grande part d’éléments relevant de son parcours politique (environ 72 %) alors que les éléments relatifs à sa vie privée représentent la différence (soit 28 %)¹⁰. La candidate choisit de donner une dimension très politique à sa présentation, notamment par le biais de photographies la représentant lors de *meeting* ou encore en compagnie de Bertrand Delanoë.

Le portrait politique reste majoritairement politique, il ne se laisse pas déborder par les informations relatives à la vie privée des candidates. Comme nous l’avions noté précédemment, nous pouvons voir qu’il s’agit aussi bien d’un choix des journalistes que d’un choix des candidates elles-mêmes.

⁹ Nuages de mots réalisés à partir d’un outil dédié. Disponible sur : <http://tagcrowd.com/>

¹⁰ Cf. Graphique 3

2. Le portrait politique focalisé

Le portrait politique focalisé rejoint le portrait politique cependant il ne laisse aucune place aux éléments de la vie privée des candidates et d'autre part il se focalise sur un événement ou un contexte en particulier. Deux portraits correspondent à ce type : le portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet diffusé sur France 3 Ile-de-France et celui d'Anne Hidalgo diffusé par le Nouvel Obs. vidéo.

Le portrait d'Anne Hidalgo est focalisé sur la relation paternelle qu'elle entretient avec Bertrand Delanoë, ainsi nous constatons une forte présence du champ lexical de l'épanouissement et de celui de l'héritage.

Tableau 7 : Champs lexicaux dominants du portrait d'Anne Hidalgo sur Le Nouvel Obs. vidéo

Champs lexicaux dominants	<ul style="list-style-type: none"> - Champ lexical de l'épanouissement (tuer le père, « tuage » du père, mentor, exister, couper le cordon, déployer ses ailes, sortir du nid, prendre d'assaut, aller devant, entraînement, <i>training</i>, existence, affirmation, rompre, exister personnellement, affirmer) - Champ lexical de l'héritage (héritière, père, redevable, offert, cadeau)
----------------------------------	---

Extrait de notre grille d'analyse

Tous les éléments dans ce portrait rappellent qu'Anne Hidalgo est « l'héritière » de Bertrand Delanoë. Le tableau ci-dessous montre qu'à aucun moment Anne Hidalgo n'est réellement présentée de façon individuelle en mettant en avant ses traits de caractère ou encore son statut de femme en politique. Cette mise en portrait repose uniquement sur des éléments relatifs à sa carrière politique.

Tableau 8 : Types d'éléments présents dans le portrait d'Anne Hidalgo (Le Nouvel Obs. vidéo)

Traits de caractère	Non
Éléments relatifs à la vie privée	Non
Éléments relatifs à la carrière politique	<ul style="list-style-type: none"> - « candidate socialiste pour les prochaines élections municipales à Paris » - « l'héritière du Maire sortant Bertrand Delanoë » - Leur « bilan positif à la tête de la ville » - « Ils (elle et Delanoë) ont co-piloté la Mairie depuis 2001 » - Delanoë : « pendant douze ans pour Paris en tant que Première adjointe »

Extrait de notre grille d'analyse

Le portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet est aussi focalisé mais cette fois-ci sur le chemin qu'elle a parcouru pour arriver à poser sa candidature aux élections municipales. L'intégralité du portrait est consacrée à montrer le chemin semé d'embûches qu'a parcouru la candidate (« railleries », « rivalités », « dissidences », etc.), il n'est pas fait allusion ni à sa vie privée, ni à son caractère. Nous retrouvons ici aussi des champs lexicaux très spécifiques, celui de l'opposition et celui du défi.

Tableau 9 : Champs lexicaux tirés du portrait de N. Kosciusko-Morizet sur France 3 Ile-de-France

Champs lexicaux	<ul style="list-style-type: none"> - Champ lexical de l'opposition (querelles, rivalités, dissidences, railleries, opposition, projet contre projet, combat) - Champ lexical du défi (<i>Challenges</i>, combattante, renforcer, avenir)
-----------------	--

Extrait de notre grille d'analyse

En guise de conclusion, les portraits politiques focalisés ont pour spécificité d'être focalisés à la fois sur la vie politique d'un acteur politique et sur un moment précis ou un aspect précis de sa carrière politique. Aucune place n'est accordée à la vie privée, aux traits de caractère des acteurs.

3. Le portrait politico-privé

Le portrait politico-privé est le plus « équilibré » que nous puissions trouver¹¹, il accorde autant d'importance à la vie publique qu'à la vie privée des acteurs politiques. Nous n'avons dans notre corpus qu'un seul exemple de ce type-là, il s'agit de la page de présentation de soi de Nathalie Kosciusko-Morizet sur son site de campagne. Le tableau ci-après reprend le diagramme présenté en début de cette partie en précisant les éléments que nous retrouvons dans la page de présentation de la candidate Nathalie Kosciusko-Morizet.

¹¹ Cf. Schéma 4

non par une entreprise médiatique, c'est donc le choix de la candidate que de montrer un portrait à la fois de sa vie privée et de sa vie de femme politique.

4. Le portrait de vie politique

Lorsqu'il y a une présence majeure ou importante des faits politiques ainsi que des traits de caractère dans certains portraits, alors nous avons choisi de les regrouper sous le nom de « portrait de vie politique ». Cette qualification vise à montrer qu'il s'agit de portraits qui mettent l'accent sur le parcours politique des candidates, et comment leurs traits de caractère sont engagés dans leur quotidien politique. Généralement le portraitiste insiste peu sur la vie privée de la candidate mais plutôt sur ses traits de caractère, sur ce qui fait d'elle une « femme politique » et comment son caractère est mis au service de sa vie politique. C'est le type le plus commun dans notre corpus, nous en dénombrons quatre sur les douze présentations de soi : le portrait d'Anne Hidalgo dans *Le Monde*, les portraits de Nathalie Kosciusko-Morizet dans *Le Figaro* et *Le Nouvel Obs.* vidéo, et enfin le portrait croisé des deux candidates sur *Le Parisien* vidéo. Pour illustrer le « portrait de vie politique » nous ne détaillerons pas chaque portrait qui y correspond, mais nous mettrons en évidence certains points importants que nous avons pu relever.

Tableau 12 : L'exemple du portrait d'Anne Hidalgo dans Le Monde

Termes relatifs à son caractère	« douce », « déterminée et fidèle », « autoritaire », « colères froides »
Éléments relatifs à la carrière professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> - Annonce de sa candidature à la Mairie de Paris - Campagne municipale de 2001 : « elle gagne un siège au Conseil de Paris et la confiance de Delanoë » - « Bertrand Delanoë en fait sa Première adjointe » - Remplacement de Delanoë en 2002 - « En 2008, elle se voit confier la délégation cruciale de l'urbanisme » - François Hollande lui remet la Légion d'honneur en juillet 2012
Champs lexicaux	<ul style="list-style-type: none"> - Champ lexical de la politique (élection, candidature, Mairie de Paris, première adjointe, adversaire, équipe de campagne, tête de liste, gouvernement, socialistes, droite, rivales, Congrès, campagne, politique, ministère, municipales, têtes de liste, Conseil de Paris, gauche, démocratique, conseillers, adjoints, préside, exécutif, mandat, dauphine, parti, Hôtel de Ville, ministre, poste ministériel, militants, députés) - Champ lexical du féminin (femme, parité, droit des femmes, foulard rose, féministe, filles, maquillant, amie, douce) - Champ lexical de la discrétion (l'air de rien, soumise, silencieuse, sans bruit, silencieux, invisibles, bas bruit, coureurs de fond)

Extrait de notre grille d'analyse

Dans ce portrait certains traits de caractère d'Anne Hidalgo sont mis en avant afin de montrer qu'elle est une femme plutôt discrète souvent dans l'ombre de Bertrand Delanoë mais qu'elle parvient petit à petit à se frayer un chemin dans le domaine politique. C'est tout l'objectif de ce portrait qui s'intitule « Anne Hidalgo : l'air de rien ». D'abord candidate aux Municipales de 2001, puis adjointe à la Mairie de Paris, son intérim à la Mairie de Paris pendant la convalescence de Delanoë et enfin candidate aux Municipales de 2014 pour la Mairie de Paris. Ce portrait montre que les traits de caractère d'Anne Hidalgo ainsi que le fait qu'elle soit une femme sont importants dans sa carrière politique.

Tableau 13 : L'exemple du portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet dans le Figaro

Termes relatifs à son caractère	« caractère de fer », « tempérament trempé », « lucide », « courage », « intelligence », « supériorité », « sûre », « énergie », « vivante », « brillante »,
Éléments relatifs à la carrière professionnelle	« en juin 2012 aux législatives dans la IV ^e circonscription de l'Essonne » « l'ancienne porte-parole de Nicolas Sarkozy » « querelles qui secouent la droite parisienne » « Son alliance avec l'UDI et le MoDem » « trahison d'Hélène Delsol, la candidate que Nathalie Kosciusko-Morizet avait désignée comme tête de liste dans le II ^e arrondissement »
Champs lexicaux	- Champ lexical de la difficulté (contre vents et marées, se battre, âpre, rugueuse, difficile, défaite, mésaventure, menace, équations, complexes) - Champ lexical de la politique (premier tour, conseillers, candidate, mentor, meeting, campagne, législative, droite, centre, parti, abstention, électeurs, porte-parole, tête de liste, élue) - Champ lexical de la victoire (victoire, réélire, parvenu, victorieux, tirer son épingle du jeu, héroïne, l'emporter, en tête) - Champ lexical du combat (rescapées, soldat, arène, risquer, affrontement, débats, confrontation, querelles, coups de poignards, guerre, perdre, cicatrices, bataille)

Extrait de notre grille d'analyse

Le portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet dans le quotidien Le Monde est construit exactement sur le même fond que le portrait vu précédemment. Nous retrouvons des éléments de son caractère ainsi que des moments forts de sa carrière politique, le tout raconté en utilisant largement les champs lexicaux de la politique bien sûr, puis de la difficulté, du combat et de la victoire. Le portraitiste dresse le portrait d'une candidate qui a fait face à plusieurs affrontements pour s'imposer en politique, et ce grâce à son caractère.

Les portraitistes de ces portraits de vie politique suivent une même trame, ils cherchent à montrer les candidates dans leur quotidien de femme politique, comment elles s'imposent,

se battent et remportent l'avantage. Dans ce type de portrait, les journalistes insistent souvent sur le fait que le portraituré est une femme, ils mettent en avant leur discrétion, leur douceur ou encore leur statut de femme libre et combattante.

5. Le portrait de vie

Le « portrait de vie » est un portrait qui ne met pas en avant les faits politique hormis pour rappeler le contexte puisque nous l'avons dit les mises en portrait prennent part dans un contexte, ici, les élections municipales de Paris. Deux portraits peuvent être rangés dans cette catégorie : le portrait croisé des deux candidates diffusé sur France 2 dans l'émission Envoyé Spécial et le portrait d'Anne Hidalgo dans le quotidien Libération.

Le principe de ces mises en portrait est de mettre l'accent sur la vie privée des candidates, sur leur caractère et non sur leur vie politique. Le journaliste à l'origine du portrait croisé diffusé sur Envoyé Spécial confie : « Je ne suis pas journaliste politique mais curieux de connaître ces deux femmes qui vivent sûrement un des moments les plus intenses de leurs vies ». Il a filmé les candidates pendant cinquante jours, le reportage le montre tantôt chez l'une, tantôt dans la voiture de l'autre, il prend ainsi place dans leur quotidien. Des éléments politiques sont quand même présents, ils ne sont pas montrés pour ce qu'ils sont mais plutôt dans le but d'aborder la façon dont les candidates vivent ce moment. Lorsque le journaliste suit les deux candidates dans une émission politique (à la radio pour Anne Hidalgo et à la télévision pour Nathalie Kosciusko-Morizet), le journaliste ne s'intéresse pas à ce qui se dit pendant l'émission mais par exemple il parle avec les candidates dans la loge maquillage ou encore il parle de leurs styles totalement différents. A aucun moment le journaliste n'aborde le programme des candidates ni même leurs parcours politiques comme c'était le cas dans les autres portraits.

Le portrait d'Anne Hidalgo dans Libération fournit le même résultat, le portraitiste s'attache à dresser le parcours plus privé que politique de la candidate. Le portrait fait l'état des lieux de toutes les villes dans lesquelles la candidate a vécu, de Cadix à Paris en passant par Lyon. Pour chaque ville il détaille certains points de sa vie. L'énonciateur détaille beaucoup d'éléments qui relèvent de sa vie privée tels que sa taille, le fait qu'elle soit propriétaire d'un rez-de-chaussée de 80 m² ou encore le dernier livre qu'elle a lu.

Tableau 14 : Types d'éléments présentés dans le portrait d'Anne Hidalgo de Libération

Termes relatifs à son caractère	« douceur soyeuse », « langueur incertaine », « ancienne timide », « ambition »
Éléments relatifs à la carrière professionnelle	« Elle a choisi d'annoncer sa candidature dans le XIX ^e arrondissement » « première adjointe de Bertrand Delanoë » « décorée de l'ordre d'Isabelle I ^{re} la Catholique » « Inspectrice du travail, elle est nommée dans le Val-de-Marne »
Éléments relatifs à la vie privée	« Cet été, auprès de ses parents retraités, elle y a lu Almudena Grandes et Vassili Grossman » « Elle se passionne pour l'improvisation théâtrale et, du haut de son 1,62 m, joue très bien au volley au côté de sa sœur aînée aussi extravertie qu'elle paraît timorée » « Elle s'est mariée jeune » « Leurs deux enfants sont grands. L'un est avocat, l'autre ingénieure. » « Cette année, leur jeune fils entre dans un collège public, voisin de la rue où ils sont propriétaires d'un rez-de-chaussée de 80 m ² , avec studio de 20 m ² en vis-à-vis »

Extrait de notre grille d'analyse

Le « portrait de vie » est celui qui entre le plus dans les détails de la vie privée. Le journaliste montre la candidate dans son quotidien, dans sa vie privée, il entretient parfois une relation proche avec elle, par exemple lorsque le journaliste d'Envoyé Spécial interviewe Nathalie Kosciusko-Morizet dans son appartement ou encore Anne Hidalgo dans sa voiture.

En guise de résumé, chaque typologie pourrait être simplifiée de la façon suivante :

- Faits politiques > Traits de caractères et vie privée → « **portrait politique** »
- Faits politiques + Contexte politique précis → « **portrait politique focalisé** »
- Faits politiques + Traits de caractère → « **portrait de vie politique** »
- Faits privés + Traits de caractère → « **portrait de vie** »
- Faits politiques + Faits privés → « **portrait politico-privé** »

Pour conclure ce troisième chapitre, nous avons pu constater que la source à l'origine des portraits n'a guère d'influence sur le contenu du portrait. Les portraits journalistiques ne suivent pas tous un même parti pris, certains approfondissent la vie publique de la candidate et d'autres leur vie privée. Il en va de même pour les présentations de soi des candidates sur leurs sites Internet. Le type de canal – médiatique ou institutionnel – ne détermine donc pas le choix du caractère privé ou public d'une mise en portrait.

Les angles choisis par les acteurs médiatiques et politiques sont guidés par des enjeux différents. Les journalistes, ont vocation d'informer leur public mais il y a également des enjeux commerciaux et sociaux qui pèsent sur eux : attirer le public, attirer des annonceurs, vendre le plus d'exemplaires possibles, etc. Les candidates, lorsqu'elles se mettent en portrait, le font dans une volonté de se rendre visibles auprès des électeurs et de se rapprocher d'eux d'un point de vue social. Il est néanmoins nécessaire de bien différencier les effets attendus par les candidates et les médias, des effets réels. Le rapprochement ou la mise en visibilité n'opère pas une influence, un électeur ne votera pas forcément pour une candidate parce qu'il aura pris connaissance de son portrait.

Chapitre 4 – Le *storytelling* en complément de la mise en portrait ?

I. Un fil conducteur : une histoire

Ce travail, jusqu'à présent, nous a permis de voir comment s'organisent les mises en portrait, quels éléments sont mis en avant. Celles-ci s'intègrent parfaitement sous le nom de « présentation de soi » puisqu'elles offrent réellement à voir la présentation (publique, privée, ou bien les deux) d'un acteur. Le point commun de toutes les présentations de soi étudiées vient du fait qu'elles montrent à voir une histoire, l'histoire d'un individu qui évolue dans un contexte particulier. C'est en cela qu'il est intéressant de voir ce que la pratique du *storytelling* apporte à la mise en portrait, en quoi elle lui est complémentaire.

1. Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet : des personnages identifiés

Selon Marc Lits, le personnage est l'une des « composantes essentielles du récit »¹, il ajoute que « sans personnage, il n'y a pas de récit »². Si nous considérons que dans chaque mise en portrait prend part un contenu qu'est l'histoire, alors nous pouvons dire qu'Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet sont des personnages. Jacques Mouriquand, journaliste et auteur de *L'écriture journalistique* utilise lui-aussi le terme de « personnages » à plusieurs reprises pour désigner les personnes mises en portrait.

Dans notre corpus, la notion de personnage s'impose à nous en particulier dans les portraits journalistiques. Les portraits des candidates, eux, se rapprochent plus de l'autobiographie dans la mesure où chacune raconte sa propre histoire en utilisant la première personne du singulier. En revanche, dans les portraits journalistiques une analyse des pronoms personnels, des pronoms possessifs de troisième personne et des qualificatifs utilisés pour désigner les personnages, permet de voir de quelle façon les journalistes identifient leurs personnages. Les journalistes utilisent majoritairement le pronom personnel « elle » et les pronoms possessifs « sa », « son », « ses », mais il leur arrive également d'utiliser d'autres qualificatifs pour désigner leurs portraiturés.

¹ Lits Marc. *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles : De Boeck, 2008, p. 113

² *Ibid.*

Tableau 15 : Qualificatifs pour désigner Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet

Anne Hidalgo	Nathalie Kosciusko-Morizet
« coureuse de fond » « la Première adjointe » « la binationale » « l'élue PS à la notoriété débutante » « cette femme de 53 ans » « ancienne timide »	« NKM » « La <i>geek</i> du gouvernement » « l'ancienne porte-parole de Nicolas Sarkozy » « grande bourgeoise » « bête à concours »

Tableau constitué à partir de nos grilles d'analyse

Ces qualificatifs peuvent être des surnoms, comme c'est le cas de « NKM », bien que ce surnom apparaisse également en tant que « nom de marque » et logo lorsqu'il est utilisé par la candidate elle-même sur ses supports de communication. Les autres qualificatifs employés pour les désigner révèlent souvent une part de leur personnalité ou de leur statut politique comme nous le voyons dans le tableau ci-dessus. A travers ces expressions, les journalistes se livrent à une description des candidates mais nous pouvons aussi nous demander si parfois ces expressions ne relèvent pas du jugement du journaliste dans la mesure où il choisit de ne pas l'appeler par son prénom mais plutôt par une expression qui la caractérise physiquement, socialement, etc. Le fait de ne pas employer les prénoms des candidates semble parfois les dépersonnaliser et il semblerait alors que le journaliste mette une certaine distance avec la candidate dont il fait la présentation.

Jusqu'ici nous parlons du journaliste ou du portraitiste qui dresse un portrait or nous pourrions aussi le qualifier d'« énonciateur », il est celui qui réalise l'acte d'énonciation. L'énonciateur est toujours présent dans les portraits journalistiques, puisqu'il est à l'origine de l'acte d'énonciation, cependant il n'est pas tout le temps présent de la même manière. Marc Lits s'intéresse de près à la notion d'énonciateur. Il s'appuie sur *Le discours de presse. L'image des syndicats au Québec*, ouvrage de Maryse Souchard, maître de conférences en communication, pour distinguer deux types d'énonciateurs : « l'énonciateur inscrit lorsque le journaliste ou le média s'implique directement et explicitement dans l'article en question, (ce qu'une étude des pronoms, entre autres permettra de repérer) et l'énonciateur neutralisé (lorsque le point de vue exprimé est en quelque sorte en focalisation zéro et l'énonciateur neutralisé. »³ Effectivement à travers une analyse des pronoms utilisés, nous avons pu remarquer que dans le portrait d'Envoyé Spécial, l'énonciateur est complètement inscrit,

³ Souchard Maryse. *Le discours de presse. L'image des syndicats au Québec (1982-1983)*. Montréal : Le Préambule, 1989, 262 p. (L'univers des discours). Cité dans Lits M. *Du récit au récit médiatique*, op. cit., p. 163

d'une part il apparaît à l'écran à certains moments aux côtés des candidates et d'autre part, il emploie à plusieurs reprises les pronoms de la première personne du singulier. Dans notre corpus, les énonciateurs inscrits sont assez rares, la plupart ne s'impliquent pas et s'effacent totalement de l'énonciation. Seuls restent leurs signatures en début ou fin de portrait. Le fait de prendre une certaine distance vis-à-vis de l'énonciation vise peut-être à donner à ses lecteurs l'impression que le journaliste ne fait pas intrusion dans l'histoire de son personnage, le journaliste n'a peut-être pas envie de donner à son récit une dimension trop affective.

Les personnages des portraits journalistiques sont clairement identifiés par leurs noms et prénoms, parfois par des surnoms ou encore par des qualificatifs qui donnent à voir une part de leur personnalité ou de leur statut social. Pour ce qui est de l'énonciateur, sa présence se devine facilement par sa signature ou parce qu'il est effectivement en train de raconter l'histoire, mais il est très rare de voir des marques explicites de l'énonciateur telles que les marques de première personne du singulier. Au contraire les énonciateurs semblent vouloir faire preuve d'une certaine objectivité vis-à-vis des histoires qu'ils mettent en récit.

2. L'histoire d'une vie

D'après Marc Lits, la « temporalité narrative »⁴ est un autre élément constitutif du récit, au même titre que le personnage. Dans notre corpus nous pouvons relever pour certains récits que l'histoire de la candidate se déroule sur un temps précis, plus ou moins long. Par exemple, le portrait réalisé par France 3 Ile-de-France vise à raconter l'histoire de Nathalie Kosciusko-Morizet pendant son année de campagne de février 2013 à février 2014, à aucun moment l'énonciateur ne dépasse ce cadre temporel, il ponctue son récit à l'aide d'évènements, d'obstacles survenus et surmontés pendant cette période précise. Un autre exemple est le portrait d'Anne Hidalgo fait par un journaliste de Libération, ici l'énonciateur fixe un cadre à la fois spatial et temporel, il raconte les moments marquants de la vie d'Anne Hidalgo en prenant pour appui chaque ville où elle a vécu depuis sa naissance jusqu'à aujourd'hui.

Nous pouvons cependant constater qu'un ordre chronologique n'est pas toujours respecté par les énonciateurs, ils suivent parfois un ordre logique privilégiant la causalité des événements à la chronologie. « Dans le récit, les énoncés ne portent plus simplement sur la

⁴ Lits M. *Du récit au récit médiatique*, op. cit., p. 113

situation de communication, mais ils abordent des éléments qui dépassent cette situation et qui vont être organisés selon une certaine logique discursive, d'ordre chronologique ou narratif. »⁵ Le récit ne s'étudie pas pour lui-même Marc Lits envisage de prendre en compte ce qui donne sens à l'histoire. Le cadre spatio-temporel évoqué par l'énonciateur permet de situer l'histoire, de lui donner un ordre chronologique parfois ou bien simplement de situer chaque événement les uns par rapports aux autres. Les éléments spatiaux et temporels viennent également éclairer celui qui lit ou visualise l'histoire, ils ont pour but de mieux l'intégrer dans l'histoire en lui facilitant la compréhension des événements.

Tableau 16 : Eléments spatio-temporels en fonction de l'ordre choisi par l'énonciateur

PORTRAITS	Ordre	Eléments spatiaux-temporels
Le Monde – Anne Hidalgo	Chronologique	***
Le Monde – Nathalie Kosciusko-Morizet	Logique (par thème)	***
Le Figaro – N. Kosciusko-Morizet	Logique	**
Libération – A. Hidalgo	Chronologique et spatial	**
France 3 – A. Hidalgo	Logique	**
France 3 – N. Kosciusko-Morizet	Chronologique	**
Le Nouvel Obs. vidéo – A. Hidalgo	Logique	*
Le Nouvel Obs. vidéo – N. Kosciusko-Morizet	Logique	*
Le Parisien vidéo – portrait croisé	Logique	*
Envoyé Spécial – portrait croisé	Logique	**
Site Web de N. Kosciusko-Morizet	Chronologique et logique	**
Site web d'A. Hidalgo	Chronologique	***

Tableau constitué à partir de nos grilles d'analyse

Quel que soit l'ordre choisi par l'énonciateur, les éléments spatio-temporels occupent toujours une certaine place. De manière générale, cette place est moindre dans les portraits dont l'ordre suivi est un ordre logique, bien que certains énonciateurs suivant un ordre logique utilisent parfois beaucoup de références spatio-temporelles. Un élément est constamment présent dans les mises en portrait que nous avons étudiées, il s'agit du contexte, celui des élections municipales de Paris, ce dernier est repris dans toutes les mises en portrait sans exception.

En définitive, les portraits analysés empruntent certaines caractéristiques que nous retrouvons habituellement dans une histoire ce qui nous permet de voir plus concrètement

⁵ Lits M. *Du récit au récit médiatique, op. cit.*, p. 11

qu'il y a bien un lien entre la mise en portrait et le *storytelling* puisque ce dernier, nous l'avons évoqué, correspond à une mise en récit. Le *storytelling* fournit en quelque sorte les cadres d'une histoire à la mise en portrait. En effet, la mise en portrait pourrait se contenter d'aligner les traits de caractère d'un individu et les moments forts de sa vie sous forme de termes ou de dates clés, à l'image de certaines mises en portrait qui s'intitulent « Monsieur X en quelques dates ». Or, nous remarquons à travers notre corpus que ce n'est pas le cas, il y a une histoire au cœur de chaque mise en portrait, toujours manifestée par la présence d'un personnage principal et d'un cadre spatio-temporel.

II. Un *storytelling* de présentation de soi

Le lien entre la mise en portrait et le *storytelling* semble à présent plus clair, cependant une question persiste, qu'est-ce qui dans notre terrain laisse à penser que nous serions face à une pratique de *storytelling* ou encore pourquoi ne parle-t-on pas simplement de mise en récit ? Dans notre première partie nous évoquions le fait que la notion de *storytelling* recouvrait une acception plus large que le simple fait de « raconter des histoires ». Le *storytelling* irait au-delà de la dimension du récit, il recouvrirait également les mises en scène des acteurs politiques. Ce que nous proposons de montrer brièvement dans cette dernière partie, c'est la façon dont le *storytelling* aide la présentation de soi par le biais des images et de la description.

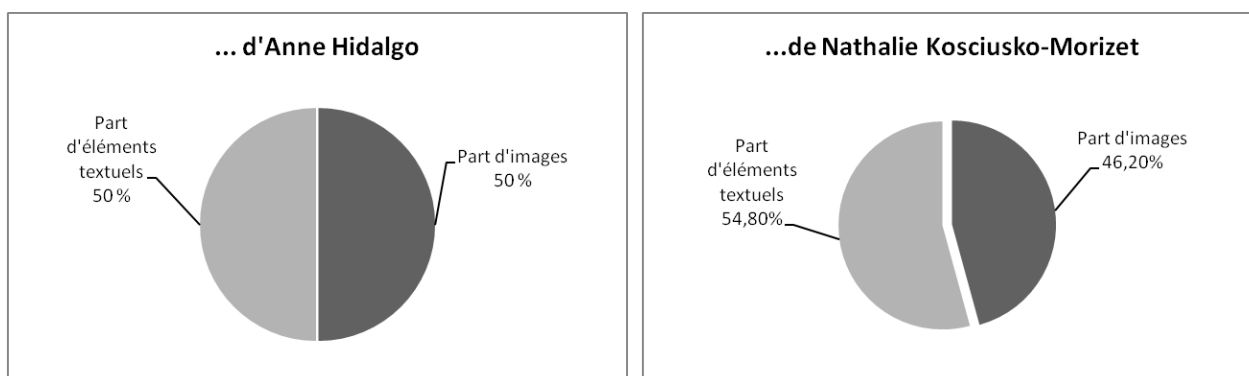
1. L'image comme description de soi

L'importance de l'image en politique est indéniable, « la multiplication et la diffusion des médias modernes ont modifié en profondeur le mode de production des images politiques. Elles peuvent être fabriquées en grand nombre, à l'occasion d'événements ou de circonstances qui n'ont pas nécessairement un caractère exceptionnel. Elles acquièrent, grâce aux moyens audiovisuels, à la presse illustrée et à l'affiche, une force d'irruption et une présence qui ne se retrouvent dans aucune des sociétés du passé. Elles deviennent quotidiennes. »⁶ Les présentations de soi elles-aussi sont constituées d'images qui présentent les candidates.

⁶ Balandier Georges. *Le pouvoir sur scènes*. Paris : Fayard, 2006, p. 124

Tout d’abord, les pages Internet d’Anne Hidalgo et de Nathalie Kosciusko-Morizet regorgent d’images, nous avons calculé le pourcentage d’éléments visuels présents sur chaque page. Les images représentent presque la majorité des éléments présents sur le site de Nathalie Kosciusko-Morizet (sachant que 4% représentent des éléments audiovisuels), alors que sur la page d’Anne Hidalgo les images représentent une stricte égalité.

Graphique 17 : Parts d’éléments visuels sur la page Internet...⁷



Les éléments visuels présents sur leurs sites relèvent à la fois de leur vie privée et de leur vie publique, ils visent à illustrer les éléments textuels. Pour chacune des candidates, les images et plus particulièrement les photographies sont importantes, elles témoignent de leur vie, elles sont des preuves qui soutiennent les propos des candidates. Nathalie Kosciusko-Morizet opte pour des photographies de type « polaroid » qu’elle dispose à la manière d’un album photo tout au long de sa page de présentation. Anne Hidalgo, elle, accorde une grande place aux photographies puisque sa page de présentation est faite de façon à ce que le « fond d’écran » soit toujours constitué d’une photographie en pleine page.

En ce qui concerne les portraits journalistiques de presse en ligne, la part des éléments visuels est moindre puisqu’une seule photographie est présente dans chaque portrait de presse. Le cœur du portrait de presse est constitué par le récit écrit et non pas par les visuels. Enfin, les portraits journalistiques audiovisuels (au nombre de six dans notre corpus) sont eux au contraire très fournis en termes d’éléments visuels. Des photographies et des vidéos, accompagnent les propos de l’énonciateur tout au long de la présentation des candidates. Ce constat rejoint ce que nous disions dans notre première partie concernant le contexte de

⁷ Graphiques réalisés par nos soins

production des médias, ce contexte diffère en partie parce que chaque média utilise des systèmes de représentation différents.

Dans le corpus étudié, les éléments visuels et les éléments textuels entretiennent une relation complémentaire. Les éléments visuels viennent illustrer les éléments textuels, et les éléments textuels sont indispensables pour une bonne compréhension des visuels. Sans l'appui d'éléments textuels, les visuels pourraient se prêter à d'autres interprétations, ainsi nous pouvons noter que dans ces présentations le texte prime puisque sans lui les éléments visuels perdent le sens voulu par leurs auteurs. Mais les images jouent tout de même un rôle puisqu'elles sont utilisées en complément de l'écrit.

Bien souvent les éléments visuels occupent une fonction descriptive, à défaut de faire une description dans l'énonciation, celle-ci se fait à travers les visuels. L'énonciateur raconte, alors que les visuels montrent et décrivent certaines situations. Gérard Genette met en évidence une distinction entre la narration et la description, « tout récit comporte en effet, quoique intimement mêlées et en proportions très variables, d'une part des représentations d'actions et d'événements, qui constituent la narration proprement dite, et d'autre part des représentations d'objets ou de personnages, qui sont le fait de ce que l'on nomme aujourd'hui la description. »⁸ La description s'entend souvent au sens de pratique littéraire, mais nous pouvons également envisager qu'elle passe à travers les éléments visuels. De manière récurrente dans les portraits journalistiques audiovisuels et dans les pages Internet des candidates, lorsque l'énoncé fait part d'un fait en particulier, il est accompagné par les visuels correspondants.

Les visuels prennent finalement un rôle d'illustration, Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet ne sont plus simplement mises en récit mais également mises en image. Leurs mises en image occupent une grande place dans les portraits audiovisuels et Internet, et se rapprochent finalement des pratiques de mise en scène, dans la mesure où l'énonciateur agence les éléments textuels et visuels à son gré. C'est à partir de là que nous pouvons dire que les présentations de soi ne reposent pas seulement sur le simple fait de raconter une histoire, aussi nous pouvons envisager d'utiliser le terme de *storytelling* qui vise finalement à regrouper sous son nom différentes pratiques : mise en récit, mise en image et mise en scène.

⁸ Barthes Roland, Bremond Claude, Greimas Algirdas-Julien, *et al.* « L'analyse structurale du récit ». *Communications*, n°8, Paris : Editions du Seuil, 1966, p. 162

2. Complémentarité entre mise en portrait et *storytelling*

Nous avons mis en évidence que les deux pratiques de la mise en portrait et du *storytelling* se croisaient dans les présentations de soi d'Anne Hidalgo et de Nathalie Kosciusko-Morizet. Cependant il est complexe de les réunir dans la catégorie des « présentations de soi » dans la mesure où chacune a des particularités et apporte des éléments spécifiques.

D'un côté, le portrait peut clairement être envisagé en tant que présentation de soi, dès son origine il se caractérise par la mise en image des traits caractéristiques d'un individu, par conséquent il s'agit de la présentation d'un individu. Et nous voyons que cette pratique se poursuit encore de nos jours à travers les portraits littéraires et journalistiques. La mise en portrait vise à présenter des individus aussi bien dans une dimension publique qu'une dimension privée. Or, en ce qui concerne le *storytelling*, nous constatons qu'il est plus difficile de l'envisager uniquement sous l'angle des présentations de soi, nous ne pouvons pas dire du *storytelling* qu'il relève de la présentation de soi. L'expression « présentation de soi » serait trop réductrice et ne montrerait pas les différents apports du *storytelling*. En effet, lorsque nous évoquons le *storytelling* en communication politique il est question de récits racontés par les acteurs politiques et médiatiques. Des récits dans lesquels figure un personnage, cependant il s'agit à la fois des histoires que racontent les acteurs politiques concernant autrui, de leurs propres histoires et de leurs mises en scène racontées par eux-mêmes ou par les journalistes. Il est par conséquent complexe de faire figurer ces différentes « techniques » de *storytelling* sous la seule appellation de « présentation de soi ». C'est pourquoi il était nécessaire de bien définir les apports de ces deux pratiques et d'envisager le *storytelling* comme complément de la mise en portrait tel que nous l'avons fait précédemment.

Le *storytelling* serait ce qui donne à la mise en portrait une dimension plus narrative avec un personnage principal identifié et un cadre spatio-temporel fixe. Il fournirait également une dimension scénique à la mise en portrait en mettant en image les portraiturés. La mise en portrait et le *storytelling* ne doivent pas être envisagés de manière séparée mais au contraire comme deux pratiques entretenant une relation étroite. La mise en portrait fournit des éléments propres aux personnes, tels que leurs traits de caractère, leurs statuts familiaux et sociaux, les obstacles qu'elles rencontrent, etc. En revanche, le *storytelling* traiterai plutôt de la mise en récit, des techniques utilisées pour dresser le portrait de ces personnes, par exemple

le fait de fixer la mise en portrait dans un cadre temporel précis, l'utilisation d'éléments audio-visuels, ou encore la mise en scène des acteurs politiques, en définitive, il s'agit de la manière d'agencer les éléments, de les mettre en récit.

Ce dernier chapitre permet d'être plus précis quant au rôle que tient la pratique du *storytelling* dans les présentations de soi, ce qui était jusqu'ici assez ambigu, parce que la définition du *storytelling* pose problème comme nous l'avons montré dans notre premier chapitre. Notre corpus nous a donné l'occasion de relier le *storytelling* à la présentation de soi mais non pas en l'envisageant comme une présentation de soi mais plutôt comme un complément. Alors qu'au contraire la mise en portrait, elle, peut-être envisagée comme présentation de soi. Ainsi, le *storytelling* apporte une trame narrative, une mise en scène à la mise en portrait.

CONCLUSION

L'analyse « socio-sémiotique » menée permet de confirmer notre hypothèse selon laquelle la mise en portrait et le *storytelling* sont liés, et plus encore elle donne à voir qu'il s'agit bien plus que d'un point commun reposant sur une dimension narrative. C'est une difficulté dans le traitement de ce sujet que de choisir comment envisager la mise en portrait et le *storytelling* ensemble. Ce sont deux pratiques différentes, qui portent deux noms distincts, c'est pourquoi nous avons souhaité les aborder sous l'angle des « présentations de soi ». Et s'il est vrai qu'il semble plus facile de relier le portrait à la présentation de soi, le *storytelling* en revanche ne s'y relie pas aussi facilement étant donné le flou qu'impose ce terme. Cette analyse a permis de constater que ces deux pratiques peuvent être envisagées dans une relation complémentaire. Le *storytelling* constitue en effet un appui, un complément de la mise en portrait ; il tisse, autour des éléments propres au portrait (tels que les traits de caractère, les dates, les statuts des personnages, etc.) une histoire, une trame narrative. Le portrait prend ainsi des allures d'histoire, alors qu'il ne se manifeste pas naturellement en donnant à voir une histoire.

L'analyse de corpus met également en évidence l'existence d'une typologie des mises en portrait d'acteurs politiques, les mises en portrait des candidates Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet donnent à voir cinq types de portraits différents. Cette typologie est issue de notre étude, elle se calque bien dessus, cependant d'autres types de portraits pourraient peut-être être trouvés en prenant en compte d'autres supports, ou en considérant d'autres éléments. En effet, nous avons donné la priorité à l'analyse des éléments relevant de la vie privée ou relevant de la vie publique dans la mesure où cela nous permettait de répondre à nos questionnements de départ. Néanmoins, il serait envisageable de considérer d'autres éléments pour construire une toute autre typologie.

L'acteur à l'origine des récits de présentation de soi ne semble pas déterminer le contenu. Les récits provenant d'acteurs politiques ne présentent pas forcément plus d'éléments privés que ceux provenant de médias. Dans une autre mesure, les portraits réalisés au sein d'un même média peuvent eux-aussi présenter des disparités. Il ne faut pas pour autant oublier que chaque acteur est porté par des enjeux économiques, sociaux, politiques, etc., qui jouent un rôle dans la façon qu'ont les acteurs à mettre en récit. D'autre part, nous ne pouvons ignorer les contextes de production et de diffusion de ces récits, ces derniers imposent des

contraintes aux énonciateurs, qu'ils soient des acteurs politiques ou médiatiques. Quel que soit le dispositif utilisé, il possède des spécificités telles que des systèmes de représentation propres (image, texte, son), il peut imposer une certaine durée ou encore un contexte de réception particulier.

Notre analyse n'est pas généralisable à tous les récits de présentation de soi puisqu'il s'agit d'une analyse réalisée dans un domaine particulier et dans un contexte que sont les élections municipales de la ville de Paris en 2014. Les résultats, en particulier la typologie, ne peuvent correspondre complètement à d'autres portraits qui se situeraient dans un autre contexte ou concerneraient d'autres acteurs. Néanmoins, il n'est pas impossible de réutiliser la typologie mise en place afin de voir si elle peut correspondre à d'autres mises en portrait d'acteurs politiques. De plus, certains indicateurs peuvent être similaires d'un récit à un autre quel que soit le contexte.

Un croisement avec une autre méthodologie pourrait apporter plus d'éléments de réponse, notamment pour ce qui est des présentations de soi émanant des candidates politiques. En effet, il était plus difficile de trouver des présentations de soi provenant des candidates elles-mêmes, les sites Internet étaient les supports les plus complets que nous puissions trouver. Cependant, il serait intéressant de considérer le recueil des témoignages des directeurs de campagne, ce qui permettrait d'analyser le discours qu'ils portent, de voir comment ils envisagent la présentation de soi en contexte de campagne et quelles finalités ils y voient. D'autre part, l'analyse pourrait être complétée par une étude des récepteurs, afin de savoir comment ces techniques de présentation de soi sont reçues par les électeurs.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES

BALANDIER Georges. *Le pouvoir sur scènes*. Paris : Fayard, 2006, 246 p.

CITTON Yves. *Mythocraties : Storytelling et imaginaires de gauche*. Paris : Editions Amsterdam, 2009, 221 p.

DE BONVILLE Jean. *L'analyse de contenu des médias*. Bruxelles : De Boeck, 2006, 451 p.

DUCCINI Hélène. *La télévision et ses mises en scène*. Paris : Armand Colin, 2011, 126 p.

GENETTE Gérard. *Figures III*. Paris : Editions du Seuil, 1972, 281 p. (Poétique)

GERSTLE Jacques. *La communication politique*. Paris : Armand Colin, 2008, 261 p. (Cursus Science politique).

GOFFMAN Erving. *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris : Les Editions de Minuit, 1973, 251 p.

JEANNERET Yves. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Villeneuve-d'Ascq : Presses universitaires du Septentrion, 2007, 200 p.

LE BART Christian (dir.) et LEFEBVRE Remy (dir.). *La proximité en politique. Usages, rhétoriques, pratiques*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2005, 305 p.

LEROUX Pierre et RIUTORT Philippe. *La politique sur un plateau. Ce que la télévision fait à la représentation*. Paris : Presses universitaires de France, 2013, 263 p.

LITS Marc. *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles : De Boeck, 2008, 235 p.

MAINGUENEAU Dominique. *Analyser les textes de communication*. Paris : Armand Colin, 2007, 213 p.

MARIN Louis. *Le portrait du roi*. Paris : Les Editions de Minuit, 1981, 300 p.

MOURIQUAND Jacques. *L'écriture journalistique*. Paris : Presses universitaires de France, 2011, 127 p. (Que sais-je ?)

MUCCHIELLI Roger, *L'analyse de contenu*. Issy-Les-Moulineaux : ESF, 1974, 223 p.

RIUTORT Philippe. *Sociologie de la communication politique*. Paris : La Découverte, 2007, 122 p. (Repères, Sciences politiques-Droit)

SALMON Christian. *Storytelling la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris : la Découverte, 2007, 239 p.

WRONA Adeline. *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*. Paris : Hermann Editeurs, 2012, 441 p.

WOLTON Dominique (dir.). *La Communication politique*. Paris : CNRS Editions, 2008, 161 p.

CHAPITRES D'OUVRAGES

ABELES Marc. « La mise en représentation du politique ». **In** ABELES Marc. *Anthropologie du politique*. Paris : Armand Colin, 1997, 282 p. (Collection U)

ABELES Marc. « L'élection à l'ère d'Internet. Personnalisation, égo-isation et désacralisation des rituels politiques ». **In** : GREFFET Fabienne. *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web*. Paris : Sciences Po. Les Presses, 2011, 313 p. (Sciences Po. Fait politique).

ARTICLES DE REVUE

Supports imprimés

BELANGER André-J. « La communication politique, ou le jeu du théâtre et des arènes ». *Hermès, La Revue*, n°17-18, 1995, p. 125-143.

BERUT Benjamin. « *Storytelling* : une nouvelle propagande par le récit ? ». *Quaderni*, n°72, 2010, p. 31-45.

CITTON Yves. « Traiter les données : entre économie de l'attention et mycélium de la signification », *Multitudes*, n°49, 2012, p. 143-149.

COULOMB-GULLY Marlène, « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel ». *Mots. Les langages du politique*, n°70, 2002, p. 103-112.

DARRAS Éric. « La coproduction des grands hommes. Remarques sur les métamorphoses du regard politique ». *Le Temps des médias*, n°10, 2008, p. 82-101.

FRADIN Guillaume, CHEVALLIER Jacques (dir.). « Cinquante ans de dévoilement de soi : le recours des hommes politiques français aux émissions de divertissement (1955-2005) ». *Le Temps des médias*, n°10, 2008, p. 53-65.

LE BART Christian. « La proximité selon Raffarin ». *Mots. Les langages du politique*, n°77, 2005, p.13-28.

LEGAVRE Jean-Baptiste. « “La queue du paon” ou les logiques de production du portrait politique dans Libération ». *Sociétés & Représentations*, n° 13, 2002, p. 333-361.

MERCIER Arnaud. « Pour la communication politique ». *Hermès, La Revue*, n° 38, 2004, p. 70-76.

MERCIER Arnaud. « La communication politique en France : un champ de recherche qui doit encore s'imposer ». *L'Année sociologique*, vol. 51, 2001, p. 355-363.

NEVEU Erik. « Pages “Politique” ». *Mots*, n°37, 1993. Rhétoriques du journalisme politique. p. 6-28.

SCHNEDECKER Catherine. « Les chaînes de référence dans les portraits journalistiques : éléments de description ». *Travaux de linguistiques*, n°51, 2005, p. 85-133.

REVUES

BARTHES Roland, BREMOND Claude, GREIMAS Algirdas-Julien, *et al.* « L'analyse structurale du récit ». *Communications*, n°8, Paris : Editions du Seuil, 1966, 172 p.

AUTRES SUPPORTS MOBILISES

SITOGRAPHIE

Le Trésor de la Langue Française informatisé **[en ligne]**.

Disponible sur : <http://atilf.atilf.fr/tlfr3.htm> (consulté en janvier 2014).

TNS Sofres - LeLab 2012. A force de *storytelling*, l'homme politique apparaît comme un narrateur peu fiable **[en ligne]**.

Disponible sur : <http://www.llelab2012.com/interview.php?id=729> (consulté en décembre 2013)

OUVRAGES

DE CERTEAU Michel. *L'invention du quotidien. 1, Arts de faire*. Paris : Gallimard, 1990, 349 p. (Folio. Essai. 146)

DICKASON Renée, RIVIERE-DE-FRANCO Karine, *et al.* *Image et communication politique. La Grande-Bretagne depuis 1980*. Paris : L'Harmattan, 2007, 151 p.

MAINGUENEAU Dominique. *Les termes clés de l'analyse du discours*. Paris : Seuil, 2009, (Points Essais).

POLLETTA Francesca. *It was like a fever. Storytelling in protest and politics*. Chicago : University of Chicago press, 2006, 256 p.

REUTER Yves. *L'analyse du récit*. Paris : Armand Colin, 2007, 128 p.

ARTICLES

Supports imprimés

BELLETTANTE Joseph. « Récit et légitimation : les États-Unis en guerre contre le terrorisme (2001-2004) ». *Études de communication*, n° 34, 2010, p. 177-192.

BOURDIEU Pierre. « La représentation politique. Eléments pour une théorie du champ politique ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°36-37, 1981, p. 3-24.

CHAMPAGNE Patrick. « Le cercle politique [Usages sociaux des sondages et nouvel espace politique] ». *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 71-72, 1988. p. 71-97.

COULOMB-GULLY Marlène, ESQUENAZI Jean-Pierre. « Fiction et politique : doubles jeux ». *Mots. Les langages du politique*, n°99, 2012, p. 5-11.

DORNA Alexandre. « Les effets langagiers du discours politique ». *Hermès, La Revue*, n°16, 1995, p131-146.

KREISWIRTH Martin. « Trusting the tale: the narrative turn in the human sciences ». *New Literary History*, vol. 23, n° 3, 1992, p. 629-657

NEVEU Erik, RIEFFEL Rémy. « Les effets de réalité des sciences de la communication ». *Réseaux*, vol. 9, n°50, 1991, p. 11-40.

WRONA Adeline. « Usages médiatiques du portrait ». *Communication et langages*, n°152, 2005, P35-40.

Supports numériques

SMITH Lynn. « Not the same old story ». **[Document en ligne]**, *Los Angeles Time*, 2001. Disponible sur : <http://articles.latimes.com/2001/nov/11/news/cl-2758> (consulté en février 2014).

BOLLON Patrice. « Le « *storytelling* », ou l'art du mensonge ? » **[Document en ligne]**. *Le Magazine Littéraire*, n°471, 2008, p. 24-35. Disponible sur : www.cairn.info/magazine-le-magazine-litteraire-2008-1-page-24.htm (consulté en octobre 2013)

BRANTS Kees. « De l'art de rendre la politique populaire... » **[Document en ligne]**. *Réseaux*, n°118, 2003, p. 135-166. Disponible sur : www.cairn.info/revue-reseaux-2003-2-page-135.htm (consulté en décembre 2013)

REVUES

DARRAS Bernard (dir.). « Image et Média ». *Médiation & Information : Revue Internationale de Communication*, n°7, Paris : L'Harmattan, 1997, 175 p.

LITS Marc. « Discours politique ». *Médiatiques*, n° 21, Louvain-la-Neuve : Observatoire du récit médiatique, 2000, 56 p.

ANNEXES

GRILLES D'ANALYSE des stratégies de présentations de soi

POUR LES SITES INTERNET

	Site Internet : www.nkmparis.fr	Site Internet : www.anne-hidalgo.net
1. Contexte de production		
Type de support/canal médiatique	Site Internet	Site Internet
Nom du site	NKM Paris	Anne Hidalgo, Paris qui ose
Au sein de quoi il s'insère	Site Internet de Nathalie Kosciusko-Morizet	Site Internet d'Anne Hidalgo
Titre/Etiquette du corpus (formel, informel)	Onglets : « NKM » > « Son parcours »	Onglets : « Me connaître » > « Mon parcours »
2. Diffusion du discours		
Moment de la diffusion	Avant, Pendant et Après la campagne électorale	Avant, Pendant et Après la campagne électorale
- L'énonciateur		
Nom de l'énonciateur	Nathalie Kosciusko-Morizet	Anne Hidalgo
Statut	Candidate à la Mairie de Paris (2014)	Candidate à la Mairie de Paris (2014)
Enonciateur inscrit ou focalisé	Enonciateur inscrit.	Enonciateur inscrit.
Rapport énonciation // énoncé (ancré ou éloigné)	Rapport éloigné : l'énonciation est dans le présent mais l'énoncé relève d'événements passés.	Rapport éloigné : l'énonciation est dans le présent mais l'énoncé relève d'événements passés.
3. Analyse lexicale		
- Désignation du portraituré		
Désignation du portraituré	Par son prénom et nom : « Nathalie Kosciusko-Morizet » Par son « nom de marque » : « NKM » Ancien surnom : « Nakomo »	Par son prénom et nom « Anne Hidalgo »
Marqueurs de la 1 ^{ère} personne	Pronoms personnels : oui (« je », « j' ») Pronoms possessifs : oui (« ma », « mon », « mes »)	Pronoms personnels oui (« je », « j' ») Pronoms possessifs : oui (« ma », « mon », « mes »)
Réurrence des marqueurs de la 1 ^{ère} personne du singulier	Je (17 fois), Mon (12 fois), Ma (10 fois), J' (9 fois), Mes (7 fois), Moi (4 fois), M' (3 fois), Me (3 fois) Total : 65 pronoms (3,8%) <i>*sur un total de 1560 mots pertinents (hors conjonctions, articles...) pour Nathalie Kosciusko-Morizet</i>	Je (64 fois), Mon (10 fois), Ma (13 fois), J' (15 fois), Mes (8 fois), Moi (5 fois), M' (8 fois), Me (7 fois) Total : 130 pronoms (2,4%) <i>*sur un total de 5400 mots pour Anne Hidalgo</i>
- Eléments de récit		
Type de récit (narratif, explicatif, argumentatif...)	Narratif Explicatif (commentaires de ses photos)	Narratif
Temps du récit	Par ordre d'importance : - Présent - Aucun temps utilisé (dans la description de photo) - Passé composé (peu) - Imparfait (très peu), seulement dans la rubrique « Enfance » → marque la rupture avec le passé	Par ordre d'importance : Le présent domine Passé composé Imparfait (très peu)

Élément de début du récit	« Fiche ... » : Nom, Date de naissance, Lieu de naissance, Statut familial	« 19 JUIN 1959 J'ai vu le jour en Andalousie... »
Élément de fin du récit	« Parisienne et engagée » : Les Primaires, ses rendez-vous avec les Parisiens	« Cette histoire, continuons de l'écrire ensemble »
	→ Fil conducteur son récit se termine sur sa candidature à la Mairie de Paris (élément d'actualité justifiant le récit)	→ Elle identifie clairement que c'est une histoire qu'elle vient de raconter, d'écrire
- L'espace et le temps		
Respect d'un ordre chronologique, logique ou hiérarchique des actions	En partie chronologique. Mais majoritairement logique. Organisé en neuf rubriques thématiques : Enfance, Etudes, Politique, Elue locale, Famille, Ecologie, Numérique, Idée & Valeurs, Paris	Chronologique (suit les dates) Elle part de son enfance jusqu'au lancement officiel de sa campagne pour les Municipales de Paris
Éléments temporels (situant dans le temps) Leur importance, leur précision)	- Dates. Parfois précises (Jour/Mois/Année) et annuelle. Sous le format : « date : [texte] » Sur les 64 éléments textuels, 38 sont situés dans le temps, soit 59,4%	Chaque élément textuel est dominé par une date écrite en gras. Tous les éléments sont situés dans le temps.
L'espace (type de lieux, leur importance...)	La nomination des lieux est importante. Lieu de naissance (Paris 15 ^e), Lieux de son enfance, Lieux d'étude, Lieux de déplacements politiques, lieux passés avec ses enfants (Foire du trône), etc. Les lieux sont précis et apparaissent souvent : sur 64 éléments textuels, 31 comprennent (au moins) un indicateur de lieu, soit 48,4%.	La nomination des lieux n'est pas très importante. Sur 40 éléments textuels, 14 comprennent un indicateur de lieu, soit 35%.
La description (personnage, lieu, temps)	Description spatio-temporelle (images, dates...)	Description spatio-temporelle (images, dates...)
- Eléments relatifs au portrait		
Nombre total d'éléments (texte, image, vidéo, son)	130 éléments	80 éléments
Part des éléments textuels	64/130 (soit 49,2%)	40/80 (50%)
Éléments relatifs à sa carrière politique	Sur 64 éléments textuels, 26 relèvent de sa carrière politique (50 %)	Sur les 40 éléments textuels, 29 éléments textuels relèvent de sa carrière politique (72,5%)
Éléments relatifs à la vie privée	Sur 64 éléments textuels, 32 font référence à sa vie privée (soit 50 %) Éléments concernant : son enfance, son année de CE2, sa recette de cuisine préférée, son mari, la natation. Il lui arrive également de faire allusion à ses grossesses dans des blocs textuels dédiés à sa carrière politique.	Sur les 40 éléments textuels, 11 éléments font référence à sa vie privée (soit 27,5%) Éléments concernant : sa naissance, son enfance, son obtention de la nationalité française, ses études, le début de sa carrière d'inspectrice du travail, sa vie familiale
Thèmes récurrents/champs lexicaux dominants	- Champ lexical de l'écologie (écologie, environnement, Grenelle, climat, biodiversité, Sommet de la Terre) - Champ lexical du transport (ligne, métro, RER) - Champ lexical du numérique (Internet, Facebook, Archos, Android, robotique, tablette, nouvelles technologies) - Champ lexical de la politique (Ministre, engagement, campagne, UMP, Congrès, élue, circonscription, députée, maire, engagement local, droite, gauche, Ministère, Parlement, porte-parole, présidentielle, mouvement, engagée, candidate, élection municipale) - Champ lexical de l'enfance (enfant, dessin, maternelle, classe, premiers jeux, fils) - Champs lexical des loisirs (piscine, jardinage, travaux manuels, plage, square, dessin, photos,	- Champ lexical de la politique (républicaine, PS, engagement, syndicalisme, adhère, gauche, législatives, ministre, gouvernement, têtes de liste, Parlements, candidat(ure), mairie, démocratie, élue, hôtel de ville, pouvoir, droite, engagée, adjointe, élections régionales, militants, réélu, citoyens, gouverner, campagne, présidé, République, peuple, projet, présidente, meeting, Victoire, gouvernance) - Champ lexical du transport (vélos, lignes, voiture, transport, tramway, pistes cyclable, bus, taxi, circulation, vélib', autolib', voies, pollution, trottinettes-lib) - Champ lexical de la fête (célébrer, commémoration, fête, amis, victoire, victorieuse, gagne, fière, élan collectif, grand moment, foule)) - Champ lexical de la fertilité (immense joie,

	<p>amie, complice, détente, sommeil, micro-siestes) - Champ lexical des études (CE2, classe, classe préparatoire, cahier, maternelle, école, classe, lycée, révision, concours, Ecole d'Ingénieurs, examen, Ecole Polytechnique, stage, ENGREF, élèves, pédagogique) → Veut faire ressentir ses émotions</p>	<p>heureux, succès, cabarets, bals) - Champ lexical de la femme (femmes, féminisme, femmes-hommes, parité, IVG, cancer du sein) → Exprime ses émotions</p>
Mots les plus récurrents (après analyse de site)	<p>Paris/Parisienne/Parisiens (11 fois), Enfants (7 fois), Numérique (6 fois), Campagne (4 fois), Ecologie (4 fois), Environnement (4 fois), Devenir (4 fois), France (4 fois), Politique (3 fois) → Portrait très orienté sur ses préoccupations politiques mais également sur sa famille</p>	<p>Paris/Parisienne/Parisiens (108 fois), France (33 fois), Politique (39 fois), Femme(s) (10 fois), Logement (8 fois), Enfants (7 fois), Victoire (6 fois), Campagne (5 fois), Gauche (5 fois), Numérique (5 fois), Histoire (5 fois) → Portrait très orienté sur son parcours politique, sur son statut de femme</p>
Présence d'anecdotes	<p>Une recette de cuisine, Son surnom Nakomo, « Je suis une femme de droite, mariée à un homme de gauche depuis 10 ans », « J'ai toujours aimé les travaux manuels... », « Les micro-siestes m'aident... », « La piscine (...) c'est une plongée à l'intérieur de soi » → tend à la rapprocher de ses lecteurs</p>	Pas d'anecdote
4. Analyse des éléments audiovisuels		
Nombre total d'éléments (texte, image, vidéo, son)	130 éléments	80 éléments
Nombre total d'éléments visuels	66 (soit 50,8 %)	40 éléments visuels (soit 50%) Chaque élément textuel correspond à un élément visuel
Nombre total d'images (part d'images)	60 (46,2%)	40 (50%)
Part des images « personnelles » (hors du cadre public/politique)	29 images « personnelles » Soit 48,3%	6 images « personnelles » soit 10%
Part des images à caractère politique	31 images à caractère politique Soit 51,7%	12 images à caractère politique Soit 30% + des images d'illustration (de type cartes)
Images dominantes	Equilibre entre Images privées et Images politiques	Dominance des images d'illustration et des images à caractère politique
Effets des images	Type polaroid	Photographie plein écran sur laquelle est apposé un bloc textuel explicatif
Part des vidéos * Nombre de vidéos / Ensemble des éléments	3 vidéos (durée courte) - Expérimentation des tablettes numériques avec des séniors (20 sec) - Lancement de La France droite (12 sec) - Victoire des primaires (21 sec) → La première illustre un moment d'échange, de partage qui la montre comme une femme politique proche des citoyens → Les deux suivantes illustrent des moments marquants de sa carrière politique	Aucune
Part des documents audio	1 extrait audio : lettre de son grand-père lue par Nathalie Kosciusko-Morizet.	Aucun
Sa présence dans les images	12 images dans lesquelles, elle n'est pas présente (soit 20%)	21 images dans lesquelles elle n'est pas visible (55,3%)
	48 images dans lesquelles elle est présente. Elle est nettement reconnaissable dans 47 d'entre elles. → Identifiable facilement	17 images dans lesquelles elle est présente → Identifiable facilement
Types d'images	Photographies Dessin Tableau Image signalétique	Photographies: - dont une d'archive - dont 15 photographies d'illustration du texte (ex. photo d'un Code du travail, photo de la ville de

	Affiche de campagne Recette → Photographies visant à présenter la candidate, à la montrer directement	Cadix, etc.) - Deux cartes → photographie à caractère illustratif
Présence d' « évènements » marquants (marqué par un nombre de photo/vidéo important)	- Déplacement à Fukushima au lendemain de la catastrophe (deux photos) - Voyage en Afrique dédié aux nouvelles Technologies (deux photos) - Son élection aux Primaires pour les Municipales de Paris. (Deux photos et la vidéo de sa victoire) - L'opération « NKM près de chez vous » prend une certaine place sur la page internet (Six photos l'illustrent).	- Obtention de son passeport - Election de Bertrand Delanoë - Bertrand Delanoë victime d'un attentat - Sa décoration de l'Ordre d'Isabelle la Catholique (équivalent Légion d'Honneur)
5. Organisation de l'espace		
Place de la « présentation de soi » sur le site	Pas directement visible (nécessité de passer par un 1 ^{er} onglet)	Directement visible
Dénomination de l'onglet	Onglet intitulé « NKM » à l'intérieur duquel on trouve un sous-onglet « Son parcours »	Onglet intitulé « Me connaître » à l'intérieur duquel nous trouvons un sous-onglet « Mon parcours »
Ergonomie de la page	Sa page apparaît comme un album photo (Superposition de photographies, certaines « en désordre » sous forme de tas de photographies).	Sa page apparaît comme une frise chronologique constituée d'images en plein écran sur lesquelles sont intégrées des blocs de texte explicatifs des visuels.
Présence de liens hypertexte		Un lien hypertexte clôturant la série de photographies « Rester informé(e) »
6. Sollicitation de l'internaute		
Pratique du teasing – verbes métacommunicatifs (« lire », « continuer(z) », « télécharger(z) »...)	« Ecouter NKM »	« Rester informé(e) »
Présence de pronoms des 1 ^{ère} et 2 ^{ème} personnes du pluriel (nous, vous, nos, notre ...), de mots incluant l'internaute	Présence de « notre » à deux reprises (« notre société », « notre Constitution ») mais n'implique pas les Parisiens (électeurs) Présence du « vous » dans sa recette de cuisine	Présence de « notre » à plusieurs reprises pour désigner les parisiens « Ensemble », « continuons »
	→ Le lecteur est peu sollicité	→ Elle inclue un peu plus le lecteur que Nathalie Kosciusko-Morizet en employant des mots plus forts (ensemble, continuons) mais cela reste minoritaire.

POUR LA PRESSE ECRITE INTERNET

TABEAU N°1	Article. Le Monde – A. Hidalgo	Article. Le Monde – N. Kosciusko-Morizet
1. Contexte de production du discours		
Type de support/canal médiatique (Télévision// presse)	Presse en ligne	Presse en ligne
Nom du média	lemonde.fr	lemonde.fr
Genre (portrait journalistique...)	Portrait de presse	Portrait de presse
Au sein de quoi il s'insère (seul ou bien prend part dans une émission, rubrique...)	Rubrique « Politique »	Rubrique « Politique »
Auteur du contenu et statut	Marion Van Renterghem, journaliste pour Le Monde	Nicolas Chapuis et Alexandre Lemarié, journalistes pour Le Monde
Titre/Etiquette du corpus (formel, informel)	Anne Hidalgo, l'air de rien → Titre annonce le portrait d'une candidate discrète, dont on ne se méfie pas	Les cinq vies de Nathalie Kosciusko-Morizet → Le portrait parle de sa vie (ses vies)
2. Diffusion du discours		
Moment de la diffusion (avant/pendant/ après la campagne électorale)	16 septembre 2013	15 février 2013
- L'énonciateur		
Journaliste	Marion Van Renterghem	Nicolas Chapuis et Alexandre Lemarié
Enonciateur inscrit ou neutralisé	Neutralisé (l'énonciateur ne s'implique pas directement dans l'article)	Neutralisés (ne s'impliquent pas)
Rapport énonciation // énoncé (ancré ou éloigné)	Enonciation éloignée (faits passés) → Récit	Enonciation éloignée (faits passés) → Récit
3. Analyse lexicale		
- Désignation du portraituré		
Désignation du portraituré	« Anne Hidalgo » Quelques comparaisons : - Anne Hidalgo est comparée à « une doublure soumise et silencieuse » - Comparée à une cycliste (« coureur de fond », « se détache du peloton »)	« Nathalie Kosciusko-Morizet » « NKM » « la "geek" du gouvernement »
Identification du portraituré (Pronoms personnels)	Pronoms personnels : « elle » Pronoms possessifs : « son », « sa », « ses »	Pronoms personnels : « elle » Pronoms possessifs : « son », « sa », « ses »
- Eléments de récit		
Type de récit (seulement narratif ou mélange explicatif, argumentatif...)	Narratif	Narratif
Temps dominant du récit	Présent	Présent
Élément de début du récit	Enonciateur : « Sur l'estrade dressée place de la Bastille pour l'élection de François Hollande, le 6 mai 2012, Anne Hidalgo n'était encore qu'une apparition »	E : « Nathalie Kosciusko-Morizet est la nouvelle candidate de l'UMP à Paris. En s'imposant face à Pierre-Yves Bournazel et François Legaret, elle s'est offert le droit de défier l'année prochaine Anne Hidalgo, la candidate socialiste. A 40 ans, l'ancienne maire de Longjumeau veut écrire une nouvelle ligne sur un CV déjà bien rempli. »
Élément de fin du récit	« La douce Anne Hidalgo est passée au mode autoritaire : un registre courant chez ces coureurs de fond qui avancent sans faire de bruit. »	« Toujours amer, il (Olivier Thomas, candidat socialiste aux législatives) confie aujourd'hui : "Je la respectais jusqu'à cet épisode, lors duquel elle a montré son vrai visage." »

- L'Espace et le temps		
Respect d'un ordre chronologique, logique ou hiérarchique des actions	Un ordre chronologique avec certains retours en arrière et mises en contexte.	Ordre logique (organisé en thèmes). A l'intérieur de chaque thème (Cf. ci-dessus), un ordre chronologique est parfois mis en avant.
Éléments temporels (fréquence d'utilisation, importance, précis ou imprécis...)	« 6 mai 2012 », « dès le 4 septembre 2012 », « ce jour de décembre 1998 », « en cette fin d'année 1998 », « municipales de 2001 », « Congrès de Rennes en 1990 », « en 2001 », « début des années 1960 », « en octobre 2002 », « Congrès de Reims de 2008 », « novembre 2011 », « mai 2012 », « juillet 2012 »	« en 2012 », « dès le début des années 2000 », « en 2007 », « janvier 2009 », Depuis 2011 », « en juin 2011 », « 7 septembre 2011 », « 24 avril 2012 », « 25 avril », « le 12 juin 2012 », « entre le 12 et le 15 juin », « aujourd'hui »
L'espace (type de lieux, leur importance...)	« Place de la Bastille », « Mairie de Paris », « Ile-de-France », « Congrès de Reims », « Congrès de Rennes », « Lyon », « Paris »,	« Paris », « Longjumeau », « Sèvres », « Hauts-de-Seine », Saint-Nom-la-Bretèche (Yvelines), « Boulogne-Billancourt », « L'Élysée », « Matignon », « Essonne »
La description (personnage, lieu, temps)	Personnage : - « son œil brun et ses foulards rose pétant » - « bronzée, elle sirote une eau minérale à la terrasse... » - « manière de parler monochrome et lancinante »	Pas de description
- Éléments relatifs au portrait		
Éléments biographiques	« ses parents sont des immigrés espagnols du début des années 1960, qui ont fui le franquisme et la misère avec leurs deux filles parce qu'ils croyaient à l'école républicaine française. La petite Anne est alors élevée avec sa sœur à Lyon dans une cité ouvrière. »	« A 40 ans » ; « Un père maire de Sèvres et conseiller général des Hauts-de-Seine, un grand père "gaulliste de gauche", ambassadeur de France de 1957 à 1978 et maire de Saint-Nom-la-Bretèche (Yvelines) de 1977 à 1994, un arrière-grand-père sénateur de la Seine de 1927 à 1942 et maire de Boulogne-Billancourt (Hauts-de-Seine) » ; « sortie de polytechnique »
Traits de caractère	« soumise », « silencieuse », « douce », « déterminée et fidèle », « autoritaire », « ses fameuses colères froides »	« combattante »,
Éléments relatifs à la carrière professionnelle	- Annonce de sa candidature à la Mairie de Paris - Campagne municipale de 2001 : « elle gagne un siège au Conseil de Paris et la confiance de Delanoë » - « Bertrand Delanoë en fait sa Première adjointe » - Remplacement de Delanoë en 2002 - « En 2008, elle se voit confier la délégation cruciale de l'urbanisme » - François Hollande lui remet la Légion d'honneur en juillet 2012	- « nouvelle candidate de l'UMP à Paris » - « ancienne maire de Longjumeau » - « conseillère environnement à Matignon » - « Entrée à l'Assemblée » - « poste de secrétaire d'Etat à l'écologie » - « s'affirme dans la mise en place du Grenelle de l'environnement » - « récupère un grand ministère de l'écologie » - « nommée secrétaire d'Etat à la prospective et au développement numérique » - « Devenue porte-parole de la campagne présidentielle de Nicolas Sarkozy »
Éléments relatifs à la vie privée	- « La rupture est définitive avec son amie Martine (Aubry), pourtant intime de son mari et témoin de leur mariage. Devant un bureau national du parti médusé, soutenue par Delanoë, Hidalgo explose. "Tu mens !", crie-t-elle, avant de conseiller à "Martine" de "ne plus jamais croiser [son] chemin !" » - « Il (Delanoë) l'appelle "ma petite Anne" »	- « le frère, Pierre Kosciusko-Morizet, est entrepreneur Web et créateur du site de vente en ligne Price Minister »
Termes/nom propres récurrents	Paris/parisiens/parisiennes (14 fois), Bertrand Delanoë (12 fois), Maire (7 fois), Campagne (6 fois), Adjointe (5 fois), Politique (5 fois), Femme (5 fois), Bruit (3 fois), Douce (2 fois) → Portrait s'annonce très orienté politique,	Politique (7 fois), Ecologie (7 fois), Nicolas Sarkozy (7 fois), Droite (6 fois), Ministre (5 fois), République (4 fois), Campagne (3 fois), Environnement (3 fois), Paris/parisiens/parisiennes (2 fois) → Portrait mettant en avant sa carrière politique de

	en mettant beaucoup l'accent sur la relation Delanoë/Hidalgo, et sur son statut de femme	ministre, son souci de l'écologie et sa relation à Nicolas Sarkozy
Champs lexicaux dominants	<ul style="list-style-type: none"> - De la politique (élection, candidature, Mairie de Paris, première adjointe, adversaire, équipe de campagne, tête de liste, gouvernement, socialistes, droite, rivales, Congrès, campagne, politique, ministère, municipales, têtes de liste, Conseil de Paris, gauche, démocratique, conseillers, adjoints, présidence, exécutif, mandat, dauphine, parti, Hôtel de Ville, ministre, poste ministériel, militants, députés) - Champ lexical du féminin (femme, parité, droit des femmes, foulard rose, féministe, filles, maquillant, amie, douce) - Champ lexical de la discrétion (l'air de rien, douce, soumise, silencieuse, sans bruit, silencieux, invisibles, bas bruit, coureurs de fond) 	<ul style="list-style-type: none"> - De la politique (candidate, UMP, socialiste, Maire, politique, ambassadeur, conseiller général, sénateur, droite, Élysée, conseillers, Assemblée, suppléante, loi, élection, secrétaire d'Etat, campagne, ministre, gouvernementale, ministère, parlementaire, gouvernement, extrême droite, cantonale, voterait, gauche, Front National, tour, FN, président, élue, gauche, législatives, porte-parole, socialiste) - De l'écologie (écologie, environnement, Grenelle, pollueur-payeur, vert, énergie) - De l'affrontement (duel, vainqueur, débat, adversaire, imposant, défier, combattante, contre, affronter, faire battre)
4. Analyse des images		
Type d'image (photographie, dessin, ...)	Une photographie	Une photographie
Contenu des images (paysage, portrait, famille, etc.)	Anne Hidalgo souriant de face	NKM à l'arrière d'un scooter, parlant dans un micro tenu par le bras d'un journaliste
Contexte des images (privé, public)	Publique	Publique
Type de plan (rapproché, américain, etc.)	En gros plan (visage, épaules)	Plan rapproché (buste, visage)

TABLEAU N°2	Article. Libération – A. Hidalgo	Article. Le Figaro – N. Kosciusko-Morizet
1. Contexte de production du discours		
Type de support/canal médiatique (Télévision// presse)	Presse en ligne	Presse en ligne
Nom du média	libération.fr	lefigaro.fr
Genre (portrait journalistique...)	Portrait de presse	Portrait de presse
Au sein de quoi il s'insère (seul ou bien prend part dans une émission, rubrique...)	Rubrique « Politique » > « Profession politique »	Rubrique « Elections » > « Municipales 2014
Auteur du contenu et statut (INA, journalistes, etc.)	Luc Le Vaillant, chef du service « Portraits » de Libération	Raphaël Stainville, journaliste
Titre/Etiquette du corpus (formel, informel)	Anne Hidalgo. Cosmopolitique L'énonciateur propose un « voyage à travers les villes vécues et fantasmées de l'adjointe de Delanoë »	NKM, la brindille de fer
2. Diffusion du discours		
Moment de la diffusion (avant/pendant/ après la campagne électorale)	2 octobre 2012	14 mars 2014
- L'énonciateur		
Journaliste	Luc Le Vaillant	Raphaël Stainville
Enonciateur inscrit ou neutralisé	Inscrit (l'énonciateur s'implique dans l'introduction du portrait) « On est dans un grand bureau ». → Neutralisé en grande partie	Neutralisé (l'énonciateur ne s'implique pas dans l'énonciation)
Rapport énonciation // énoncé (ancré ou éloigné)	Enonciation éloignée (faits passés) → récit	Enonciation éloignée (quand il aborde des faits passés) → récit

3. Analyse lexicale		
- Désignation du portraituré		
Désignation du portraituré	« Anne Hidalgo », Désignée à plusieurs reprises par « la première adjointe », « la binationale », « élue PS à la notoriété débutante » « cette femme de 53 ans », « une ancienne timide »	« NKM » (titre + corps du texte), « Nathalie Kosciusko-Morizet », « l'ancienne porte-parole de Nicolas Sarkozy », « grande bourgeoise », « bête à concours »
Identification du portraituré (Pronoms personnels)	Pronoms personnels : « elle » Pronoms possessifs : « son », « sa », « ses »	Pronoms personnels : « elle » Pronoms possessifs : « son », « sa », « ses »
- Eléments de récit		
Types de récits (seulement narratif ou mélange explicatif, argumentatif...)	Narratif Descriptif	Narratif
Temps dominant du récit	Présent	Présent
Élément de début du récit	Enonciateur : « Elle a choisi d'annoncer sa candidature dans le XIX ^e arrondissement popu et bariolé, vivace dans ses communautarismes fatigués mais en voie de boboisation avancée. »	Enonciateur : À une semaine d'un premier tour crucial, Nathalie Kosciusko-Morizet veut encore croire, contre vents et marées, en ses chances de victoire à Paris. »
Élément de fin du récit	Enonciateur : « Façon coq à l'âne, la voilà partie à rêver New York, «sa puissance, son énergie», ses hautes perspectives. Avant de se replier sur l'éloge du patrimoine industriel d'une métropole folklorisée depuis qu'elle vit de l'immobilier rentier et du tourisme culturel. Un Paris qu'elle aura bien du mal, quoi qu'elle espère, à rendre au peuple ouvrier et à la jeunesse du monde. »	Enonciateur : « L'intéressée veut y croire : il suffirait que droite et centre se mobilisent face à la possibilité d'une victoire, que l'abstention change de camp, que les électeurs de gauche restent chez eux pour punir les «2 H, Hollande et Hidalgo». C'est le pari de NKM, reprenant une formule que lui avait soufflée Guillaume Peltier il y a quelques semaines. Cette chance ne se présentera pas de sitôt. »
- L'espace et le temps		
Respect d'un ordre chronologique, logique ou hiérarchique des actions	Un ordre chronologique et spatial (cf. division du portrait)	Un ordre logique.
Éléments temporels (fréquence d'utilisation, importance, précis ou imprécis...)	« en 36 », « dans les années 60 », « cet été », « tous les trois ans », « cette année »,	« aujourd'hui », « juin 2012 », « Dimanche soir dernier », « pendant la dernière présidentielle », « À une semaine du premier tour »,
L'espace (type de lieux, leur importance...)	« tout au sud de l'Espagne », « en face de Cadix », « Lyon », « cités lyonnaises », « le sud natal », « Paris », « Val-de-Marne », « XVe arrondissement », « l'île aux cygnes », « New-York »	« Bellevilloise, dans le XXe arrondissement de Paris », « rame de la ligne 8 du métro », « son QG de campagne, rue de la Lune »
La description (personnage, lieu, temps)	Personnage : - « cette femme de 53 ans, à la douceur soyeuse et à la langueur incertaine » - « La voix hésite entre miel et noix de cajou » - « la carnation de septembre tire sur l'acajou que vous lèguent des origines et des étés andalous » Lieux : - « On est dans un grand bureau, aménagé dans les années 70 » - « Il y a là-bas une île, des marais salants, et les talons du flamenco qui piétinent le parquet frotté à la paille de fer de l'histoire. » → Le lecteur peut s'imaginer plus facilement la portraiturée, les lieux où elle se trouve...	Personnage : - « Elle est couverte de cicatrices, présente un visage d'albâtre » - « toute de noire vêtue »
- Eléments relatifs au portrait		
Éléments biographiques	« femme de 53 ans » « née tout au sud de l'Espagne, dans la maison où ont vu le jour bien des femmes de la	///

	<p>famille »</p> <p>« En 36, le grand-père républicain remonte à dos de mulet jusqu'en France. »</p> <p>« le père d'Anne, embarque au commerce. Puis, embauche aux chantiers navals comme électricien »</p> <p>« l'immigration sera autant économique que politique pour cet antifranquiste »</p>	
Termes relatifs à son caractère	« douceur soyeuse », « langueur incertaine », « ancienne timide », « ambition »	« caractère de fer », « tempérament trempé », « Lucide », « courage », « intelligence », « supériorité », « sûre », « énergie », « vivante », « belle », « brillante »,
Éléments relatifs à la carrière professionnelle	<p>« Elle a choisi d'annoncer sa candidature dans le XIX^e arrondissement »</p> <p>« première adjointe de Bertrand Delanoë »</p> <p>« décorée de l'ordre d'Isabelle I^{re} la Catholique »</p> <p>« Inspectrice du travail, elle est nommée dans le Val-de-Marne »</p>	<p>« en juin 2012 aux législatives dans la IVE circonscription de l'Essonne »</p> <p>« l'ancienne porte-parole de Nicolas Sarkozy »</p> <p>« querelles qui secouent la droite parisienne »</p> <p>« Son alliance avec l'UDI et le MoDem »</p> <p>« trahison d'Hélène Delsol, la candidate que Nathalie Kosciusko-Morizet avait désignée comme tête de liste dans le Ile arrondissement »</p>
Éléments relatifs à la vie privée	<p>« Cet été, auprès de ses parents retraités, elle y a lu Almudena Grandes et Vassili Grossman »</p> <p>« Pour payer ses études de droit, Anne Hidalgo surveille les cantines »</p> <p>« Elle se passionne pour l'improvisation théâtrale et, du haut de son 1,62 m, joue très bien au volley au côté de sa sœur aînée aussi extravertie qu'elle paraît timorée »</p> <p>« Elle s'est mariée jeune »</p> <p>« L'époux travaille pour un syndicat intercommunal, puis crée une entreprise de métaux. »</p> <p>« Leurs deux enfants sont grands. L'un est avocat, l'autre ingénieure. »</p> <p>« Elle s'est remariée avec Jean-Marc Germain. Lyonnais d'origine, ce polytechnicien fut longtemps conseiller d'Aubry et vient d'être élu député. »</p> <p>« Cette année, leur jeune fils entre dans un collège public, voisin de la rue où ils sont propriétaires d'un rez-de-chaussée de 80 m², avec studio de 20 m² en vis-à-vis »</p>	<p>« son père, quelques jours avant d'être victime d'un AVC »</p> <p>« En privé, jurent ses amis, « <i>Nathalie ne tient pas d'autres discours.</i> » »</p>
Termes/nom propres récurrents	<p>Peu de mots récurrents, l'énonciateur s'attache à dresser un portrait en utilisant un lexique varié</p> <p>Cependant, à la lecture du portrait des champs lexicaux peuvent être repérés.</p>	<p>Campagne (18 fois), Paris/parisiens/parisiennes (14 fois), Candidate (10 fois), Droite (5 fois), Chance (4 fois), Croire (4 fois)</p> <p>→ Portrait très orienté politique et tourne autour de l'espoir de la candidate</p>
Champs lexicaux	<ul style="list-style-type: none"> - De la famille (maison, femme, parents, familiale, grand-père, père, mère, sœur aînée, mariée, époux, deux enfants, remariée, jeune fils) - De la politique (candidate, Mairie, adjointe, première adjointe, élue, gouvernement, diriger, opposants, UMP, gauche, républicain, social-démocrate) - Champ lexical de la personnalité (douceur, langueur, battante, déterminée, entière, méprisante, gentille, sensible, effacée, timide, ambition, timorée) - De la culture/identité (popu, bariolé, origines, andalous, exil, immigration, langue, double culture, cosmopolitisme, binationale, 	<ul style="list-style-type: none"> - De la difficulté (contre vents et marées, se battre, âpre, rugueuse, difficile, défaite, mésaventure, menace, équations, complexes) - De la politique (premier tour, conseillers, candidate, mentor, meeting, campagne, législative, droite, centre, parti, abstention, électeurs, porte-parole, tête de liste, élue) - De la victoire (victoire, réélire, parvenu, victorieux, tirer son épingle du jeu, héroïne, l'emporter, en tête) - Du combat (rescapées, soldat, arène, risquer, affrontement, débats, confrontation, querelles, coups de poignards, guerre, perdre, cicatrices, bataille)

	européenne, natal, enracinés, terres, métissages, patrimoine, tourisme culturel, folklorisé)	
Particularités	Portrait divisé de manière géographique Une introduction : sa candidature à la Mairie de Paris (la raison du portrait en quelque sorte) Le journaliste divise le portrait en fonction des villes chères au cœur d'Anne Hidalgo : <ul style="list-style-type: none"> - Cadix et San Fernando - Lyon et la Duchère - Paris et le XVe - L'île aux cygnes et New-York 	
4. Analyse des images		
Type d'image (photographie, dessin, ...)	Une photographie	Une photographie
Contenu des images (paysage, portrait, famille, etc.)	Anne Hidalgo de profil au Conseil de Paris	Nathalie Kosciusko-Morizet de face, regardant à sa droite
Contexte des images (privé, public)	Public	Public
Type de plan (rapproché, américain, etc.)	Plan d'ensemble (Anne Hidalgo dans son environnement, ici le Conseil de Paris)	Plan rapproché (buste)

DANS LE MEDIA TELEVISION

TABLEAU N°1	N. Kosciusko-Morizet – France 3	Anne Hidalgo – France 3
1. Contexte de production		
Type de support/canal médiatique (Télévision// presse)	Télévision	Télévision
Chaîne	France 3	France 3
Au sein de quoi il s'insère (seul ou bien prend part dans une émission, rubrique...)	Emission politique : « Samedi politique »	Emission politique : « Samedi politique »
Genre (portrait journalistique...)	Introduit comme un « portrait » par la présentatrice	Introduit comme un « portrait » par la présentatrice
Présentateurs	Marlène BLIN et Daic AUDOUIT (journalistes)	Marlène BLIN et Daic AUDOUIT (journalistes)
Durée	2 minutes 50 secondes	2 minutes 32 secondes
2. Contexte de diffusion		
Moment de la diffusion (avant/pendant/ après la campagne électorale)	Avant la campagne électorale (11 janvier 2014)	Avant la campagne électorale (14 décembre 2013)
Fréquence de l'émission, de la rubrique presse (s'il y a lieu)	Tous les samedis	Tous les samedis
- L'énonciateur		
Enonciateur	Daic AUDOUIT	Daic AUDOUIT
Présence de l'acteur sur le plateau télévisé (s'il y a lieu)	Oui	Oui
Enonciateur inscrit ou neutralisé	Inscrit (il vouvoie NKM)	Neutralisé (il ne s'implique pas explicitement)
Rapport énonciation // énoncé (ancré ou éloigné)	Enonciation éloignée	Enonciation éloignée
Parti pris de l'énonciateur	Dresser le portrait « public »	Dresser un portrait à la fois privé et public
3. Analyse lexicale		
- Désignation du portraituré		
Désignation du portraituré	« NKM » (2 fois) Utilisation du surnom (plus familier ?)	« Anne Hidalgo » (7 fois)
Utilisation des pronoms et récurrence	Pronoms de la 2 ^e personne du pluriel - Vous (13 fois) - Votre (6 fois) - Vos (3 fois) L'énonciateur vouvoie la candidate (de par sa présence sur le plateau). Il s'adresse à elle comme si elle était en face de lui.	Pronoms de la 3 ^e personne du singulier. - Elle (11 fois) - Son (5 fois) - Sa (3 fois) L'énonciateur parle d'Anne Hidalgo comme si elle n'était pas là (alors qu'elle est elle aussi sur le plateau). ➔ Plus l'impression d'un récit
- Eléments de récit		
Type de récit (seulement narratif ou mélange explicatif, argumentatif...)	Narratif	Narratif
Mode narratif* (le narrateur montre ou raconte ?)	Raconte et montre	Raconte et montre
Temps du récit	Présent Futur (peu) : pour parler des Municipales qui se profilent	Présent Passé composé Futur
Élément de début du récit (Enoncé//Image)	Enonciateur : « Candidate providentielle en février, vilain petit canard en décembre, un dicton qui résumerait vos un an de campagne mais les proverbes n'ont pas forcément raison. Si NKM aime Paris, Paris va-t-il aimer NKM ? » // NKM descend les escaliers parmi une foule qui scande son nom	Enonciateur : « Anne Hidalgo, face à elle-même. C'est la vérité d'une campagne. Difficile dans ce visage serein d'apercevoir les stigmates du combat politique. Comme si sa candidature à Paris était une évidence. Pourtant elle n'avait pas forcément toutes les cartes en main. Et si la grande force d'Anne Hidalgo était d'être celle dont on ne se méfie pas. » // Anne Hidalgo et ses colistiers collant des affiches

Elément de fin du récit (Enoncé//Image)	Enonciateur : « Le 30 mars, on saura si Paris est pour vous un précipice ou une perspective » // Vision bucolique d'une ancienne ligne de chemin de fer abandonnée, entourée de verdure	Enonciateur : « Anne Hidalgo n'a jamais gagné une élection sur son nom propre. Il suffira peut-être d'une seule fois, après il sera trop tard pour s'en méfier. » // Vue sur la foule d'un meeting puis plan sur Anne Hidalgo.
Total mots énoncés dans le portrait	500 (Enoncé + discours des interventions)	448 (Enoncé + Interventions)
Total mots énoncés par l'énonciateur	290 (58%) → Présence forte de l'énonciateur. Enoncé majoritairement de type récit	301 (67,18%) → Présence forte de l'énonciateur. Enoncé majoritairement de type récit
- L'espace et le temps		
Respect d'un ordre chronologique, logique ou hiérarchique des actions* (cf. Reuter, 2007 : 20)	Ordre chronologie : de sa candidature en février à janvier 2014 en campagne en passant par les primaires.	Pas d'ordre chronologique. L'énonciateur fait même un retour sur son enfance puis son parcours politique jusqu'à sa candidature à la Mairie de Paris pour 2014
Eléments temporels (fréquence d'utilisation, importance, précis ou imprécis...)	Récit : « février », « décembre », « un an », « fin mai », « début d'été », « cet automne », « janvier », « moment », « 30 mars »	Récit : « 2001 », « à l'époque », « toute sa jeunesse », « en 1994 », « fin 2002 », « pendant la convalescence de Delanoë », « 2008 »
L'espace (type de lieux, leur importance...)	« Paris » (6 fois)	« Espagne », « Lyon », « Paris » (1 fois)
La description	La description est assurée par les visuels.	La description est assurée par les visuels.
- Eléments relatifs au portrait		
Traits de caractère	Non	Non
Eléments relatifs à la carrière professionnelle	Oui. Son ascension de sa candidature aux Primaires jusqu'à Janvier 2014, moment de la campagne.	Oui : De ses débuts en 2001 (« on la découvre en même temps qu'Edouard Balladur, son adversaire en 2001 ») à son imposition dans son camp en passant par son poste de première adjointe et son intérim pendant la convalescence de Delanoë
	On en apprend plus sur la vie d'Anne Hidalgo, sur son « ascension » politique. → Deux portraits dont les contextes de conception et de diffusion sont les mêmes, mais ne suivant pas la même trame	
Eléments relatifs à la vie privée (enfance, jeunesse, vie de famille, etc.)	Non	Oui mais infime : - « Né en Espagne, Anne Hidalgo est arrivée à Lyon enfant, elle y passera toute sa jeunesse »
Programme politique	Non	Non
Mots récurrents	Paris/Parisiens/Parisiennes (10 fois), Campagne (4 fois), Politique (4 fois), NKM (2 fois) → Vocabulaire plus général	Paris/Parisiens/Parisiennes (3 fois), Bertrand Delanoë (4 fois), Maire/Mairie (2 fois), Adjointe (2 fois) → Mots récurrents concernent sa carrière, ses relations professionnelles
Champs lexicaux	- Champ lexical de l'opposition (querelles, rivalités, dissidences, railleries, opposition, projet contre projet, combat) - Champ lexical du défi (Challenges, combattante, renforcer, avenir) - De la politique (Candidate, campagne, Primaire, tour, politique, colistiers, éligible, UMP, Modem, UDI)	- De l'opposition (combat, querelles, procès en illégitimité, adversaire) - De la politique (Campagne, politique, candidature, adversaire, droite, socialiste, PS, adjointe, Mairie, Réélection, élection)
	Point commun des deux portraits : l'opposition, le combat. La présence d'embuches (cf. récit où le héros rencontre un obstacle)	
Enonciation d' « évènements » marquants	- Les Primaires UMP remportées - Moqueries sur les réseaux sociaux	- Son intérim à la Mairie de Paris après l'agression de Delanoë - Elle devient première adjointe, en charge de l'urbanisme et des grands projets
Particularité	Mise en portrait focalisée sur l'année de campagne de Nathalie Kosciusko-Morizet, sur les obstacles à affronter	

4. Analyse des éléments audiovisuels		
Place des éléments audiovisuels	Très importante (dû au support audiovisuel)	Très importante (dû au support audiovisuel)
Types d'éléments (audiovisuel, photographie, dessin, ...)	Audiovisuel, Affiche de campagne, Photographie	Audiovisuel, Photographies
Sources (si identifiables)	France 3 (images d'archive)	France 3 (images d'archive), INA, Photographies personnelles
Contexte (privé, public)	Public	Public Privée (minoritaire)
Contenu des images (seule ou accompagnée ; récurrences visibles, etc.)	NKM apparaît rarement seule sauf lors de plans rapprochés. Elle est le plus souvent entourée d'une foule (l'image de foule est très récurrente) Elle apparaît en tant que personne médiatique (entourée de caméras, de journalistes) Elle apparaît souvent dans des marchés → Met en avant son côté relationnel, social, proche des parisiens	Anne Hidalgo apparaît seule (photographie de son enfance) et lors de quelques plans rapprochés à six reprises Elle est également souvent entourée de la foule, ou d'un groupe de personnes. Puis entourée également par les journalistes. Aux côtés de Bertrand Delanoë à trois reprises Aux côtés de Martine Aubry à deux reprises.
	Elles apparaissent le plus souvent très entourées par la foule et les journalistes → figures publiques, médiatiques. Différences : Anne Hidalgo apparaît à l'écran accompagnée de « personnalités », ce qui n'est pas le cas de NKM Anne Hidalgo est interviewée dans le portrait de NKM et apparaît deux fois, alors que NKM, elle, n'est pas présente dans le portrait de Anne Hidalgo bien qu'elle soit citée une fois. Le marché est récurrent dans le portrait de NKM, il apparaît comme un lieu de rencontre et d'échange.	
Effets de style (flou, fondu, etc.)	Aucun	Aucun
Types de plan (rapproché, américain, etc.)	Plan rapproché.	Plan rapprochés sur Anne Hidalgo à 6 reprises ce qui est peu par rapport à l'ensemble des visuels différents

TABLEAU N°2	N. Kosciusko-Morizet – Le portrait hebdo - Le Nouvel Observateur vidéo	Anne Hidalgo – Le portrait hebdo - Le Nouvel Observateur vidéo
1. Contexte de production		
Type de support/canal médiatique (Télévision// presse)	Internet	Internet
Titre	NKM : la candidate (trop) libre	Anne Hidalgo : Paname sans panache
Genre (portrait journalistique...)	Introduit comme le « portrait hebdo » ou « portrait de la semaine	Introduit comme le « portrait hebdo » ou « portrait de la semaine
Au sein de quoi il s'insère (seul ou bien prend part dans une émission, rubrique...)	Site Internet Le Nouvel Observateur	Site Internet Le Nouvel Observateur
Présentateurs	Sylvain COURAGE (journaliste, rédacteur en chef au Nouvel Obs)	Sylvain COURAGE (journaliste, rédacteur en chef au Nouvel Obs)
Durée	7 minutes 16 secondes	5 minutes 27 secondes
2. Contexte de diffusion		
Moment de la diffusion (avant/pendant/ après la campagne électorale)	Avant la campagne (9 juin 2013)	Avant la campagne électorale (1 ^{er} juin 2013)
Fréquence de l'émission, de la rubrique presse (s'il y a lieu)	Toutes les semaines	Toutes les semaines
- L'énonciateur		
Enonciateur	Sylvain Courage	Sylvain Courage
Présence de l'énonciateur à l'écran	Oui. Il est présent du début à la fin. Il s'efface parfois pour laisser les images prendre tout l'espace de l'écran.	Oui. Il est présent du début à la fin. Il s'efface parfois pour laisser les images prendre tout l'espace de l'écran.

	→ Il s'implique. Il crée une certaine proximité avec la portraiturée	Il s'implique. Il crée une certaine proximité avec la portraiturée
Énonciateur inscrit ou neutralisé	Majoritairement neutralisé Inscrit (par sa présence à l'écran, il s'implique)	Majoritairement neutralisé Inscrit (par présence à l'écran, il s'implique directement)
Rapport énonciation // énoncé (ancré ou éloigné)	Énonciation éloignée (il parle de faits passés)	Énonciation éloignée (il parle de faits passés)
3. Analyse lexicale		
- Désignation du portraituré		
Désignation du portraituré	« NKM » dans le titre Nathalie Kosciusko-Morizet dans l'énonciation	« Anne Hidalgo »
Utilisation des pronoms et récurrence	Pronoms de la 3 ^e personne du singulier : « elle » (27 fois), « Sa », « son », « ses » (11 fois) L'énonciateur parle d'elle à la 3 ^e personne, il ne s'adresse pas à elle mais à un public	Pronoms de la 3 ^e personne du singulier : « elle » (17 fois), « Sa », « son », « ses » (8 fois) L'énonciateur parle d'elle à la 3 ^e personne, il ne s'adresse pas à elle mais à un public
- Éléments de récit		
Type de récit (seulement narratif ou mélange explicatif, argumentatif...)	Narratif et explicatif	Narratif et explicatif
Temps du récit	Présent (lorsqu'il décrit son caractère, parle de sa situation actuelle) Passé composé (pour parler de ce qu'elle a fait pour en arriver là où elle est)	Présent (décrit sa situation actuelle) Passé composé (pour parler du bilan Delanoë/Hidalgo) Le récit se termine sur le futur (pour parler de ce que doit faire Anne Hidalgo à l'avenir)
Élément de début du récit (Énoncé//Image)	Énonciateur : « Nathalie Kosciusko-Morizet est une combattante, comme beaucoup de femmes en politique, elle doit adopter cette posture de la « puncheuse », de la femme déterminée qui rend coup pour coup pour exister dans un monde d'hommes. » // L'énonciateur (Sylvain Courage) à l'écran, avec en fond une image de N. Kosciusko-Morizet. Puis N. Kosciusko-Morizet parlant avec un homme → Le visuel répond à l'énoncé, apporte une complémentarité (voire une redondance)	Énonciateur : « Anne Hidalgo est la candidate socialiste pour les prochaines élections municipales à Paris. En principe tout lui sourit. » // Sylvain Courage à l'écran et en fond une séquence filmée d'Anne Hidalgo sur un marché, très souriante, « serrage de main » → Complémentarité et redondance entre le visuel et le texte
Élément de fin du récit (Énoncé//Image)	Énonciateur : « d'autant plus que Nathalie Kosciusko-Morizet a promis de renouveler le personnel politique à Paris. Et donc la fabrication de ces listes, et la manière dont elle va choisir les têtes de liste dans chaque arrondissement risque de créer de nombreux conflits. Bref, Nathalie Kosciusko-Morizet n'a pas fini de batailler. » // Sylvain Courage sur le plateau avec en fond : NKM sur un plateau TV parlant des conflits intra-parti. → Complémentarité, redondance texte/image	Énonciateur : « Mais il s'agirait d'exister personnellement, de dire « moi, c'est moi, lui c'est lui ». Tant qu'elle n'aura pas fait ce geste ou tant qu'elle n'aura pas trouvé les mots pour affirmer cette réalité, elle aura du mal à entreprendre réellement sa campagne électorale. Et elle sera en danger vis-à-vis de Nathalie Kosciusko-Morizet, qui elle, a bousculé tous les barons de son camp pour candidater. » // Sylvain Courage, et en fond : Anne Hidalgo et sa famille politique au meeting du Bataclan → Complémentarité, redondance texte/image
Total mots énoncés dans le portrait	1279 mots (Énoncé + discours d'intervenants)	910 mots (énoncé + discours d'intervenants)
Total mots énoncés par l'énonciateur	633 mots prononcés par l'énonciateur (soit 49,5%) → Équilibre entre le récit de l'énonciateur et les discours des intervenants	437 mots prononcés par l'énonciateur (soit 48%) → Équilibre entre le récit de l'énonciateur et les discours des intervenants
- L'espace et le temps		
Respect d'un ordre chronologique	Pas d'ordre chronologique plutôt logique. L'énonciateur s'attache beaucoup à décrire les traits qui définissent la candidate.	Pas d'ordre chronologique plutôt logique : l'énoncé porte principalement sur le fait qu'Anne Hidalgo est considérée comme « héritière » de Bertrand Delanoë.

Éléments temporels	Récit : « 2002 », « pour l'instant »,	Récit : « les prochaines élections », « 2001 », « depuis 2001 »,
L'espace	« Paris » (3 fois), Longjumeau	« Paris » (4 fois), « France »
La description (personnage, lieu, temps)	Personnage : description de ses traits de caractère (combattante, « puncheuse », habile...)	Non
- Éléments relatifs au portrait		
Traits de caractère	Oui. - « est une combattante » - « elle se définit par cette attitude de combat et de cette posture un peu solitaire » - « elle s'est faite toute seule. » - « elles (NKM et S. Royal) ont toutes les deux cette posture guerrière et cette volonté d'être un peu seule contre tous »	Non
Éléments relatifs à la carrière professionnelle	Oui. - « Devient député de Longjumeau en 2002 » - « Remporte les élections législatives » - « où elle a toujours connu des batailles électorales difficiles »	- « candidate socialiste pour les prochaines élections municipales à Paris » - « l'héritière du Maire sortant Bertrand Delanoë » - « bilan positif à la tête de la ville » - « Ils (elle et Delanoë) ont co-piloté la Mairie depuis 2001 » - Delanoë : « pendant douze ans pour Paris en tant que Première Adjointe »
Éléments relatifs à la vie privée	Infime. « Née dans une famille de tradition politique »	Non
Programme politique	Non	Non
Mots récurrents	Politique (13 fois), Paris/Parisiens/Parisiennes (11 fois), Femme (10 fois), Rassemblement (3 fois) → Vocabulaire axé sur la politique et son statut de femme	Paris/Parisiens/Parisiennes (15 fois), Bertrand Delanoë (6 fois), Maire/Mairie (5 fois), Héritière (5 fois) → Vocabulaire le plus récurrent est axé sur sa relation avec Delanoë, la Mairie de Paris et le fait qu'elle soit considérée comme « l'héritière »
Champs lexicaux	- Champ lexical du combat (combattante, « puncheuse », déterminée, faire ses preuves, combat, adversité, bataille, agressive, attaque, points faibles, lutteuse, stratégie, guerrière, conflit, bataille) - De la politique (listes, têtes de liste, soutient, parti, candidate, campagne, Primaire, UMP, rassemblement, électorat, centriste, droite, mandature, Mairie, élections législatives, députée, politique)	- Champ lexical de l'épanouissement (tuer le père, « tuage » du père, mentor, exister, couper le cordon, déployer ses ailes, sortir du nid, prendre d'assaut, aller devant, entraînement, training, existence, affirmation, rompre, exister personnellement, affirmer) - Champ lexical de l'héritage (héritière, père, elle lui doit beaucoup, redevable, offert, cadeau)
Particularité		La mise en portrait se focalise sur un élément marquant : l'héritage du titre de « Maire », « cadeau » de Bertrand Delanoë
4. Analyse des éléments audiovisuels		
Place des éléments audiovisuels	Très importante (dû au support audiovisuel) tout le long du portrait. Au total 35 scènes filmées différentes Parfois, l'énonciateur est à l'écran, mais les visuels continuent de défiler à l'arrière plan. Il s'efface parfois pour laisser libre place aux vidéos.	Très importante (dû au support audiovisuel). Les séquences filmées viennent appuyer l'énoncé, viennent l'illustrer. Un total de 39 scènes filmées (sous différents plans : éloignés, et beaucoup de rapproché/gros plans) l'énonciateur est à l'écran, mais les visuels continuent de défiler à l'arrière plan. Il s'efface parfois pour laisser libre place aux vidéos.

Rôle des éléments visuels	Illustrer les propos de l'énonciateur (explicatif)	Illustrer les propos de l'énonciateur (explicatif)
Types d'éléments (audiovisuel, photographie, dessin, ...)	Uniquement des séquences filmées. Certaines des lieux publics, d'autres sur des plateaux TV ou radio.	Séquences filmées. Idem : dans des lieux publics et sur des plateaux de télévision.
Sources (si identifiables)	Peu identifiables. Beaucoup sont des vidéos d'archive (BFMTV, AFP...)	Peu identifiables. Beaucoup sont des vidéos d'archive (BFMTV, AFP...)
Contenu des images (seule ou accompagnée ; récurrences visibles, etc.)	NKM apparaît entourée de foules d'individus A de nombreuses reprises, elle est présente sur un plateau TV (ITélé, BFMTV, TF1) ou dans une radio (France inter, France Info, Europe 1) Elle apparaît ainsi en tant que personne médiatique Elle apparaît souvent dans des marchés → Met en avant son côté relationnel, social, proche des parisiens Nombreuses interventions ont vocation d'illustrer les propos de l'énonciateur	Apparaît rarement seule sauf meeting, discours et plateaux TV. Son adversaire NKM apparaît à 4 reprises dont une fois avec Bernadette Chirac. Il est très récurrent de voir Anne Hidalgo apparaître aux côtés de Bertrand Delanoë ou bien de voir Bertrand Delanoë seul à l'écran (à 10 reprises). Elle apparaît également souvent dans des marchés, ce qui met en avant son côté relationnel, social, proche des électeurs.
Type de plan	Plan rapproché (N. Kosciusko-Morizet, sur les plateaux TV, émission de radio) Plan éloigné (foule, rassemblement, photographies de la famille politique, marché)	Plans rapprochés et gros plans (Anne Hidalgo, Anne Hidalgo avec Bertrand Delanoë) Plans éloignés (marché, rassemblement, meeting)

TABLEAU N°3	Municipale à Paris : portrait croisé Hidalgo/NKM – Le Parisien vidéo	
1. Contexte de production		
Type de support/canal médiatique (Télévision// presse)	Internet	
Titre	Municipale à Paris : portrait croisé Hidalgo/NKM	
Genre (portrait journalistique...)	Introduit comme « portrait croisé »	
Au sein de quoi il s'insère	Site Internet Le Parisien Vidéo	
Durée	2 minutes 29 secondes (Relativement court pour présenter deux candidates)	
2. Contexte de diffusion		
Moment de la diffusion	Avant la campagne (18 février 2014)	
Fréquence de l'émission, de la rubrique presse (s'il y a lieu)	Aucune	
- L'énonciateur		
Enonciateur	Fabien Novial (journaliste chez AFP)	
Présence de l'énonciateur à l'écran	Non. Voix Off	
Rapport énonciation // énoncé (ancré ou éloigné)	Enonciation éloignée (il parle de faits passés)	
Enonciateur inscrit ou neutralisé	Enonciateur neutralisé (il ne s'implique pas directement/explicitement dans ces propos)	
Parti pris annoncé de l'énonciateur	Dresser un portrait croisé de deux candidates à la Mairie de Paris (majoritairement public)	
3. Analyse lexicale	ANNE HIDALGO	NATHALIE KOSCIUSKO-MORIZET
- Désignation des portraiturées		
Désignation des portraiturées	« Anne Hidalgo »	« NKM » dans le titre, puis « Nathalie Kosciusko-Morizet » dans l'énoncé
Utilisation des pronoms et récurrence	<ul style="list-style-type: none"> - Pronoms de la 3^e personne du singulier (elle, son, ses). L'énonciateur parle d'elles à la 3^e personne, s'adresse à un public - Pronoms de la 3^{ème} personne du pluriel (« elles » : désignent les deux portraiturées ensemble) 	

- Eléments de récit		
Type de récit (seulement narratif ou mélange explicatif, argumentatif...)	Narratif et explicatif	
Temps du récit	Présent (lorsqu'il décrit son caractère, parle de sa situation actuelle)	
Elément de début du récit (Enoncé//Image)	<p>Enonciateur : « La femme de l'ombre, l'élue de terrain mal connue contre l'ancienne ministre polytechnicienne fraîchement débarquée à Paris. » // Deux demi écrans présentant les deux candidates entourées de leurs soutiens. Puis deux demi écrans les présentant en gros plan tenant un micro.</p> <p>→ Complémentarité. Le visuel apporte une description visuelle des candidates, il vise à les « montrer »</p>	
Elément de fin du récit (Enoncé//Image)	<p>Enonciateur : « Avant de remporter Paris elles chercheront toutes deux à arracher un arrondissement. Hidalgo le 15^e, actuellement à droite, et NKM le 14^e à gauche. » // Vue sur la Mairie de Paris puis sur les bureaux de la Mairie. Hidalgo entourée pose pour une photo entourée de trois parisiens. NKM avance parmi la foule sous les applaudissements</p> <p>→ Complémentarité. Visuels illustrent les propos de l'énonciateur (Mairie de Paris, les deux candidates)</p>	
Début et fin du portrait	Le reportage débute avec les propos de l'énonciateur et se termine sur ses propos (cf. ci-dessus). Il débute et termine son discours en parlant des deux candidates. C'est dans le milieu du récit qu'il laissera tour à tour une place à chaque candidate.	
Présence d'énoncés en dehors du récit	<p>Pour A. Hidalgo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un discours d'elle-même - Un discours de Bertrand Delanoë 	<p>Pour N. Kosciusko-Morizet :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un discours d'elle-même - Un discours de Valérie Pécresse
	→ Equilibre deux interventions pour chacune dont une d'une personnalité politique de leur entourage politique)	
Total mots énoncés du portrait croisés	389 mots (Enoncé + discours d'intervenants)	
	Anne Hidalgo	Nathalie Kosciusko-Morizet
	171 mots	178 mots
- L'espace et le temps		
Respect d'un ordre chronologique	<p>Pas d'ordre chronologique car trop peu de temps d'énonciation. Cependant une logique : pour chaque portraituré l'énonciateur intervient deux fois :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une première fois pour parler de : leur âge, leur ancien statut (inspectrice du travail/porte-parole de Nicolas Sarkozy), - Deuxième fois : leur trait de caractère (discrète et dure en négociations pour l'une, bucheuse pour l'autre), l'opinion de leurs adversaires 	
Eléments temporels	« pendant 13 ans », « dès 2009 »	
L'espace (type de lieux, leur importance...)	« Mairie de Longjumeau »	
	→ Peu d'éléments spatio-temporels	
Description	A. Hidalgo : 54 ans, dure en négociation, Première adjointe de Bertrand Delanoë	NKM : 40 ans, bucheuse, élevée dans le sérail
- Eléments relatifs au portrait		
Traits de caractère	« Discrète », « dure en négociations », « sectaire »	« bucheuse »
Eléments relatifs à la carrière professionnelle	« ancienne inspectrice du travail », « Première adjointe de Bertrand Delanoë », « Bertrand Delanoë, lui, l'a désignée comme son héritière dès 2009 »	« L'ancienne porte-parole de Nicolas Sarkozy », « du temps où elle était ministre », « parachutage depuis la Mairie de Longjumeau »
Eléments relatifs à la vie privée	Non	Non
Programme politique	Non	Non
Mots récurrents	Peu de récurrence étant donné la durée (relativement courte) du portrait	
Champs lexicaux	<ul style="list-style-type: none"> - Champ lexical de la politique (élue, ministre, mairie, première adjointe, colistiers, communistes, centre, élection, socialiste, adversaires, porte-parole, scrutin, camp, majorité, promesses, candidate, UMP, mairie, municipalité sortante, droite, gauche) <p>→ La place occupée par la politique dans ce portrait relativement court est importante.</p>	

4. Analyse des éléments audiovisuels	
Place des éléments audiovisuels	Importante. Tout le long du portrait, les scènes filmées s'enchaînent. Un total de 26 scènes filmées : - Huit pour Anne Hidalgo - Dix pour N. Kosciusko-Morizet
Rôle des éléments visuels	Viennent illustrer l'énonciation. Ex. lorsque l'énonciateur dit : « Bertrand Delanoë, lui, l'a désignée comme son héritière dès 2009 », nous voyons Bertrand Delanoë et Anne Hidalgo côte à côte. Lorsque l'énonciateur dit : « L'ancienne porte-parole de Nicolas Sarkozy », nous voyons Nicolas Sarkozy et N. Kosciusko-Morizet avancer parmi la foule.
Type d'éléments (audiovisuel, photographie, dessin, ...)	Uniquement des séquences filmées.
Sources (si identifiables)	AFP TV
Contenu des images (seule ou accompagnée ; récurrences visibles, etc.)	Les deux portraits sont équilibrés, il n'y a pas plus d'éléments dans l'un que dans l'autre. En début d'énonciation, l'écran est séparé en deux : à gauche, Anne Hidalgo, à droite Nathalie Kosciusko-Morizet. Toutes deux marchent dans la rue, entourées de leurs colistiers respectifs.
	<p>Anne Hidalgo apparaît en campagne à la terrasse d'un café, puis marchant dans la rue, toujours accompagnée de son entourage politique. Dans l'ensemble elle apparaît majoritairement accompagnée de son entourage politique. Puis accompagnée de Bertrand Delanoë.</p> <p>En parallèle du discours de Bertrand Delanoë, nous le voyons assis à son bureau de la Mairie.</p> <p>En fin de portrait, Anne Hidalgo pose pour une photo auprès d'une famille de parisiens avec un enfant. Tout comme le bar, ou le marché ce genre d'image vise à mettre en avant sa proximité avec les Parisiens.</p> <p>En parallèle, NKM apparaît dans la rue entourée de journaliste et de ses colistiers, puis elle entre dans un café. Elle est entourée non seulement de son entourage politique mais la présence de caméras, de journalistes est ici assez prégnante. Elle apparaît une fois, seule, à la tribune de son meeting.</p> <p>Deux séquences filmées montrent Nicolas Sarkozy, dans l'une il est aux côtés de NKM, dans l'autre, il est assis dans l'assemblée lors d'un meeting de NKM. Puis deux séquences montrent Valérie Pécresse en tant que spectatrice du meeting puis pendant son intervention pour parler de NKM.</p>
	→ Ici c'est le café qui joue le rôle de lieu de rencontres, d'échanges.
Types de plans	Les plans rapprochés sont majoritaires dans ce portrait croisé.

TABLEAU N°4	Portrait exclusif de deux femmes en campagne - Envoyé Spécial
1.Contexte de production	
Type de support/canal médiatique (Télévision// presse)	Télévision
Titre	Deux femmes, une ville
Genre (portrait journalistique...)	Introduit comme « portrait exclusif de deux femmes en campagne »
Au sein de quoi il s'insère (seul ou bien prend part dans une émission, rubrique...)	Magazine « Envoyé Spécial » (non politique)
Durée	34min 10
NB.	<i>Les candidates ne sont pas filmées ensemble mais séparément.</i>
2.Contexte de diffusion	
Moment de la diffusion	Avant la campagne (30 janvier 2014)
Fréquence de l'émission, de la rubrique presse (s'il y a lieu)	Magazine hebdomadaire
- L'énonciateur	
Enonciateur	Vincent N'Guyen
Présence de l'énonciateur à l'écran	Oui, mais seulement dans l'introduction du récit.
Rapport énonciation // énoncé (ancré ou éloigné)	Enonciation éloignée (il parle de faits passés)
Enonciateur inscrit ou neutralisé	Inscrit.

	L'énonciateur emploie le « je ». → Volonté de marquer sa présence, de montrer qu'il est bien là et que c'est lui qui fait le portrait des candidates. (il est clairement au côté des deux portraiturés, les a « observé pendant 50 jours » et parfois nous entendons des conversations entre lui et une des candidates)	
Parti pris annoncé de l'énonciateur	Dresser un portrait croisé des deux candidates à la Mairie de Paris dans leur quotidien → Temps accordé à chaque candidate similaire (14 min 40 pour Anne Hidalgo et 16 min 10 pour Nathalie Kosciusko-Morizet).	
3. Analyse lexicale	ANNE HIDALGO	NATHALIE KOSCIUSKO-MORIZET
- Désignation des portraiturés		
Désignation des portraiturés	« Anne Hidalgo »	« Nathalie Kosciusko-Morizet », « NKM »
Utilisation des pronoms et récurrence	- Pronoms de la 3 ^e personne du singulier (elle, son, ses). L'énonciateur parle d'elles à la 3 ^e personne, s'adresse à un public. - Pronoms de la 3 ^{ème} personne du pluriel (« elles » : désignent les deux portraiturés ensemble)	
- Eléments de récit		
Types de récits (seulement narratif ou mélange explicatif, argumentatif...)	Narratif et explicatif	
Temps du récit	Présent (lorsqu'il décrit leurs caractères, la situation actuelle) Passé composé pour parler de leurs origines Imparfait (pour revenir sur certains moments passés avec l'une ou l'autre)	
La description (personnage, lieu, temps)	Des personnes : « j'ai vu qu'Anne Hidalgo retenait ses larmes » « NKM s'enferme entre ses cheveux » « se concentre sur ses corrections d'une telle force qu'elle ne se rend même pas compte que la lumière s'éteint » « elle a l'air un peu seule » Spatio-temporelle : « Deux caméras et un journaliste du JDD sont là » « cocktail et techno à fond » « le métro tarde à arriver, il est une heure moins dix et il n'y a pas un chat » « derrière NKM, la télé évoque ses soucis » « je remarque qu'Anne Hidalgo pourtant naturellement souriante et chaleureuse, est un peu plus distante qu'NKM » → Peu de description (si l'on considère la longueur de ce portrait croisé). L'énonciateur est plus dans la narration de faits, et l'explication.	
Elément de début du récit (Enoncé//Image)	Enonciateur (Vincent N'Guyen) : Ah Paris... traverser la capitale de nuit est un spectacle dont je ne me lasserai jamais. A la radio en ce moment, deux femmes ne parlent que de la ville Lumière, car l'une des deux bientôt en sera Maire. Une femme à Paris, ça inspire mon taxi. Taxi : Une femme ce sera, je pense, un gros plus pour Paris. Parce que Paris c'est une femme, c'est extraordinaire, le monde entier rêve de l'embrasser. C'est important le Maire de Paris quand même. // vues sur Paris (vues sur la Tour Eiffel, la Seine, la Mairie, etc.) → Redondance des visuels	
Elément de fin du récit (Enoncé//Image)	E : La coureuse de fond et la sprinteuse entament la dernière ligne droite de ce marathon parisien. A l'issue duquel pour la première fois de son histoire, la ville Lumière si chère à mon taxi aura une femme à sa tête. Taxi : que la meilleure gagne ! Je leur dis bonne chance parce que c'est du boulot. C'est du boulot, c'est du boulot, c'est du boulot. // Paris (vues sur les Champs Élysées, l'Arc de Triomphe, le taxi) → Redondance (« ville Lumière » - Vue sur les Champs Élysées éclairés)	
Début et fin du portrait	Le reportage débute dans un taxi avec l'énonciateur et le chauffeur de taxi. Il se termine de la même façon avec l'énonciateur dans le taxi donnant la réplique au chauffeur. Des vues sur Paris accompagnent les propos de l'énonciateur. → Volonté de mettre en avant une certaine cohérence entre l'ouverture et la fermeture du portrait. Mise en avant de Paris dans les visuels. → Parti pris poétique pour cette « introduction » et « conclusion » du reportage. Intervention du chauffeur de taxi, comparant Paris à une femme. En fond : musique classique.	
Particularités	Le portrait est divisé en différentes parties : - Une introduction plutôt poétique. Avec des figures de style (comparaison de Paris à une femme)	

	<ul style="list-style-type: none"> - L'entrée en bataille (annonce de leur candidature, présentation de leurs listes et chefs de file) - Les candidates avant une émission (radio ou tv) - L'après émission - Leurs origines - Vie de famille - En visite à Rungis - Rythme politique - Discours politique et terrain - Appréhension de la campagne - Conclusion 	
Présence d'énoncés en dehors du récit	Nombreuses interventions des deux candidates, de diverses façons : <ul style="list-style-type: none"> - Echanges avec l'énonciateur - Elles parlent dans une situation particulière (dans une émission, avec leurs proches, etc.) → Les interventions sont nombreuses, elles permettent d'illustrer le récit de l'énonciateur.	
- L'espace et le temps		
Respect d'un ordre chronologique	Pas d'ordre chronologique. L'ordre suivi est plutôt un ordre logique qui suit les différentes parties que nous avons relevées (cf. « découpage du portrait » ci-dessus)	
Eléments temporels (fréquence d'utilisation, importance, précis ou imprécis...)	« de nuit », « pendant plusieurs mois », « en ce moment », « octobre 2013 », « quatre mois », « plus d'un an », « week-end », « le lendemain », « la soirée », « minuit passé », « fin d'après-midi », « à l'époque », « une fois par mois », « l'été dernier », « maintenant », « depuis 10 ans », « depuis 13 ans », « chaque matin », « le samedi », « 4 heures du matin », « midi moins vingt », « depuis 3 heures du matin »	
L'espace (type de lieux, leur importance...)	« Paris », « la capitale », « la ville Lumière », « l'émission le Grand Jury d'RTL », « le métro », « dans la boîte de nuit », « Lyon », « en cités HLM », « Sèvres », « banlieue Ouest », « Océan Indien », « Hôtel de ville », « Longjumeau », « à l'école », « au collège », « Rungis », « Assemblée Nationale », « dans la salle », « cité HLM du 14 ^e arrondissement »	
- Eléments relatifs au portrait		
	Anne Hidalgo	NKM
Traits de caractère	« coquette », « caractère bien trempé et sensible », « souriante », « chaleureuse », « distante », « prudente », « moins drôle », « ne souffre pas l'amateurisme », « coureuse de fond »	« ton énergique et affirmé », « rock n' roll », « à l'aise », sa franchise (« dire ce qu'elle pense comme ça sort »), « garçon manqué », « femme de caractère », « gourmandise », « l'air un peu seule », « plus indépendante que solitaire », « inébranlable énergie », « sprinteuse ».
Eléments relatifs à la carrière professionnelle/politique	« Anne Hidalgo va présenter ses têtes de listes pour chaque arrondissement » « Anne Hidalgo se rend à l'émission, Le Grand Jury d'RTL » « Anne Hidalgo commençait à peine sa carrière d'inspectrice du travail » « Une fois par mois à l'Hôtel de Ville Bertrand Delanoë déjeune en tête-à-tête avec sa première adjointe »	« NKM est officiellement candidate depuis 4 mois » « dans une autre émission politique, j'ai aussi accompagné NKM » « doit relire d'urgence une interview à paraître » « fait du porte-à-porte dans une cité HLM » « La candidate, ancienne Ministre est aussi députée » « s'apprête à défendre une proposition de loi »
Eléments relatifs à la vie privée	« Etre coquette ne veut pas dire légère » « a grandi en cité HLM à Lyon » « n'avait que deux ans quand ses parents, un électricien de la marine marchande et une couturière sont arrivés de Cadix. » « La petite espagnole ne deviendra officiellement française qu'à 14 ans » « Anne Hidalgo retenait ses larmes » « Anne Hidalgo, elle, a trois enfants. » « Elle aussi accompagne son fils cadet Arthur au collège tous les matins. » « Arthur n'aime pas les caméras et je ne le filmerai pas. Anne Hidalgo n'y tient pas d'ailleurs. » « Avec Jean-Marc, son mari, elle va dès qu'elle peut, souvent le samedi, encourager Arthur à son entraînement de natation. » « Jean-Marc, qui est député socialiste, le sait bien »	« pas question de la filmer pendant qu'elle se préparait » « née à Paris. » « Elle a grandi dans une famille aisée, principalement à Sèvres en banlieue Ouest. » « Elle dit avoir été un vrai garçon manqué. » « elle a fait son service militaire. C'était dans la Marine. Pendant un an elle a sillonné l'Océan Indien sur ce navire. » « Elève à Polytechnique comme son père. » « Un père, ingénieur des Ponts et Chaussées, Maire et Conseiller Général, un grand-père Haut-fonctionnaire et Ambassadeur, un arrière grand-père Sénateur-Maire. » « Nathalie Kosciusko-Morizet a deux enfants, de 8 et 4 ans : Paul-Elie et Louis-Abel. C'est leur première année scolaire à Paris, ils ont déménagé de la ville de Longjumeau l'été dernier »

	« Toute la famille vit au rythme de la candidate. » « Elle adore ça, les bises. »	« La belle mère d’NKM assure l’intendance et garde les enfants quand les parents ne sont pas là. Elle habite avec eux depuis 10 ans. Les enfants l’ont surnommée « Couga » et maintenant tout le monde l’appelle comme ça. » « NKM emmène ses fils à l’école chaque matin » « les enfants d’NKM lui servent aussi de modèle pour la sculpture, car elle est aussi artiste à ses heures. Elle joue du violoncelle...et elle peint aussi » « je n’ai pas pu filmer Monsieur NKM, un ancien socialiste qui ne souhaite pas apparaître dans les médias » « Nakomo comme on l’appelait au service militaire »
Programme politique	Non	Non
Mots récurrents	Paris (23 fois), Femme(s) (14 fois), Politique (14 fois), Aime (12 fois), Campagne (11 fois), Enfants (10 fois)	
Champs lexicaux	<ul style="list-style-type: none"> - Champ lexical de la personnalité (caractère, bien trempé, sensible, souriante, chaleureuse, distante, prudente, drôle, amateurisme, énergique, affirmé, seule, indépendante, solitaire) - Champ lexical de la politique (campagnes électorales, journaliste politique, candidate, conseillers, équipe, maire, mairie, programme, têtes de liste, préfet, ministre, députée) - Champ lexical de la famille (enfants, mari, belle-mère, père, grand-père, arrière grand-père, parents, fils, fils cadet, famille, Monsieur NKM) - Champ lexical de l’apparence (maquillage, coquette, coiffure, tenues vestimentaires, style) - Champ lexical du combat (conquête, bataille, adversaire, concurrente) 	
	→ Un vocabulaire portant plus sur des aspects physiologiques, psychologiques. Et en moindre mesure sur la politique.	
4. Analyse des éléments audiovisuels		
Place des éléments audiovisuels	Importante. Tout le long du portrait les séquences filmées s’enchaînent.	
Rôle des éléments visuels	Fonction illustrative des propos de l’énonciateur et des interventions des candidates.	
Type d’éléments (audiovisuel, photographie, dessin, ...)	En majorité : séquences filmées Puis quelques photographies notamment pour illustrer l’enfance/adolescence des candidates.	
Sources (si identifiables)	Les photographies appartiennent aux candidates (ce sont celles qui figurent sur leurs sites web respectifs)	
Contexte (privé, public)	Public	
Contenu des images (seule ou accompagnée ; récurrences visibles, etc.)	<p>Le plus souvent elles apparaissent seules ou bien entourées de leur entourage. Nous relevons quelques scènes filmées où elles sont entourées de leurs équipes de campagne, de journalistes.</p> <p>Plusieurs scènes du portrait de NKM sont tournées à son domicile, alors que celles d’Anne Hidalgo sont tournées dans une piscine, son QG de campagne ou encore sa voiture (mais à aucun moment dans son appartement/sa maison)</p> <p>Nombreuses scènes filmées représentant Paris (Tour Eiffel, Champ Elysées, Arc de Triomphe...) en accord avec le titre du portrait « deux femmes, une ville ».</p> <p>→ Les scènes filmées dans l’ensemble visent à les représenter dans leur quotidien, qu’il s’agisse d’un moment politique ou plutôt intime.</p>	
Types de plans	Beaucoup de plans rapprochés et gros plans (lorsque les candidates parlent) Mais également des plans d’ensemble → montrer le portraituré dans son environnement.	

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION.....5

Partie 1 - Mise en portrait et *storytelling* en communication politique : des stratégies de présentation de soi11

Chapitre 1 - De la mise en portrait au *storytelling* en communication politique 12

I. Mise en portrait et *storytelling* : évolutions et constructions de deux notions..... 12

1. De la mise en portrait artistique et littéraire à la mise en portrait journalistique..... 12

2. De la narration au *storytelling* 17

II. Applications en communication politique..... 21

1. Mises en récit et communication politique..... 22

2. La question de la représentation..... 24

Chapitre 2 - Présentations de soi : Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet 28

I. La présentation de soi 28

1. Définition et distinction 28

2. Des « stratégies de présentation de soi » 29

II. Enjeux en communication politique 31

1. La présentation de soi : une préoccupation politique 31

a. Mise en visibilité des acteurs politiques 31

b. Se rapprocher des électeurs..... 33

2. Des présentations de soi en contexte..... 35

a. Contexte électoral : les élections municipales de Paris en 2014 35

b. Présentation de soi : sources médiatique et institutionnelle..... 36

Partie 2 - Le cas des élections municipales de Paris en 2014 : quelles stratégies de présentation de soi ?38

Chapitre 3 – Mise en portrait et présentation de soi : différentes typologies 39

I. Antagonisme : vie politique vs vie privée 39

1. Publicisation de la vie privée 39

2. Réduction de la vie politique des acteurs 42

II. Typologie des portraits..... 44

1. Le portrait politique 45

2. Le portrait politique focalisé 47

3. Le portrait politico-privé 48

4. Le portrait de vie politique 50

5. Le portrait de vie 52

Chapitre 4 – Le <i>storytelling</i> en complément de la mise en portrait ?.....	55
I. Un fil conducteur : une histoire	55
1. Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet : des personnages identifiés	55
2. L’histoire d’une vie.....	57
II. Un <i>storytelling</i> de présentation de soi	59
1. L’image comme description de soi	59
2. Complémentarité entre mise en portrait et <i>storytelling</i>	62
CONCLUSION.....	64
BIBLIOGRAPHIE.....	66
ANNEXES.....	71
GRILLES D’ANALYSE des stratégies de présentations de soi.....	71
POUR LES SITES INTERNET	71
POUR LA PRESSE ECRITE INTERNET	75
DANS LE MEDIA TELEVISION	81

TABLE DES FIGURES ET TABLEAUX

Tableau 1 : Composition du corpus d'analyse.....	8
Tableau 2 : Dominante choisie dans les mises en portrait étudiées	40
Graphique 3 : Part des éléments relatifs à la vie privée sur la page Internet de.....	41
Schéma 4 : Typologie des portraits en fonction des éléments présentés	44
Tableau 5 : Catégorisation des mises en portrait analysées	45
Schéma 6 : Exemple du nuage de mots du portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet (Le Monde).....	46
Tableau 7 : Champs lexicaux dominants du portrait d'Anne Hidalgo sur Le Nouvel Obs. vidéo.....	47
Tableau 8 : Types d'éléments présents dans le portrait d'Anne Hidalgo (Le Nouvel Obs. vidéo).....	47
Tableau 9 : Champs lexicaux tirés du portrait de N. Kosciusko-Morizet sur France 3 Ile-de-France	48
Tableau 10 : Part d'éléments privés et publics sur le site nkmparis.fr	49
Schéma 11 : Nuage de mots tiré de la page Internet de Nathalie Kosciusko-Morizet	49
Tableau 12 : L'exemple du portrait d'Anne Hidalgo dans Le Monde	50
Tableau 13 : L'exemple du portrait de Nathalie Kosciusko-Morizet dans le Figaro	51
Tableau 14 : Types d'éléments présentés dans le portrait d'Anne Hidalgo de Libération	53
Tableau 15 : Qualificatifs pour désigner Anne Hidalgo et Nathalie Kosciusko-Morizet	56
Tableau 16 : Éléments spatio-temporels en fonction de l'ordre choisi par l'énonciateur.....	58
Graphique 17 : Parts d'éléments visuels sur la page Internet.....	60

MOTS-CLES : communication politique, portrait, *storytelling*, présentation de soi, vie privée...

RESUME

Les acteurs politiques ont de plus en plus tendance à se présenter à leurs électeurs à travers des mises en récit telles que la mise en portrait ou le *storytelling*. Ce travail a tout d'abord pour objectif de montrer comment la mise en portrait et le *storytelling* évoluent dans deux milieux différents puis sont réunis au sein de la communication politique. Envisagés au sein d'un ensemble plus large que constitue la « présentation de soi », ces deux pratiques révèlent des enjeux particuliers pour les acteurs politiques et médiatiques. Ensuite, nous verrons à travers une analyse de corpus comment deux acteurs politiques se présentent et sont présentés par les médias dans un contexte particulier (les élections municipales de Paris en 2014). Cette analyse nous permet de dresser une typologie des portraits d'acteurs politiques en fonction de ce qui est mis en avant ; selon que ce soit la vie privée ou la vie publique des acteurs politiques qui domine dans le portrait. Enfin, nous verrons que le *storytelling* se donne à voir comme complémentaire de la mise en portrait en lui apportant un cadre narratif.

KEY WORDS: political communication, portrait, storytelling, self-introduction, private life...

ABSTRACT

Political players tend more and more to introduce themselves to their electors through narrative forms such as portraying or storytelling.

The first goal of this work is to show how portraying and storytelling practices evolve in two different environments then how they are reunited in political communication. Considered in a broader set which is the "self-introduction", these two practices reveal particular issues for political and media players. Then we will see, through a corpus analysis, how two political players present themselves and how they are presented by the media in a specific context (the municipal elections in Paris in 2014). This analysis allows us to make a classification of the political players' portraits according what is mostly highlighted: their private life or their public life. At last, we will see that storytelling can be regarded as a complement of portraying by bringing a narrative frame.