

Résumé proposition Colloque ADAL – CNRS

2500 caractères max

Proposition

Auteure: Raphaële GALMISCH  
Université Paris VIII – Saint Denis  
Laboratoire(s): CEMTI & JILC  
Mail: raphael.galmisch@gmail.com

Titre :

Le storytelling: cercle de la narration au service de la réalisation et transmission identitaire.  
La construction de l'ethos par le récit dans le discours du leader.

Dans une perspective communicationnelle, nous proposons de prendre le storytelling, ou l'art de raconter des histoires (Marti, Pélissier; 2012), en tant qu'angle d'analyse du discours politique des candidats, aux élections présidentielles française et américaine. Nous nous interrogeons sur le pourquoi de l'utilisation du récit, mais également sur la manière du politique de le solliciter. Lors du discours de campagne, l'orateur se raconte, alternant anecdotes personnelles, histoires de ses concitoyens, récits collectifs. Il construit et transmet simultanément sa propre image. Nous parlons alors d'*ethos* (Amossy ; 1999).

Après avoir observé la prépondérance de la narration dans la stratégie de communication de Barack Obama lors de la campagne à l'élection présidentielle de 2008, nous entreprenons une approche comparative avec le discours de Nicolas Sarkozy, durant la campagne de 2007. Nous travaillons sur une sélection de textes des discours de meeting des deux candidats, analysant ce qui relève du storytelling dans l'allocution. Une grille d'analyse à l'aide du logiciel Tropes est en création. Les discours de Barack Obama et Nicolas Sarkozy ont mobilisé leur peuple usant d'éléments connus de tous, fondateurs d'un imaginaire commun (Girardet ; 1986). Ainsi, les récits d'expériences personnelles sont imprégnés de récits collectifs. Ces derniers nourrissent les récits individuels, construisant une part de chacun (Bruner ; 2010). Nous insistons sur le fait que l'individu se construit par rapport à l'autre et aux autres. De même, ces individualités font le collectif, validant et constituant un récit commun : l'imaginaire du groupe. L'orateur utilise ce que nous appelons « un cercle de la narration » au service de l'identité, tant dans sa construction que dans sa transmission. La question est de savoir comment la présentation de soi permet à un candidat de s'inscrire dans l'Histoire du pays, celle-là même qui conduit à l'intronisation de l'homme « providentiel », ou « populaire ».

Nous concentrant sur l'élaboration de l'image de soi grâce au discours, nous insistons sur le rôle primordial de la narration. Nous nous interrogeons sur ce qui relie récit et image de soi et posons ainsi la question : comment et pourquoi communiquer par l'ethos dans un discours de campagne à l'élection présidentielle et plus globalement dans une stratégie de communication?