



LARGOTEC'INFOS

Laboratoire de recherche sur la gouvernance publique, territoire et communication

Juillet 2007, n°2

ÉDITORIAL

Le projet de réforme des universités : un cas d'école pour la gouvernance

Le projet de loi actuellement en discussion au parlement relatif aux « libertés des universités » constitue une sorte de cas d'école pour comprendre les mutations en cours dans les manières de gouverner. Le choix du titre, tout d'abord, ne doit pas tout aux impératifs de la communication. Il est à mettre en parallèle avec celui plus souvent employé pour qualifier ce projet : celui d'autonomie. Non pas que l'autonomie des universités soit une nouveauté, elle fut officialisée dès la fin des années 1960 et constitue une tradition multi-séculaire, mais ce projet de loi prévoit un certain nombre de transferts de compétences qui vont effectivement en accroître la portée.

Plus concrètement, que contient ce projet de loi ? Pour l'essentiel un titre consacré à la « gouvernance des universités » dont l'objectif est de concentrer le pouvoir entre les mains des présidents d'université et d'un conseil d'administration réduit ; un autre titre portant sur les « nouvelles responsabilités des universités » c'est-à-dire les nouvelles compétences qu'elles devraient exercer dans un délai de cinq ans et les instruments d'audit interne et de pilotage financier dont elles devraient se doter pour les assumer.

Autonomie et responsabilités semblent être les deux mots clefs pour comprendre ce projet de réforme. Mais elles désignent plus globalement tout à la fois deux valeurs centrales sur lesquelles se fondent les sociétés démocratiques modernes et deux instruments de gouvernement. Cette adéquation entre valeurs de société et instruments de gouvernement fait la force et l'efficacité de ces derniers. Qui vanterait aujourd'hui les « valeurs » de dépendance et d'irresponsabilité ? Pour cette raison, elles ne peuvent plus valablement fonder des instruments efficaces de gouvernement. En revanche, penser la liberté, l'autonomie et la responsabilité non plus seulement comme des valeurs que la société et les individus peuvent opposer aux pouvoirs mais comme de nouveaux outils de gouvernement « à distance » entre les mains des différents pouvoirs, constitue un des défis intellectuels majeurs que doivent relever les recherches sur la gouvernance. Nous nous emploierons à en débattre durant notre colloque « **La gouvernance des sociétés contemporaines au regard des mutations de la normativité** » des 13, 14 et 15 décembre 2007.

Y. Palau

LES AXES DE RECHERCHE DU LARGOTEC

L'axe pouvoir et territoire (POETE)

Cet axe de recherche coordonné par Pierre Henri Chalvidan décline son activité autour de deux pôles :

- **La gouvernance des politiques et des administrations publiques**
 - programme de recherche : gouvernance de l'assurance maladie (coordonnateur : Maurice Pierre Planel)
 - programme de recherche : gouvernance des relations de travail et d'emploi (coordonnatrice : Béatrice Barbusse)
 - programme de recherche : gouvernance européenne et normes éthiques de l'action politique et administrative (coordonnateur Eric Thiers)
 - programme de recherche : la gouvernance des politiques de l'éducation à travers leur normativité (coordonnateurs recteur Josiane Attuel et Alain Billon)

- **La gouvernance des territoires**
 - programme de recherche : coopération, territoires en transition (coordonnateurs Pierre Henri Chalvidan et Sophia Mappa)

 - programme de recherche : décentralisation coopérative aux niveaux local, régional et européen (coordonnateur Vincent de Briant)

L'axe communication politique et publique (CECCOPOP - Centre d'Études Comparées en Communication Politique et Publique),

Cet axe de recherche coordonné par Philippe J. Maarek décline son activité autour de deux pôles :

- **La communication politique**

- **La communication publique**



13^e colloque du Centre d'Études Comparées en Communication Politique et Publique

« *La communication politique des élections présidentielles françaises de 2007 : premier bilan* »

Les 1^{er} et 2 juin 2007, le Céccopop, axe du Largotec centré sur la communication politique et publique, a organisé son 13^e colloque annuel, sous une nouvelle forme : la journée du 1^{er} juin était ouverte à tous, alors que la matinée du 2 juin était réservée aux chercheurs ayant communiqué la veille, leur permettant ainsi de faire un bilan croisé de leurs approches.

Nous avons choisi de tirer « à chaud » un bilan de la communication politique de la campagne présidentielle de 2007 en réunissant des analystes, chercheurs et spécialistes français et étrangers. L'ensemble des communications a permis de constater que, du point de vue de la communication politique, les élections présidentielles de 2007 ont présenté des caractéristiques inhabituelles : pré-campagnes d'une longueur interminable, personnalisation à outrance, pour ne pas dire « peopolisation », influence de plus en plus paradoxale des sondages qui font et défont les candidats, pauvreté des positionnements politiques et supériorité de l'image au détriment des contenus politiques.

La journée a été introduite par Madame Éliane Hulot, conseillère générale déléguée à l'enseignement supérieur du Conseil Général du Val-de-Marne et par le Professeur Anne Levade, Assesseur à la recherche secteur SHS de l'Université Paris XII.

Les travaux de la première journée ont été divisés en trois ateliers : la personnalisation et la construction de la légitimité, les nouveaux outils de communication de la campagne électorale, les thèmes de la campagne et l'opinion publique. On trouve les *abstracts* des communications ci-dessous. La seconde journée, introduite par une synthèse effectuée par Yves Palau, directeur du Largotec, permet aux intervenants d'échanger avec bonheur leurs points de vue, et éclairera sans aucun doute les versions plus abouties de leurs communications que le Céccopop publiera. Elle fut conclue par Philippe J. Maarek, directeur du Céccopop, qui mit en évidence les saillances originales de la campagne de 2007, telles que les excellentes interventions des participants les avaient exposées.

Abstracts de l'atelier 1 : La personnalisation et la construction de la légitimité

Juan Alonso - Céccopop

Identité et positionnement politiques : entre la mimesis et la différenciation

L'image et le discours politiques lors des élections posent le problème de la construction de l'identité des sujets politiques. Identité comme continuité - identité syntagmatique - (persévérance ou répétition ?) ou comme rupture et discontinuité - identité paradigmatique - (occuper un espace, une position différente avec une perte possible de l'identité syntagmatique).

Par ailleurs, dans cette quête d'identité politique, on aperçoit une tendance de plus en plus forte vers les logiques du marketing commercial avec un jeu qui oscille entre la mimesis (récupération des sujets des autres candidats) et la différenciation (se distinguer des autres à tout prix, avec le risque de ne plus être reconnu).

Sofia Ventura - Université de Bologne (Italie)

L'image et la communication de Nicolas Sarkozy : tradition ou innovation ?

En tant que président de l'UMP, N. Sarkozy a déployé ses efforts dans différentes directions : d'abord, en changeant l'opinion des élites et des activistes du parti ; ensuite, en attirant de nouveaux membres ; enfin, en obtenant le consensus de l'opinion publique. Nous explorerons les liens entre le programme politique de N. Sarkozy, ses stratégies de communication, et l'organisation du parti. En particulier fut frappante la création par N. Sarkozy d'une coalition au sein du parti gaulliste par

l'élaboration d'un programme politique conforme aux idéaux et aux préférences d'un nombre important de courants du parti, mais également en phase avec l'électorat français. La rédaction de la plateforme électorale du parti - incluant un certain nombre de conventions sur les questions clés et l'approbation du projet définitif par des activistes du parti - fournit un sujet intéressant d'analyse. En fait, en tant que président de l'UMP, N. Sarkozy a dirigé le processus entier en intégrant ses objectifs et propositions dans la plateforme du parti. Dans le même temps, il a appuyé certaines de ces propositions dans son propre discours politique dans le but clair d'établir un rapport direct entre lui et les citoyens français. De ce point de vue, il apparaît comme un innovateur dans le paysage politique français en se plaçant au-delà de la tradition gaulliste et en ne tenant pas compte des sujets tels que la laïcité et les relations étrangères, sujets typiquement français. D'autre part, bien que son discours politique semble faire écho aux appels populistes et qu'il soit familiarisé avec les règles de la surmédiation politique, sa conduite a été également fondée sur une approche traditionnelle, sous le contrôle de l'organisation du parti, même si il a adopté un style plus « démocratique » comparé à son prédécesseur J. Chirac.

Catherine Dessinges - Université Lyon 3

La construction de la légitimité politique de Ségolène Royal

Ségolène Royal a été, de tous les candidats à l'investiture, la seule à ne disposer d'aucune ou presque légitimité dite historique ou de compétence. Pour s'imposer, elle a non seulement su respecter les règles constitutives des actes du discours d'un homme politique en campagne électorale mais elle l'a fait en contournant les règles de la démocratie représentative. Étudier la construction de sa légitimité politique implique donc de s'intéresser à la popularité de Ségolène Royal et à la démocratie d'opinion dont elle a inauguré la voie.

Brigitte Sebbah - Céccopop

La question morale et la personnalisation de la communication politique

Dans le cadre du bilan de l'élection présidentielle, il importe de revenir sur une des caractéristiques marquantes de la campagne, à savoir la personnalisation du politique. Le programme politique proposé par les deux challengers du second tour, Nicolas Sarkozy et Ségolène Royal, était présenté avant tout comme le fruit d'une volonté personnelle, d'un caractère (dont on analysera le changement de paramètres voulus par les candidats) et non comme le résultat d'une réflexion d'un parti politique dans son ensemble. La clef de voûte d'une telle métamorphose du champ du politique repose en partie sur l'usage et la mise en avant de la morale au cœur des débats politiques. Nous verrons à partir du débat de l'entre deux tours et de la communication de la campagne, quelles peuvent être les raisons et les présupposés de cette redéfinition du champ politique et quelles sont les incidences sur la communication politique actuelle.

Abstracts de l'atelier 2 : Les nouveaux outils de communication de la campagne électorale

Franck Bousquet - Université Toulouse 3

De la pré-campagne interne à la campagne présidentielle : les outils participatifs et collaboratifs de la candidate socialiste

L'intervention avait comme objectif, dans un premier temps, l'analyse de l'utilisation des nouveaux outils de l'Internet dit « 2.0 » par trois acteurs de la pré-campagne interne du PS (Ségolène Royal, Dominique Strauss-Kahn et Laurent Fabius) ; pour ensuite travailler sur l'hypothèse de la contamination de cette pré-campagne participative sur Internet effectuée sur *Désirs d'Avenir* vers la campagne des débats thématiques de terrain.

Philippe J. Maarek - Université Paris 12, Ceccopop

La communication audiovisuelle dans la campagne présidentielle

La présentation donna un premier décodage des éléments de la campagne audiovisuelle « officielle » c'est-à-dire, des spots des deux tours, l'exposition des particularités du « débat décisif » du 2 mai devant venir dans un second temps. L'analyse des spots permet de mettre en évidence que l'arrivée en tête du premier tour des trois candidats ne devait rien au hasard, puisqu'ils furent les seuls à organiser leur campagne audiovisuelle officielle de façon minutieusement organisée en but d'une

victoire éventuelle, les autres candidats, y compris J.-M. Le Pen, trahissant consciemment ou non leur état de « petits candidats » en organisant leurs spots de façon très différente. De même, la différenciation des spots de S. Royal et de N. Sarkozy au 2^d tour montre les difficultés qu'eut la candidate socialiste à sortir d'une campagne d'image pour aborder les questions de fond.

Arnaud Mercier - Université de Metz

Les traces de la e-campagne dans les médias traditionnels

Pour cette campagne 2007, les ressources Internet ont été, pour la première fois en France, utilisées par les candidats et les militants, au mieux (ou aussi au pire ?) de leur possibilité. Ce quatrième média, qui avait déjà fait preuve de son utilité militante lors du référendum de 2005, a obligé les journalistes des médias traditionnels à se demander que faire de ce qui se déroule sur l'Internet. L'objet de cette intervention a été de repérer les interactions informatives entre ce qui se passe sur le web et dans la presse concernant la campagne.

Ludovic Renard - IEP de Bordeaux

La couverture médiatique des offres et des enjeux politiques de l'élection présidentielle de 2007

À nouvelle communication politique, nouvelle information politique ? Quelles pratiques journalistiques ont mis en œuvre les médias pour couvrir les offres politiques et les enjeux de l'élection présidentielle ? Ces pratiques s'adaptent-elles ou bien cherchent-elles à contourner les stratégies de communication politique déployées par les candidats en 2007 ? Observons-nous une nouvelle communication politique, c'est-à-dire de nouvelles manières de faire passer des messages politiques en direction de l'opinion publique ?

Thierry Vedel - Cevipof

Les pratiques d'information politique aujourd'hui

Comment les électeurs se sont-ils informés lors de la campagne 2007 ? Lors de la dernière présidentielle, la télévision a été la première source d'information des citoyens mais aussi le lieu principal du débat électoral. Si l'Internet s'est fortement développé depuis une dizaine d'années, ses usages politiques restent encore modestes et sont le fait d'un public au profil très particulier. De façon plus générale, les pratiques d'information des électeurs sont conditionnées par leur niveau d'implication et par leurs préférences politiques. Et l'on pourrait presque dire : dis-moi quel journal tu lis ou quelle chaîne tu regardes et je te dirai comment et pour qui tu votes.

Abstracts de l'Atelier 3 : Les thèmes de la campagne électorale et l'opinion publique

Laurent Béru - CIM CHRIME, Université Paris 3

Les thèmes de la campagne électorale et l'opinion publique

A la faveur des prises de parole des divers candidats à l'élection présidentielle – des interviews médiatiques aux discours politiques – et des commentaires produits par les journalistes – des simples articles aux dossiers de fond –, la thématique ethnique, très souvent adjointe à celle des quartiers dits « sensibles », s'est imposée, tout au long de la campagne, comme l'un des principaux sujets dont il faut débattre.

Nicolas Desquinabo - Université Paris 3

Manifestations et dynamiques de l'opinion publique dans les webforums partisans

Comment l'opinion publique s'est-elle manifestée dans les espaces de discussion en ligne des principaux partis politiques entre novembre 2006 et mai 2007 ? L'intervention a signalé les principaux résultats de l'analyse d'un échantillon de ces fils de discussions politiques. Les identités des participants, les types d'échanges et les propositions les plus débattues ont été détaillées par parti, par période et par thème abordé.

Teresa Sadaba – Université de Navarre à Pampelune

Le portrait dressé par les médias espagnols des candidats : programmes ou personnalisation ?

Les médias espagnols ont attaché plus d'importance à l'image des candidats qu'à la présentation de leur programme. En particulier, la présence pour la première fois d'une femme, et ses liens avec le premier ministre espagnol, qui vint même appuyer sa candidature lors d'un meeting à Toulouse, bénéficia d'une exposition extrêmement favorable et d'une ampleur inaccoutumée.

Guy Lachapelle - Université Concordia (Canada)

Opinion publique et politique publique : les enjeux internationaux de la présidentielle française vue du Québec

Les médias québécois se sont, en toute logique, plus intéressés aux parties des programmes des candidats qui intéressaient directement le Québec, le canular mené au détriment de Ségolène Royal y prenant naturellement sa place. On nota une intéressante différenciation entre la couverture de la campagne par la presse du Québec francophone et celle, anglophone, du reste du Canada, dont l'explication tient probablement en partie au positionnement politique plus « social » du Québec qui, du coup, favorisa certainement Ségolène Royal par rapport à Nicolas Sarkozy.

Stéphane Wahnich - Université Paris 12, Cécopop

Pour une anthropologie raisonnée de la communication politique des présidentielles 2007

Une nouvelle analyse de certaines données inexploitées des enquêtes d'opinion permet de constater que la victoire de Nicolas Sarkozy n'est pas due au hasard.

LES LUNDIS DU LARGOTEC



Les « lundi soir » du Largotec consacrés à la normativité.

2005-2006

12 oct 2005 : Ouverture du cycle par Madame le Recteur Attuel, doyen de la faculté d'AEI.
« **La normativité en régime démocratique** », Pierre-Henri Chalvidan, discutant Yves Palau

7 nov 2005 : « La normativité au regard de l'étude des relations internationales », Pierre Vercauteren, discutant Pierre-Henri Chalvidan

30 jan 2006 : « La normativité en droit public », Vincent de Briant, discutante Christine Houteer

6 mars 2006 : « Les normes en science sociale : normes, conventions, déviance et innovations dans les théories sociologiques », Dominique Glaymann, discutante Sophia Mappa

15 mai 2006 : « La normativité opérationnelle de la LOLF ; problèmes éventuels posés par les normes de performance en matière de pilotage de l'enseignement supérieur et de la recherche », Alain Billon, discutant Yves Palau

2006-2007

9 oct 2006 : « La question des valeurs et des normes dans les sciences sociales », Sophia Mappa et Adelaïde Amelot, discutant Dominique Glaymann

11 déc 2006 : « Le rôle de l'OMC dans la fabrique de la normativité », Elisabeth de Zutter, université de Maastricht, discutant Yves Palau

12 février 2007 : « L'interdisciplinarité dans le champ scientifique : Une culture d'activité », Maud Hatano, discutant Pierre-Henri Chalvidan

5 mars 2007 : « Normativité et Relation internationale », Pierre Vercauteren, discutant Yves Palau

23 avril 2007 : « Gouvernance et normativité », à propos de Niklas Luhmann par Yves Palau

21 mai 2007 : « Appropriation par le secteur public des normes du secteur privé », Beatriz Salgado et Martine Meunier et Christian Simon, discutant Yves Palau

Tous les séminaires du lundi ont lieu aux dates indiquées, de 17h30 à 19h30, UFR AEI Bâtiment T, 2^{ème} étage (salle de recherche), M^o Créteil Université

ACTIVITÉS ET PUBLICATIONS DES MEMBRES DU LARGOTEC

Pierre-Henri Chalvidan

Ouvrage :

- J.-N. Bezançon, P. Chalvidan, F. Mounier, *La transmission un défi impossible ?*, Desclée de Brouwer, 2007

Communications :

- « The other king - a theologico political approach to the crisis of citizenship », *Colloque FIUC*, Dublin, janvier 2007
- « L'épuisement de la démocratie », *Congrès international des associations francophones de sciences politiques*, Université Laval, Québec, mai 2007
- « Normativité, légitimité, fraternité », *Colloque éthique et gouvernance*, Centre d'Éthique de l'Université St Paul Ottawa, mai 2007

Juan Alonso

- Juan Alonso, *Il discorso del terrorismo. Le parole dell'ETA al vaglio semiotico*, Meltemi, Roma, 2006
- Juan Alonso (éd.), *Transversalité du sens*, Presses Universitaires de Vincennes, Saint Denis, 2006
- Juan Alonso, « Figures de la stratégie : la reddition ou du difficile art de finir un conflit », in Didier Tsala, Jean-Paul Petitimbert, *Communication et stratégie*, L'Harmattan, Paris, 2007
- Juan Alonso, «Le "non" au référendum français : les effets pervers de la menace dans la communication politique», in Philippe J. Maarek (éd.), *La communication politique et l'Europe : de juin 2004 à mai 2005, chronique d'un « non » annoncé*, L'Harmattan, Paris, 2007
- Juan Alonso, « Les temps de la vengeance : passions de la mémoire » in Denis Bertrand, Jacques Fontanille, *La flèche brisée du temps. Figures et régimes sémiotiques de la temporalité*, PUF, Paris, 2007
- Juan Alonso, «The Passion for Vengeance : Reading the Signs of Memory », in Cristina Demaria, Colin Wright (éds.), *Representations of Post-Conflict*, University of Nottingham Press, Nottingham, 2006
- Juan Alonso, « Espejismo y sinestesia : las trampas del agua », *Revista de Occidente*, 209, 2006

Béatrice Barbusse

Communication :

- « Les stages étudiants peuvent-ils contribuer à sécuriser les parcours professionnels dans la phase d'insertion ? », avec Dominique Glaymann (LARGOTEC) et François Grima (IRG) *XIV^e journées d'études sur les données longitudinales dans l'analyse du marché du travail*, Université d'Orléans, 30-31 mai 2007

Vincent de Briant

Soutenance de thèse :

- « L'action commune en droit des collectivités territoriales. Contribution à l'étude de l'exercice en commun de compétences », Thèse de Droit

Dominique Glaymann

Communication :

- « Les stages étudiants peuvent-ils contribuer à sécuriser les parcours professionnels dans la phase d'insertion ? », avec Béatrice Barbusse (LARGOTEC) et François Grima (IRG) XIV^e journées d'études sur les données longitudinales dans l'analyse du marché du travail, Université d'Orléans, 30-31 mai 2007

Philippe Maarek

- *Communication et marketing de l'homme politique*, 3^e édition, LITEC/LEXIS-NEXIS, coll. « Carré Droit », 2007
- *Chronique d'un "non" annoncé : la communication politique et l'Europe (juin 2004 - mai 2005)*, L'Harmattan, coll. « Communication et Civilisation », 2007

Sophia Mappa

Recherche en cours :

- « La gouvernance dans la lutte contre la pauvreté dans les politiques européennes d'aide au développement » : recherche sur le contenu de la décentralisation et de la participation de la société civile en France et en Afrique (Sénégal et Mauritanie) et sur la nature du pouvoir dans ces trois cas.

Martine Meunier

Publications :

- *Le droit d'expression en entreprise*, LEXIS-NEXIS, Coll. « Guide de la protection sociale », 2007
- *Le droit disciplinaire*, LEXIS-NEXIS, Coll. « Guide de la protection sociale », 2007
- *Harcèlements au travail*, LEXIS-NEXIS, Coll. « Guide de la protection sociale », 2007
- *Le CHSCT*, LEXIS-NEXIS, Coll. « Guide de la protection sociale », 2007
- *Le plan de sauvegarde de l'emploi (PSE)*, LEXIS-NEXIS, Coll. « Guide de la protection sociale », 2007

Beatriz Salgado

Publications :

- *Droit des sociétés*, Bréal, Coll. « Lexifac Droit », 2006
- *Lexique bilingue de termes juridiques, français-espagnol*, Ellipses, 2007

Christian Simon

Communication :

- « L'adoption par l'Europe des normes comptables IFRS : vecteur d'intégration mondiale ? Perte de légitimité des États ? L'exemple français », AMIS 2007, Academy of Economic Studies Bucharest, 2nd International Conference, bucarest, 21-22 juin 2007

Recherche en cours :

- « La suppression du compte de résultat en IFRS : connaissances tronquées ou informations meilleures ? », CCA 2008

LARGOTEC'INFOS

Juillet 2007, n°2

Coordination : Dominique Glaymann (glaymann@univ-paris12.fr)

Mise en pages : Marie-Odile Rosier (rosier@univ-paris12.fr)

Mise en ligne : Christophe Carrière (carrière@univ-paris12.fr)

Prochain n° de **LARGOTEC'INFOS** en novembre 2007.

Vous trouverez d'autres informations sur le Largotec sur le site de l'Université Paris XII à l'adresse suivante : **<http://www.univ-paris12.fr/largotec/>**