

4ème de couverture

Mobilisations électorales

Sous la direction de
Jacques Lagroye
Patrick Lehingue
Frédéric Sawicki

Les campagnes électorales sont un moment de tension où les candidats et les sortants mettent en danger leur droit à parler et à agir au nom de la collectivité. Tout l'art des acteurs politiques consiste alors à mobiliser les groupes sociaux et leurs représentants sans perdre la maîtrise du jeu.

C'est à la sociologie de ce travail multiforme de mobilisation qu'invitent les contributions ici rassemblées. La lente élaboration des programmes, les transactions multiples par lesquelles les partis et les candidats s'emploient à donner des gages à leurs clientèles électorales, la confection des listes, la sélection des enjeux, les stratégies de présentation de soi, l'anticipation des mises en récit journalistiques comptent parmi les dimensions étudiées.

Cette recherche collective, associant des chercheurs de plusieurs laboratoires, a privilégié l'observation intensive d'un nombre limité de cas, couvrant un spectre large de situations, des plus grandes villes (Lille, Rennes, Rouen...) aux plus petites (les villages de la Somme).

Le pari fait dans cette série d'enquêtes à multiples entrées est de considérer les campagnes électorales comme des moments particulièrement propices pour étudier le processus de co-production des frontières de la politique, à travers trois thématiques transversales intimement liées : « mobiliser les réseaux sociaux », « faire campagne », « mettre en récit ».