



// französische Version ** Deutsche Version folgt**//

Émotions, politique et médias à l'époque contemporaine : une comparaison interdisciplinaire franco-allemande pour une histoire européenne

8ème Atelier interdisciplinaire franco-allemand pour jeunes chercheurs
Groupe Interdisciplinaire de Recherche Allemagne - France (GIRAF-IFFD)

Université de la Sarre, Sarrebruck
Du 17 au 19 octobre 2018

Les émotions imprègnent le quotidien des populations et ont une influence sur leurs comportements et leurs décisions, ce qui se répercute sur le cours de l'histoire. Appelée de ses vœux par Lucien Febvre en 1941 l'histoire des sensibilités, ou histoire des émotions, a connu ces dernières dix voire vingt dernières années un écho remarquable. Les travaux du couple Stearns, Williams Reddy et Barbara Rosenwein ont fait largement avancer l'histoire des émotions. Des historiens allemands, tels que Ute Frevert, Birgit Ashmann et Jan Plamper, et français, tels qu'Alain Corbin et Georges Vigarello ont participé à l'établissement d'une nouvelle branche de la recherche en histoire. Les émotions ne sont cependant pas seulement analysées par les historiens mais sont également devenues un objet d'étude à part entière dans d'autres domaines des sciences humaines et sociales, telles qu'en sociologie, en ethnographie, ou bien encore en sciences politiques et en philosophie. De plus, depuis ces 15 dernières années, l'émergence et l'influence des émotions a également été traité dans le domaine des sciences naturelles.

Ce colloque a fait le choix d'appréhender les émotions sous le prisme de la politique et des médias en mettant en lumière leurs interdépendances aussi bien en France qu'en Allemagne. De même, il sera possible de traiter de la question des transferts d'émotions entre les deux pays ainsi que leur signification dans la construction d'une histoire européenne des émotions. Ce colloque s'adresse particulièrement à de jeunes chercheurs en sciences humaines et sociales. Le choix de l'approche de ce colloque est également déterminé par la situation politique actuelle : dans toute l'Europe, les mouvements populistes de droite essayent de gagner des voix à travers des campagnes électorales « émotionnalisées » qui ont fait preuve d'un certain succès, comme entre autres lors des dernières élections en France et en Allemagne. Les réseaux sociaux, qui ajoutent leur influence au monde des informations, se voient confronté à la problématique des « fakes News » dont les contenus ont pour but d'éveiller des émotions bien définies chez le récepteur.

La présence grandissante de l'émotionnel dans le quotidien n'est cependant pas un phénomène se limitant à l'époque actuelle. Son constat permet néanmoins d'ouvrir le regard sur l'importance de problématiques historiques, culturelles et sociologiques traitant des interactions entre les émotions, les médias et le politique dans l'histoire européenne contemporaine. Depuis l'émergence des médias de masse, les politiques atteignent toute la population. En parallèle de leurs arguments, ils ont recours à des émotions pour persuader les électeurs de leurs idées. Les émotions peuvent également servir d'instrument de manipulation dans différents systèmes politiques. La

force de manipulation des émotions ouvre la question de leur utilisation dans les régimes dictatoriaux, autoritaires et démocratiques. De quelle manière les différents acteurs politiques utilisent-ils les émotions pour imposer leur propres positions ? Quelles différences existent entre les méthodes d'instrumentalisation des émotions en pays dictatorial et en pays démocratique ? Existe-t-il des changements temporels dans la pratique des émotions ? De quelle manière l'émergence des médias et médias de masse ont transformé la communication politique et l'utilisation des émotions dans les discours politiques ? A ces questions s'ajoutent celles qui concernent les émotions en temps de guerre et en temps de paix : Quelle place prennent par exemple les émotions dans la propagande de la Seconde Guerre mondiale ? Dans ce contexte, une comparaison entre la propagande de régime démocratique français et celle de l'Allemagne nazie se prête particulièrement à l'analyse.

Un autre domaine de recherche apparaît également lors de l'étude des rapports entre médias, politique et émotions : il s'agit là de l'utilisation des techniques de publicité dans la pratique politique. Quelles émotions sont utilisées dans les deux modèles de communication ? Dans les années d'Entre-deux-Guerres, les techniques de publicité venues des Etats-Unis prennent leur essor dans les médias de masse des pays européens. Il serait intéressant de revenir sur les échanges entre les méthodes publicitaires et le politique pour cette période, mais également pour la période d'après-guerre qui voit arriver l'âge d'or de la publicité. Les politiques s'inspirent-ils des nouvelles méthodes développées autour d'une société de consommation ? Avec l'intégration européenne, et le marché commun qui en a résulté, on voit naître dans la période d'après-guerre une branche publicitaire européenne qui est cependant imprégnée des différences culturelles de chaque pays. Peut-on constater une tendance vers l'homogénéité des techniques publicitaires et politique au niveau européen ? Peut-on enfin, parler d'une culture des émotions européennes ou doit-on parler de cette culture au pluriel ?

Ces questions seront entre autres discutées lors du colloque pour jeunes chercheurs qui aura lieu à l'université de la Sarre, du **17 au 19 octobre 2018**. Les interventions ne devront pas dépasser 20 minutes et seront complétées par une discussion. Les langues de travail seront l'allemand et le français.

Les frais de voyage et d'hébergement des participants seront pris en charge par les organisateurs dans la limite des fonds disponibles.

Prière d'envoyer votre proposition de contribution en français ou en allemand (max. 500 mots), ainsi qu'un bref CV **avant le 15. février 2018** à l'adresse suivante : emotionen2018@gmail.com.

Organisation :

Jasmin Nicklas (Université Paris-Sorbonne/Universität des Saarlandes)

Maude Williams (Laboratoire EHNE/Ruhr-Universität Bochum)

Comité scientifique :

Hélène Miard-Delacroix (Université Paris-Sorbonne, UFR d'Études Germaniques et Nordiques)

Dietmar Hüser (Universität des Saarlandes, Institut für Zeitgeschichte)

Jasmin Nicklas (Universität des Saarlandes/ Université Paris-Sorbonne)

Maude Williams (Laboratoire EHNE/Ruhr-Universität Bochum)



Emotionen, Politik und Medien in der Zeitgeschichte Ein interdisziplinärer deutsch-französischer Vergleich im Rahmen einer europäischen Emotionsgeschichte

8. Interdisziplinärer deutsch-französischer Workshop für NachwuchswissenschaftlerInnen
Interdisziplinäre Forschungsgemeinschaft Frankreich Deutschland (GIRAF-IFFD)

Universität des Saarlandes, Saarbrücken
17. – 19. Oktober 2018

Emotionen durchdringen den Alltag der Menschen, nehmen Einfluss auf deren Handeln und Entscheidungen, dementsprechend ist auch die Geschichte durch Emotionen geprägt. 1941 von Lucien Febvre ins Leben gerufen, hat die Geschichte der Gefühle bzw. die Emotionsgeschichte insbesondere in den letzten zehn bis zwanzig Jahren eine Hochkonjunktur erfahren. Die Arbeiten des Ehepaars Stearns, William Reddys und Barbara Rosenweins brachten die Emotionsgeschichte entscheidend voran. Aber auch die Publikationen von deutschen Historikerinnen und Historikern wie Ute Frevert, Birgit Aschmann und Jan Plamper und von französischen Historikern wie Alain Corbin und Georges Vigarello trugen zur Etablierung des neuen Forschungszweiges innerhalb der Geschichtswissenschaften bei. Emotionen sind jedoch nicht nur Untersuchungsgegenstand der Geschichtswissenschaften, sondern stehen auch in weiteren Disziplinen der Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften, wie beispielsweise in der Soziologie, der Ethnologie, den Politikwissenschaften und der Philosophie im Zentrum aktueller Forschungsdebatten. Und selbst die Naturwissenschaften beschäftigen sich seit etwa 15 Jahren zunehmend mit der Entstehung und Wirkweise von Emotionen.

Die Tagung möchte Emotionen in Politik und Medien sowie deren Interdependenzen in Frankreich und Deutschland in den Blick nehmen. Ebenso sollen Emotionstransfers zwischen den beiden Ländern sowie deren Bedeutung für die Idee einer europäischen Emotionsgeschichte diskutiert werden. Sie richtet sich insbesondere an Nachwuchswissenschaftler verschiedener Disziplinen der Geistes- und Sozialwissenschaften. Die Wahl des Schwerpunktes der Tagung ist auch durch die aktuelle politische Situation bedingt: europaweit versuchen rechte populistische Bewegungen Stimmen durch einen emotionalisierten Wahlkampf zu gewinnen und haben, wie u.a. die letzten Wahlen in Frankreich und der Bundesrepublik gezeigt haben, mit dieser Methode durchaus Erfolg. Die sozialen Netzwerke, die die Nachrichtenwelt durch ihre Einflussnahme ergänzen, sehen sich mit der Problematik der „Fake-News“ konfrontiert, deren Inhalte in der Regel gezielt Emotionen bei den Rezipienten hervorrufen sollen.

Die Zunahme des Emotionalen im Alltag ist jedoch kein Phänomen, das sich ausschließlich auf die Gegenwart begrenzen lässt. Vielmehr eröffnet dieser aktuelle Bezugsrahmen den Blick für die Relevanz historischer, kulturwissenschaftlicher und soziologischer Fragestellungen, die sich mit der Wechselwirkung von Emotionen, Medien und Politik in der europäischen Zeitgeschichte auseinandersetzen. Seit dem Aufkommen der Massenmedien erreichen Politiker nahezu alle Menschen; neben Argumenten setzen sie auf Emotionen, um ihre Wähler von ihren Ideen zu überzeugen. Emotionen können – negativ ausgelegt – auch als Manipulationsinstrumente innerhalb verschiedener politischer Systeme missbraucht werden. Die Manipulationskraft von Emotionen

eröffnet die Perspektive für Fragen nach deren unterschiedlichem Einsatz in Diktaturen, autoritären Regimen und Demokratien. Auf welche Weise bedienen sich die verschiedenen politischen Akteure Emotionen, um ihre eigenen Positionen durchzusetzen? Welche Unterschiede bestehen im Einsatz solcher emotionalen Verführungsmethoden zwischen Diktaturen und Demokratien? Gibt es Veränderungen der emotionalen Praxis im Zeitverlauf? Wie veränderten die audiovisuellen (Massen-)Medien die politische Kommunikation und die Verwendung von Emotionen in politischen Diskursen? Auch Fragen, die sich mit Emotionen in Kriegs- und Friedensgesellschaften auseinandersetzen, sind von besonderer Bedeutung: Welchen Stellenwert nehmen beispielsweise Emotionen in der Propaganda des Zweiten Weltkrieges ein? In diesem Kontext bietet sich ein Vergleich zwischen dem demokratisch geführten Frankreich und dem „Dritten Reich“ unter der Herrschaft des Nationalsozialismus besonders an.

Ein weiteres Forschungsfeld eröffnet sich im Bereich der Wechselwirkung zwischen Politik, Werbung und Emotionen: hierbei geht es um die Anwendung von Werbetechniken in der politischen Praxis. Welche Emotionen werden in beiden Kommunikationsmodellen genutzt? In der Zwischenkriegszeit erlebten die neuen Werbemethoden, die in den USA entstanden waren, auch in den europäischen Massenmedien einen Aufschwung. Besonders interessant wäre daher zu untersuchen, welchen Einfluss die Werbemethoden der damaligen Zeit auf die politische Kommunikation nahmen. Gleichzeitig wäre eine solche Fragestellung auch für die Nachkriegszeit – das goldene Zeitalter der Werbung – relevant. Bedienten sich Politiker der neuen emotionsorientierten Methoden, die Werbespezialisten im Zuge der Etablierung der Konsumgesellschaft entwickelten? Mit der europäischen Integration und der damit einhergehenden Etablierung des Binnenmarktes etablierte sich in der Nachkriegszeit eine europäische Werbebranche, die dennoch weiterhin durch interkulturelle Unterschiede der verschiedenen Nationen geprägt ist. Kann eine beginnende Homogenisierung der Werbetechniken und der politischen Kommunikation auf europäischer Ebene festgestellt werden? Kann von einer europäischen Emotionskultur gesprochen werden oder handelt es sich auch weiterhin um länderspezifische Emotionskulturen?

Diese und weitere Fragen sollen auf der Nachwuchswissenschaftlertagung in Saarbrücken vom **17. bis 19. Oktober 2018** diskutiert werden. Die Beiträge sollen 20 Minuten umfassen und werden jeweils durch eine Plenumsdiskussion ergänzt. Arbeitssprachen sind Französisch und Deutsch.

Die Reise- und Unterbringungskosten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden im Rahmen der zur Verfügung stehenden Mittel übernommen.

Es wird darum gebeten, die Beitragsvorschläge in deutscher oder französischer Sprache (max. 500 Wörter) sowie einen kurzen Lebenslauf bis zum **15. Februar 2018** an folgende Adresse zu senden: emotionen2018@gmail.com.

Organisation:

Jasmin Nicklas, MA. (Universität Paris-Sorbonne/Universität des Saarlandes)

Dr. Maude Williams (Laboratoire EHNE/Ruhr-Universität Bochum)

Wissenschaftliches Komitee:

Prof. Dr. Hélène Miard-Delacroix (Universität Paris-Sorbonne, UFR d'Études Germaniques et Nordiques)

Prof. Dr. Dietmar Hüser (Universität des Saarlandes, Institut für Zeitgeschichte)

Jasmin Nicklas, MA. (Universität Paris-Sorbonne/Universität des Saarlandes)

Dr. Maude Williams (Laboratoire EHNE/Ruhr-Universität Bochum)