

THE PENNSYLVANIA STATE UNIVERSITY  
SCHREYER HONORS COLLEGE

DEPARTMENT OF FRENCH AND FRANCOPHONE STUDIES

LE TRAITEMENT DE LA CAMPAGNE PRIMAIRE D'HILLARY RODHAM  
CLINTON DANS LA PRESSE FRANCAISE EN 2008

NADIA LEHTIHET  
Spring 2015

A thesis  
submitted in partial fulfillment  
of the requirements  
for a baccalaureate degree in Biochemistry and Molecular Biology  
with honors in French and Francophone Studies

Reviewed and approved\* by the following:

Christine Clark-Evans  
Associate Professor of French, Women's Studies  
and African and African American Studies  
Thesis Supervisor

Lisa Reed  
Associate Professor of French and Linguistics  
Director of Undergraduate Studies  
Honors Advisor

\* Signatures are on file in the Schreyer Honors College.

## RESUME ANALYTIQUE

Ma thèse se focalise sur le traitement dans la presse française de la campagne primaire dans le Parti Démocratique pour la candidature présidentielle d'Hillary Rodham Clinton en 2008. Spécifiquement, j'examine trois grandes publications : *Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Nouvel Observateur*. Bien que les journalistes américains aient étudié le rôle du média en sculptant la perception publique de Madame Clinton depuis longtemps, nous manquons une analyse similaire pour les publications françaises. Alors, je vais examiner l'élection primaire 2008 de HRC à travers ce point de vue international.

La période en question se commence le 20 janvier, 2007, la déclaration de sa candidature présidentielle, et s'arrête le 7 juin, 2008, date de sa concession de la campagne présidentielle après une suite de défaites électorales. Pour analyser la couverture médiatique, je propose d'analyser la couverture de cette campagne politique dans ces trois publications en général et comparer les appels rhétoriques (ainsi que l'ethos, le pathos, le logos) utilisés par chaque publication et aussi une analyse de quantité et qualité pour chacun de nos six « moments décisifs » pour raconter les événements environnant HRC. Je suppose trouver une couverture plus ou moins objective et générale des puissances et des faiblesses de sa campagne de candidature présidentielle, mettant l'accent sur sa politique étrangère et positions conservatrices fiscalement.

**TABLE OF CONTENTS**

LIST OF FIGURES .....	iii
LIST OF TABLES .....	iv
ACKNOWLEDGEMENTS .....	v
CHAPITRE 1. <i>L'Introduction</i> .....	1
CHAPITRE 2: <i>Histoire d'Election: Six Moments Décisifs</i> .....	7
CHAPITRE TROIS: <i>La Couverture de Presse - Quantité</i> .....	16
Chapitre 4: <i>Analyse Qualitative : Méthodes et Comparaison</i> .....	27
Chapitre 5 : <i>Conclusions</i> .....	41
<i>BIBLIOGRAPHY</i> .....	45

**LIST OF FIGURES**

Figure 1. La couverture de presse au sujet de Clinton avant et pendant la campagne électorale de 2008, par source médiatique.....	7
Figure 2. Pourcentage de la couverture de presse totale, par source: 1992-2007.....	18
Figure 3. Pourcentage de la couverture de presse totale, par source: 2008.....	19
Figure 4A. <i>Le Nouvel Observateur</i> : couverture de presse au sujet de Clinton, par année : 2000-2014.....	21
Figure 4B. <i>Le Nouvel Observateur</i> : couverture de presse au sujet de Clinton: 2007.....	21
Figure 4C. <i>Le Nouvel Observateur</i> : couverture de presse au sujet de Clinton: 2008.....	21
Figure 5. Les six moments décisifs de la campagne de Clinton: par les numéros .....	26

**LIST OF TABLES**

Table 1. Les Six Moments Décisifs ..... 8

## RECONAISSANCES

Je tiens à remercier en premier lieu le Dr C. Clark-Evans, mon directeur de thèse, sans qui ce travail n'aurait pas été possible. Je tiens à remercier le Dr L. Reed ainsi que pour son travail en tant que mon conseiller honneurs, et tous les fantastiques professeurs de français qui m'ont façonné le long du chemin: le Dr WZ Silverman et mes parents, pour n'en nommer que quelques-uns. Enfin, je tiens à remercier le Schreyer Honors College à Pennsylvania State University, dont le soutien fait mes recherches et études possible.

## CHAPITRE 1. *L'Introduction*

La vie de Hillary Rodham Clinton (HRC) semble parsemée de “premières”: première étudiante à donner l'adresse de commencement à Wellesley, Première Dame des Etats Unis, et première sénatrice à être élue de l'état de New York . En janvier 2007, Hillary Rodham Clinton se lance dans la course pour un nouveau type de première: première femme présidente des Etats-Unis. Cette thèse examinera le traitement dans la presse française de la campagne électorale primaire pour la candidature présidentielle d'Hillary Rodham Clinton au sein du Parti Démocrate en 2008. Plus spécifiquement, je propose d'examiner cette candidature à travers trois grandes publications étrangères: *Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Nouvel Observateur*.

Ce chapitre donne une justification culturelle et historique de ce travail, explique le sujet et les paramètres de l'étude, délimite la période et les événements d'une façon utile et, enfin, défend mon choix de corpus. Premièrement, il faut dire que l'influence des médias journalistiques populaires sur la perception par le public des candidats politiques a été reconnue depuis longtemps. De même, la représentation par ces medias de certaines candidatures--en particulier les candidatures féminines--est, aujourd'hui encore, un sujet de débat. Clinton ne fait pas exception. En tant que secrétaire d'Etat, un journaliste lui a une fois posé une question sur ses choix vestimentaires. Elle lui a répondu en lui demandant s'il oserait poser la même question à un homme. Bien que la campagne électorale d'Hillary Rodham Clinton ait été couverte par la presse française, cette couverture n'a pas encore fait l'objet d'un examen rigoureux. Cette thèse se propose de procéder à cet examen.

En ce qui concerne la politique américaine, les français ont une tradition longue et précieuse d'autoanalyse journalistique. Bien que de nombreux Américains aient encore bien du mal à identifier le Président de la France, les médias français, par contre, suivent couramment la politique américaine, y compris les primaires des deux grands partis. Les campagnes historiques, en 2008, des sénateurs Obama et Clinton n'ont pas aussi fait exception. Bien que le système français n'ait pas d'équivalent pour le « caucus de l'Iowa », les journalistes français couvrent souvent les étapes importantes de la campagne électorale américaine. Ils se concentrent surtout sur les victoires et défaites à caractère politique et médiatique sensationnel.

Prenant tout cela en compte, une analyse comme celle que je propose ici n'a pas encore été faite. Cependant, mon analyse vise trois des publications les plus influentes à travers une nouvelle lentille rhétorique. Il faut aussi préciser les six événements décisifs dans la campagne primaire de HRC que je compte examiner. Comme ma recherche continue, ces événements peuvent changer, leur nombre pourra s'élargir ou diminuer, mais pour l'instant la liste provisoire se trouve dans l'un des paragraphes qui suivent.

Ma thèse propose d'examiner le traitement dans la presse française de la campagne électorale primaire pour la candidature présidentielle d'Hillary Rodham Clinton (HRC) au sein du Parti Démocrate en 2008. Plus spécifiquement, je compte examiner le traitement de cette campagne par trois grandes publications françaises: *Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Nouvel Observateur*. Bien que les journalistes américains aient déjà étudié le rôle et l'influence des médias sur la perception publique de Madame Clinton, ce n'est encore pas le cas pour les publications françaises. Je propose, alors, d'examiner l'élection primaire 2008 de HRC à travers ce point de vue transculturel.



La période en question commence le 20 janvier, 2007 avec la déclaration de sa candidature présidentielle et se termine le 7 juin, 2008, date de sa concession de la campagne présidentielle après une suite de défaites électorales. Pour analyser ce traitement médiatique, je propose d'analyser la couverture de cette campagne politique dans ces trois publications en général, et de comparer les appels rhétoriques (ainsi que l'ethos, le pathos, le logos) utilisés par chaque publication. Je compte aussi analyser, de manière quantitative et qualitative, six « évènements décisifs » qui ont marqué cette campagne. Je pense à trouver une couverture médiatique plus ou moins objective et générale des atouts et des faiblesses de sa campagne de candidature présidentielle, tout en mettant l'accent sur sa politique étrangère et économique.

Afin d'examiner cette grande et riche période de temps, six « évènements décisifs » dans le cadre de la campagne seront choisis comme repères importants de cette élection. Ces six évènements décisifs formeront la base de l'analyse quantitative et qualitative décrite dans le chapitre suivant. Le traitement de ces six évènements décisifs par la presse française sera examiné du point de vue de son intensité, interprétation et objectivité. Le Chapitre 2 introduira donc les six évènements décisifs et expliquera les méthodes analytiques utilisées. Le Chapitre 3 présentera une analyse qualitative et quantitative de la couverture médiatique pendant la période en question, en choisissant deux articles représentatifs de chaque publication pour chaque évènement décisif. Le Chapitre 4 fera une comparaison entre les articles représentatifs des trois grandes sources (envers l'ethos, le pathos et le logos ; les trois modes Aristotélien qui justifient le degré de pouvoir persuasive) et finalement, le Chapitre 5 (la conclusion) tirera les conclusions de cette évaluation et de la thèse.

La liste provisoire des six évènements décisifs qui seront analysés se trouve ci-dessous :

1. 20 janvier, 2007 : HRC annonce sa candidature pour la présidence
2. 3 janvier, 2008 : le caucus de l'Iowa

3. 19 janvier, 2008 : la primaire du Nevada
4. 5 février, 2008 : Super Tuesday
5. 22 avril, 2008 : la primaire de Pennsylvanie
6. 7 juin, 2008 : la concession

Il fut extrêmement difficile de retenir seulement six événements décisifs dans la campagne électorale de 2008. Les six évènements énumérés ci-dessus ont été choisis parce que les médias français retenus pour cette étude ont mis beaucoup d'accent sur ces occurrences. Ses évènements étaient aussi importants dans la couverture médiatique américaine. En général, les médias étrangers accordent beaucoup d'attention aux sondages, victoires et défaites mais n'analysent pas trop les discussions et thèmes débattus au cours des débats des élections primaires.

Quant à mon choix de corpus, après avoir examiné plusieurs publications françaises, j'ai choisi *Le Monde*, *Le Figaro* et *Le Nouvel Observateur* pour ma recherche de thèse primaire. Ces journaux ont été choisis à cause de l'étendue de leur reportage sur la politique américaine (et spécifiquement, Madame Clinton), de leur tendances politiques assez diverses, et enfin à cause de leur influence sur l'opinion publique française. Dans les mots de Mary Anne Borelli,

Trois forces principales déterminent la couverture du candidat : (1) L'idéologie persistante dans la société, (2) Le cycle normal des informations et la routine des media, (3) Les réponses de la presse et des Clinton ; forgées tout au long des années passées en tant que Première Dame des Etats Unis et en tant que Sénateur.<sup>1</sup>

A présent, *Le Monde* contient un nombre important de 3 097 articles sur Mme. Clinton. Bien que ces articles ne se rapportent pas tous à la période en question, ce nombre important d'articles sur Clinton démontre un engagement et une volonté à long terme de couvrir l'ancien sénateur et secrétaire d'État, et une admission que cette femme est une actrice majeure de la politique américaine. Environ 238-437 de ces articles se concentrent sur les élections primaires

de 2007-2008. Leur couverture d'archive commence en 1992 et continue à travers les récentes histoires de mouvements financiers de la pro-Hillary Super PAC "Ready for Hillary" en janvier 2014. Cette couverture est considérée comme centriste. Avec un nombre de lecteurs de 314 000, *Le Monde* est considéré comme une source principale d'informations internationales pour une certaine couche intellectuelle de la population française.

*Le Figaro* compte un nombre de lecteurs (321 500) comparable à celui du *Monde*, mais une tendance politique différente. Bien que ce journal à tendance conservatrice ne contienne que quelques 1784 articles accessibles mentionnant HRC et 151 de la première saison, sa couverture est suffisamment complète pour suggérer un intérêt et une appréciation de Clinton en tant que personnage important de la politique nationale et internationale. Finalement, *Le Nouvel Observateur* est un magazine assez important parmi les sources d'information commerciale en France avec un nombre de lecteurs estimé à 511 900. Quelque 1775 articles sur Clinton en général et quelque 779 articles couvrent la période en question entre 2007 et 2008. *Le Nouvel Observateur*, également, est largement considéré comme un journal à tendance modérée.

Etant donné que ces trois publications possèdent un nombre très important de lecteurs, il semble assez intéressant d'évaluer et de comparer leur couverture médiatique d'Hillary Rodham Clinton. Bien que ces trois publications n'aient pas suivi HRC le long de sa carrière, ces journaux se sont toujours intéressés à la politique américaine et semblent avoir bien suivi Clinton pendant ces dernières vingtaines d'années. Ce groupe de journaux se distingue bien de la concurrence.

Je pense qu'en temps qu'Américains, il est important pour nous de sortir régulièrement en dehors de notre vision provinciale du monde et d'examiner nos pratiques à travers le point de vue d'une autre culture. De même, je crois aussi que beaucoup de conclusions intéressantes

peuvent être tirées de l'analyse de l'opinion tenues par les journalistes étrangers sur les moments qui décident de notre avenir politique. L'affrontement électoral entre Clinton et Obama en 2008 a attiré l'attention du monde entier. L'élection de 2016 se dessine déjà à l'horizon, et HRC semble se préparer à reprendre sa place comme objet de fascination et de spéculation quotidienne dans la vie politique américaine. Cette analyse pourrait bien préparer le terrain pour la prochaine campagne-éclair de la couverture médiatique de HRC contre un nombre assez important de candidats démocrates et républicains.

## CHAPITRE 2: *Histoire d'Élection: Six Moments Décisifs*

L'objectif déclaré est d'examiner la couverture de la campagne principale de Clinton dans les médias français. Cependant, un défi évident se présente: la saison des élections primaires 2007-2008 a été une date historique pour de multiples raisons et méritait donc qu'on compte des milliers d'articles distincts dans nos trois agences de presse choisies (*Le Monde*, *Le Nouvel Observateur* et *Le Figaro*). Donc, la question est maintenant, comment fait-on pour objectivement inspecter d'un événement d'une telle longue durée et une ampleur considérable? À l'intersection de la politique, le sexe et les médias, plusieurs auteurs ont déjà examiné cette campagne Clinton notamment par la recherche, en partie, à des exemples spécifiques de partialité apparente. [Le] Dr Nichola Gutgold, par exemple, note que « Les médias, cependant, restent constamment critiques et oppositionnels »<sup>1</sup> et examine les articles occupés à rire de Clinton (la "Clinton Cackle"), son décolleté et, parfois, de son mari<sup>2</sup>.

Je suggère une voie médiane. Verser analyste la couverture médiatique, je proposerai d'analyser la couverture de cette campagne politique dans ces trois publications en suivant les grands événements importants environnant Clinton. Ces événements majeurs forment la base de notre «six moments décisifs» --les sondages, les primaires et les annonces qui ont changé ou marqué un tournant dans l'élection de braquage. Je suppose trouver une couverture plus ou moins

---

<sup>1</sup> (Review) Almost Madam President, Why Hillary Clinton "Won" in 2008, by Nichola D. Gutgold, and (Review) Hillary Clinton's Race for the White House, Gender Politics and the Media on the Campaign Trail, by Regina

G. Lawrence and Melody Rose Initially published in Politics & Gender, March 2011, volume 7, issue 1, p.128-131. © 2011 The Women and Politics Research Section of the American DOI: 10.1017/S1743923X10000656

<sup>2</sup> Gutgold, Nichola D. *Almost Madame President*. Lexington Studies in Political Communication, 2009. Print.

objective et générale des puissances et des faiblesses de sa campagne de candidature présidentielle et aussi un biais léger mais perceptible suivant les tendances politiques des publications. Inutile de dire que cette course historique a été examinée de nombreuses fois par les stratèges démocrates<sup>3</sup>. De quelques privilégiés de ces rapports, quatre événements marquants (ainsi que l'annonce et [la] concession) ont été identifiés comme les «six moments décisifs». Ils sont les suivants:

Table 1. Les Six Moments Décisifs

Date	Evènement
20 janvier, 2007	HRC annonce sa candidature pour la présidence
3 janvier, 2008	Le caucus de l'Iowa
19 janvier, 2008	Le primaire [du] Nevada
5 février, 2008	« Super Tuesday »
22 avril, 2008	Le primaire de [la] Pennsylvanie
7 juin, 2008	La concession

#### *20 janvier, 2007 : L'annonce*

L'annonce de la candidature de Clinton à la magistrature suprême aux Etats-Unis est venue avec peu de surprise, mais beaucoup de fanfare. En effet, dès l'année 2006 avancées les médias français ont fait plus qu'allusion à des spéculations de candidature présumée de Clinton à la Maison Blanche (en termes non équivoques) avec des articles tels que «Hillary Clinton, sénatrice en campagne présidentielle"<sup>4</sup>. Mais le 20 janvier 2007, le jour historique est finalement arrivé. Premièrement, j'ai choisi l'annonce de sa candidature (sur le 20 janvier, 2007) pour des raisons évidentes. Les rumeurs d'une possible course présidentielle abondaient dans les mois qui ont précédé son annonce officielle, mentions entassés dans des sénateurs, [des] représentants, les

<sup>3</sup> Sinderbrand, Rebecca. 6 Juin 2008 Analyse: Pourquoi la candidature de Clinton a échoué. CNN Politique. <http://www.cnn.com/2008/POLITICS/06/06/clinton.race/index.html?iref=hpmostpop>

<sup>4</sup> "Hillary Clinton, Une Sénatrice En Campagne Présidentielle." *World News*. Le Monde, 11 Apr. 2006. Web. 18 Sept. 2014.

syndicats et les organisations nationales de même. Le jour HRC a annoncé dans la presse son intention de demander la plus haute fonction du pays, cependant, a changé l'histoire. Nous pouvons peut-être comprendre l'excitation et l'importance de ce moment tout le mieux aujourd'hui, comme nous voyons une prévision similaire pour sa campagne future de 2016.

Le site de son comité de campagne exploratoire a enregistré une courte vidéo dans laquelle elle a annoncé: «Je suis entrée, et je suis entrée pour gagner.»<sup>5</sup> Bien que ce ne fût pas la première fois qu'une femme avait demandé la nomination de son parti à la présidence, Clinton a été largement considérée comme la première candidate avec le plus de chances que tout pour réussir. Elle était aussi, bien sûr, la première "First Lady" de chercher la position; une tentative que certains préfiguraient quand la popularité de Clinton a été régulièrement interrogée pendant la présidence de son mari !<sup>6</sup>

Son annonce a été faite deux jours seulement avant le discours sur l'État de l'époque, le président George W. Bush de l'adresse de l'Union, et a insisté sur les politiques erronées de l'administration Bush, elle continuera à travailler à corriger. Elle était à ce moment-là sans aucun doute la préférée des électeurs, avec 41% des voix démocratique (selon un sondage Washington Post-ABC Nouvelles). Barack Obama, son rival le plus proche, n'en avait que 17%<sup>7</sup>. La presse française s'est empressée d'ajouter à la frénésie des médias, annonçant entre autres des titres comme « Hillary Clinton favori à l'investiture démocrate » et « Hillary Clinton Dans la course à la Maison-Blanche ». Elle ajoute à un champ primaire démocrate déjà très diversifié a marqué la première fois qu'une femme et un Afro-Américain seraient en concurrence pour une investiture

---

<sup>5</sup> "Hillary Clinton Launches White House Bid: 'I'm In'" *CNN*. Cable News Network, 22 Jan. 2007. Web. 18 Sept. 2014.

<sup>6</sup> Shambaugh, Rebecca. *Leadership Secrets of Hillary Clinton*. New York: McGraw-Hill, 2010. Print.

<sup>7</sup> Balz, Daniel. "Hillary Clinton Opens Presidential Bid." *Washington Post*. The Washington Post, 21 Jan. 2007. Web. 18 Sept. 2014.

du parti. Précédente victoire écrasante de Clinton dans une course de New York Sénat et sa capacité à résister à de sévères critiques des conservateurs politiques pendant son mandat controversé que la Première Dame d'elle une candidate encore plus controversée faits.

### *3 janvier, 2008 : Le caucus de l'Iowa*

J'ai choisi aussi le 3 janvier, 2008 (le caucus de l'Iowa) comme date importante. Bien que les Américains comprennent l'importance des caucus de l'Iowa, les Français n'ont pas un événement similaire. Pour HRC, ces caucus de l'Iowa sont décisifs non seulement comme un spectacle médiatique, mais aussi comme le premier événement électoral majeur au cours de la route longue et sinueuse pour la nomination d'un candidat à la présidentielle. L'un des événements les plus attendus de la saison des élections primaires, le caucus de l'Iowa est considéré comme peut-être le plus important jauge préliminaire de la force de candidat et les positions relatives. L'importance de l'événement est bien plus que symbolique ou prédictive cependant. Par la conclusion des caucus de l'Iowa, les candidats ayant les chiffres les plus bas abandonnent souvent en raison du manque de soutien, et les candidats gagnants sont considérés comme favoris pour l'investiture du parti politique dans son ensemble à la convention nationale<sup>8</sup>.

Comme Clinton, Obama, Edwards et d'autres prétendants éminents se battant pour la première position dans les sondages, 2008 a été une année qui ne diffère pas des autres en termes de l'importance des caucus de l'Iowa lors des concours présidentielles. Selon la presse nationale américaine, des dizaines de millions de dollars ont été dépensés pour la campagne dans l'Iowa menant le 3 janvier. Bien que Clinton ait été le favori au début de la course, même faire des

---

<sup>8</sup> "The Iowa Precinct Caucuses: The Making of a Media Event." Winebrenner, Hugh. Iowa State Press. Print. 30 April 1998. ISBN-10: 0813824893



déclarations et des titres comme " 'Je suis sans Conteste la Leader» dans la Cours,"<sup>9</sup> l'Iowa est venu à la fois comme une défaite cuisante et un signe avant-coureur précis du résultat final de la primaire démocrate. Clinton n'a même pas obtenu une deuxième place derrière le vainqueur éventuel Obama, arrivant en troisième position avec 29,2% des voix derrière l'ancien candidat à la vice-présidence John Edwards, qui avait engrangé 29,7% de soutien.<sup>10</sup> Bien qu'Hillary ait pris seulement la troisième place (derrière John Edwards et Barack Obama,) le sénateur Obama et elle allaient bientôt émerger comme les champions clairs dans un domaine diversifié.

Malgré le fait que la candidature d'Edwards serait éventuellement terminée par des révélations choquantes de sa faute conjugale, au moment des caucus de l'Iowa, il a présenté un défi réel et sérieux pour Clinton et Obama. Bill Richardson a terminé avec 2% des voix et le vice-président éventuel (Joe Biden) avec seulement 1% des voix démocratique, mais Obama est resté tête et des épaules au-dessus du reste avec 37,6% de l'électorat dans l'Iowa.

Bien que Richardson et Biden ne continuent pas toujours aux importants primaires du New Hampshire, les trois premiers du classement ont déclaré leur engagement à continuer de faire campagne. Certaines politologues ont spéculé que populiste d'Edward message directement à partir des familles de la classe moyenne modeste de Caroline du Nord rurales-touchant une corde sensible avec le public à travers l'état et fournissant un contraste avec les politiques plus traditionnelles, fiscalement conservatrices favorisées par le camp Clinton. C'était le message du sénateur Obama de "espoir et de changement», cependant, qui l'a catapulté à l'avant de la ligne entre les modérés du parti Démocrate à la recherche de la fin aux divisions partisans et l'unité qu'il a promis de porter à Washington, DC, s'il est élu. Bien que Clinton ait longtemps été un

---

<sup>9</sup> "Hillary Clinton : 'Je Suis Sans Conteste La Leader' Dans La Course." *Nouvelobs.com*. Nouvel Observateur, 19 Dec. 2007. Web. 18 Sept. 2014.

<sup>10</sup> "Iowa Caucus Results." *Iowa Caucus Results*. Editorial Staff, 18 Sept. 2014. Web. 18 Sept. 2014.

nom de ménage et considéré comme l'héritier d'une dynastie politique, sa réputation était comme assiégée comme il a été célébré et un contraste frappant avec le jeune, charismatique et relativement peu connu « candidate vedette » Obama<sup>11</sup>.

### *19 janvier, 2008 : L'élection primaire de Nevada*

Mon troisième choix de moment était le 19 janvier, 2008 : le primaire de Nevada. En règle générale, le Nevada n'est pas un état important par la population, la géographie ou la chronologie électorale. Cependant, au cours de la course aux primaires Obama-Clinton, c'était sa première victoire significative. Hillary a remporté un impressionnant 50,77% des voix; un nombre important contre 45,12% des votes d'Obama. Ce fut peut-être le premier test qui a indiqué Hillary comme un concurrent sérieux pour ceux qui l'ont doute avant.

### *5 février, 2008 : Le « Super Tuesday »*

Le prochain moment décisif dans la campagne était le 5 février, 2008 (ou le « Super Tuesday »). Le « Super Tuesday » est un autre de ces événements américains uniques qui semble captiver l'attention des médias internationaux. Avec le grand nombre d'Etats détenant des primaires sur cette seule journée, HRC et Obama sont sortis avec beaucoup plus d'informations sur le candidat présomptif et l'état des choses. En 2008, 24 États ont tenu des primaires ou des caucus au Super Tuesday, avec 52% de tous les délégués du parti Démocrate promis et 49% du total des délégués du parti Républicain en cause. Bien qu'Obama ait gagné les états plus

---

<sup>11</sup> Freedland, Jonathan. "US Elections: Obama Wows Berlin Crowd with Historic Speech." *World News*. The Guardian, 24 July 2008. Web. 18 Sept. 2014.

individuels, Clinton a remporté plusieurs des plus grands états par la population comme la Californie et New York. Collectivement, ils partagent le vote populaire à peu près également; bien que le président Obama ait pris plusieurs délégués.

Le « Super Tuesday » a marqué une autre étape importante pour la campagne de Clinton; bien que cette étape soit plus difficile à quantifier. Dans les mois et les années qui suivent sa perte, beaucoup d'analystes politiques ont attribué la perte éventuelle de Clinton aux détériorations dans la campagne après le Super Tuesday. Les tops analystes signalent que Clinton devrait remporter l'investiture par ou avant le Super Tuesday. La perspective d'une campagne de plus en plus concurrentielle et de division après cette date a laissé HRC désavantagée financièrement et stratégiquement. Certaines de ces erreurs appartenaient à la mauvaise gestion de sa campagne. D'autres erreurs étaient personnelles. Peu importe la combinaison finale, le résultat a été que le message du candidat Obama de "Hope and Change" a commencé à résonner plus avec le peuple américain que le refrain de HRC d'expérience et de leadership éprouvé.

#### *22 avril, 2008 : L'élection primaire de Pennsylvanie*

Le primaire de Pennsylvanie du 22 avril, 2008 était une victoire et aussi une corde d'assurance pour une campagne pataugeant. Après avoir fait campagne agressive avec son mari et sa fille de Philadelphie à Pittsburgh et partout entre les deux (y compris l'Université de l'État de Pennsylvanie le 20 avril,) Clinton était le favori dans tous les sondages de cet état important. Sans cette victoire en Pennsylvanie, sa campagne aurait sûrement terminé en raison d'un manque

de délégués potentiels. La Pennsylvanie a sauvegardé les chances de HRC vivants pour un autre mois<sup>12</sup>.

### *7 juin, 2008 : La concession*

Enfin, cependant il était temps de faire face à des faits. Une série de gaffes a mis Clinton loin derrière parmi les principales données démographiques, et par 7 juin 2008 il était temps de mettre l'intérêt de la partie avant de son propre et se retirer de la course. HRC a continué à approuver officiellement et campagne pour Obama dans tout le pays, lui apportant un soutien vital pour l'élection générale de 2008.

Dans son discours de concession elle était reconnaissante, gracieuse et forte. Une grande partie Démocrate de son adresse près de 29 minutes a axée sur le remerciant les bénévoles, le personnel et les Américains moyens qui avaient mis le temps dans sa campagne et soutenu sa vision. Clinton s'est terminée avec un reluisant du sénateur Obama et un appel à l'unité au sein du parti; en disant: «Maintenant, il est temps de rétablir les liens qui nous unissent et se réunissent autour des idéaux que nous partageons, les valeurs que nous chérissons, et le pays que nous aimons.»<sup>13</sup>

Une note finale : Il faut aussi mieux comprendre le système de gouvernement français et les différences principales entre la France et les Etats-Unis de contextualiser la couverture des élections. Comme celui des Etats-Unis, le gouvernement français est régi par la Constitution de

---

<sup>12</sup> "Pennsylvanie : Une Primaire Cruciale Pour Les Democratres." *Nouvelobs.com*. Le Nouvel Observateur, 22 Apr. 2008. Web. 18 Sept. 2014.

<sup>13</sup> Rodham, Hillary. "Hillary Clinton Endorses Barack Obama." *Politics*. The New York Times, 7 June 2008. Web. 18 Sept. 2014.

juin; une «indivisible, laïque, démocratique et sociale République»<sup>14</sup>. La constitution prévoit la séparation des pouvoirs et proclame « l'attachement aux droits de l'homme » et les principes de la souveraineté nationale tels qui sont définis par la Déclaration de 1789. Le Président de la République nomme le premier ministre et les autres ministres. Le peuple français élit le Président de l'Assemblée nationale et les fonctionnaires du gouvernement. Fonctionnaires des administrations locales élisent ensuite le Sénat. Ainsi, bien qu'il n'y ait aucun cas exactement équivalent en importance ou la fonction des «caucus de l'Iowa» ou «primaire de Pennsylvanie, » les Français comprennent et apprécient l'importance de l'année précédant l'élection présidentielle national de l'Amérique. Les similitudes frappantes entre les deux systèmes ne sont pas étonnant, comme le système politique américain a emprunté des concepts du célèbre philosophe français, le Baron de Montesquieu.

Dans le chapitre suivant, l'écart quantitatif de la couverture pour chaque événement dans chacun des trois journaux (ainsi qu'une vue de l'ensemble des données) s'affiche à mettre ces événements dans un contexte mesurables et anticiper sur l'analyse qualitative à venir.

---

<sup>14</sup> "Constitution Du 24 Juin 1793." *Constitution Du 24 Juin 1793*. Conseil Constitutionnel, n.d. Web. 18 Sept. 2014.

### CHAPITRE TROIS: *La Couverture de Presse - Quantité*

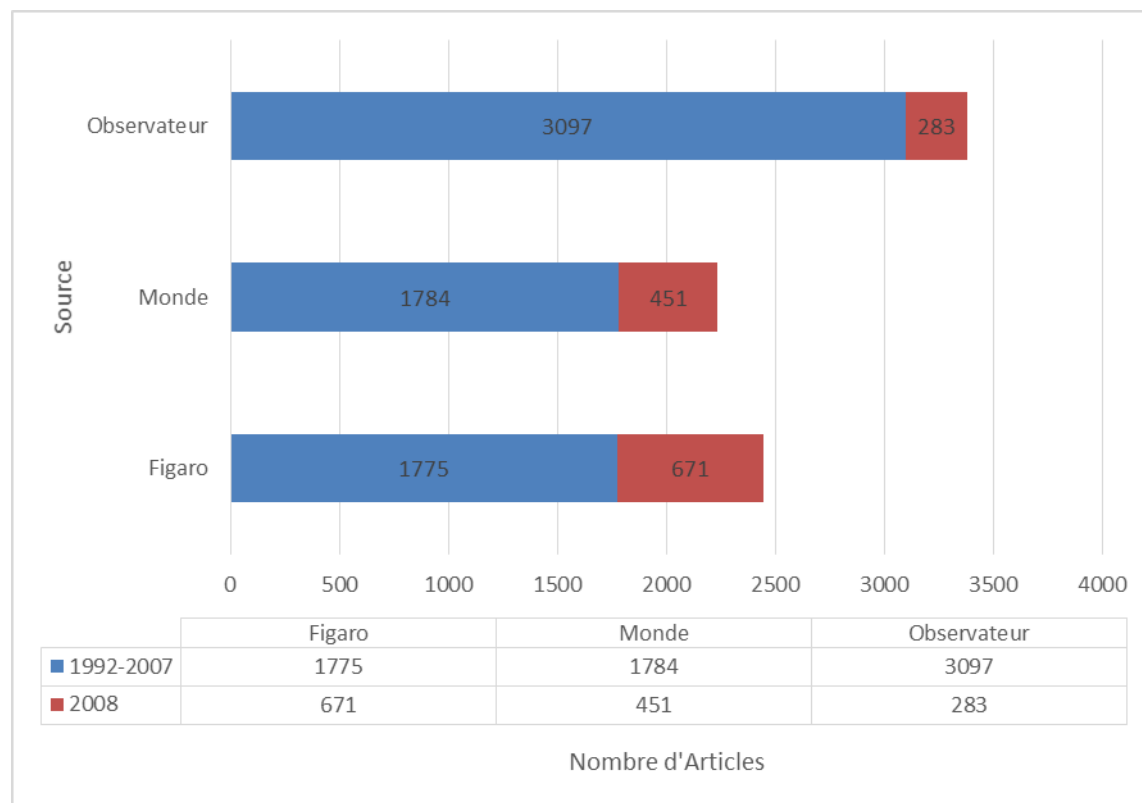
Les Six Moments Décisifs de la campagne présidentielle de Clinton ont été brièvement mis en place dans le chapitre précédent. Ces six moments offrent une vue descriptive de la campagne à travers les événements importants dans la politique présidentielle américaine. Cependant, cette vue d'ensemble n'est pas tout à fait complète. Avant d'entreprendre une étude approfondie des représentations qualitatives ou subjectives de Clinton dans la presse française, il est nécessaire d'établir le niveau quantitatif de la couverture de presse de sa campagne au cours de la période pertinente. Dans ce chapitre, l'attention est portée sur les chiffres absolus qui constituent le reportage au sujet de Clinton dans les trois sources de nouvelles choisies (*Le Nouvel Observateur, Le Monde, et Le Figaro*). La mesure quantitative de la couverture de presse pour chacun des Six Moments Décisifs dans chacun des trois journaux (ainsi que d'une vue de l'ensemble des données) nous permette à fixer ces événements dans un contexte objectif.

Il est possible de poser de nombreuses questions pour déterminer les résultats quantitatifs de la couverture journalistique la scène politique. Par exemple, combien d'articles indépendants va-t-il chaque journal publié avec Clinton comme le sujet principal? Chaque article est équivalent à combien de pouces de colonne (mesuré par le nombre de mots) ? En ce qui concerne les Six Moments Décisifs précédemment choisis, comment prolifique (ou rare) est la couverture de presse de ces événements? Chacune de ces questions peut être largement résolue en examinant un tableaux de distribution de fréquences pour montrer les variations de la couverture de presse au sujet de Clinton. Dans ce but, le logiciel de statistiques américaine *Microsoft Excel* était employé.

Tout d'abord, il est utile d'avoir une idée tout compris de l'attention que la campagne de Clinton a reçue dans chaque journal au cours de la période en question. Une comparaison côte-à-côte est une approche logique pour évaluer l'intérêt relatif des publications et leurs lectorats respectifs.

Le graphique en barres ci-dessous (Figure 1) montre le nombre d'articles publiés au sujet de Clinton par chaque journal depuis 1992 et jusqu'à 2008. Cette période a été choisie en raison des restrictions dans les fonctions de recherche de certaines pages Web. Ce graphique montre le nombre d'articles par journal avant le commencement de la campagne de Clinton (les années 1992-2007 des archives) et, pour raisons de comparaison, l'année 2008 (en rouge) quand les événements importants ont eu lieu.

Figure 1. La couverture de presse au sujet de Clinton avant et pendant la campagne électorale de 2008 par source médiatique.



Etant donné que *Le Nouvel Observateur* avait bien plus d'articles que *Le Figaro* and *Le Monde* entre 1992 and 2007, il est un peu surprenant que pendant l'année de la campagne réelle de 2008, *Le Nouvel Observateur* a suivi les deux autres journaux par une marge assez importante. Avec seulement 283 articles consacrés à Clinton pendant 2008, *Le Nouvel Observateur* a publié environ 40% moins d'articles que son concurrent le plus proche, *Le Monde*, et moins de la moitié des 671 articles produits par *Le Figaro*. Ces changements au fil du temps sont reflétés dans les graphiques à secteurs (Figures 2 et 3) ci-dessous.

Figure 2. Pourcentage de la couverture de presse totale, par source: 1992-2007.

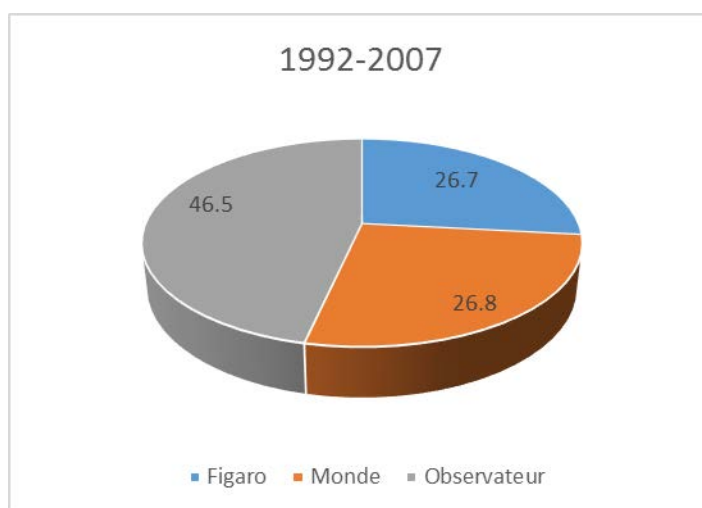
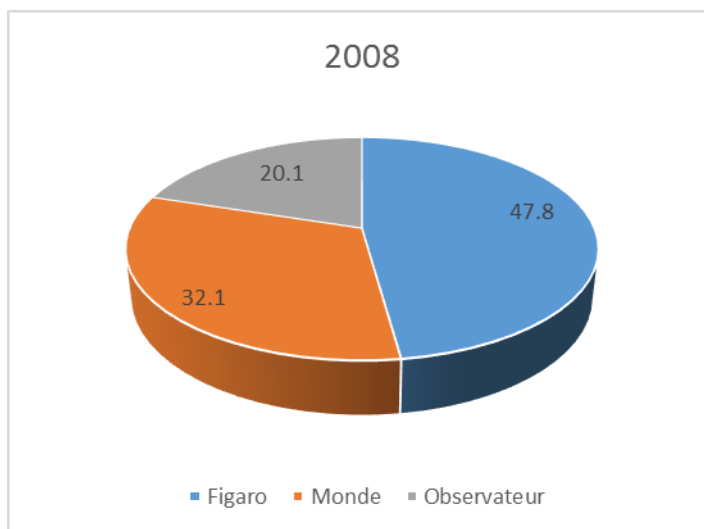


Figure 3. Pourcentage de la couverture de presse totale, par source: 2008.





Il est évident à partir des chiffres ci-dessus que *Le Nouvel Observateur* est bien en avance de la couverture médiatique sur HRC en termes de volume de couverture de presse entre 1992 et 2007. *Le Nouvel Observateur* est généralement considéré comme un journal de politique modérée. Sa sélection pour cette analyse assure que chacun des trois journaux choisis représente, en général, des points de vue divers.

De plus, bien que la couverture de presse quantitative de Clinton par *Le Nouvel Observateur* n'a pas été constante d'année en année, le journal a beaucoup de lecteurs fidèles et a publié le plus grand nombre d'articles au sujet des primaires électorales aux Etats Unis des trois journaux choisis pour cette étude. *Le Nouvel Observateur* a publié un nombre considérable d'articles – 3097 – au sujet de Clinton entre 1992 et 2007. Environ 238-437 de ces articles se concentrent sur les 2007-2008 primaires électorales. Bien que tous ces articles ne se rapportent pas à la période examinée dans cette étude, le volume d'information au sujet de Clinton démontre un engagement à long terme de la part du journal de faire les reportages sur l'ancien sénateur et secrétaire d'état en reconnaissance de son influence politique aux Etats Unis. La couverture de

presse à *Le Nouvel Observateur*, considéré comme centriste, commence en 1992 et continue jusqu'au présent, y compris les finances de la pro-Hillary SuperPac ("Ready for Hillary").

Bien que *Le Monde* ait contribué seulement 1784 au total d'articles qui parlent de Clinton entre 1992 et 2007 et 451 pendant 2008, la couverture de presse de ce journal est largement assez pour suggérer un intérêt pour Clinton comme une participante importante dans la politique nationale et internationale. Plus récemment, *Le Monde* a fait allusion à Clinton en ce qui concerne les déclarations du Président François Hollande pendant sa visite à la Maison Blanche. Cela démontre l'attention donnée à Clinton par le journal, bien qu'elle ne soit pas toujours membre de gouvernement.

Intéressément, *Le Nouvel Observateur* dispose d'un outil qui permet aux lecteurs d'organiser et de consulter les archives par mois individu.<sup>15</sup> Avec cet outil, on peut calculer le nombre de mentions de Clinton pendant les années 2000-2006 (avant qu'on parle d'une campagne présidentielle). Clinton est un nom connu partout, même pendant les années Bush. Il n'est pas étonnant alors de voir son nom dans la presse de temps à autre, comme, par exemple, en référence à sa carrière au Sénat<sup>16</sup> ou même dans des articles sur la montée en puissance de femmes dans le monde entier.<sup>17</sup> La Figure 4 qui suit présente en trois graphiques en barres la couverture de presse au sujet de Clinton à *Le Nouvel Observateur*, par année. Le graphique montre qu'en décembre 2007 mention de Clinton a augmenté considérablement à la veille de

<sup>15</sup> "Recherche." *Le Nouvel Observateur*. N.p., 2008. Web. 19 Apr. 2014.

<<http://recherche.nouvelobs.com/?q=hillary-clinton&arg=%2bTop/date/lastmodified/2008&C=bnJlc3VsdHMIM0QxMCUyNnF1ZXJ5JTNEaGlsbGFyeSUyQmNsaW50b24lMjZyZWZpbmUIM0QtVG9wJTl1MkZ0eXBjIjI1MkZyZWVpcmVjdGlvbUyNnJlZmluZSUzRC1Ub3AlMjUyRnR5cGUIMjUyRmRlcG VjaGVzJTl2biUzRHNScmVmb250ZS1nbG9iYWxl>>.

<sup>16</sup> "Hillary Clinton, une senatrice en campagne présidentielle." *Le Monde* [Paris] 5 Nov. 2006 : n. Print.

<sup>17</sup> "Angela Merkel detrone Condoleezza Rice comme femme la plus puissante du monde." *Le Monde* [Paris] 9 Jan. 2006: n. [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2006/09/01/angela-merkel-detrone-condoleezza-rice-comme-femme-la-plus-puissante-du-monde\\_808514\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2006/09/01/angela-merkel-detrone-condoleezza-rice-comme-femme-la-plus-puissante-du-monde_808514_3236.html)

l'annonce de la formation de son comité présidentiel exploratoire, et en 2008 ces chiffres sont restés élevés avec le déroulement de la campagne électorale.

Figure 4A. *Le Nouvel Observateur*: couverture de presse au sujet de Clinton, par année : 2000-2014.

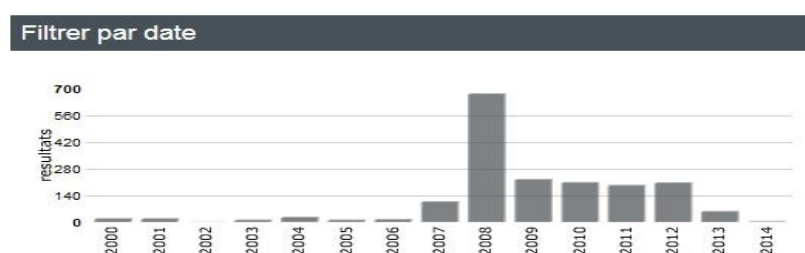


Figure 4B. *Le Nouvel Observateur*: couverture de presse au sujet de Clinton: 2007.

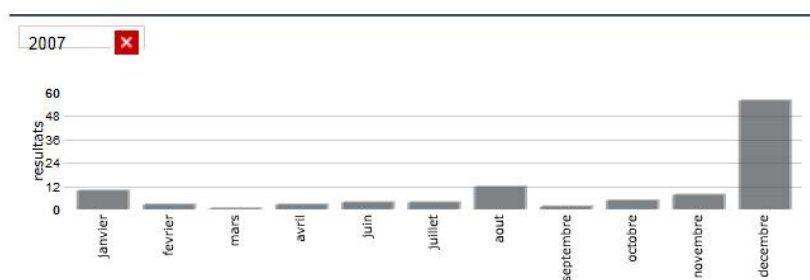
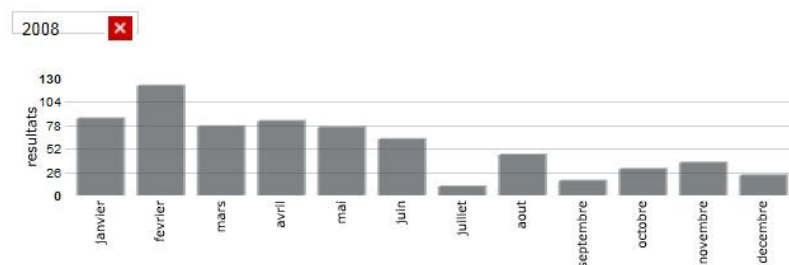


Figure 4C. *Le Nouvel Observateur*: couverture de presse au sujet de Clinton: 2008



Ceci conclut l'examen de la couverture de presse de la campagne électorale de Clinton dans son ensemble, fondé sur le nombre d'articles publiés. Ces chiffres et pourcentages mettent en contexte les statistiques des articles sur les événements individuels des primaires électorales qui seront maintenant examinées plus en détail. Plus précisément, les Six Moments Décisifs

(Table 1 ci-dessous) qui servent de jalons d'évaluation seront examinés à peu près de la même façon que les données quantitatives.

Table 1. Les Six Moments Décisifs de la campagne de Clinton.

Date	Evènement
20 janvier, 2007	Clinton annonce sa candidature pour la présidence
3 janvier, 2008	Le caucus de l'Iowa
19 janvier, 2008	La primaire de Nevada
5 février, 2008	« Super Tuesday »
22 avril, 2008	La primaire de Pennsylvanie
7 juin, 2008	La campagne de Clinton se termine

Le passage suivant met la couverture de presse de ces six événements dans un contexte politique mesurable en volume et pourcentage d'articles pour chaque publication.

#### *20 janvier, 2007 : L'annonce de candidature*

*Le Figaro* n'a publié aucun article quand Clinton a annoncé la formation de son comité présidentiel exploratoire. En fait, pendant 2007, il y avait que quatre articles au sujet de Clinton parmi les trois journaux choisis (un qui a été tiré de l'Associated Press française (AFP) sur ses dossiers de financement).<sup>18</sup> Les autres candidats américains (y compris le sénateur Obama, le vainqueur éventuel) ont été traités de façon similaire en ce qui concerne le reportage de leurs annonces. Bien que *Le Monde* ait contribué deux articles et *l'Observateur* un en référence à la tentative de Clinton dans les primaires présidentielles, l'annonce de candidature elle-même n'était pas le point focal de l'un de ces articles. Curieusement, dans le mois après son annonce,

<sup>5</sup> "Levée de fonds record pour Hillary Clinton." *Le Figaro*. AFP, 15 Oct. 2007. Web. 23 Nov. 2014. <[http://www.lefigaro.fr/international/2007/04/03/01003-20070403ARTFIG90184-leevee\\_de\\_fonds\\_record\\_pour\\_hillary\\_clinton.php](http://www.lefigaro.fr/international/2007/04/03/01003-20070403ARTFIG90184-leevee_de_fonds_record_pour_hillary_clinton.php)>.

Clinton était le sujet de plusieurs articles de fond (y compris un album de photos) dans *Le Nouvel Observateur* et *Le Monde* en référence à sa première rentrée diplomatique en Irak depuis 2005.

*3 janvier, 2008 : le caucus de l'Iowa*

Nettement plus d'attention a été accordée au caucus de l'Iowa. Pendant les derniers mois de 2007, les articles donnaient un aperçu anticipé de l'affrontement Clinton-Obama dans ce premier grand essai de candidatures sérieuses. Le ton de cette couverture de presse est bien reflété par une des manchette qui a proclamé « Le grand désordre des primaires avant les élections présidentielles américaines », en référence à l'Iowa<sup>19</sup>.

*19 janvier, 2008 : l'élection primaire de Nevada*

L'élection primaire du Nevada n'a pas reçu beaucoup d'attention dans la presse nationale française. Dans *Le Figaro*, les deux articles qui font référence à la primaire du Nevada le mentionnent seulement en passant comme une épreuve à l'avenir pour tous les candidats.<sup>20</sup> *Le Monde* a publié un nombre d'articles au sujet de Clinton entre le caucus de l'Iowa et les semaines après l'élection primaire du Nevada, mais ces articles ont surtout porté sur les positions de Clinton et Obama concernant la prison de Guantanamo et la guerre en Irak. De même, *Le Nouvel Observateur* a relégué la primaire de Nevada à une seule mention dans un article qui a présenté

<sup>19</sup> "Le grand désordre des primaires avant la présidentielle américaine." *Le Figaro*. AFP, 6 Sept. 2007. Web. 11 Nov. 2014.

<[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro\\_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzvRyUYUPyO7lk%2FvaGPZBF7Tq8BFvLCHrXJB6%2F2NTdQscu2IGtjAq08M%3D](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzvRyUYUPyO7lk%2FvaGPZBF7Tq8BFvLCHrXJB6%2F2NTdQscu2IGtjAq08M%3D)>.

<sup>20</sup> "La Californie redevient un enjeu électoral." *Le Figaro*. APF, 4 Mar. 2007. Web. 3 Dec.

2014.<[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro\\_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzl80T%2BgRgq2K8bAqFem3b%2Fp0WSag1w0w3gT%2BjvJe4JEau2IGtjAq08M%3D](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzl80T%2BgRgq2K8bAqFem3b%2Fp0WSag1w0w3gT%2BjvJe4JEau2IGtjAq08M%3D)>.

un calendrier pour les primaires restants après la Nevada<sup>21</sup>. Les questions politiques discutées par les candidats semblaient d'avoir captivé plus de l'intérêt des journaux que la primaire du Nevada en soi.

### *5 février, 2008 : Le Super Tuesday*

Le «Super Tuesday» semble d'avoir captivé la presse française. *Le Figaro* a contribué 34 articles au sujet. Une partie de la couverture de presse du *Figaro* était un effort concerté à expliquer le processus électoral américain aux lectorat non-américain. Etant donné que ce processus électoral avec les primaires confonde même les américains, il n'est pas surprenant de voir un gros titre dans *Le Figaro* proclame, "Le casse-tête du processus électoral américain"<sup>22</sup>. Malgré le grand nombre d'articles publiés par *Le Figaro*, il faut remarquer que la plupart des articles a été prise de l'APF et ont été d'une moyenne entre 100 à 150 mots. La couverture de nouvelles de dernière heure était, en un sens, cinq miles de large et un pouce de profondeur. En plus du Super Tuesday, le mois de février 2008 a également marqué le début des sondages d'opinion des français au sujet des candidats américains. Les résultats ? Comme *Le Nouvel Observateur* a déclaré, « Les Français préfèrent Obama à Clinton ».<sup>23</sup>

### *22 avril, 2008 : la primaire de Pennsylvanie*

<sup>21</sup> "La campagne présidentielle américaine, au jour le jour (01/01-09/02)." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 11 Feb. 2008. Web. 4 Dec. 2014. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080211.OBS9909/la-campagne-presidentielle-americaine-au-jour-le-jour-01-01-09-02.html>>.

<sup>22</sup> "Le casse-tête du processus électoral américain." *Le Figaro*. APF, 1 Feb. 2008. Web. 12 Oct. 2014.<[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro\\_fr.php?archive=BszTm8dCk78Jk8uwiNq9T7i%2BiszsUNwLCDvoH5OarxBtue%2FYMm3%2F8UR2BON3f%2Bv9u2IGt jAq08M%3D](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78Jk8uwiNq9T7i%2BiszsUNwLCDvoH5OarxBtue%2FYMm3%2F8UR2BON3f%2Bv9u2IGt jAq08M%3D)>.

<sup>23</sup> "Les Français préfèrent Obama à Clinton." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 2 Feb. 2008. Web. 4 Dec. 2014. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080205.OBS8969/les-francais-preferent-obama-a-clinton.html>>.

Avec la fin d'une campagne électorale très compétitive et historique en vue, la primaire de Pennsylvanie a été suivie par la presse française avec la même ferveur que celle du Super Tuesday. *Le Figaro* a consacré un nombre d'articles (34) à la primaire de Pennsylvanie, qui était égal au nombre pour le Super Tuesday. Les extraits des articles dépeignent la situation politique comme la dernière chance pour la campagne désespérée de Clinton après quelques pertes difficiles. Lorsque Clinton est repartie avec une victoire décisive en Pennsylvanie, les journaux français annoncent que la victoire est un changement d'une importance majeure dans la campagne présidentielle. Clinton aurait dit que « le vent tourne » en sa faveur avec cette démonstration impressionnante de la force électorale.<sup>24</sup> De plus, il paraît que *Le Nouvel Observateur* a développé la « fièvre Clinton », en publiant pas moins de 53 articles au sujet de la primaire de Pennsylvanie, y compris la victoire de Clinton.

*7 juin, 2008 : la campagne se termine*

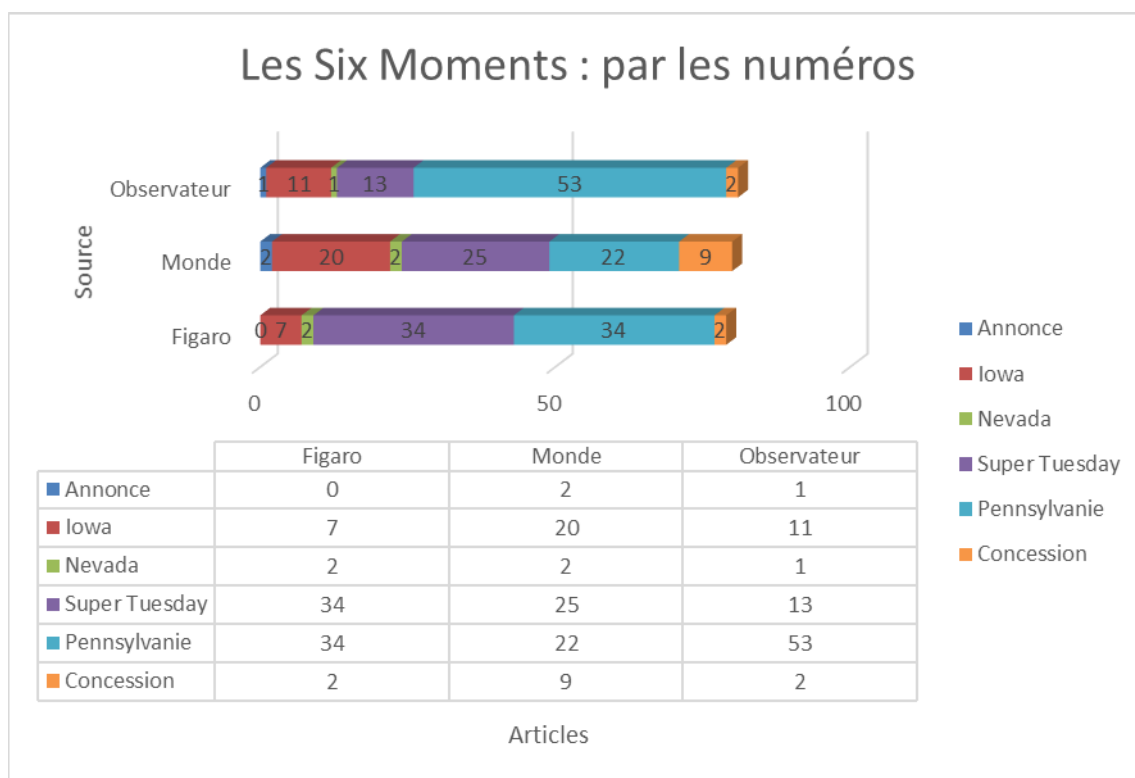
Quand Clinton s'est avouée vaincue en juin 2008, sa déclaration a attiré peu d'attention des médias français. Le résultat des primaires électorales a été généralement prédit et attendu pendant les semaines précédentes. Il est dit que l'histoire est écrite par les vainqueurs, et cela semble être le cas ici. *Le Figaro* et *Le Nouvel Observateur* ont publié deux articles chacun au sujet de la fin de la campagne de Clinton, tandis que *Le Monde* a fait référence à l'événement dans neuf articles. Naturellement, plus d'espace de la presse a été consacré à célébrer le vainqueur Obama.

---

<sup>24</sup> "Clinton: 'le vent tourne' en sa faveur." *Le Figaro*. APF, 23 Apr. 2008. Web. 14 Oct. 2014. <http://www.lefigaro.fr/flash-actu/2008/04/23/01011-20080423FILWWW00245-clinton-le-vent-tourne-en-sa-faveur.php>

Les résultats de la couverture de presse de ces Six Moments Décisifs de la campagne de Clinton sont résumés dans la Figure 5 ci-dessous :

Figure 5. Les Six Moments Décisifs de la campagne de Clinton: par les numéros



Le chapitre qui suit analyse ses six événements de la campagne électorale de Clinton d'un point de vue qualitatif, se servant des articles publiés par les trois journaux choisis pour cette étude.



## **Chapitre 4: *Analyse Qualitative : Méthodes et Comparaison***

Aujourd'hui, plus de 65 ans après la publication du livre révolutionnaire de Simone de Beauvoir, beaucoup d'études de genre et de recherches sur les questions féminines soutiennent que les femmes restent toujours le « deuxième sexe » quand il s'agit de débat politique et d'opportunité. Une étude approfondie des élections présidentielles de 2007 et 2012 en France fait valoir, premièrement, que la loi de parité de 1992 n'a pas atteint son objectif déclaré et deuxièmement, que « la parité en politique a été partiellement étendue à la parité linguistique, mais la langue utilisée durant les élections présidentielles demeure subtilement sexuées »<sup>25</sup>. Quoi cette discrimination soit insidieuse ou manifeste, si elle est présente lors des débats entre les candidats aux élections françaises, il est peut-être juste de supposer que cette discussion de partialité est assez pertinente pour une étude de l'image créée pour Clinton par les médias de l'information en France.

Par exemple, quand Ségolène Royal est devenue la première femme française à remporter la nomination nationale du parti socialiste avec la possibilité de remporter la présidence, une étude de sa représentation dans les médias a trouvé, en partie, que « la langue de genre de l'élection 2007 avait déstabilisé Royal et subtilement renforcé les stéréotypes de genre sur les femmes politiques ».<sup>1</sup> Dans ce cas Royal est, bien sûr, l'équivalent national français le plus proche de Clinton aux yeux du public. Ses succès personnels et professionnels, ses prises de positions politiques et sa relation tumultueuse avec un autre président présentent de nombreux parallèles avec le parcours d'Hillary Clinton.

---

<sup>25</sup> Rainbow Murray (2010) Women in French Politics: Still le deuxième sexe?, *Modern & Contemporary France*, 18:4, 411-414, DOI: 10.1080/09639489.2010.516513

De plus, Fabienne Baidier a cité des exemples de partialité perçue quantifiables, tels que l'observation que « ses concurrents masculins ont été le plus souvent décrits en utilisant des verbes et adjectifs associés au pouvoir » et que Royal avait été identifiée par son prénom nettement plus que Sarkozy et Bayrou.<sup>26</sup> Bien sûr, le but de cette étude n'est pas de comparer Clinton à Obama ou tout autre concurrent, mais d'examiner comment les médias français ont créé un symbole ou une image de Clinton à travers des choix de langage délibérés.

La candidature de Royal en France avait à peine pré-daté celle de Clinton aux États-Unis. Un bon nombre d'analyses de la couverture de Royal dans la presse nationale ont constaté-- constatation pertinente pour une étude similaire sur Clinton--que :

Les femmes sont traitées différemment par les médias, avec des hypothèses sexistes sur le rôle passif et subalterne des femmes » et « la littérature en plein essor dans ce domaine nous permet d' ... identifier les façons les plus subtiles qui perpétuent l'inégalité des femmes. <sup>27</sup>

Dans ce chapitre, c'est ce traitement médiatique qui sera examiné. Une analyse quantitative des Six Moments Décisifs décrits précédemment a montré que des six étapes de la campagne, trois seulement avaient attiré l'attention des médias français traditionnels: la primaire de Pennsylvanie, le "Super Tuesday" et le caucus de l'Iowa. Pour chacun de ces trois événements majeurs, un article tiré de chacune des trois principales sources d'information sera examiné. Les articles sélectionnés sont destinés à être représentatifs de la tonalité de la couverture médiatique. C'est-à-dire que ces articles représentatifs ont été choisis pour illustrer la façon dont les médias

---

<sup>26</sup> Catherine Achin and Sandrine Levêque: How to become a “political woman” in France: The uses of “gender” in political competition since the introduction of the parity law

<sup>27</sup> Murray, R. (2009) ‘Was 2007 a landmark or a letdown for women’s political representation in France?’ Representation, vol. 45, no. 1, pp. 29 – 38.

français représentent la nature de Clinton et, d'une manière plus importante, ce qu'elle, à son tour, représente (symboliquement ou autrement) à chaque publication.

La question qui se pose maintenant est d'identifier la meilleure méthode à utiliser pour évaluer ces articles à cette fin. Dans la *Rhétorique* d'Aristote (Livre 1), il est écrit que « Quand on fait un discours qui cherche à persuader, le but est de produire un jugement »<sup>4</sup> [1391b]. Il présente l'idée que cet objectif peut être obtenu à travers trois modes principaux: le « caractère » ou « éthique » d'un haut-parleur, la « passion » des mots de l'orateur et la « manière de dire » ou « *lexis* » du rhéteur. Ces trois grandes catégories ont longtemps été interprétées respectivement comme les piliers de la persuasion: l'ethos, le pathos et le logos. Premièrement, persuasion par l'ethos est atteinte par « la confiance que nous accordons à l'orateur ».<sup>4</sup> Cette confiance « dépend de la disposition éthique dans laquelle il se montre à nous : il peut se montrer comme ayant de l'excellence, une bienveillance amicale, ou les deux » [1366a].

Deuxièmement, la persuasion par le pathos s'occupe de « la manière de mettre l'auditeur dans telle ou telle disposition affective » [1356a]. Troisièmement, par le logos la persuasion est effectuée en réalisant que « la diction propre au discours est autre que celle de la poésie » [1404a] et s'agit de « la manière de démontrer ou de paraître démontrer » [1356a].<sup>28</sup> Pour juger les choix linguistiques éditoriaux, donc, ces trois mesures (*l'ethos*, le *pathos* et le *logos*) seront utilisées tels qu'elles ont été populairement interprétées aujourd'hui.

L'ethos, le premier des trois axes d'Aristote, a longtemps été considéré comme une caractéristique primaire d'une soi-disant « preuve artistique » ou discussion raisonnée. C'est-à-dire, « Si l'orateur semble crédible, le public va former le jugement de deuxième ordre que les

---

<sup>28</sup> Aristote. « Rhétorique : Nouvelle traduction du grec. » Paris: Les Belles lettres, 20022003.

propositions avancées par l'orateur sont crédibles, vrais ou acceptables ».<sup>29</sup> Comme composant principal d'une preuve artistique, l'ethos encapsule le langage employé pour établir la crédibilité ou la confiance du journaliste avec son public. Pour les articles politiques, il est particulièrement important qu'un auteur démontre une connaissance approfondie et impartiale du sujet. Bien que les tendances politiques de chacune de nos trois principales publications aient déjà été discutées (gauche, centre-gauche et conservatrice), la plupart des journalistes tente de maintenir une certaine norme de neutralité. Construire l'ethos, en conséquence, implique souvent une allusion à des valeurs partagées entre une publication et son lectorat sans démontrer une partialité évidente. Utilisant l'ethos, les articles utilisent leur fiabilité, autorité et expertise sur le sujet et présentent des arguments sur la politique et les positions d'Hillary Clinton.

Le pathos est souvent considéré comme un outil rhétorique très convaincant. Le langage qui fait appel aux sentiments ou aux motivations d'un public, que cela soit juste ou non, est souvent considéré comme l'élément principal d'un appel émotionnel. Alors, « l'orateur doit susciter des émotions exactement parce que les émotions ont le pouvoir de modifier nos jugements »<sup>5</sup>. Ce genre d'écriture est généralement moins palpable (bien que parfois seulement moins commune) dans les articles qui visent à présenter les faits d'un événement. En politique, cependant, il est indéniable que ces appels émotionnels sont une tactique commune dans les discours de campagne, des conférences de presse et même des débats d'élections primaires. Utilisant le pathos, les articles utilisent les appels aux émotions des lecteurs, souvent la « souffrance » des sujets des articles, et de faire l'appel aux émotions qu'ils inspirent pour ou contre Hillary Clinton. Même les médias de l'information ne sont pas toujours en mesure de rester

---

<sup>29</sup> Malpas, J., "Donald Davidson", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Winter 2012 Edition), Edward N. Zalta (ed.), <<http://plato.stanford.edu/archives/win2012/entries/davidson/>>.

impartiaux lors de l'examen de questions délicates (comme la détermination du prochain président des États-Unis).

Enfin, le logos, communément décrit comme le composant logique d'un argument ou d'une assertion, est le dernier baromètre qui sera utilisé pour comparer qualitativement les articles. Les statistiques numériques, faits et données similaires sont à la base d'un appel à la logique dans les médias. Le logos est traditionnellement divisé en raisonnement inductif et déductif. En tout cas, « Nous convainquons par l'argument lui-même lorsque nous démontrons ou semblent démontrer que quelque chose est le cas »<sup>5</sup>. En utilisant le logos, les articles utilisent des statistiques fiables, l'histoire passée pour montrer la probabilité future, des démonstrations de cause à effet, et d'autres arguments intellectuels. Le raisonnement inductif commence par une instance spécifique, et aboutit sur des généralisations à partir de ce cas spécifique. Le raisonnement déductif est essentiellement le processus inverse; il commence par une grande hypothèse générale, pour aboutir sur une conclusion définitive finale.

Comme l'analyse quantitative du chapitre précédent a montré, chaque publication a eu une période de temps légèrement différente (mais néanmoins avec chevauchement) dans laquelle elle a publié le plus grand nombre d'articles sur la campagne des primaires de Hillary Clinton. L'utilisation de ces intervalles prolifiques comme un indicateur de l'intérêt accru permet à identifier les sujets politiques américains qui ont dominé la conscience de l'opinion publique française. Bien que le choix d'articles publiés ait reflété les points de vue des éditeurs du journal individuel, il est raisonnable de supposer que les éditeurs à leur tour répondent aux intérêts généraux de leur lectorat. Et dans chaque cas, la circulation pour les trois organes de presse comprend des centaines de milliers de lecteurs issus de la population en général.

En ce qui concerne la méthode utilisée afin de choisir chacun des articles, l'objectif final est bien sûr de choisir des morceaux qui seraient représentatifs de la publication. Les thèmes, style d'écriture, la longueur et le langage de chaque article doivent, par conséquent, être clairement compatibles avec la politique éditoriale du journal. Dans les sections qui suivent, les grands récits de chaque publication au cours de la période en question seront d'abord examinés afin de montrer pourquoi chaque article choisi répond aux critères de sélection. L'analyse des pièces individuelles suivra.

En outre, un article de chacun des blogs de trois publications respectives a été choisi comme un représentant supplémentaire de la politique éditoriale. Les blogs en ligne représentent une inclusion importante en raison de leur grande popularité. Parce que les blogs sont librement accessibles sur le web sans abonnement au journal imprimé, ils ont un potentiel évident pour atteindre un public beaucoup plus large que les articles imprimés. En outre, ces blogs représentent une forme de médias moins strictement réglementés par les normes journalistiques d'impartialité, et donc fournissent une entrée dans le « cœur » de la publication, pour ainsi dire.

Pour le *Nouvel Observateur*, la production d'articles atteint son record quantitatif maximal sans aucun doute en février 2008 avec la publication de 121 articles individuels au sujet de Clinton. Cette période de temps n'est pas particulièrement surprenante, étant donné que ce mois de février soit tombé immédiatement après la primaire très attendue du Nevada, comprend la date de l'un des événements politiques les plus importants de la saison: le « Super Tuesday » qui est tenu le cinq février. Le *Nouvel Observateur* présente chaque article avec une mention rouge vif « La Présidentielle Américaine 2008 » pour les lecteurs. Comme on pouvait s'y

attendre, la plupart des 121 articles concernent la rivalité Obama-Clinton pour l'investiture de leur parti Démocrate.

Cependant, pour la première fois durant la saison de campagne, le 2 février 2008 marque un changement de politique pour le *Nouvel Observateur* avec un article intitulé «*Les Français préfèrent Obama à Clinton* ». <sup>6</sup> Ce premier article de *Le Nouvel Observateur* est important parce qu'il marque le premier mois où le journal a publié les résultats des sondages d'opinion publique en France, indiquant ce que beaucoup avaient deviné pendant les mois précédents: le public français en général préfère Obama. Dans un rapport d'un sondage réalisé par l'Institute CSA pour *Le Parisien*, « Si les électeurs français pouvaient voter lors du Super Tuesday, 38% d'entre eux choisiraient le sénateur de l'Illinois [Obama] tandis que 36% se prononceraient en faveur d'Hillary Clinton ». <sup>6</sup> Ce sondage montre une marge étroite, mais significative.

Ce changement des points de vue n'est pas unique au *Nouvel Observateur*. Ce sondage a aussi montré un renversement de vues par rapport au sondage réalisé en 2007 par l'Angus Reid du *Monitor Mondial*, qui a montré que les Allemands et les Français avaient une opinion favorable de Clinton pour la présidence américaine et « 45,5 pour cent des répondants en Allemagne, et 43,7 pour cent des répondants en France, aimeraient voir Hillary Rodham Clinton comme prochain chef d'Etat américain ». <sup>30</sup>

La présentation de chiffres précis relève de la catégorie de l'ethos parce qu'elle représente la persuasion grâce à des statistiques ou des faits. En plus de sondages de l'opinion publique française, *Le Nouvel Observateur* ne mentionne Clinton qu'en passant tout en fournissant des

---

<sup>30</sup> Angus Reid Global Monitor, "Allemands, Français veulent Hillary en tant que président des Etats-Unis," August 29, 2007. Web. 13 Feb. 2015. [http://www.angus-reid.com/polls/view/17033/germans\\_french\\_want\\_hillary\\_as\\_us\\_president](http://www.angus-reid.com/polls/view/17033/germans_french_want_hillary_as_us_president)

informations sur la résurgence d'Obama dans un sondage des électeurs dans le Texas<sup>31</sup>, l'Ohio et un certain nombre d'autres états clés. Dans ce deuxième article de *Le Nouvel Observateur*, publié le même jour (2 février) le tableau d'ensemble est que dans cette bataille «*Frazier- contre -Ali à Cleveland*», comme il référence la course dans un des titres<sup>32</sup>, Obama tire en avant et Clinton a du mal à suivre. *Le Nouvel Observateur* a choisi de mettre en évidence cet article (qui, curieusement, a été premièrement publié dans le magazine américain *Newsweek*) pour discuter «*la virulence du dernier débat à Cleveland* »<sup>8</sup>.

A la fin du mois, le 29 février 2008, dans le troisième article de *Le Nouvel Observateur*, bien qu'Obama ait attiré l'attention de multiples publications en dénonçant les erreurs de l'administration Bush en disant «*Il est important pour nous de leur signaler que nous les écouterons dès lors qu'il s'agira d'actions qu'ils considèrent discutables, au premier rang desquelles l'engagement en Irak* »<sup>9</sup> («*Obama souhaite resserrer les liens avec les Européens* »),<sup>33</sup> Clinton en revanche a eu bien du mal à se distancer de son vote pour la guerre en Irak. C'était ce vote (qu'elle a refusée de renoncer) que le public français était contre. Dans un premier article du 31 mars du *Figaro* intitulé «*Nicolas Sarkozy et son Prince Charmant: Camp Hillary Clinton* », c'est son manque de volonté apparent de reconnaître l'erreur de ce vote qui a provoqué une éditorialiste du blog *Figaro* à écrire (au sujet de Clinton) «*ses paroles semblent flirter un peu trop*

---

<sup>31</sup> " Barack Obama crédité d'une légère avance au Texas." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur,

2 Feb. 2008. Web. 13 Feb. 2015. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080229.OBS2869/barack-obama-credite-d-une-legere-avance-au-texas.html>>

<sup>32</sup> " Dans Newsweek : "Frazier contre Ali à Cleveland"." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 2 Feb. 2008. Web. 14 Feb. 2015. <http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080227.OBS2543/dans-newsweek-frazier-contre-ali-a-cleveland.html>

<sup>33</sup> " Obama souhaite resserrer les liens avec les Européens." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 2 Feb. 2008. Web. 13 Feb. 2015. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080229.OBS2926/obama-souhaite-resserrer-les-liens-avec-les-europeens.html>>



souvent avec la fiction ».<sup>34</sup> Donc, pour *Le Figaro*, la situation est différente. Bien qu'il y ait une couverture des rivalités McCain-Clinton dans une deuxième série d'articles à partir du 30 janvier 2008 («*Victoire capitale pour John McCain en Floride*») <sup>35</sup> et Obama-Clinton en prévision des événements majeurs à venir, le nombre d'articles atteint son record pendant une période légèrement plus étendue. La discussion de la rivalité « McCain-Clinton » à côté d'un titre déclarant tout-mais-certaine victoire de McCain dans l'élection primaire républicaine a laissé entendre que Clinton, « rayonnante de joie »<sup>11</sup>, serait similaire devenir le vainqueur final dans la course à l'investiture de son parti. *Le Figaro* considérablement élargi sa couverture de la primaire présidentielle américaine de février jusqu'en avril 2008, comme le montre la Figure 5 du chapitre 3. Ces périodes coïncident non seulement avec les élections primaires importants du «Super Tuesday», mais aussi la primaire de Pennsylvanie qui a eu lieu le 22 avril.

Parmi les grandes publications françaises, *Le Figaro* est largement considéré comme l'un des journaux de droite le plus conservateur. Il n'est donc pas surprenant que la majeure partie de leur couverture (même au milieu de Super Tuesday et la primaire de Pennsylvanie) ait porté sur les plates-formes de la politique étrangère et sur les erreurs perçues des candidats Obama et Clinton.

Un troisième article plus long du *Figaro*, publié le 24 février 2008, explique les critiques de Clinton qui assimile les tactiques de campagne des conseillers d'Obama à celles de Karl Rove

---

<sup>34</sup> Nnaemeka, Chizoba. "Nicolas Sarkozy et son Prince Charmant: Camp Hillary Clinton." *Le Figaro Blog*. LeFigaro.fr, 31 Mar. 2008. Web. 12 Feb. 2015. <<http://blog.lefigaro.fr/electionsus08/2008/03/>>.

<sup>35</sup> AFP. "Victoire capitale pour John McCain en Floride." *Le Figaro*. N.p., 30 Jan. 2008. Web. 9 Feb. 2015. <[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/recherche.php?page=articles&ecrivez=2008%20hillary%20clinton&tri\[0\]=Rubrique&critere\[0\]=USA+2008&rubrique=USA+2008](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/recherche.php?page=articles&ecrivez=2008%20hillary%20clinton&tri[0]=Rubrique&critere[0]=USA+2008&rubrique=USA+2008)>

(une comparaison diffamatoire)<sup>36</sup>. Cet article est précédé par une grande photo en couleur de Clinton, vêtue de rouge, pointant du doigt un titre à grand caractères «*Honte à vous, Barack Obama!*» et ses mots durs pour Obama; « Il est temps que vous meniez une campagne cohérente avec votre message en public »<sup>12</sup>. L'utilisation du titre à gros caractères, de la photographie, du point d'exclamation et du titre sensationnel probablement a généré des émotions au sein du lectorat, relevant d'un appel de pathos.

La troisième et dernière publication majeure à examiner est *Le Monde*. En regardant les données quantitatives du Chapitre 3, février et mars (le Super Tuesday et le prélude à la primaire de Pennsylvanie) ont de nouveau été les mois qui ont plus ou moins coïncidé avec l'apogée de production des articles. Comme *Le Figaro* et beaucoup d'autres publications, *Le Monde* exploite également un blog (distinct de la principale instance des nouvelles en ligne). Ce blog (« Americana ») héberge des éditoriaux qui contiennent parfois des avis qui sont plus polarisés que le contenu qui apparaît dans leur journal d'impression ou dans un forum sur la toile. Le blog « Americana », par conséquent, offre une vitrine importante (mais moins strictement réglementée) de la position éditoriale des membres clés du personnel comme un reflet du journal du *Monde*.

Le sexisme subtile est évident sur « Americana » dans ce premier article intitulé « *Hillary Clinton: la (non) règle du jeu* ». Une série de quatre messages sur Clinton du 28 février au 1 mars se distingue par son impartialité claire. Deux des quatre pièces font référence à Clinton comme « l'ex Première Dame » et un troisième l'appelle une « maman en chef » (Mommy-In-

---

<sup>36</sup> J.C. avec AFP. "Clinton : «Honte à vous, Barack Obama!»." *Le Figaro*. LeFigaro.fr, 24 Feb.2008. Web. 14 Feb. 2015. <<http://www.lefigaro.fr/elections-americaines-2008/2008/02/23/01017-20080223ARTFIG00663-clinton-honte-a-vous-barack-obama.php>>.

Chief). L'auteur aurait pu se référer à Clinton comme un ancien sénateur de New York, avocate, première femme présidente de la Société des Services Juridiques, premier partenaire féminine à Rose Law Firm ou l'une des autres nombreuses distinctions qu'elle avait gagné en ce moment dans sa vie. Par son représentant délibérément comme « Ex First Lady » à la place, l'auteur choisit de mettre en évidence la carrière et l'importance de Clinton comme une relation à son mari comme une femme. Quoiqu'il soit possible que cette langue est simplement indicative de la paresse journalistique, il ajoute un aspect indéniable et consciente de l'inégalité dans le discours politique.

Si une preuve supplémentaire de motivation était nécessaire, l'écriture définitive représente l'équipe Clinton comme aigre et intrigante sur une perception de règles électorales inévitables au Texas; accusant Hillary Clinton: « Mauvaise perdante avant même d'avoir perdu ? ». <sup>37</sup> Ces articles se distinguent évidemment parce qu'ils rompent avec la politique éditoriale mondiale. Le ton de plus de couverture politique dans *Le Monde* présuppose la neutralité et se dérobe au favoritisme. Cette affaire brise le moule. Un blog similaire appartenant au *Figaro* était tout aussi caustique au sujet de Clinton, critiquant les mouvements politiques de Clinton et faisait référence à Clinton en termes de genre similaire à peine voilés.

Le reste de la couverture présente sur le site principal du *Monde* de l'élection (la grande majorité de celui-ci) semble être juste et équilibré; couvrant les principaux jalons prévus et les questions de la saison de la campagne. La plupart des articles traite des dossiers en collectif de fonds ou le financement des campagnes, les délégués recueillant et les attaques d'ingénierie et subies par l'équipe Clinton. Tomber en ligne avec le ton éditorial global, *Le Monde* se réfère à

---

<sup>37</sup> "Hillary Clinton: la (non) règle du jeu." Americana.blog.lemonde.fr. Le Monde, 28 Feb. 2008. Web. 18 Feb. 2015. <<http://americana.blog.lemonde.fr/2008/02/>>.

Clinton neutre comme « l'ex-sénateur de New York » dans un deuxième article du 12 mars 2008 (« *Barack Obama remporte largement le Mississippi et consolide le vote Noir* ») sur le succès d'Obama dans un autre état<sup>38</sup>. Cet engagement à la neutralité journalistique est encore renforcé par un troisième article ; l'article le plus en profondeur publié au cours de cette période. À 680 mots au 2 mai 2008, cet article «*Super Tuesday: L'ecart se resserre entre Barack Obama et Hillary Clinton*» présente un certain nombre de sondages américains dans les Etats clés et globaux<sup>39</sup>. Il explique également la signification de cette date et le nombre de délégués à sélectionner, en présentant les faits tels qu'ils étaient (logos). «*Hillary Clinton perd des Soutiens*», un additionnel article du *Monde* de suivi sur la situation de délégué pour Clinton, recueille des données du *Washington Post*, les sondages Quinnipiac et des échantillons du *New York Times* de synthétiser et présenter aux lecteurs le 15 mars<sup>40</sup>.

Malgré que *Le Monde* ait publié seulement 451 articles au total sur Clinton au cours de la saison des primaires (par rapport aux 671 de *Figaro* et de la 283 de *Le Nouvel Observateur* au cours de la même période), les articles semblent être plus longs et plus de fond sur l'ensemble (Fig. 1, Ch 3). Par exemple, même que dans les deux *Le Figaro* et *Le Monde* aient couvert les

---

<sup>38</sup> Bourcier, Nicolas. "Barack Obama remporte largement le Mississippi et consolide le vote Noir." *LeMonde.fr*. Le Monde, 12 Mar. 2008. Web. 18 Feb. 2015. <[http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/03/12/barack-obama-remporte-largement-le-mississippi-et-consolide-le-vote-noir\\_1021809\\_3222.html](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/03/12/barack-obama-remporte-largement-le-mississippi-et-consolide-le-vote-noir_1021809_3222.html)>.

<sup>39</sup> "Super Tuesday: L'ecart se resserre entre Barack Obama et Hillary Clinton." *LeMonde.fr*. Le Monde, n.d. Web. 18 Feb. 2015. <Super Tuesday : l'écart se resserre entre Barack Obama et Hillary Clinton En savoir plus sur [http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/05/super-tuesday-l-ecart-se-resserre-entre-barack-obama-et-hillary-clinton\\_1007452\\_3222.html#OIUGBeCcgCxof4vd.99](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/05/super-tuesday-l-ecart-se-resserre-entre-barack-obama-et-hillary-clinton_1007452_3222.html#OIUGBeCcgCxof4vd.99)>.

<sup>40</sup> "Hillary Clinton perd des Soutiens." *LeMonde.fr*. Le Monde, 15 Mar. 2008. Web. 18 Feb. 2015. <[http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/15/hillary-clinton-perd-des-soutiens-malgre-le-regain-d-espoir-dans-son-camp\\_1011762\\_3222.html](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/15/hillary-clinton-perd-des-soutiens-malgre-le-regain-d-espoir-dans-son-camp_1011762_3222.html)>.

commentaires audacieux de Clinton (« *Honte à vous, Barack Obama* ») du 23 février, le sujet a été traité différemment d'une façon évidente.

Curieusement, cependant, où *Le Nouvel Observateur* avait déclaré un avantage pour Obama dans les sondages au Texas<sup>6</sup>, *Le Figaro*, par contre, donnait Clinton et Obama au coude-à-coude dans le même état. Enfin, en prenant les résultats des enquêtes dans les chapitres 3 et 4 ensemble, l'image ne correspond pas tout à fait ce qui était attendu. En commençant par l'analyse quantitative du chapitre précédent, il est devenu évident que les Six Moments Décisifs que les médias américains couvrent généralement par rapport à une primaire présidentielle ne sont pas nécessairement d'importance égale à ceux des médias français ou, par extension, ceux du peuple français. Seulement trois des six événements identifiés ont reçu une couverture dans les médias de nouvelles français.

À cet égard, une certaine spéculation ou une explication sur le «comment» derrière les chiffres pouvait s'insérer dans la conversation. Comme indiqué précédemment, *Le Figaro* a utilisé une photo flashy et titre accrocheur pour introduire la question, mais il a passé moins de 250 mots expliquer total du litige et se réfère à elle comme « l'Ex First Lady ». L'article du *Monde*, « Clinton-Obama: un ton vif pour des programmes économiques guère différents », en revanche est le seul écrit pour discuter de l'accord de l libre-échange nord-américain (Alena, 1994), les droits de donation et d'autres détails qui établissent des politiques économiques des deux candidats les uns des autres. C'est là que les pratiques éditoriales et les orientations des publications individuelles sont devenues plus palpables et méritent cette analyse qualitative.

Ce chapitre utilisait les données quantitatives du chapitre précédent pour identifier les périodes de production de pointe de l'article comme point de départ pour analyser le contenu ou

les questions politiques qui se sont distinguées comme le plus saillant du public français.

Maintenant, il est évident que si la production totale de l'article sur Hillary Clinton peut avoir augmenté pendant les périodes prévues des primaires et du Super Tuesday, les médias français étaient parfois plus occupés par les questions de politique étrangère et par les débats économiques que par les événements eux-mêmes.

## Chapitre 5 : *Conclusions*

Enfin, ce chapitre arrive aux conclusions finales. Au cours de cette thèse, le traitement dans les médias de la campagne 2008 primaire présidentielle d'Hillary Rodham Clinton a été examiné sous de nombreux angles. Cet examen a pour origine un certain nombre de raisons. Tout d'abord, bien que de nombreux paradigmes existent aux États-Unis pour analyser les mouvements politiques de HRC au cours de sa campagne de 2008 historique, des analyses similaires n'ont été écrites populaire en France. Cette analyse cherche à combler cette lacune dans une perspective interculturelle.

Afin d'atteindre cet objectif, trois notables et populaires publications françaises (*Le Nouvel Observateur*, *Le Monde* et *Le Figaro*) ont été sélectionnés pour un traitement spécial. Ces trois sources d'information particulières ont été choisies, en partie, parce que leurs circulations étaient assez grandes pour garantir leur lectorat d'être représentatif d'une grande partie du public français. Chaque publication a également apporté avec elle une optique éditoriale légèrement différente. *Le Figaro* a la réputation de se pencher vers la droite, *Le Monde* tombe vers la gauche ou le côté plus libérale de l'échiquier politique, et *Le Nouvel Observateur* est le plus souvent considéré comme de centre-gauche. Chacun de ces publications histoire de la couverture politique et le lectorat a été discuté en détail dans la première partie de cette étude pour fournir un contexte pour l'avoir choisie.

Le Chapitre 1 a fourni une introduction à l'objet. Une brève discussion des moments pertinents de la carrière et la vie de Clinton avant 2008 a été présentée. Cette section a également

montré la raison d'effectuer cette recherche (comme un cas d'étude). La période de temps (qui commencera le 20 janvier 2007, avec la déclaration de sa candidature présidentielle, et se termine le 7 juin 2008, la date de sa concession de la campagne présidentielle) a été discutée et défendue. Le concept de Six Moments Décisifs proposé dans l'analyse (pour le chapitre suivant) et des techniques quantitatives pour être employé dans le troisième chapitre ont été brièvement présenté. Enfin, la méthode d'analyse du contenu qualitatif du corpus (l'ethos, le pathos, le logos) a été aussi abordée.

Le Chapitre 2 a raconté un bref historique de l'élection primaire 2008 en entrant en détails sur les Six Moments Décisifs: l'annonce de la candidature de Clinton en janvier, le caucus de l'Iowa, l'élection primaire du Nevada, le Super Tuesday, la primaire de Pennsylvanie et la concession. Encadrement au cours de l'élection primaire en termes de ces six moments permet les événements journalistiques les plus importants du côté américain à être présentés en premier. Ce cadre est important afin de fournir un contexte à l'étape suivante. Identifier les moments que les médias américains a écrit à propos ouvre la porte pour une comparaison avec les sujets politiques que les médias français mis en évidence au cours des mêmes périodes.

Le Chapitre 3 s'est préoccupée de résumer quantitativement la couverture des événements majeurs de la campagne des primaires. Cette section ne portait que sur les chiffres entourant chaque étape de la course. Tout d'abord, la couverture de presse au sujet de Clinton avant (1992-2007) et pendant la campagne électorale de 2008 a été montrée (Figure 1). *Le Nouvel Observateur* avait bien plus d'articles que *Le Figaro* et *Le Monde* entre 1992 et 2007, mais pendant la campagne réelle de 2008, *l'Observateur* a suivi les deux autres journaux par une marge assez importante. Ensuite, la couverture de Clinton pour chaque publication a été montrée par les chiffres en tant que pourcentage de la couverture totale pour ces deux mêmes périodes de



temps (Figure 2 et Figure 3). Enfin, le nombre d'articles publiés par chaque sortie de nouvelles pour chacun des Six Moments Décisifs a été compté et indiqué côte-à-côte pour une comparaison à la figure 5. Comme prévu, la primaire de la Pennsylvanie, le Super Tuesday et de l'Iowa caucus reçu de loin le plus de couverture dans les médias français.

Peut-être aussi intéressant que les événements qui ont reçu le plus de couverture au chapitre 3 ont été les étapes importantes qui ont reçu peu d'attention dans la presse française. Bien que la primaire du Nevada et de l'annonce et de la concession en discours de Clinton étaient sans aucun doute des événements historiques et très attendus dans les médias américains, la presse française a donné ces événements peu (le cas échéant) la couverture. Le Figaro ne couvre pas l'annonce de Clinton à tous, et les autres événements reçus pas plus de deux articles chaque à l'exception de la couverture de Le Monde de son discours de concession. Afficher ces événements suivant les statistiques fournis d'un cadre à l'intérieur duquel l'objectif est d'identifier les événements qui étaient le plus (ou le moins) important pour les médias français. Il inspire également d'autres questions. Si les médias français ne était pas concerné par ce débouchés américains considérés comme des événements de la campagne pivots pendant ces périodes de temps, quels sont les sujets ou les controverses qu'ils ont été axés sur lesquels?

Le Chapitre 4 s'intéresse à l'analyse qualitative des différentes publications. Les différentes méthodes d'analyse à utiliser ont été introduites et contextualisées par une discussion sur Ségolène Royal, *Le Deuxième Sexe* de Simone de Beauvoir et autres discussions du féminisme en France. Ce chapitre focalise aussi les trois conditions d'Aristote dans son traité de la rhétorique (l'ethos, le pathos et les logos) comme points de référence pour analyser le contenu rhétorique. Toutes des trois ont été présenté et discuté brièvement. Enfin, les critères de sélection des objets à analyser ont été présentés. Chaque article qui a agi comme un « représentant » d'une

publication devait être considérée emblématique de la politique éditoriale de cette sortie en particulier. Pour chaque publication, cette politique ou approche éditoriale diffère légèrement, tout comme les articles représentatifs. En effet, en 2008 Le Nouvel Observateur publie seulement 20,1% des articles totaux (1405) sur Clinton parmi les trois sources d'intérêt, tandis que Le Figaro a fait paraître 47,8% de la couverture de presse totale pendant la même année. Il a été possible, cependant, de faire des comparaisons significatives entre les publications françaises lorsque les valeurs ou les événements communs ont été identifiés.

## ***BIBLIOGRAPHY***

- AFP. "Victoire capitale pour John McCain en Floride." *Le Figaro*. N.p., 30 Jan. 2008. Web. 9 Feb. 2015.\  
<[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/recherche.php?page=articles&ecrivez=2008%20hillary%20clinton&tri\[0\]=Rubrique&critere\[0\]=USA+2008&rubrique=USA+2008](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/recherche.php?page=articles&ecrivez=2008%20hillary%20clinton&tri[0]=Rubrique&critere[0]=USA+2008&rubrique=USA+2008)>
- "Angela Merkel detrone Condoleezza Rice comme femme la plus puissante du monde." *Le Monde* [Paris] 9 Jan. 2006: n. [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2006/09/01/angela-merkel-detrone-condoleezza-rice-comme-femme-la-plus-puissante-du-monde\\_808514\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2006/09/01/angela-merkel-detrone-condoleezza-rice-comme-femme-la-plus-puissante-du-monde_808514_3236.html)
- Angus Reid Global Monitor, "Germans, French Want Hillary as U.S. President," August 29, 2007. Web. 13 Feb. 2015. [http://www.angus-reid.com/polls/view/17033/germans\\_french\\_want\\_hillary\\_as\\_us\\_president](http://www.angus-reid.com/polls/view/17033/germans_french_want_hillary_as_us_president)
- Aristotle. *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*. 2nd ed. Trans. George A. Kennedy. New York: Oxford UP, 2007.
- Balz, Daniel. "Hillary Clinton Opens Presidential Bid." *Washington Post*. The Washington Post, 21 Jan. 2007. Web. 18 Sept. 2014.
- "Barack Obama crédité d'une légère avance au Texas." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 2 Feb. 2008. Web. 13 Feb. 2015. <  
<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080229.OBS2869/barack-obama-credite-d-une-legere-avance-au-texas.html>>
- Borrelli, MaryAnne, "(Revue) Près de Madame la Présidente, Pourquoi Hillary Clinton" Won "en 2008, par Nichola D. Gutgold, et (critique) de la Race d'Hillary Clinton à la Maison Blanche, le genre politique et les médias sur la campagne électorale, par Regina G. Laurent et Melody Rose "(2011). *Gouvernement de la Faculté des publications*. Livre 7.  
<http://digitalcommons.conncoll.edu/govfacpub/>
- Bourcier, Nicolas. "Barack Obama remporte largement le Mississippi et consolide le vote Noir." *Le Monde.fr*. Le Monde, 12 Mar. 2008. Web. 18 Feb. 2015. <[http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/03/12/barack-obama-remporte-largement-le-mississippi-et-consolide-le-vote-noir\\_1021809\\_3222.html](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/03/12/barack-obama-remporte-largement-le-mississippi-et-consolide-le-vote-noir_1021809_3222.html)>.

Catherine Achin and Sandrine Levêque: How to become a “political woman” in France: The uses of “gender” in political competition since the introduction of the parity law

Clinton, Hillary Rodham. *Living History*. New York: Simon & Schuster, 2003. Print.

"Clinton: 'le vent tourne' en sa faveur." *Le Figaro*. APF, 23 Apr. 2008. Web. 14 Oct. 2014. <http://www.lefigaro.fr/flash-actu/2008/04/23/01011-20080423FILWWW00245-clinton-le-vent-tourne-en-sa-faveur.php>

"Constitution Du 24 Juin 1793." *Constitution Du 24 Juin 1793*. Conseil Constitutionnel, n.d. Web. 18 Sept. 2014.

Cypel, Sylvian. "Clinton-Obama: un ton vif pour des programmes économiques guère différents."

*LeMonde.fr*. *Le Monde*, 25 Feb. 2008. Web. 18 Feb. 2015. <[http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/25/clinton-obama-un-ton-tres-vif-pour-des-programmes-economiques-guere-differents\\_1015335\\_3222.html](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/25/clinton-obama-un-ton-tres-vif-pour-des-programmes-economiques-guere-differents_1015335_3222.html)>.

" Dans Newsweek : "Frazier contre Ali à Cleveland"." *Le Nouvel Observateur*. *Le Nouvel Observateur*, 2 Feb. 2008. Web. 14 Feb. 2015. <http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080227.OBS2543/dans-newsweek-frazier-contre-ali-a-cleveland.html>

Freedland, Jonathan. "US Elections: Obama Wows Berlin Crowd with Historic Speech." *World News*. *The Guardian*, 24 July 2008. Web. 18 Sept. 2014.

Gutgold, Nichola D. *Almost Madame President*. Lexington Studies in Political Communication, 2009. Print.

"Hillary Clinton : 'Je Suis Sans Conteste La Leader' Dans La Course." *Nouvelobs.com*. *Nouvel Observateur*, 19 Dec. 2007. Web. 18 Sept. 2014.

"Hillary Clinton: la (non) règle du jeu." *Americana.blog.lemonde.fr*. *Le Monde*, 28 Feb. 2008. Web. 18 Feb. 2015. <<http://americana.blog.lemonde.fr/2008/02/>>.

"Hillary Clinton Launches White House Bid: 'I'm In'" *CNN*. Cable News Network, 22 Jan. 2007. Web. 18 Sept. 2014.

"Hillary Clinton perd des Soutiens." *LeMonde.fr*. *Le Monde*, 15 Mar. 2008. Web. 18 Feb. 2015. <[http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/15/hillary-clinton-perd-des-soutiens-malgre-le-regain-d-espoir-dans-son-camp\\_1011762\\_3222.html](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/15/hillary-clinton-perd-des-soutiens-malgre-le-regain-d-espoir-dans-son-camp_1011762_3222.html)>.

"Hillary Clinton, Une Sénatrice En Campagne Présidentielle." *World News*. *Le Monde*, 11 Apr. 2006. Web. 18 Sept. 2014.

"Iowa Caucus Results." *Iowa Caucus Results*. Editorial Staff, 18 Sept. 2014. Web. 18 Sept. 2014.

"Iowa Precinct Caucuses: The Making of a Media Event." Winebrenner, Hugh. Iowa State Press. Print. 30 April 1998. ISBN-10: 0813824893

J.C. avec AFP. "Clinton : «Honte à vous, Barack Obama!»." *Le Figaro*. LeFigaro.fr, 24 Feb. 2008. Web.

14 Feb. 2015. <<http://www.lefigaro.fr/elections-americaaines-2008/2008/02/23/01017-20080223ARTFIG00663-clinton-honte-a-vous-barack-obama.php>>.

"La Californie redevient un enjeu électoral." *Le Figaro*. APF, 4 Mar. 2007. Web. 3 Dec. 2014. <[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro\\_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzI80T%2BgRgq2K8bAqFem3b%2Fp0WSag1w0w3gT%2BjvJe4JEau2IGtjAq08M%3D](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzI80T%2BgRgq2K8bAqFem3b%2Fp0WSag1w0w3gT%2BjvJe4JEau2IGtjAq08M%3D)>.

"La campagne présidentielle américaine, au jour le jour (01/01-09/02)." *Le Nouvel Observateur*. Nouvel Observateur, 11 Feb. 2008. Web. 4 Dec. 2014. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080211.OBS9909/la-campagne-presidentielle-americaine-au-jour-le-jour-01-01-09-02.html>>.

<sup>1</sup> "Le casse-tête du processus électoral américain." *Le Figaro*. APF, 1 Feb. 2008. Web. 12 Oct. 2014. <[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro\\_fr.php?archive=BszTm8dCk78Jk8uwiNq9T7i%2BiszsUNwLCDvoH5OarxBtue%2FYMM3%2F8UR2BON3f%2Bv9u2IGtjAq08M%3D](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78Jk8uwiNq9T7i%2BiszsUNwLCDvoH5OarxBtue%2FYMM3%2F8UR2BON3f%2Bv9u2IGtjAq08M%3D)>.

"Le grand désordre des primaires avant la présidentielle américaine." *Le Figaro*. AFP, 6 Sept. 2007. Web. 11 Nov. 2014. <[http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro\\_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzvRyUYUPyO7Ik%2FvaGPZBF7Tq8BFvLCHRXJB6%2F2NTdQscu2IGtjAq08M%3D](http://recherche.lefigaro.fr/recherche/access/lefigaro_fr.php?archive=BszTm8dCk78atGCYonbyzvRyUYUPyO7Ik%2FvaGPZBF7Tq8BFvLCHRXJB6%2F2NTdQscu2IGtjAq08M%3D)>.

"Les Français préfèrent Obama à Clinton." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 2 Feb. 2008. Web. 4 Dec. 2014. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080205.OBS8969/les-francais-preferent-obama-a-clinton.html>>.

*Le Parisien*. "Les Français préfèrent Obama à Clinton." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 2 Feb. 2008. Web. 15 Feb. 2015. <<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080205.OBS8969/les-francais-preferent-obama-a-clinton.html>>.

"Levée de fonds record pour Hillary Clinton." *Le Figaro*. AFP, 15 Oct. 2007. Web. 23 Nov.

2014.

<[http://www.lefigaro.fr/international/2007/04/03/01003-20070403ARTFIG90184-levee\\_de\\_fonds\\_record\\_pour\\_hillary\\_clinton.php](http://www.lefigaro.fr/international/2007/04/03/01003-20070403ARTFIG90184-levee_de_fonds_record_pour_hillary_clinton.php)>.

Murray, R. (2009) 'Was 2007 a landmark or a letdown for women's political representation in France?' *Representation*, vol. 45, no. 1, pp. 29 – 38.

Nnaemeka, Chizoba. "Nicolas Sarkozy et son Prince Charmant: Camp Hillary Clinton." *Le Figaro Blog*.

LeFigaro.fr, 31 Mar. 2008. Web. 12 Feb. 2015.

<<http://blog.lefigaro.fr/electionsus08/2008/03/>>.

"Obama souhaite resserrer les liens avec les Européens." *Le Nouvel Observateur*. Le Nouvel Observateur, 2 Feb. 2008. Web. 13 Feb. 2015.

<<http://tempsreel.nouvelobs.com/la-presidentielle-americaine-2008/20080229.OBS2926/obama-souhaite-resserrer-les-liens-avec-les-europeens.html>>

"Pennsylvanie : Une Primaire Cruciale Pour Les Democratés." *Nouvelobs.com*. Le Nouvel Observateur,

22 Apr. 2008. Web. 18 Sept. 2014.

Rainbow Murray (2010) *Women in French Politics: Still le deuxième sexe?*, Modern & Contemporary

France, 18:4, 411-414, DOI: 10.1080/09639489.2010.516513

"Recherche." *Le Nouvel Observateur*. N.p., 2008. Web. 19 Apr. 2014.

<<http://recherche.nouvelobs.com/?q=hillaryclinton&arg=%2bTop/date/lastmodified/2008&C=bnJlc3VsdHMlM0QxMCUyNnF1ZXJ5JTNEaGlsbGFyeSUyQmNsaW50b24lMjZyZWZpbmUlM0QtVG9wJTI1MkZ0eXB1JTI1MkZyZWZWRpcmVjdGlvbiUyNnJlZmluZSUzRC1Ub3AlMjUyRnR5cGUlMjUyRmRlcGVjaGVzJTI2biUzRHNScmVmb250ZS1nbG9iYWxl>>.

(Review) Almost Madam President, Why Hillary Clinton "Won" in 2008,

by Nichola D. Gutgold, and (Review) Hillary Clinton's Race for the White

House, Gender Politics and the Media on the Campaign Trail, by Regina

G. Lawrence and Melody Rose Initially published in *Politics & Gender*, March 2011, volume 7, issue 1, p.128-131. © 2011 The Women and Politics Research Section of the American DOI: 10.1017/S1743923X10000656>

Rodham, Hillary. "Hillary Clinton Endorses Barack Obama." *Politics*. The New York Times, 7 June 2008. Web. 18 Sept. 2014.

Shambaugh, Rebecca. *Leadership Secrets of Hillary Clinton*. New York: McGraw-Hill, 2010. Print.

Sinderbrand, Rebecca. 6 Juin 2008 Analyse: Pourquoi la candidature de Clinton a échoué. CNN

Politique.

<http://www.cnn.com/2008/POLITICS/06/06/clinton.race/index.html?iref=hpmostpop>

"Super Tuesday: L'ecart se resserre entre Barack Obama et Hillary Clinton." LeMonde.fr. Le Monde, n.d. Web. 18 Feb. 2015. <Super Tuesday : l'écart se resserre entre Barack Obama et Hillary Clinton En savoir plus sur [http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/05/super-tuesday-l-ecart-se-resserre-entre-barack-obama-et-hillary-clinton\\_1007452\\_3222.html#OIUGBeCcgCxof4vd.99](http://www.lemonde.fr/ameriques/article/2008/02/05/super-tuesday-l-ecart-se-resserre-entre-barack-obama-et-hillary-clinton_1007452_3222.html#OIUGBeCcgCxof4vd.99)>.

Williams, Mary Elizabeth. "Hillary Clinton n'a pas le temps pour vos jeux." 16/08/12. Salon.

## ACADEMIC VITA

**NADIA LEHTIHET**

**nul10@psu.edu**

2386 Pine Hurst Drive State College, PA 16803

### *Education*

The Pennsylvania State University Class of 2015  
Schreyer Honors College  
BS: Biochemistry and Molecular Biology  
Minor: French and Francophone Studies

### *Clinical Experience*

Research, Summer Translational Cardiovascular Sciences Institute at PSU May – Aug. 2013  
Volunteer receptionist, Centre Volunteers in Medicine June 2011-Mar. 2012  
Extern, *Cabinet Medicale de Groupe* (Collo, Algeria) May 2012-June 2012  
Clinical Volunteer, Dept. of Health and Human Development Mar. 2012-May 2013

### *Engagements*

President, PSU College Democrats Apr. 2013-Apr. 2015  
Vice-President, Pennsylvania College Democrats Jan. 2013-Mar. 2015  
Secretary, Penn State Students for Barack Obama Apr. 2012-Nov. 2012  
Secretary, Nittany Chemical Society Apr. 2012-Apr. 2013  
Treasurer, PSU College Democrats Apr. 2012-Apr. 2013

### *Honors and Awards*

Phi Kappa Phi National Honors Society 2013-present  
Dean's list 2011, 2012, 2013  
President's Award 2011, 2012

### *Volunteer Work*

Teaching Assistant, EDTHP434H (Honors Leadership Jumpstart) Jan. 2012-present  
Biology Tutor, Volunteers in Public Schools Sept. 2011 – Sept. 2012  
Intern, Organizing for America (Obama for America) May 2012-Nov. 2012  
Member, Science Lion Pride Aug. 2011-May 2012

### *Publications*

A. Garvin, N. Aurigemma, **N. Lehtihet**, J. Hackenberger and D. Korzick, *Influence of age and ischemia on cardiac subsarcolemmal and interfibrillar mitochondria in a novel model of estrogen deficiency*. The FASEB journal vol. 28 no. 1 Supplement 680.6, April 2014