

Atelier Programme Point Sud 2021

Labels des partis en Afrique – Imaginaires politiques et choix électoral

10-13 Octobre 2021

Université Omar Bongo, Libreville, Gabon

Organisatrice/Organisateurs

Dr. Anja Osei, Université de Constance, Allemagne

Dr. George Bob-Milliar, Kwame Nkrumah University of Science and Technology (KNUST), Kumasi, Ghana

Dr. Christian Wali Wali, Université Omar Bongo (UOB), Libreville, Gabon

Résumé

Les politiques électorales en Afrique soulèvent des questions transversales sur la nature du pouvoir, le répertoire de l'imaginaire socioculturelle et les récits de la nation, de l'État et de l'histoire politique. Depuis que l'intérêt pour les partis politiques africains a connu un regain à la fin des années 1990, les chercheurs ont mis l'accent sur des aspects tels que le non-respect des règles, le clientélisme politique, la faiblesse des organisations de partis politiques et la faiblesse d'attraits programmatiques (Erdmann 2004). En fait, la plupart des partis africains ne peuvent être placés suivant les idéologies politiques gauche-droite. Par conséquent, les outils classiques de recherche sur les partis n'ont qu'une valeur analytique limitée (ibid). Cependant, malgré leur prétendue "faiblesse", de nombreux partis remportent des succès électoraux et semblent bien ancrés dans leur environnement social. Nous pensons qu'au-delà d'une simple description de ce que sont ces partis politiques par rapport à leurs homologues occidentaux, un débat sur les outils de recherche flexibles mais concis et sensibles au contexte est nécessaire.

Nous proposons l'idée de "label de parti" comme angle d'analyse. En économie de la consommation, un label est un nom, un terme, un design, un symbole ou toute autre caractéristique qui identifie le produit d'un commerçant comme distinct de ceux des autres commerçants (Pride et Ferrel 2016). Bien que l'introduction de concepts marketing dans la recherche sur les partis soit controversée (Smith 2009), le concept peut être appliqué de manière heuristique aux nouvelles démocraties avec des systèmes de partis fluides (Lupu 2016).

Les labels donnent aux électeurs une orientation sur le type de citoyens qui est représenté par ce parti (Lupu 2016 : 19). Au Ghana, par exemple, les deux principaux partis se réfèrent à des traditions politiques de longue durée qui sont couplées à des bastions ethno-régionaux, à des positions programmatiques clés, aux leaders historiques, ainsi qu'à des références à un patrimoine culturel exprimées dans les symboles des partis (Osei 2012 ; Bob-Milliar 2012). Par conséquent, les labels des partis influence également leurs perspectives électorales. Dans les années 1990, un grand nombre de nouveaux partis politiques sont apparus en Afrique, beaucoup d'entre eux ayant des stratégies de campagne relativement similaires et des promesses générales pour un avenir meilleur (voir Bob-Milliar 2019). Nombre d'entre eux ont disparu avec le temps, mais d'autres se sont institutionnalisés. Dans ce contexte, nous soutenons que les stratégies des partis et le comportement des électeurs sont interdépendants. Les partis doivent prendre en compte les désirs de l'électorat pour mener des campagnes réussies, et les électeurs choisissent dans le menu des options politiques existantes.

Les principaux objectifs de notre conférence sont :

- introduire le concept de "label de parti" comme nouvelle angle conceptuel d'analyse,
- explorer la complémentarité qui existent entre les stratégies des partis et le comportement des électeurs,
- examiner des approches multidisciplinaires,
- faire des études comparées de cas provenant de différents types de régimes et de différentes régions.

La conférence jettera les bases de théories plus avancées qui pourront ensuite être testées et affinées par des études empiriques.

