



## Mots. Les langages du politique

90 | 2009

Présidentielle 2007. Scènes de genre

---

### Présidentielle 2007. Médias, genre et politique

Marlène Coulomb-Gully

---



#### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/mots/19073>

DOI : [10.4000/mots.19073](https://doi.org/10.4000/mots.19073)

ISSN : 1960-6001

#### Éditeur

ENS Éditions

#### Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2009

Pagination : 5-11

ISBN : 978-2-84788-151-6

ISSN : 0243-6450

#### Référence électronique

Marlène Coulomb-Gully, « Présidentielle 2007. Médias, genre et politique », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 90 | 2009, mis en ligne le 12 octobre 2009, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/mots/19073> ; DOI : [10.4000/mots.19073](https://doi.org/10.4000/mots.19073)

---

## **Présidentielle 2007. Médias, genre et politique**

TITUS

De la Reine et de moi, que dit la voix  
publique ?

Parlez, qu'entendez-vous ?

PAULIN

J'entends de tous côtés

Publier vos vertus, Seigneur, et ses  
beautés

Racine, *Bérénice*, II, 2

« Présidentielle 2007. Scènes de genre » : entre « Études de mœurs » et « Scènes de la vie politique », ce dossier de *Mots. Les langages du politique* au titre un peu balzacien, malgré l'exergue racinienne, est la seconde livraison que la revue consacre à cette campagne, et fait donc suite à *2007. Débats pour l'Élysée*, paru en mars 2009. Les coordonnateurs du numéro 89, Denis Barbet et Damon Mayaffre, plaçaient cette élection sous le signe de la rupture, dont ils déclinaient divers aspects. Parmi ceux-ci, la présence d'une femme pour la première fois en position d'être élue. Et c'est précisément sous l'angle du genre que nous avons choisi d'aborder cette campagne, la candidature de Ségolène Royal ayant largement contribué à focaliser les débats autour de cette question.

Le fait est ressenti d'autant plus fortement que les femmes ont été ostracisées de la vie politique française avec une constance qui ne laisse d'étonner. Qu'on se rappelle l'utilisation pour le moins spécieuse de la loi salique au Moyen Âge (Viennot, 2006), le mot « reine » ne désignant plus dans notre langue que l'épouse du roi. Dans la France de l'Ancien Régime, les femmes sont cantonnées au rôle de conseillères occultes, contrairement à ce qui se passe dans bien des grandes puissances de l'époque, où elles accèdent officiellement au pouvoir (Wanegffelen, 2008). Cette exclusion se poursuit à la Révolution (Brive éd., 1989), et l'on n'a pas oublié Olympe de Gouges, pour qui la femme ayant le droit de monter à l'échafaud devait aussi avoir celui de voter, et qui n'eut que les honneurs du premier. La République a maintenu cette situation, refusant aux femmes le droit de vote à plusieurs reprises (1903, 1919, 1922, 1936) alors qu'au même moment, le mouvement suffragiste permettait

des avancées décisives dans beaucoup d'autres pays d'Europe. L'exception française se perpétue, et ce n'est qu'en 1944 qu'une ordonnance du gouvernement provisoire leur octroie enfin leurs droits civiques. Droit tout théorique pour ce qui est d'être élues puisqu'elles le sont fort peu, ce qui a conduit près de cinquante ans plus tard, en juin 2000, au vote de la loi dite de la parité<sup>1</sup>.

Avec quelques années de recul, les premières leçons peuvent être tirées de cette loi. Si les femmes élues sont indiscutablement plus nombreuses, certaines études considèrent néanmoins qu'il s'agit là d'une « révolution conservatrice » (Achin *et al.*, 2006), les effets de cette réforme étant neutralisés par les comportements des hommes qui confortent leurs positions de pouvoir – et migrent vers les positions les plus stratégiques – tandis que les femmes se conforment globalement aux règles du jeu masculin.

Contre cette relative inertie du champ politique au regard des enjeux paritaires, la désignation de Ségolène Royal comme candidate du Parti socialiste apparaît donc à la fois comme attendue et comme un défi. Attendue parce qu'elle est la conséquence « normale » du vaste mouvement de prise de conscience dont témoigne le vote de la loi sur la parité et parce que, plus largement, « c'est le système présidentiel qui a permis aux femmes d'entrer en politique et peu à peu dans la campagne présidentielle » (Sineau, 2008, p. 14) ; mais aussi un défi compte tenu de la dimension fortement symbolique attachée à cette fonction, qui cristallise des enjeux de représentation dont on peut penser qu'ils sont un des éléments au cœur de la difficulté des femmes à être élues.

En effet, depuis longtemps reconnues comme compétentes, les femmes éprouvent des difficultés à l'être comme « représentantes », exclues de fait des principes de représentation propres à notre « démocratie exclusive » (Fraisie, 1989). Sollicitées comme expertes dans les cabinets politiques, voire comme secrétaires d'État ou ministres, elles sont « nommées » par le prince plus qu'élues par leurs concitoyens (Fraisie, 1989 ; Sineau, 1988, 2001).

Les propos de Paulin, dans la *Bérénice* de Racine citée en exergue (« J'entends de tous côtés / Publier vos vertus, Seigneur, et ses beautés ») qui associent le masculin à la *virtus* et la beauté au féminin, sont selon Véronique Nahoum-Grappe révélateurs de la « dissymétrie d'images entre le féminin et le masculin, qui éloigne le féminin du politique » (Nahoum-Grappe, 1996, p. 126). Le défi est donc là, qui consiste à assurer la compatibilité d'image entre le féminin et le politique, longtemps construits comme antinomiques.

Dans un espace public par définition médiatisé, la période contemporaine se caractérisant en outre par une intensification du rôle des médias, quelle partition ceux-ci jouent-ils dans la construction sexuée des identités politiques ?

1. Pour une synthèse sur le rejet des femmes de l'espace public depuis la Révolution, voir Guionnet, Neveu, 2004.

Ouvrons ici une parenthèse pour tenter de contextualiser notre approche, en même temps que cette question. On doit aux études anglo-américaines sur le genre de s'être interrogées les premières sur le rôle des médias dans les identités sexuées – et tout d'abord sur la représentation des femmes. Cet avant-propos n'est pas le lieu de présenter ces travaux, aussi riches que divers, et dont le débat hexagonal sur la parité a favorisé l'introduction en France<sup>2</sup>.

Les recherches émanant de politistes – on pense en particulier aux passionnantes études menées dans le cadre du groupe sur « L'invention de l'élu(e) »<sup>3</sup> – ont de leur côté largement contribué à la réflexion, même si les médias – souvent limités à la presse écrite – ne sont pour ceux-ci qu'une des variables à prendre en compte dans la constitution de leur objet, au même titre que de nombreux autres éléments.

On peut considérer qu'un troisième courant vient désormais alimenter cette réflexion sur genre, médias et politique, qui se nourrit des deux précédents et se développe dans le cadre des études de communication, avec les problématiques et les méthodologies en usage au sein des sciences de l'information et de la communication. La focale et la perspective en fonction desquelles est abordée la question du genre en politique s'y établissent à *partir des médias* qui en constituent le terrain de recherche en tant que tel<sup>4</sup>. C'est dans ce cadre que se situe la présente entreprise.

Refermant notre parenthèse, et revenant à l'élection présidentielle de 2007, on se rappelle que les médias y figurèrent au banc des accusés, comme dans presque chaque campagne, se voyant reprocher tour à tour d'avoir créé de toutes pièces le « phénomène Royal », qualifié de « bulle médiatique » – comme telle supposée éclater dès le premier contact avec le réel –, puis d'avoir fait montre d'une excessive sévérité à l'égard de la candidate, dont les « bourdes » étaient systématiquement montées en épingle tandis que ce qui n'était qu'« erreur » de la part de Nicolas Sarkozy était minoré, voire tu.

Au-delà de cette appréciation aussi lapidaire que globale, avec le recul du temps indispensable à la nécessaire prise de distance qui caractérise l'approche scientifique, quel regard peut-on porter sur le positionnement des médias durant cette campagne ? Ont-ils effectivement fait preuve de conservatisme, relayant et réactivant les imaginaires traditionnels et contribuant de ce fait à exclure plus durablement les femmes de la vie politique ? Ont-ils au

2. Pour une synthèse des recherches sur genre et médias dans une perspective communicationnelle, voir Byerly, Ross, 2004, 2006 ; sur médias, genre et politique, voir en particulier les travaux de Ross, 2002a et 2002b ; Sreberny, Van Zoonen, 1999 ou encore Freedman, 1997.

3. Voir en particulier *La parité en pratiques* (n° 60, 2002, de la revue *Politix*).

4. Voir Bertini, 2002, ainsi que quelques articles de numéros de revues comme *Mots. Les langages du politique*, n° 78, 2005 (*Usages politiques du genre*) ou *Questions de communication*, n° 7, 2005 (*Espaces politiques au féminin*).

contraire contribué à « faire bouger les lignes », en réaménageant les relations entre stéréotypes de genre et compétence politiques ?

Dépasant le seul cas de la candidate socialiste pour prendre en compte l'ensemble des impétrants et ramenant l'insaisissable entité « des » médias en général à des études de cas spécifiées en dehors desquelles il n'est pas possible d'appréhender notre objet, c'est donc au décryptage du regard posé par les médias sur les candidats que vont s'attacher les présentes contributions. Sans exclusive méthodologique, puisque seront mobilisées aussi bien des approches relevant de l'analyse de discours que de la sémiologie ou de l'analyse lexicométrique, on s'interrogera sur la façon dont la presse et la télévision, par les mots et les images utilisés, ont fait usage, implicitement ou explicitement, de l'argument de genre dans leur construction de la légitimité des candidats, question au cœur du processus électoral.

La question du conflit d'image entre le féminin et le politique est abordée de front dans l'article d'Isabelle Garcin-Marrou ; partant d'une question de Nicole Loraux – qu'est-ce qui, du féminin ou du divin, l'emporte dans la dénomination *theà*? –, elle s'interroge sur la (dis)symétrie des désignations des deux principaux candidats dans la presse : d'abord politiques, ou d'abord femme ou homme ?

Centrée sur la construction de la notion de compétence politique, l'étude de Claire Oger confronte les discours de trois quotidiens et montre qu'au-delà de la persistance des stéréotypes de genre, le plus progressiste sur ce plan n'est pas celui qu'on croit.

Louise Charbonnier et Jean-Claude Soulages portent quant à eux leur regard sur les photos des deux principaux protagonistes parues dans *Libération*, et mettent au jour des configurations de sens (ainsi du parrain et de l'écolière) qui ne laissent guère de doute sur la vision sexuée qui les sous-tend.

Auréli Olive pour six titres de presse, Pierre-Olivier Dupuy et Pascal Marchand à propos de l'émission phare de TF1, « J'ai une question à vous poser », se penchent sur la « parole profane », d'autant plus valorisée que le discours journalistique semble susciter la méfiance. Cette apparente délégation de compétence n'est évidemment pas aussi simple qu'il y paraît. Elle peut permettre de relayer des propos sexistes tout en ne les assumant pas formellement et révèle en tout cas la prégnance du biais genré dans ces propos, dont ils analysent la compatibilité avec les fondamentaux de la compétence suprême.

5. Nous avons dans les lignes qui précèdent évoqué tour à tour les « études sur les femmes » et les « études de genre » ; les deux expressions ne sont pas synonymes et, en dépit du succès actuel du terme *genre*, renvoient à des paradigmes différents. Rappelons que dans les études de genre, il ne s'agit plus d'étudier les femmes comme une entité spécifique, mais de prendre en compte la complexité des interactions existant entre les diverses composantes sexuées de la société et ce au-delà de la binarité hommes/femmes, opposition elle-même déconstruite par un concept de genre pensé comme un « défi à la pensée binaire ». Sur cette question, voir Butler, 2005.

Un mot enfin sur l'article de Sheila Perry proposé en «Varia» : l'auteure y analyse les logiques présidant à l'invitation des femmes politiques dans les débats diffusés à la télévision française durant plus de trente ans, colossale mise en perspective diachronique, à ce jour inédite en français.

Au terme de ce parcours dans divers médias, abordés à travers des questions de recherche différentes, mais avec l'objectif commun de réfléchir sur la construction de la légitimité présidentielle dans le cadre d'une approche par le genre, on fera trois observations.

Tous les articles de cette livraison de *Mots. Les langages du politique* convergent – même si des nuances existent selon les corpus analysés – pour faire le constat d'un discours qui ancre candidats et candidates dans leur identité de genre. Cette assignation, indépendante de la revendication genrée par les candidats eux-mêmes et qui culmine au niveau des deux principaux présidentiables, semble en outre conforter les hommes dans leur aptitude politique et présidentielle, tandis que les compétences des femmes paraissent plus problématiques à cet égard. En témoigne entre autres l'analyse de la parole profane mise en scène dans les émissions à grande audience de TF1 de la série «J'ai une question à vous poser», qui révèle l'identification systématique des femmes aux domaines traditionnels du *care*<sup>6</sup>, parallèlement à leur disqualification tout aussi massive de ce qui fait le cœur du métier politique et qui relève de sa dimension régaliennne.

Ce serait donc toujours la même antienne : pesanteur des représentations, lenteur des évolutions... On ne peut cependant s'arrêter à ce constat. Le caractère le plus souvent diffus ou implicite de ces assignations genrées, notamment lorsqu'elles disqualifient les femmes (les médias n'assumant plus formellement la responsabilité d'un tel discours) mais aussi, s'agissant des candidats, la présence de traits jusque-là réservés aux seules candidates (évocation de la famille, mention de leur physique, des vêtements...), sont autant d'indices d'une évolution. Cette labilité relative des assignations s'effectue en outre au rebours du mouvement habituel : on sait en effet que la libération des femmes s'est caractérisée pour celles-ci par l'intégration progressive de registres jusqu'alors identifiés au masculin, l'inverse n'étant jusqu'ici pas vrai (les femmes peuvent porter le pantalon, les hommes ne portent pas la jupe). Le rôle des médias étant non seulement descriptif mais aussi prescriptif, cette avancée des représentations, si modeste soit-elle, peut être considérée comme un progrès. Chaque fois en effet que du jeu – au sens mécanique du terme – est introduit, qui vient desserrer les identifications qui nourrissent les stéréotypes et sclérosent les représentations, de nouvelles avancées sont possibles.

6. Voir à ce sujet Brugère, 2008.

Le travail sur les médias est à ce titre incontournable pour favoriser l'interpellation des acteurs eux-mêmes concernant des modes de faire parfois impensés, et ce alors même que la seule mixité des équipes journalistiques ne permet pas à elle seule de mettre en cause les stéréotypes de genre (Gallagher, Von Euler, 1997 ; Reiser, Grésy, 2008 ; Neveu, 2000). Intégrer la pensée du genre dans l'approche des phénomènes communicationnels est par conséquent indispensable (Coulomb-Gully, 2009) pourvu que celle-ci permette de fuir toute pratique routinisée... y compris dans les questionnements par et sur le genre. « Ce qui me perturbe, dit Joan Scott, c'est quand les définitions prennent le genre pour une méthodologie familière, au lieu d'une manière de questionner ; c'est lorsqu'on fait du genre une réponse, ou une étiquette (le genre comme synonyme de femmes, de sexes, de rôles sexués, renaturalisé et non dénaturant) plutôt qu'une interrogation. » (Butler, Fassin, Scott éd., 2007, p. 287) L'interpellation est forte, qui rappelle que la vertu essentielle de l'approche par le genre est de type heuristique et ne saurait se contenter de recycler des thèmes et des cadres de réflexion tout faits. Pussions-nous entendre cette injonction et poursuivre une réflexion critique au sens le plus fort du terme.

## Références

- ACHIN Catherine *et al.*, 2006, *Sexe, genre et politique*, Paris, Economica.
- BERTINI Marie-Joseph, 2002, *Femmes. Le pouvoir impossible*, Paris, Pauvert.
- BRIVE Marie-France éd., 1989, *Les femmes et la Révolution française*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail.
- BRUGÈRE Fabienne, 2008, *Le sexe de la sollicitude*, Paris, Le Seuil.
- BUTLER Judith, 2005, *Troubles dans le genre. Pour un féminisme de la subversion*, Paris, La Découverte.
- BUTLER Judith, FASSIN Éric, SCOTT Joan éd., 2007, « Pour ne pas en finir avec le genre », *Sociétés et représentations*, n° 24, p. 285-306.
- BYERLY Carolyn, ROSS Karen, 2002, *Women and Media : International perspectives*, New York, Blackwell Publishing.
- 2006, *Women and Media : A Critical Introduction*, New York, Blackwell Publishing.
- COULOMB-GULLY Marlène, à paraître, « Les SIC : une discipline *gender blind*? », *Questions de communication*, n° 15.
- FRAISSE Geneviève, 1989, *Muse de la raison. Démocratie et exclusion des femmes en France*, Paris, Gallimard.
- GALLAGHER Margaret, VON EULER My, 1997, *L'emploi des femmes dans les médias. Une histoire inachevée*, Publications de l'UNESCO [en ligne] [URL : <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001348/134839fo.pdf>], site consulté le 27 janvier 2009.
- GUIONNET Christine, NEVEU Érik, 2004, *Féminins/masculins. Sociologie du genre*, Paris, Armand Colin.

- MARUANI Margaret éd., 2005, *Femmes, genre et sociétés*, Paris, La Découverte.
- Mots. Les langages du politique*, 2005, n° 78, *Usages politiques du genre*.
- NAHOUM-GRAPPE Véronique, 1996, *Le féminin*, Paris, Hachette.
- NEVEU Érik, 2000, « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, n° 51, p. 179-212.
- Questions de communication*, 2005, n° 7, *Espaces politiques au féminin*.
- REISER Michèle, GRESY Brigitte, 2008, *Rapport sur l'image des femmes dans les médias*, Paris, La Documentation française [en ligne] [URL: <http://www.stop-violences-femmes.gouv.fr/IMG/pdf/rapportReiser.pdf>], site consulté le 27 février 2009.
- ROSS Karen, 2002a, *Women, Politics and Media*, Coventry, Coventry University Press.
- 2002b, *Women, Politics and Change*, Oxford, Oxford University Press.
- SINEAU Mariette, 1988, *Des femmes en politique*, Paris, Economica.
- 2001, *Profession femme politique. Sexe et pouvoir sous la Cinquième République*, Paris, Presses de Sciences Po.
- 2008, *La force du nombre. Femmes et démocratie présidentielle*, La Tour d'Aigues, L'Aube.
- SREBERNY Annabelle, VAN ZONEN Lisbeth éd., 1999, *Gender, Politics and Communication*, Hampton, Hampton Press.
- VIENNOT Éliane, 2006, *L'invention de la loi salique*, Paris, Perrin.
- WANEGFFLEN Thierry, 2008, *Le pouvoir contesté. Souveraines d'Europe à la Renaissance*, Paris, Payot.