

Marlène COULOMB-GULLY, *Présidente : le grand défi.  
Femmes, politique et médias*

Paris, Payot/Éd. Rivages, coll. Histoire, 2012, 392 p.

Pierre Leroux

---



**Édition électronique**

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6764>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.6764

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 septembre 2012

Pagination : 329-330

ISBN : 978-2-8143-0120-7

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Pierre Leroux, « Marlène COULOMB-GULLY, *Présidente : le grand défi. Femmes, politique et médias* », *Questions de communication* [En ligne], 21 | 2012, mis en ligne le 18 décembre 2012, consulté le 27 octobre 2022.

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/6764> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.6764>

---



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International  
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Le public, nouvel acteur de la presse en ligne ? Oui, mais Jean-Marie Charon et Patrick Le Floch n'en oublient pas pour autant d'analyser un autre type d'acteurs. Les professionnels, bien sûr. Car, bien que la plupart d'entre eux ne soit, finalement, que des acteurs déjà existants (ceux des médias traditionnels), les deux chercheurs analysent les innovations apparues avec le web. Ils reviennent sur la notion de *pure-players*. Phénomène récent, dont les internautes connaissent davantage l'existence avec les sites actuels (tels *Rue 89* ou *Médiapart*). Les auteurs en profitent donc pour rétablir un historique sur ce que cette notion peut recouvrir. Un point est paradoxal. L'analyse de ces sites est d'autant plus importante qu'ils entraînent un mode de financement particulier : celui de l'abonnement, autrefois réservé à la presse écrite traditionnelle. Ce qui peut conduire les autres sites d'information à réfléchir sur un possible mode de financement puisque ce dernier n'est, à ce jour, pas encore stabilisé.

Toutefois, le lecteur pourra regretter qu'un parallèle plus important entre la presse en ligne et la presse écrite ne soit proposé. Bien entendu, nous en avons appris beaucoup sur cette forme de média en pleine expansion. Ce livre permet notamment aux journalistes et étudiants de comprendre pourquoi le journalisme sur le web est un enjeu pour l'avenir. Un aspect aurait mérité d'être détaillé : relier les constatations faites sur la presse en ligne avec les difficultés que rencontre la presse écrite. De cette manière, les chercheurs auraient pu élargir ces travaux en proposant un parallèle entre les différents médias et en étudiant, notamment, la façon dont la presse écrite – pourquoi pas la presse quotidienne –, souhaite se rapprocher de la presse en ligne.

Gaëlle Tostain

CREM, université de Lorraine  
tostaingaelle@yahoo.fr

**Marlène COULOMB-GULLY, *Présidente : le grand défi. Femmes, politique et médias.***

Paris, Payot/Éd. Rivages, coll. Histoire, 2012, 392 p.

Au cours de ses travaux de recherche antérieurs, Marlène Coulomb Gully a eu l'occasion d'aborder les trois points du triptyque de son sous-titre (femmes/politique/médias), elle étudie ici ces éléments dans une combinaison spécifique, en prenant pour objet les femmes candidates à l'élection présidentielle sous la V<sup>e</sup> République, vu à travers les médias dont l'auteure précise qu'ils « ne sont pas le réceptacle passif des stratégies de communication des politiques », et

qu'« ils sont moins le reflet d'une réalité extérieure dont ils se chargeraient de simplement rendre compte, qu'ils ne procèdent à la construction de leur propre réalité » (p. 13). Le propos – c'est tout l'intérêt du sujet – dépasse très largement le contexte de l'élection, il sert à éclairer la question de la légitimité des femmes en politique et son évolution ; et l'étude des médias ne saurait se limiter à rendre compte du regard journalistique sur la présence des femmes dans la compétition électorale. Comme le montre l'auteure, l'élection, moment paroxystique de la compétition démocratique, est un révélateur de question sur la place des femmes, « naturellement exclues » de la vie politique jusqu'à une date récente (il va de soi que ce sont les causes et les formes de cette « naturalisation » qui sont interrogées) et présentes dans la compétition présidentielle à plusieurs reprises, bien qu'aucune d'entre elles avant Ségolène Royal en 2007 ne pouvait espérer être présente au second tour. L'auteure articule son étude à partir de trois points considérés comme trois états du rapport des femmes dans la compétition électorale.

Titree « Pionnières », la première partie revient sur les campagnes « 100 % masculines » (1965, 1969, où les femmes n'existent significativement dans la presse que comme conjointe de candidate) ou à faible composantes féminine (1974) avec la première candidate Arlette Laguiller, et 1981 (avec trois femmes en compétition). La deuxième partie, (« Le contexte paritaire »), est consacrée aux campagnes de 1995 et 2002, où la question de la place des femmes en politique est plus ouvertement abordée (de façon plus ou moins directe cependant). Enfin, la troisième partie revient sur l'élection de 2007 (« L'échec de la France présidente »), lorsque pour la première fois une femme représente l'un des deux camps dominants de la vie politique au second tour de l'élection. Chacune de ces parties reconstruit puis analyse avec précision le contexte politique de cette présence des femmes en revenant dans le détail sur les éléments de perception de ces candidates à travers la presse. De ce point de vue, on pourrait dire à la fois que rien n'a changé et que tout a changé, car, comme le montre l'auteure, les contextes diffèrent, la place des femmes évolue dans la société et dans l'univers politique (les lois sur la parité de juin 2000 notamment ont accru considérablement le nombre d'élu(e)s) qui sous-tend la représentation des femmes dans les médias et légitime peu ou prou leur existence en politique.

Mais, les ruses de la raison masculine dominante sont suffisamment puissantes pour prendre des

détours variés et des apparences multiples pour toujours opposer aux femmes candidates une lecture sexuée de leur présence ou de leur engagement – voir l'exemple de la promotion des femmes dans le gouvernement Juppé en 1995 qui prend le nom de « Jupettes » confirmant « leur statut de mineure en politique » (p. 139). La campagne de 2007 et le duel « Sarkozy-Royal » permet à Marlène Coulomb-Gully de souligner certaines des ambivalences de la candidate (en tant que telle, *i.e.* comme représentante d'un camp politique et non comme personne) : « Le modèle de femmes politique incarné par la candidate est aussi inédit que son positionnement idéologique » (p. 230). Analysées ensuite à travers la caricature des Guignols de Canal+ les mise en scène des deux « grands » candidats apparaissent marqués par des lectures « genrées » où on retrouve déclinées la plupart des poncifs sur le métier politique, irrémédiablement considéré comme une affaire d'hommes. Le regard des médias « qui ont une responsabilité majeure » (p. 336) dans la construction de la perception sociale reste sur une quarantaine d'années, comme le montre l'auteur, très conservateur s'accordant en cela avec les fondamentaux machistes de l'univers politique.

Marlène Coulomb-Gully décrypte une presse qui, pour l'essentiel, réactualise à la marge ses figures de femmes politiques à partir d'un répertoire largement prévisible qu'elle partage avec l'univers politique : celui d'un « éternel féminin » fait d'évaluation du physique, (« les femmes sont toujours trop belles ou trop laides parce qu'elles sont de trop dans cet univers masculin » p. 71) de compétences (incomplètes et/ou trop faibles), et de disqualification implicitement appuyée sur des lectures genrées. Pourtant, comme le montre l'ouvrage, toutes les candidates, sans se vouloir porteuses des valeurs du combat féministes, offrent des figures de résistance à la domination masculine en politique. Deux exemples politiquement opposés : au cours d'une apparition dans la campagne officielle en 1981, Marie-France Garaud déclare : « Puisque les hommes parlent de la condition féminine, eh bien moi, une femme je vais vous parler de la Défense ». Dans le même contexte, Huguette Bouchardeau souligne « Beaucoup de gens m'ont dit que je ne parlais pas comme un homme politique traditionnel. Je ne suis pas un "homme politique traditionnel" ».

Certes, le discours féministe a imprégné la société et la condition des femmes s'est beaucoup transformée, sous la V<sup>e</sup> République, l'univers politique, au niveau central reste un bastion masculin dont les caractéristiques (l'âge, les origines sociales et culturelles, les modes de sociabilité) explique

probablement l'archaïsme. L'auteur montre bien aussi que le poids des hommes dans les médias (à des postes stratégiques) contribue à un conservatisme du même ordre dans le discours médiatique. Si l'ouvrage de Marlène Coulomb-Gully est une pierre apportée aux études de Genre, il est aussi la démonstration de la fécondité d'une approche élargie (la place des femmes en politique est clairement contextualisée, de même que l'univers des médias) d'un objet lui-même multidimensionnel. La grande qualité de l'ouvrage réside dans la clarté d'un exposé fouillé, touffu et très documenté, qui sait exploiter les acquis conceptuels et croiser les analyses, tout en renvoyant pour certains approfondissement à un appareil de notes nombreuses (plus de 40 pages) et très éclairantes. Un seul regret : celui d'une bibliographie récapitulant les références de l'ouvrage, elle aurait pu constituer un solide viatique pour les chercheurs et chercheuses désireux de s'investir dans la recherche sur la question femmes/politique/médias dans un autre contexte spatial ou électoral.

**Pierre Leroux**

CRAPE, université catholique de l'Ouest  
Pierre.Leroux@uco.fr

**Gilles DELAUAUD, Denis MARÉCHAL, dirs, *Télévision : le moment expérimental.***

Paris, Éd. Apogée, coll. Médias et nouvelles technologies, 2011, 602 p.

L'ouvrage dirigé par Gilles Delavaud et Denis Maréchal rassemble de nombreux travaux explorant les origines de la télévision issus d'un colloque organisé en mai 2009 par l'Institut national de l'audiovisuel et le Centre d'études sur les médias, les technologies et l'internationalisation de l'université Paris 8. L'intérêt et l'originalité de ce recueil de textes résident dans le fait que, d'une part, il s'intéresse aux débuts voire aux balbutiements de la télévision sous un angle international et, d'autre part, qu'il atteint une forme d'exhaustivité en étudiant les différents enjeux que recouvrent ce média qu'ils soient institutionnels, politico-économiques, socioculturels, technologiques, sémiologiques. Par ailleurs, l'ouvrage a le mérite d'apporter un regard documenté et aiguisé sur les faits historiques. Ainsi le lecteur prend-il conscience de la complexité avec laquelle s'est affirmé ce média qui a été traversé par de multiples logiques de pouvoir. À ce sujet, les modalités de sa découverte en disent long puisque la télévision serait le résultat d'idées émises par 50 inventeurs issus de 11 pays différents sachant que le choix même d'un type modèle a été pour certains pays particulièrement problématique.