



HAL
open science

Virginie Julliard, De la presse à internet. La parité en questions

Laetitia Biscarrat

► **To cite this version:**

Laetitia Biscarrat. Virginie Julliard, De la presse à internet. La parité en questions. Revue française des sciences de l'information et de la communication, 2013, 3, 10.4000/rfsic.676 . hal-04343575

HAL Id: hal-04343575

<https://hal.science/hal-04343575>

Submitted on 15 Dec 2023

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Virginie Julliard, *De la presse à internet. La parité en questions*

Paris, Lavoisier, coll. « Traitement de l'information », 2012, 286 p., ISBN : 9782746239098.

Laetitia Biscarrat



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/rfsic/676>

DOI : 10.4000/rfsic.676

ISSN : 2263-0856

Éditeur

Société Française de Sciences de l'Information et de la Communication

Ce document vous est offert par Université Côte d'Azur



Référence électronique

Laetitia Biscarrat, « Virginie Julliard, *De la presse à internet. La parité en questions* », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 3 | 2013, mis en ligne le 01 août 2013, consulté le 15 décembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/676> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rfsic.676>

Ce document a été généré automatiquement le 16 février 2023.



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-SA 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

Virginie Julliard, *De la presse à internet. La parité en questions*

Paris, Lavoisier, coll. « Traitement de l'information », 2012, 286 p., ISBN : 9782746239098.

Laetitia Biscarrat

RÉFÉRENCE

Paris, Lavoisier, coll. « Traitement de l'information », 2012, 286 p., ISBN : 9782746239098.

- 1 Cet ouvrage ambitionne de « cerner les contours du paradigme de la parité dans l'espace public médiatique »¹. L'auteure questionne les liens entre l'instauration de la parité et l'évolution des représentations médiatiques du genre en politique. Le propos est structuré en six chapitres, encadrés d'une introduction et d'une conclusion. Un index, des annexes, plusieurs modélisations au sein du texte² ainsi que des reproductions de dessins de presse rendent la lecture agréable et fluide. Une bibliographie conséquente complète la lecture.
- 2 L'introduction offre au lecteur une entrée en matière claire et précise. Le propos se situe à l'intersection des travaux sur la médiatisation des problèmes publics et la fabrique médiatique du genre, dans un espace public abordé au travers de la notion d'arène. L'auteure favorise une approche du genre comme stéréotypes mais aussi comme performance. Partant de l'hypothèse que les débats sur la parité ont été reconfigurés à la faveur de leur médiatisation, elle s'emploie à analyser le rôle des médias dans l'accès à la publicité d'une revendication féministe mais aussi dans la fabrique du genre dans le champ politique. L'approche est interdisciplinaire. Une mise en perspective historique assure en filigrane la cohérence du déroulé. Une démarche socio-sémiotique associée à une analyse sémio-discursive permettent l'étude d'un corpus volumineux. Le corpus principal se compose en effet des articles traitant de la parité dans les supports de presse *Le Figaro*, *L'Humanité*, *Libération* et *Le Monde* entre

février 1993 et avril 2004, soit près d'une décennie d'articles recensant une grande variété de genres journalistiques. À ce corpus s'ajoutent des ouvrages autobiographiques de femmes politiques et des ouvrages qui prennent en charge ce débat. Un second corpus comprend les articles traitant des candidates lors de la campagne présidentielle de 2007 dans la presse d'information nationale : *Le Figaro*, *Libération*, *Le Monde*, *L'Express*, *Marianne*, *Le Nouvel Observateur* et *Le Point*. Les sites et blogs de campagne des candidates sont également analysés entre mai 2006 et mai 2007. Enfin, l'auteure effectue un focus sur le magazine féminin *Marie-Claire*.

- 3 Le premier chapitre traite de la construction médiatique de la sous-représentation des femmes comme un problème public dans les années 1990. L'auteure dégage quatre thématiques qui présentent chacune un diagnostic, une alternative et éventuellement une solution au problème identifié. Le premier raisonnement déplore la mauvaise application du principe d'égalité et suggère en retour l'adoption d'une loi organique et d'une réforme des scrutins. La seconde thématique dénonce l'incapacité de l'universalisme à produire de l'égalité et propose une révision de la constitution. Un constat similaire conduit à demander une révision de la constitution ou à défaut l'instauration de quotas. Enfin, une quatrième thématique souligne la lenteur de l'évolution des mentalités et affirme que la loi ne peut provoquer le changement, qu'il faut laisser le temps œuvrer.
- 4 Le second chapitre porte sur la médiatisation des arguments de la réforme portée par le gouvernement Jospin en vue de la présentation du projet de loi à l'Assemblée Nationale en 1998. L'étude des débats médiatisés met en exergue l'intrication entre les arènes féministe, politique et médiatique. L'auteure étudie le mécanisme de l'opinion, dont elle souligne la dimension pragmatique.
- 5 Le troisième chapitre interroge les enjeux stratégiques de la réforme constitutionnelle en période de cohabitation, tels qu'ils apparaissent dans la presse entre décembre 1998 et juin 1999. Quatre temps organisent ce débat sur la nécessité de réformer la Constitution, entre confrontation et conciliation. L'affrontement est d'ordre idéologique et politique, mais il vise également à la satisfaction de l'opinion.
- 6 Dans le quatrième chapitre, nous atteignons le cœur de l'argumentation, tant du point de vue de la construction médiatique du genre que de la médiatisation d'un problème public. Il s'agit d'étudier l'imbrication du débat féministe autour de la parité à la controverse politico-médiatique. L'auteure expose les fondements de la *Dispute féministe* au travers de l'analyse des échanges *via* les tribunes de presse. Les chefs de file du débat, Elisabeth Badinter pour les antiparitaristes et Sylviane Agacinsky pour les paritaristes, deviennent des relais dans la polémique politique et médiatique : le Sénat s'appuie sur les arguments d'Elisabeth Badinter pour refuser le projet de loi tandis que Sylviane Agacinsky trouve de nombreux appuis parmi les femmes politiques. Le débat influe également sur les représentations médiatiques des femmes politiques qui prennent la parole au nom de leur vécu. La presse livre quant à elle un traitement partial du débat et véhicule globalement une image négative du féminisme français traditionnel. Il apparaît ainsi que la confrontation entre les différentes logiques des multiples arènes du débat et celle de l'arène médiatique génère des lignes de fracture. La médiatisation du débat féministe lui a donc certes conféré de la visibilité, mais au prix d'une inflation de la polémique.
- 7 L'adoption de la loi du 8 juillet 1999 ouvre la voie à un troisième débat, qui fait l'objet du chapitre V. Le vote de la loi d'application donne lieu à un débat sur la portée de la

parité. Virginie Julliard relève que la presse effectue une couverture médiatique qui rend saillant les rapports de sexe hétéronormés que véhiculent les imaginaires de l'égalité numérique. En 2001, les élections municipales, cantonales et un renouvellement partiel du Sénat offrent un agenda idéal à la presse pour évaluer l'action politique. L'auteure souligne l'articulation entre les sanctions énoncées à l'encontre du texte adopté et la ligne éditoriale et politique des titres. En outre, une seconde thématique se dégage du corpus : l'argumentation par le genre en communication politique. Les identités stratégiques des acteurs donnent lieu à un usage politique du genre qui est co-construit au regard du contexte, de la personnalité et du dispositif énonciatif (type de presse, ligne éditoriale, genre journalistique). En analysant l'usage politique du genre dans les discours journalistiques, il s'agit d'observer les phénomènes d'appropriation et d'interprétation des normes de genre par les femmes politiques, ainsi que les stéréotypes qui en découlent. Ces stéréotypes féminins, qu'ils soient positifs ou négatifs, se caractérisent par le recouvrement entre sexe et genre et leur diversification relative n'échappe pas à cette binarité homogénéisante. Enfin, l'auteure observe une déclinaison médiatique de la parité dans la sphère professionnelle et domestique.

- 8 Le dernier chapitre traite de l'usage politique du genre dans la campagne présidentielle de 2007. Cette campagne s'inscrit dans la filiation des débats sur la nécessité d'une présence accrue des femmes en politique. À l'inverse de la presse, où l'usage politique du genre est le produit d'une construction par les différents acteurs, les sites et blogs de campagne autorisent une communication mieux maîtrisée. Le site *web* est ainsi envisagé comme un « dispositif d'écriture numérique »³ qui articule des choix techniques et éditoriaux. La comparaison permet de montrer l'influence du dispositif d'énonciation sur l'usage politique et les performances du genre. Afin d'éviter une re-substantivation des identités de genre qu'il s'agit de déconstruire, l'analyse s'appuie sur une lecture relationnelle des rapports de genre. Ces rapports de pouvoirs sont étudiés au prisme du couple tactique/stratégique tel que Michel de Certeau le définit. Les différents régimes discursifs donnent ainsi lieu à des pratiques spécifiques. Du point de vue du genre, l'énonciation se révèle tactique dans la presse tandis qu'elle est stratégique sur les sites *web* des candidates.
- 9 L'ouvrage de Virginie Julliard se caractérise par la richesse de ses contenus et la finesse des analyses de corpus. Il dresse un tableau très complet de la médiatisation du débat sur la parité, des origines à ses prolongements jusqu'en 2007. À ce titre, l'ouvrage constitue un apport conséquent pour le champ d'études des rapports entre genre et médias. En outre, si les travaux sur la parité sont nombreux en Sciences Politiques, « les recherches des politistes méconnaissent le travail de médiatisation opéré par les médias »⁴, comme le rappelle à juste titre l'auteure. Aussi ce travail, inscrit dans le champ des Sciences de l'Information et de la Communication, souligne-t-il, si besoin était, toute la pertinence de cette interdiscipline pour analyser les grandes questions contemporaines.

NOTES

1. Virginie Julliard, *De la presse à internet. La parité en questions*, Paris, Lavoisier, 2012, p. 19.
 2. Voir pages 67 et 72.
 3. Op. cit., p. 247.
 4. Op. cit., p. 208.
-

AUTEURS

LAETITIA BISCARRAT

Laetitia Biscarrat est docteure en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université de Bordeaux 3. Elle a soutenu en juin 2012 une thèse intitulée « Les représentations télévisuelles du couple homme-femme : une approche par le genre » sous la direction du Professeur Émérite André Vitalis. Elle est membre associée du laboratoire Médiations, Information, Communication, Arts (MICA). Courriel : laetitiabiscarrat@hotmail.com