

Aurélie OLIVESI, *Implicite­ment sexiste ? Genre, politique et discours journalistique*

Toulouse, Presses universitaires du Mirail, coll. Le Temps du genre, 2012, 313 p.

Gaël Villeneuve

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7020>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7020

ISSN : 2259-8901

**Éditeur**

Presses universitaires de Lorraine

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 décembre 2012

Pagination : 359-360

ISBN : 978-2-8143-0130-6

ISSN : 1633-5961

**Référence électronique**

Gaël Villeneuve, « Aurélie OLIVESI, *Implicite­ment sexiste ? Genre, politique et discours journalistique* », *Questions de communication* [En ligne], 22 | 2012, mis en ligne le 08 janvier 2013, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7020>

---

et méta-alimentaires, la manière et le choix de ce que l'on mange étant catalyseurs de groupes humains. Après tout, souligne l'auteur, la société des hommes n'est-elle pas née lorsque les individus se sont regroupés « autour d'un feu pour cuire la viande, et la partager » (p. 257) ?

Tableau de Maître du bien manger, décryptage de nos habitudes alimentaires, exposées des mécanismes de la malbouffe et analyse jubilatoire de la table, de ce que l'on y trouve et de comment l'on s'y assied, de ce que l'on y mange et de nos comportements de convives et d'hôtes, *Opéra Bouffe* satisfera aussi bien les professionnels de tous bords (anthropologues, sociologues, chefs, marmitons et autres critiques gastronomiques) que les amateurs de bonne table, voire le public de *Master chef*. Une seule mise en garde s'impose cependant. Au fil des chapitres, à mesure que se déroulent sous ses yeux les scènes de la vie quotidienne, décrites sous une plume réjouissante et incisive, le lecteur ne manquera pas de ressentir des symptômes bien légitimes : salivation, creux au ventre, attente du repas à venir, souvenir de dîners passés – sans aucun doute, cet ouvrage donne faim.

Justine Houyaux

FTI, université de Mons, Belgique  
justine.houyaux@umons.ac.be

**Aurélie OLIVESI, *Implicitement sexiste ? Genre, politique et discours journalistique.***

Toulouse, Presses universitaires du Mirail, coll. Le Temps du genre, 2012, 313 p.

Les discours des journalistes français sur la campagne présidentielle de Ségolène Royal étaient-ils structurés par des effets de genre ? Dans ce livre tiré de sa thèse en sciences de l'information et de la communication, Aurélie Olivési tend à répondre positivement. Selon elle, les journalistes parlant des femmes politiques les réduisent, la plupart du temps, aux stéréotypes féminins. Cependant, le discours journalistique de 2007 n'est pas celui du temps des suffragettes. Son ton général est plus neutre, moins ouvertement sexiste. Au cours de son enquête, l'auteure démontre que la parité en politique n'est pas plus réalisée dans les assemblées du pouvoir que dans les langues de ceux qui les commentent.

De quelles preuves dispose Aurélie Olivési pour démontrer la persistance du sexisme dans les discours journalistiques ? Son ouvrage analyse les articles de la presse écrite française parus sur les principaux candidats au cours de la campagne présidentielle officielle de 2007, soit entre le 9 avril et le 7 mai. L'auteure y retrouve les manières les plus courantes de traiter les

femmes politiques. Comme ses consœurs avant elle, Ségolène Royal est jugée à l'aune des hommes de son proche entourage. On la décrit souvent comme la fille d'un colonel, la dauphine de François Mitterrand, la compagne de François Hollande ou la mère de ses enfants. Les journalistes raccourcissent son prénom, et raccourcissent le nom propre de son principal adversaire. Certains s'inquiètent même de savoir si cette énarque, présidente de région, députée, ex-ministre, possède les compétences nécessaires pour exercer la magistrature suprême. D'ailleurs, les débats portant sur la parité en politique s'accommodent sans peine de ces poncifs. L'auteure rappelle en introduction que l'égalité homme-femme en politique a été promue sur un malentendu, puisque c'est en partie en vertu de leurs supposées « qualités féminines » que la loi sur la parité a été votée en 2001. Catherine Achin et Marion Paoletti appellent « profemme », mot-valise composé de « femme » et de « profane », ce discours qui décrit les femmes politiques comme moins conflictuelles, plus à l'écoute des administrés, plus concrètes. La campagne présidentielle de 2007 intervient dans un contexte de discours dans les quels les stéréotypes traditionnels de genre sont indirectement renforcés de cette légitimation ambiguë du discours « profemme ».

Aussi Aurélie Olivési montre-t-elle comment les auteurs des articles parus sur les candidats à cette présidentielle font assumer leurs propos sexistes à des tiers : certains élus s'expriment vertement en *off*, des « vrais gens » parlent crûment des candidates... Certains journalistes croient même deviner l'avis des « Français » qui, selon eux, « ne sont pas prêts à élire une présidente ». Ces propos contrastent avec le discours plus neutralisant des journalistes lorsqu'ils s'expriment en leur nom propre : éditorialistes, reporters, auteurs de « portraits ». L'auteure étudie de près ces « portraits de presse », descriptions des candidats petits et grands parus sous un même format. L'égalitarisme affiché de ces portraits conduit-il leurs rédacteurs à traiter également candidats et candidates ? Comparant ses résultats avec ceux de Cécile Sourd (« Femmes ou politiques ? La représentation des candidates aux élections françaises de 2002 dans la presse hebdomadaire », *Mots. Les langages de la politique*, 78, 2005, pp. 65-78), qui avait étudié le même corpus en 2002, Aurélie Olivési note un glissement. Les stéréotypes sexistes relevés dans le reste de la presse s'effaceraient au profit d'une prise en compte du poids politique des candidats. La domination des hommes sur les femmes s'effacerait au profit d'une domination des principaux candidats sur les profanes. On se moque de leurs particularités physiques, on pointe le décalage de leur personnalité avec les enjeux de la compétition

présidentielle. À quand une étude des portraits parus pour les présidentielles de 2012, qui comparerait le traitement entre, d'une part, les « petits candidats » comme Philippe Poutou, Nicolas Dupont-Aignan, Jacques Cheminade et, d'autre part, la candidate Marine Le Pen.

Sur un objet aussi actuel, on peut regretter qu'Aurélié Olivesi se cantonne à une stricte démarche d'analyse du discours, ce qui a pour conséquence de renvoyer les auteurs journalistes dans un grand Autre inconnu. On aurait aimé entendre ces journalistes revenir sur cette campagne, circonstancier leurs interventions, ne serait-ce que pour mieux comprendre le sens qu'ils donnent à leur pratique ainsi qu'à cette campagne présidentielle oscillant entre relents sexistes et progrès de l'affirmation paritaire. L'accession de Ségolène Royal au statut de candidate d'un parti en passe de l'emporter est le moment où le discours journalistique a dû faire un effort de neutralisation. Cette inclusion du personnel politique femme dans le premier cercle des acteurs légitimes s'est accompagné d'un mouvement d'exclusion contre les candidats plus mal classés dans les sondages. En 2012, les choses ne semblent pas avoir beaucoup changé ; on pense à la sortie de Franz-Olivier Giesbert, directeur du magazine *Le Point*, le 12 avril 2012, contre les « petits candidats » sur le plateau de France 2 (*Des paroles et des actes*), décrivant Philippe Poutou (candidat du Nouveau Parti anticapitaliste) comme « totalement *baba cool* » et ne connaissant « absolument rien de ses dossiers », Nicolas Dupont-Aignan (Debout la République) comme « gaulliste de poche », résumant le programme de Nathalie Artaud (Force ouvrière) par la formule « c'est quand même Les Bronzés font de l'économie » et estimant que Jacques Cheminade (Solidarité et Progrès) aurait été « mieux en première partie de Nicolas Canteloup ou de Laurent Gerra » et qu'Éva Joly (Europe écologie-les verts) était « l'erreur de casting absolue » (« on ne comprend rien de ce qu'elle dit, d'ailleurs tout le monde s'en fout »).

Enfin, certaines interprétations de l'auteure laissent un peu dubitatifs. Ainsi en va-t-il de la « surprise » des commentateurs au lendemain du débat Sarkozy-Royal du second tour. Était-ce parce qu'ils étaient surpris qu'une femme sache débattre ? On peut aussi considérer que Ségolène Royal refusait toute invitation aux débats et que certains journalistes en ont peut-être déduits qu'elle ne maîtrisait pas cet exercice. D'où leur surprise. Car Ségolène Royal, plus qu'une femme politique, fut une candidate aux stratégies très personnelles. En ce sens, et si le livre saisit et caractérise pleinement les invariants sexistes de la

langue journalistique, il manque parfois à décrire ce que ce « moment 2007 » a pu avoir de spécifique, comme ce face-à-face entre une candidate singulière et un contexte qui ne l'était pas moins. Pour autant, Aurélié Olivesi présente avec une grande rigueur scientifique les évolutions du discours public sur la présence des femmes en politique.

Gaël Villeneuve

CSU CRESPPA, université Paris 8  
villeneuve.gael@gmail.com

Ulrich Pfeil, éd., *Mythes et tabous des relations franco-allemandes au XX<sup>e</sup> siècle. Mythen und Tabus der deutsch-französischen Beziehungen im 20. Jahrhundert*. Berne, P. Lang, coll. Convergences, 2012, 312 p.

Durant la campagne présidentielle française de 2012, le couple franco-allemand fut un invité régulier. Les débats autour de la crise financière ont apporté et apportent encore leur lot d'interrogations françaises sur la politique du voisin, mais ont également vu une augmentation assez spectaculaire de discours empreints de stéréotypes, voire ouvertement germanophobes. Dès l'ouverture, cette actualité de la thématique est soulignée par Sylvain Schirmann qui observe un retour des « images sur l'Autre négatif » (p. 3) depuis quelques années. À cet égard, ce volume collectif vient à point nommé. Mais, c'est le discours dominant, celui de l'« ennemi héréditaire » devenu l'« ami héréditaire » avec la « réconciliation » d'après 1945, les deux voisins formant dorénavant le « couple » moteur de la construction européenne qui constitue l'objet principal des analyses rassemblées. 16 historiens, philologues et ethnologues abordent les mythologies des relations franco-allemandes dans des contributions écrites en allemand (six) et en français (dix). Le résultat est un ouvrage assez varié, qui multiplie les perspectives et les approches sur le mythe, défini comme « ce qui n'a jamais existé et ce qui se perpétue » (p. 226 et couverture) dans les relations franco-allemandes. En outre, cet ouvrage se fonde sur la prémisse d'un antagonisme assez rigide entre la France et l'Allemagne depuis la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. Il n'est évidemment pas possible de détailler ici tous les articles, aussi allons-nous revenir sur les textes qui semblent être les originaux et stimulants.

Hartmut Stenzel examine un des manuels d'école les plus connus de la III<sup>e</sup> République, *Le Tour de la France par deux enfants* (G. Bruno, Paris, Belin, 1906), pour analyser le discours identitaire qu'il véhicule. Il est montré que l'« esprit de revanche » que l'on croirait omniprésent est soigneusement évité dans l'ouvrage, en transformant