

L'INDÉPASSABLE « FÉMINITÉ »
LA MISE EN RÉCIT DES FEMMES EN CAMPAGNE

PAR

Delphine DULONG

et

Frédérique MATONTI

Parce que les élections municipales de 2001 ont été l'occasion d'appliquer pour la première fois la loi relative à la parité, les candidates ont occupé une place relativement inédite dans la mise en récit de cette campagne. Non seulement les femmes engagées dans la compétition y ont été beaucoup moins ignorées qu'auparavant¹, mais leur identité sexuée, souvent revendiquée par les candidates elles-mêmes, a fait l'objet d'une mise en scène bienveillante et systématique dans la presse, toutes catégories confondues. Tout porte ainsi à croire que les élections municipales de 2001 auraient été le terrain d'un changement important : la parité aurait en effet permis que s'extériorise une « conscience de genre » (Varikas, 1988) qui ne pouvait se dire auparavant ; bien plus elle aurait permis un retournement du stigmatisme en emblème. Car, alors que les femmes étaient « vues comme différentes et illégitimes » (Sineau, 1988) (*i.e.* illégitimes parce que différentes), ce sont ces mêmes différences qui semblent à présent légitimer leur entrée en politique.

Une lecture plus attentive de la presse tant généraliste que féminine montre cependant que l'application de la parité n'a pas changé la représentation des femmes en politique. Cette inertie se manifeste notamment à travers l'attention systématique prêtée au corps - conformation, hexis, et traitements intentionnels, pour

1. La très grande majorité des femmes interviewées par J. Friedman au début des années 90, y compris celles qui reconnaissaient avoir une « bonne image médiatique », affirmaient ainsi avoir beaucoup travaillé sur leurs relations avec la presse tout en continuant à éprouver néanmoins pour la plupart un « très fort sentiment d'exclusion de la société médiatique » (Freedmann, 1997).

reprendre la distinction de Pierre Bourdieu (1977) – des femmes politiques. Ainsi n’y a-t-il guère d’articles qui ne fassent une allusion à leur taille, leur coiffure, leurs vêtements... voire à leur élégance ou à leur inélégance. De même, lorsqu’articles et interviews abordent les activités extra-professionnelles des femmes politiques, celles-ci relèvent toutes des rôles traditionnellement dévolus aux femmes en général : maternité et éducation des enfants, tâches ménagères, voire organisation des loisirs et entretien des réseaux de sociabilité.

Cette « continuité dans le changement » invite alors à poser un certain nombre de questions : les femmes politiques sont-elles assignées à leurs qualités prétendues et à leurs rôles supposés traditionnels qui demeurent autant de stigmates ? Ou, inversement, ces femmes en acceptant de mettre en avant leur « féminité », conformément à certaines justifications de la parité, travaillent-elles au contraire à « retourner » ce stigmate ? Pour le dire plus clairement encore, les femmes politiques sont-elles condamnées à être femmes ou peuvent-elles au contraire faire de leur genre une ressource politique ?

Répondre à ces questions oblige à élucider les conditions de possibilités de ces discours. Pour les analyser et comprendre cette focalisation sur les rôles et les attributs féminins, nous reprendrons le modèle utilisé par Érik Neveu d’une « configuration à trois pôles » (Neveu, 1997) – journalistes, personnel politique, « opinion publique » – modèle destiné entre autres à rappeler que le résultat final – le papier, l’émission – est le produit d’interdépendances entre ces acteurs et non de stratégies maîtrisées. Complétant ce modèle de la problématique élaborée par Goffman pour les images publicitaires dans « La ritualisation de la féminité » (1988), nous analyserons ces articles² non pas seulement comme un dévoilement des « stéréotypes entretenus par » les journalistes et les professionnel(le)s de la politique ou comme des instruments d’imposition d’une bonne représentation des genres et des rapports entre les genres mais aussi comme des révélateurs de « la distribution des rôles sexuels » dans l’univers politique.

INERTIE DES REPRÉSENTATIONS JOURNALISTIQUES ET RETOURNEMENT DU STIGMATE

Alors que l’on aurait pu penser que l’application de la loi relative à la parité était susceptible de changer le regard porté sur les femmes en politique, les représentations archétypiques restent à ce

2. Cette étude repose sur le dépouillement systématique de la presse généraliste nationale (quotidienne et hebdomadaire) et de la presse féminine de septembre 2000 à la fin de l’année 2001. Le corpus analysé ici ne comprend donc pas la presse quotidienne régionale.

point centrales dans les articles qui leur sont consacrés, que les analyses anciennes demeurent encore pertinentes aujourd'hui (Sineau, 1988 ; Freedman, 1997).

Dans la presse généraliste

En 2001, les candidates sont ainsi toujours ramenées à la singularité de leur condition de femmes. Celle-ci s'exprime notamment au travers du « ton » employé par les journalistes, beaucoup plus familier quand il s'agit de dresser le portrait d'une candidate que d'un candidat. Leur nom, d'ailleurs, disparaît fréquemment au profit de leur seul prénom, tandis que pour les hommes, c'est souvent le patronyme seul qui est employé. La famille des candidates, en revanche, est omniprésente comme si leur rôle politique était indissociable de leurs rôles privés. Mari, père, conjoint,... les candidates sont presque toujours flanquées d'un homme et de leurs enfants, lorsqu'elles en ont, sinon d'ascendants de toutes sortes : « mamie », « tante », etc.³ Enfin, et surtout, le corps – ce corps qui est au cœur de la construction sociale de la féminité – est central dans la représentation journalistique de ces femmes. On ne trouve guère en effet de portraits de candidates qui ne fassent allusion à leur taille, leurs yeux, leur sourire, leur coiffure, leurs vêtements, bien plus souvent que pour les hommes. Surtout ce qui n'est que détails anodins pour ceux-ci prend souvent « la place des commentaires sur leurs opinions politiques » (Freedman, 1997 : 85) pour celles-là. L'attention portée à l'hexis et aux vêtements des candidates signale ainsi la difficulté pour ces femmes, souvent figurées en éternelles mineures, à investir sur le mode du cela-va-de-soi un rôle politique qui n'a rien de « naturel » pour elles.

« Elle est comme ça Fabienne Keller ! Rigoureuse. C'est d'ailleurs en faisant preuve d'un esprit de sérieux et de méthode redoutable qu'à 41 ans, avec son allure sage et sa voix chevrotante, elle vient de décrocher le fauteuil de maire de Strasbourg [...]. Tailleur et chemisier stricts, contrastant avec une coiffure parfois rebelle, elle s'y fait remarquer rapidement, impose son style encore timide ponctué d'incessantes interventions sur les dossiers économiques, elle gravit les échelons [...]. Opportuniste, rapide à analyser la situation [...]. Encore une fois, elle se révèle la plus subtile [...]. Toute de rigueur alsacienne, Fabienne Keller, à force d'arpenter les cages d'escalier et de multiplier les réunions Tupperware » (Le Point, 23/3/2001) ; « La blonde Élisabeth

3. Par exemple, lorsque *Libération* (1/10/2001) consacre un article à la candidate RPR dans le XVIII^e arrondissement de Paris (Roxane Decorte), il est intitulé « Roxane, son XVIII^e, sa Mamie et son Séguin » et commence ainsi : « Roxane c'est d'abord un prénom. Comme Xavière ». Quant à Clémentine Autain, candidate de la Gauche plurielle dans le XVII^e arrondissement de Paris, elle est présentée par *L'Humanité* (15/12/2000) comme « La petite fille des Batignolles », « cheveux blonds et courts, regard bleu. [...] Une maman comédienne [...] un papa chanteur, Yvan Dautin, et une tante réalisatrice ».

Guigou force la voix qu'elle a douce [...] tailleur gris petite écharpe gris clair [...]. Elle a le contact facile, serre les mains, embrasse volontiers, trois fois, à l'Avignonnaise, et paraît y prendre un vrai plaisir » (Le Nouvel Observateur, 22/2/01) ; « Tout en s'exclamant, elle [Marylise Lebranchu] n'arrête pas de bouger, pose ses coudes sur la table, appuie le menton dans les mains, un peu comme une ado. Elle voûte son dos, s'étire, regarde par derrière la mèche » (Libération, 26/2/01).

C'est dire si l'identité politique reste beaucoup plus sexuée chez les femmes que chez les hommes, groupe au contraire largement asexué dans les récits de la presse généraliste. Et l'on aurait tort de penser que ce traitement sexué varie en raison inverse du capital politique des candidates. S'il est vrai que « les modalités d'expression du genre sont sous la dépendance des positions sociales des personnes »⁴, les candidates les plus dotées en ressources politiques n'échappent pas non plus à ces représentations. Au contraire même : dans la mesure où elles attirent davantage l'attention des journalistes, leurs portraits occupent plus de place dans la surface rédactionnelle des journaux et sont dès lors plus riches en stéréotypes.

Mais surtout, et contrairement à ce que le sens commun pourrait laisser supposer, ces recours aux stéréotypes ne sont pas propres aux hommes. Ce sont les femmes qui en usent le plus volontiers. On a trop peu souvent souligné ce fait pour ne pas s'y arrêter ici : la plupart des *Gender Studies* insistent en effet sur les représentations masculines des genres, partant du principe que ce sont des hommes (philosophes, médecins, biologistes, psychanalystes...) qui, par leur monopole de la parole publique et publiée, sont à l'origine de leur construction sociale et historique. On néglige ainsi le fait que les femmes participent également à la reproduction de ces catégories pour les avoir fortement intériorisées. Et, de fait, les candidates qui briguent un mandat municipal en 2001 ne sont pas en reste dans cette mise en scène du genre en politique. Quels que soient leur âge, leur profession, la taille de leur commune, la longévité de leur expérience militante ou encore leur étiquette partisane, elles sont les premières à revendiquer leur différence. Certes, au rebours des journalistes, la plupart ne mettent pas en avant leur être privé. Mais elles n'en sont pas moins nombreuses à revendiquer un certain nombre de qualités spécifiquement « féminines » au nom desquelles elles s'autorisent à solliciter le suffrage de leurs concitoyens. Dans leurs discours rapportés par la presse généraliste, elles sont ainsi toujours « plus » ou « moins » que les hommes : « plus disponibles », « plus proches », « plus concrètes », « plus responsables », « plus conciliantes », et à l'inverse « moins fanatiques », « moins ambitieuses », etc.⁵

4. Comme l'a montré en effet A. Durand-Delvigne (1995 : 453-456) à partir d'un ensemble d'expériences, plus leur statut professionnel est élevé, moins les femmes ont tendance à mobiliser les catégories féminines dans l'expression de soi.

5. On retrouve ainsi les mêmes stéréotypes que dans l'enquête réalisée par M. Sineau dans les années 80 (1998 : 178sq.).

Dans la presse féminine

Mais c'est encore dans la presse féminine que cette mise en avant du genre en politique est la plus manifeste. Les articles consacrés aux femmes (et aux hommes) politiques dans *Elle* se présentent sous quatre formes principales, auxquelles viennent parfois s'ajouter les éditos. Tout d'abord, la rubrique « une journée avec... », dans les dernières pages de l'hebdomadaire, où ne figurent qu'exceptionnellement des femmes politiques. Puis « Le tête-à-tête de Ruth Elkrief », rubrique irrégulière mais pour l'essentiel bimensuelle, implantée dans les premières pages « Elleinfohebdo ». Étroitement dépendante de l'actualité, la rubrique accueille par conséquent plus d'hommes que de femmes politiques. Viennent ensuite les interviews et reportages lesquels, à l'inverse, ne font guère de place aux hommes. Ceux-ci ne sont pour l'essentiel invités que lorsque leur agenda rencontre un certain nombre de thématiques – santé, humanitaire, écologie, contraception – plus éthiques que politiques, et décrits par la rédaction comme des « sujets plus intimes », faisant la spécificité de *Elle* au regard des hebdomadaires généralistes. À ces rubriques régulières sont venus s'ajouter en cette année d'élections, d'une part, des articles consacrés à l'actualité puis au bilan de la campagne des municipales vus à travers le prisme de la parité, d'autre part, une rubrique quasi hebdomadaire entre décembre 2000 et fin février 2001, d'abord intitulée « Parité an 1. Municipales 2001 », puis « Elleinfohebdomunicipales2001 », sous-titrée « Chaque semaine, des nouvelles de la parité », et ornée d'un logo – le dessin d'une femme souriante avec une écharpe de maire, les bras levés en signe de victoire.

« Le tête-à-tête de Ruth Elkrief » est composé pour l'essentiel de cinq ou six questions portant sur la part la plus professionnalisée de la compétition politique (fabrication des programmes, composition des listes aux municipales, concurrence interne aux partis en termes de génération, de leadership, etc.), et ce, conformément à la trajectoire de cette journaliste, formée à l'IEP puis au CFJ, avant d'entrer aux services politiques de LCI, TF1, puis RTL. Mais une ou deux questions sont systématiquement centrées sur la vie privée, questions qui, là aussi, doivent sans doute autant au support qu'à la spécialisation de R. Elkrief qui a animé sur LCI puis sur TF1 des interviews dans la filiation du « Sept sur sept » d'Anne Sinclair. Ainsi demande-t-elle à François Bayrou : « On ne sait pas grand chose [...] sur vos six enfants. Ils sont plutôt brillants » ; à Christophe Aguiton : « Votre mère est Christine Daure-Serfaty, la femme d'Abraham Serfaty, l'ancien opposant marocain. On connaît son combat pour les droits de l'homme et des prisonniers dans le monde. Partage-t-elle vos luttes d'aujourd'hui ? » ; à Pierre Moscovici : « Vous qui adorez le sport, qu'avez-vous pensé de la défaite d'Amélie Mauresmo ? » ; à Jean-François Copé : « Votre épouse Valérie a-t-elle compté dans ces moments-là [les défaites

électorales] ? » ; à Bertrand Delanoë : « En 1999, vous aviez fait votre "coming-out", [...] résultat : vous avez désamorcé toutes les rumeurs pouvant vous concerner pendant la campagne. Objectif atteint ? ».

Posées à des hommes, ces questions portant sur la sphère privée – et leurs réponses – cantonnent les femmes des hommes politiques à deux rôles principaux : celui de mère, chargée de l'éducation des enfants du couple, et celui d'épouse, toujours attentive à la carrière de son compagnon, toujours bienveillante, toujours bonne conseillère, grâce non pas à sa compétence politique mais à ses qualités émotionnelles et « féminines » – passion, justesse, patience, sensibilité...

« - Elle : *Votre femme Cécilia est présente à chaque page [de son livre, Libre]. Elle vous soutient. Vous critique-t-elle parfois ?*

- Nicolas Sarkozy : *Cécilia ne me critique jamais sur le moment, après un meeting, une émission. Elle attend tranquillement de me parler lorsque je peux l'entendre et comprendre ses observations. Elle ne me conseille pas sur les choix politiques, mais elle sent bien les gens et me conseille avec justesse sur mon entourage ».*

Posées à des femmes, ces mêmes questions les renvoient encore – comme dans la presse généraliste – à leur rôle de mère, y compris quand les enfants ont déjà quitté le domicile parental. Ainsi à Marie-Noëlle Liennemann : « Avez-vous le temps de vous occuper de vos deux enfants ? » ; à Ségolène Royal : « Comment la ministre applique-t-elle ses concepts sur la famille avec ses quatre enfants ? » ; à Elisabeth Guigou : « Comment réagit votre fils lorsqu'il lit les critiques contre vous ? » ; à Catherine Trautmann : « Vos filles ont 19 et 25 ans, quel regard portent-elles sur leur mère ? » ; à Françoise de Panafieu : « Vous avez quatre enfants, dont trois étudient à l'étranger et le quatrième vit avec vous à Paris. Comment réagissent-ils à votre campagne ? ». À l'inverse, R. Elkrief ne demande pas à Laurent Fabius – un des rares hommes politiques auprès desquels la paternité est évoquée – ce que ses enfants pensent des activités politiques de leur père – thème pourtant abondamment traité par l'ancien Premier ministre dans son autobiographie *Les Blessures de la vérité*⁶ –, mais s'ils feront de la politique... Serait-ce solliciter abusivement cette question que de supposer que si les enfants des femmes politiques sont d'abord appelés à évaluer en termes doublement affectifs (que ressentent-ils ? leur mère est-elle suffisamment présente ?) les activités politiques de leur mère, les enfants des hommes politiques (*a fortiori* si ce sont des garçons) sont d'abord appelés à leur succéder. Une question similaire ou presque est posée à Ségolène Royal, épouse de François Hollande, et celle-ci ne s'y trompe pas, référant spontanément « l'actualité politique » à la situation de son époux :

6. Sur les propensions à l'écriture des hommes politiques français, voir les travaux de C. Le Bart.

« - Elle : Vos enfants suivent-ils l'actualité politique ?

- Ségolène Royal : Ils ont été heureux de l'élection de leur père. Les plus grands partagent avec nous l'intérêt pour la politique et ils sont particulièrement clairvoyants et critiques. On ne peut pas leur raconter d'histoires ».

Quand le partenaire est évoqué – bien plus rarement que pour les hommes politiques – il est comme avec Marie-Georges Buffet, crédit d'une compétence politique (« Votre mari se bat-il à vos côtés ? ») d'autant plus aisément attribuée qu'elle est prêtée à l'époux d'une ministre communiste, lui-même membre du PC, et par conséquent prédisposé sans doute à « se battre ».

Ces « stéréotypes » se retrouvent dans les interviews ou les articles plus longs de la partie magazine de *Elle* qui font une large place aux activités extra-professionnelles des professionnelles de la politique. Ainsi de Dominique Gillot – « Oui, elle tricote, et coud, et crochète, et brode, enfin plus depuis qu'elle est ministre bien sûr » – ou d'Élisabeth Guigou qui, lors du reportage dans sa maison du Vaucluse, « range la vaisselle dans la machine à laver » et s'occupe de son jardin. Marylise Lebranchu, pendant son week-end à Morlaix, « s'occupe du linge [...] "Une machine pour le blanc, une machine pour les couleurs", explique-t-elle méthodique ». Quant à Dominique Voynet, elle évoque longuement ses difficultés à concilier sa vie professionnelle et sa vie de « maman », cadrage accentué par le fait que deux photos sur huit – ainsi légendées « Dossiers, interviews, discours, câlins : un emploi du temps de ministre... et de maman avec Jeanne, 7 ans » – la montrent avec ses deux enfants :

« J'emmenais Jeanne à l'école le matin. Le midi, elle allait à la cantine. Le soir, la nounou restait jusqu'à 19h30. Je rentrais, je m'occupais d'elle, je la couchais et je redescendais dans mon bureau. [...] Souvent, je la réveillais à 23h pour qu'on puisse papoter un peu ».

Les titres des interviews de R. Elkrief sont volontairement provocateurs, sans doute parce qu'ils sont censés, selon les nouvelles logiques journalistiques⁷, rompre avec la « langue de bois » et la crise du politique qu'elle est supposée engendrer : « Nicolas Sarkozy, avez-vous souffert d'être absent des médias ? », « Jean-Pierre Chevènement, êtes-vous un dinosaure ? », « Alain Madelin, êtes-vous libéral avec le cannabis ? », « François Bayrou, qu'est-ce qui ne passe pas dans votre message ? ». Mais lorsque ce sont des femmes qui sont interviewées, ces titres surenchérisent souvent sur leur féminité : « Corinne Lepage, les femmes sont-elles naturellement féministes ? » ; « Élisabeth Guigou, portez-vous toujours du bleu marine ? ». Et la focalisation sur les corps, sur l'hexis constitue

7. Voir en général, les travaux d'É. Neveu.

là aussi une constante. Toutes parlent (ou font parler) de leurs vêtements. Anne Hidalgo qui s'interroge, jupe ou pantalon ? M. Lebranchu qui porte un survêtement, le week-end. É. Guigou « en jean, basket et tee-shirt » et photographiée ainsi, dans sa maison du Vaucluse. Arlette Laguiller qui confie : « J'ai toujours adoré acheter des vêtements, même si je suis abonnée à la tenue classique pull-pantalon ». Par ailleurs, les femmes politiques acceptent d'avouer leur difficulté à se plier aux exigences physiques de la campagne. Le corps d'A. Hidalgo est fatigué – il « tient aux vitamines » –, frigorifié par les porte-à-porte et les distributions de tracts sur le marché, et même cassé par la cohue devant l'Hôtel de Ville, le soir du 18 mars – « dans la bousculade, j'ai entendu quelque chose craquer. En fait, je crois que j'ai une côte cassée », et surtout envahi par les émotions – « Au moment de prendre la parole, j'ai l'impression d'être au bord d'un grand plongeoir. J'ai peur et, en même temps, j'éprouve une certaine euphorie » ; « Premier débat télé. [...] J'ai le trac. J'ai peur de paniquer » ; « Avec [...] mon directeur de campagne, nous sommes tombés dans les bras l'un de l'autre, en pleurs ». C'est donc un corps « féminin » que ces femmes acceptent de mettre en scène, fragile et pris par les émotions dès qu'il est mis sur la place publique (Bourdieu, 1998).

Ainsi, que ce soit dans la presse généraliste ou dans la presse féminine, la représentation journalistique des femmes en politique reste en définitive conforme aux schèmes traditionnels de la domination masculine. À ceci près toutefois que les qualités réputées « féminines » sont ici fortement valorisées et s'analysent moins comme des handicaps que comme des titres à « candidater ».

LES CONDITIONS SOCIALES ET POLITIQUES D'UNE IDENTITÉ STRATÉGIQUE CONTRAINTE

En apparence, tout se passe donc comme si les élections municipales de 2001 étaient le terrain d'un retournement du stigmate en emblème. Mais loin d'être l'expression (ou la manifestation) d'une sorte de prise de conscience « féministe », ce retournement s'analyse avant tout comme le produit d'un faisceau complexe de conditions sociales et politiques qui en limitent la portée tout en la rendant possible.

Du côté du personnel politique

C'est d'abord du côté du personnel politique (premier pôle de la « figuration triangulaire » selon É. Neveu, ici compris dans un sens large qui englobe le monde des conseillers en communication) que l'on peut saisir les conditions de production de ces discours. Cette double attention au corps – et à un corps quasiment dépouillé des attributs symboliques du pouvoir – et aux rôles privés participe en effet des évolutions qui affectent la mise en scène

du politique. Ainsi, et sans remonter jusqu'à la représentation du corps royal en majesté, on peut en confrontant, par exemple, les portraits officiels des Présidents de la IV^e et de la V^e Républiques, observer comment les corps ont été au fil du temps dépouillés de leur queue de pie et de leurs grands-croix de la Légion d'honneur, comment, d'abord photographiés en pied, il ne sont plus aujourd'hui que partiellement visibles, comment ils ont été progressivement mis en scène dans des lieux semi-officiels - la bibliothèque de François Mitterrand - pour finalement en sortir - Jacques Chirac devant l'Élysée. Cette « désofficialisation » de la représentation du corps présidentiel, et du corps politique en général, tient sans doute pour une bonne part à une nouvelle dramaturgie du politique qui n'est plus désormais commandée par le meeting et l'imaginaire théâtral qui le sous-tendait (Cossart, 2001). Mais elle est également inséparable d'une publicisation des conduites supposées ordinaires des professionnels de la politique (vacances et lectures de vacances, dîners de familles et soirées de copains...) et des goûts présumés intimes, c'est-à-dire d'une « professionnalisation de l'intimité »⁸. Publicisation des conduites ordinaires et des goûts que l'univers médiatique enregistre et construit dans le même temps. Ainsi, comme l'ont analysé Érik Neveu et Brigitte Le Grignou (1995 ; 1983)⁹ à propos des émissions de télévision, ou Jean-Baptiste Legavre (2002) à propos des portraits de la dernière page de *Libération*, assiste-t-on à des phénomènes de « dilution » et de « psychologisation » du politique. À leur tour, désofficialisation des corps et publicisation des goûts exigent de la part des professionnels de la politique des savoir-faire nouveaux (Le Grignou & Neveu, 1983 : 941) qui contribuent à redéfinir le métier politique et constituent autant d'exigences pour les entrant(e)s. Si l'on considère, à la suite de Jacques Lagroye (1994 ; 1997), le métier politique comme l'agrégat de rôles historiquement construits et peu à peu sédimentés, il comprend aujourd'hui une mise en scène de l'intimité supposée.

Si cette attention au corps et à l'intimité est le produit d'un processus incrémental et diffus, elle peut être également appréhendée à partir d'une perspective moins large : celle qui conduit le PS à afficher une pratique renouvelée du pouvoir, une pratique qui se veut plus modeste, et dont les contours ont été précisés par Lionel Jospin dans son discours d'investiture en 1997. D'emblée, celui qui se présentait avant tout comme un « candidat citoyen » lors de la campagne présidentielle de 1995, y critiquait ainsi « une pratique dépassée du pouvoir » et appelait la nouvelle majorité parlementaire à

8. Le Grignou & Neveu (1983 : 948). On notera au passage, à la suite de C. Restier Melleray (1999), que cette publicisation de l'intimité des professionnels de la politique passe notamment par la mise en scène et l'appel au témoignage de leurs compagnes en campagne.

9. Voir aussi les travaux de D. Mehl.

adopter une ligne de conduite faite de « respect », d'« efficacité progressive », de « compréhension » et de « changement ». Insistant plus sur des qualités relationnelles que sur des compétences techniques, L. Jospin proposait alors moins un nouveau savoir-faire qu'un nouveau savoir-être : « Notre attitude à l'égard des Françaises et des Français doit être celle du dialogue continu, de l'attention scrupuleuse, de la disponibilité constante »¹⁰. Autant de qualités relationnelles, généralement imputées aux femmes, que l'ensemble de la majorité était donc invité à emprunter...

Cette nouvelle ligne de conduite entend d'abord rompre avec les pratiques « technocratiques » du gouvernement précédent. Mais il s'agit tout autant de rompre avec quatorze années de « mitterrandisme » afin d'effacer l'image élitiste du PS (« la gauche caviar »), jugé plus gestionnaire que réformateur, au moment même où ce parti connaît une chute importante de ses effectifs et vient d'essuyer un score plus que médiocre aux élections européennes. À la recherche d'un nouveau positionnement, le PS se lance alors dans un *aggiornamento* qui passe par une autocritique largement médiatisée (le fameux « devoir d'inventaire ») et la mise en place de nouvelles pratiques internes valorisant la base (élection directe du leader, questionnaires distribués aux militants, etc.). Mais parce que le PS entend également renouveler sa « clientèle » (adhérente et sympathisante), cet *aggiornamento* passe aussi par une stratégie de « féminisation » de la politique. Alors que la question de la participation des femmes au pouvoir politique accède à l'espace des débats publics, et que se consolide la croyance selon laquelle les femmes font de la politique autrement, le PS s'érige ainsi en porte-parole de la cause des femmes pour en faire un élément clé de sa « modernisation de la vie politique ». Dès sa Convention du 8 février 1997, il décide en effet de réserver 161 circonscriptions aux femmes pour les élections législatives de 1998. Et L. Jospin, pour qui cette décision « est un vrai motif de fierté », y voit alors le signe tangible d'un « renouvellement significatif de nos candidats »¹¹. De même, si la loi sur la parité mérite bien une révision constitutionnelle, c'est « pour que notre démocratie, profondément renouvelée par la féminisation, gagne en dynamisme, en vitalité, en imagination », explique-t-il au Parlement réuni en Congrès, le 28 juin 2000.

On comprend dans ces conditions l'attention que le PS accorde aux femmes pendant la campagne de 2001 : dès lors, en effet, que la féminité, érigée en ressource symbolique, participe à la construction de l'image renouvelée que ce parti entend donner de lui-même, les femmes doivent être mises à l'honneur. « La démocratie doit se

10. *Le Monde*, 21/06/1997.

11. 48 % des candidats investis lors de cette convention ne s'étaient pas présentés en 1993.

conjuguer au féminin »¹² affirme un de ses bulletins internes. Et c'est ainsi que plus que tout autre parti, les socialistes participent à « la ritualisation de la féminité » durant la campagne, notamment à Paris, où ils rivalisent avec les Verts dans la mise en avant de ses candidates – 6 têtes de listes contre 10 pour les Verts –, et font des femmes une cible privilégiée de leurs discours électoraux – « Paris au féminin » arrive en deuxième position sur les 17 thèmes de campagne du PS.

Cette configuration politique singulière pèse alors sur les candidates du PS, y compris les plus professionnelles, comme le montrent les articles consacrés à Martine Aubry lors de son départ du gouvernement. Cette semaine-là, *Elle* et *Paris-Match* lui consacrent deux papiers – *Match* lui réservant même sa une. Les deux hebdomadaires ont « choisi » un titre comparable : « Martine Aubry : “ Je vais passer plus de temps avec l'homme que j'aime ” » pour *Elle*, « Martine Aubry, le temps d'aimer. Elle quitte le gouvernement pour Lille et l'homme de sa vie. Ses premières confidences » pour *Match*. L'entretien avec l'une des personnes chargées (Entretien avec A., le 22 octobre 2001) de sa communication permet d'éclairer les logiques qui ont présidé à la production de ces deux papiers. Ils constituent d'abord l'aboutissement d'une « stratégie » de communication, engagée environ un an et demi plus tôt par l'arrivée d'une nouvelle responsable de la communication, Anne-Sylvie Schneider. Celle-ci, raconte notre interlocuteur, a choisi de « [sortir] du registre, politique, argumentaire, etc. pour entrer sur un registre uniquement d'images », et a par conséquent « changé de supports » et privilégié « la presse “people” au sens large, c'est-à-dire *Match*, *Fig-Mag*, *Elle*... ». Cette stratégie, entamée avec la participation de Martine Aubry à l'émission *Vivement dimanche* de Michel Drucker, marquée par « quatre pages papier glacé avec la mère de Martine dans *Le Figaro-Magazine* », vise d'abord à « polir l'image » de la ministre. En effet, celle-ci tant dans les études d'opinion que dans la presse est considérée comme une femme « autoritaire ».

« On savait bien que de 97 à 99, Aubry, ses qualités c'était la compétence, c'était le courage politique, c'était la connaissance des dossiers, c'était le volontarisme, mais qu'en négatif, c'était [...] une femme dure, autoritaire, froide, etc. [...] et que cela a été renforcé par les 35 heures [...] à la fois le côté volontariste “je fais bouger les choses” et à la fois le côté très autoritaire parce que “je passe un peu en force”, elle était toujours en première ligne dans le combat contre le MEDEF, donc elle était toujours dans des situations physiques qui renforçaient plutôt la dureté, l'affrontement, le conflit, la polémique. [...]. [Ensuite] il y avait eu des articles très durs, il y a eu celui du *Fig'Mag*, il l'avait quasiment représentée dans une cible [...] On l'a traitée d'Élena, pour Élena Ceaucescu, il y a eu des articles très violents sur ce thème-là, elle esclavagise ses collaborateurs, autoritaire, très dure avec tout le monde, elle pense que tout le monde est

12. « Dialoguer avec les Parisiennes et les Parisiens », *Le militant de Paris*.

idiot, etc. Il y a eu tous ces articles qui ont beaucoup blessé Aubry » (Entretien avec A., le 22 octobre 2001).

À ce déficit en termes d'image est venue de plus se superposer une rumeur, celle de l'homosexualité de Martine Aubry, propagée jusque dans certaines fédérations du PS. Les articles dans *Elle* et *Paris-Match* constituent alors l'apogée d'une stratégie de communication, destinée à montrer au contraire qu'elle est une femme, mais aussi une femme comme les autres.

« *La stratégie, c'était de dire, c'est une femme entre guillemets comme les autres, elle a un mec, elle fait ses courses, elle est dans la vie quotidienne, [...] dans Elle, elle dit ça, on a assez travaillé la formule, "je ne suis pas une superwoman" qui était l'idée, en termes de com', de montrer aux femmes qu'elle était comme elles. Qu'elle avait les mêmes problèmes, qu'elle aussi, il fallait qu'elle s'occupe de sa fille, qu'elle aussi, il fallait qu'elle fasse les courses, qu'elle aussi, il fallait... même si ce n'est évidemment pas vrai... et que ce n'était pas la femme forte, inaccessible pour les autres femmes, qui arrivait à mener une carrière de ministre, numéro 2 ou 3 du gouvernement, à élever ses enfants* » (Entretien avec A., 22 octobre 2001).

Cette stratégie consiste notamment à surenchérir – et ce, de manière parfaitement délibérée sur « tous les registres de la féminité ».

« *C'était un, j'ai un mec donc je ne suis pas lesbienne, [...] je ne suis pas seule ou lesbienne [...] etc. Ça c'est, un, je suis femme, et deux, je suis femme parce que je suis aussi parfois fragile, parce que je ne suis pas superwoman, parce que j'ai eu des enfants, donc... et après, elle, en discours, elle développait toujours la même chose qui était de dire, nous les femmes, on est plus ancrées dans le réel, parce que moi j'ai une fille, c'est nous qui nous occupons des enfants, qui suivons les activités scolaires la plupart du temps, donc on ne pratique pas le pouvoir de la même façon, parce que nous, on est plus ancrées dans le réel, et moins intéressées par les enjeux et les attributs du pouvoir.* » (Entretien avec A., 22 octobre 2001).

Du côté des journalistes

Cette focalisation sur les rôles et sur les corps féminins doit ensuite être comprise à partir du pôle des journalistes. Comme l'a montré Jean-Baptiste Legavre (2002), elle peut, comme pour les portraits de la dernière page de *Libération*, tenir à la « mise en scène de la rencontre entre le journaliste et le biographié » qui a notamment pour effet de « cadrer » les corps dont les traits mais aussi les vêtements sont par ailleurs censés révéler des caractères comme la « maîtrise [ou non] de codes identitaires légitimes ». Cadrage qui constitue une véritable innovation au regard des premières émissions télévisuelles qui avaient mis en scène des « intimités publiques » mais ne dévoilaient rien des corps. Pour ce qui concerne plus particulièrement *Elle*, cette focalisation tient égale-

ment au « féminisme » propre à *Elle*¹³ qui apparaît comme doublement décentré – les revendications féministes portent sur la sphère publique et non sur la sphère privée, les dénonciations les plus violentes portent sur l'international¹⁴. Ce féminisme débarrassé de ses dimensions les plus contestataires, « apprivoisé » pourrait-on dire, va de pair avec le refus affiché « d'un discours anti-hommes » (Entretien avec Philomène Piégay, le 17 décembre 2001). Le traitement de la parité – cadré sur la féminité de la candidate – s'inscrit ainsi dans cette réappropriation du féminisme, compatible avec les exigences d'un journal traitant de mode, de beauté et de « séduction ».

Reste que la défense de la parité a été constituée dans *Elle* comme un enjeu en soi, c'est-à-dire comme la possibilité pour les femmes d'accéder à la politique professionnelle, voire d'y promouvoir des réformes destinées à améliorer la vie quotidienne. C'est à ce titre que Philomène Piégay, principale animatrice de la rubrique « Elleinfohebdomunicipales2001 », parle de « baptême du feu de la parité » pour expliquer la place qui lui a été réservée. Cette construction de la parité comme un enjeu en soi de la campagne est le fait de nombreux titres de la presse féminine¹⁵, en tout cas de ceux qui s'adressent aux femmes – et aux hommes – détenant des ressources économiques et/ou culturelles¹⁶. Ainsi le mensuel *Marie-Claire* qui, dès les années 70, a été – à l'exception de l'éphémère *F Magazine* animé par Françoise Gaspard et Fabienne Servan-Schreiber – le porte-parole des mouvements féministes, a-t-il consacré deux longs articles à la parité. Le premier, en novembre 2000, intitulé « Entrez en politique ! », commence ainsi : « Mieux vaut le savoir : pour entrer en politique, briguer une place sur une liste, il faut aimer la castagne, la bagarre, les défis. Dès lors qu'il s'agit de pouvoir, les hommes ne cèdent pas facilement leur place. Pourtant, il le faudra bien. » Cadrage apparemment plus neutre du point de vue du

13. Comme l'a montré É. Sullerot (1966), dès sa naissance au XVIII^e siècle, la presse féminine a été, aux côtés de pages consacrées à la beauté, à la mode ou aux sentiments, attentive aux revendications « féministes ».

14. Comme le montre l'engagement du journal sur l'Afghanistan (numéros spéciaux, « Une » avec une femme voilée qui vient remplacer le mannequin ou la femme célèbre habituelle, récolte de fonds pour AICF...)

15. Une analyse complète devrait prendre en compte les différences entre ces « féminins », différences qui tiennent à la fois à la position de ces journaux dans l'espace de la presse, à leur lectorat-cible mais aussi à leur réappropriation différente des thèmes du féminisme historique.

16. *Elle* est lu par 1/5^e d'hommes, 42,8% des lecteurs ont un niveau d'études supérieur au bac, et 23,8% ont un niveau d'études bac + 3 et plus, 26,8% des foyers auxquels appartiennent ces lecteurs ont un revenu supérieur à 240.000 francs – et 16,6% au-delà de 300.000 francs – 39% des chefs de foyer – qui ne sont donc pas automatiquement les lecteurs – sont petits patrons, professions libérales, cadres supérieurs ou membres des professions intermédiaires (Résultats de l'enquête AEPM, juillet 2000-juin 2001). Ces chiffres sont relativement proches pour ce qui concerne revenus et CSP – les diplômés ne sont pas mentionnés dans l'enquête à laquelle nous avons eu accès – pour *Cosmopolitan*, *Biba*, *Marie-Claire*, *Madame Figaro*.

genre, voire acceptant une définition « masculine » de la politique, mais démenti par le second article intitulé : « Donnez-nous des crèches ». Plus étonnamment, au regard de l'opposition à l'époque quasi générale des partis de droite au projet de loi, *Madame Figaro* a également milité pour la parité. Le titre a ainsi endossé la position marginale de Roselyne Bachelot au sein du RPR, seule manière pour lui de concilier sa position au sein de l'espace politique et ses aspirations à l'égalité en termes de représentation politique. Dans son numéro du 3 mars 2001, les lectrices ont été mises en garde contre les pièges dénoncés par l'élue du RPR : très faible nombre de femmes maires de grandes villes, « postes stratégiques – finances, urbanisme, action économique » réservés aux hommes.

Mais cette défense de la parité pour elle-même s'accompagne également d'une justification en termes de renouvellement de la politique et de son personnel.

« C'est vrai qu'à ce moment-là, on s'est dit que l'on soutenait la parité [...] mais en même temps, même à cette époque-là [au moment du vote de la loi], et c'est encore plus le cas aujourd'hui, en se disant que la parité c'était bien, c'était utile, ça allait faire progresser les femmes, mais que cela ne devait pas être un dogme au journal. Que la parité ce n'est qu'un élément, qu'un outil, dans une politique plus générale de renouvellement de la classe politique, de rajeunissement, d'envie d'entendre les politiques parler de leur politique autrement, de voir des têtes plus jeunes. [...] Et la parité est un outil parmi tout ce que l'on peut faire, que ce soit le non-cumul des mandats, militer pour un vrai statut de l'élu » (Entretien avec Philomène Piégay, le 17 décembre 2001).

Cette justification tient sans doute à la « montée [...] de la posture réflexive » des journalistes politiques (Le Grignou & Neveu : 942), à la propre formation de Philomène Piégay – classes préparatoires et IEP de Paris –, et à la présence alors à la tête de la rédaction de l'ancien rédacteur en chef société du *Nouvel Observateur*, Olivier Pérétié. Mais elle doit être également, et plus largement, rapportée au travail collectif et concurrentiel de construction des enjeux de la campagne tel qu'on peut le saisir dans la presse généraliste. Co-produit par les journalistes et les acteurs politiques, le « cadrage » de la campagne fait en effet du renouvellement de la politique l'un des enjeux majeurs des élections municipales et de la parité son principal instrument. À la différence de la presse féminine, l'application de la parité n'y est donc guère présentée comme un enjeu en soi. Certes, plusieurs articles traitent des effets de la loi sur la représentation des femmes dans les conseils municipaux aux lendemains des élections. Mais, pendant la campagne, la parité n'est en revanche jamais pensée indépendamment des effets plus larges qu'elle est supposée avoir sur la vie politique. Et, de fait, si « la parité est l'événement majeur des 11 et 18 mars » pour *L'Humanité*, ce n'est pas tant parce qu'elle met fin

à la sous-représentation politique des femmes, c'est bien plutôt parce que ce quotidien « attend qu'elle entraîne des mutations radicales sur la forme (la démocratie) et sur le fond (les angles et le contenu de la politique municipale) »¹⁷. Loin des débats philosophiques et/ou entre féministes, *l'Humanité*¹⁸ estime alors que les municipales seront moins l'occasion de mesurer l'état du rapport de forces entre la gauche et la droite à la veille des échéances électorales de 2002 que de constater le renouvellement du personnel politique.

« Quels qu'en soient les résultats, ce scrutin [...] marque l'entrée dans une nouvelle ère de la démocratie avec la parité et l'engagement citoyen d'hommes et de femmes de générations nouvelles, d'horizons plus divers et issus de cultures métissées qui donnent ses couleurs modernes à la République »¹⁹.

Pour *Le Monde*, également, l'enjeu des municipales est bien là, même si le ton est plus prudent : « Banc d'essai de cette recherche de nouveaux visages et de nouveaux profils », le scrutin permettra de mesurer le rapport de forces droite/gauche mais aussi « d'apprécier le degré de renouvellement du personnel politique [...] particulièrement attendu par ceux qui considèrent qu'une bonne partie de la "classe politique" française n'a pas compris les aspirations de la population au changement, notamment dans le comportement de ses élus et dans la façon dont ceux-ci conçoivent la politique »²⁰.

Cette inscription du genre dans un enjeu qui le dépasse – tout en permettant son expression – peut sembler aux yeux de certains commentateurs faire le jeu du PS dans la mesure où elle conforte son discours sur la « modernisation » de la vie politique²¹. Mais elle renvoie simultanément à des logiques propres à l'ensemble de la presse généraliste. Car la mise en scène de la parité sert en fait l'éternelle critique des journalistes à l'égard des logiques strictement partisans et professionnelles de la vie politique. Elle lui permet notamment d'alimenter son discours sur la crise de la représentation, en stigmatisant de manière euphémisée à la fois l'emprise des états-majors parisiens sur la vie politique, les idéologies qu'ils véhiculent, la nationalisation des enjeux qui en découle, et pour tout dire la professionnalisation du champ politique.

Cette logique autonome mais convergente avec la construction de l'enjeu paritaire est particulièrement perceptible après le pre-

17. *L'Humanité Hebdo*, 3/3/01.

18. Entrent vraisemblablement dans ce jugement des logiques politiques propres au PCF qui, dans une configuration électorale très défavorable, tend publiquement à sous-estimer le clivage droite/gauche.

19. *L'Humanité Hebdo*, art. cité.

20. « Renouveler la politique », *Le Monde*, éditorial du 9/1/01.

21. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si *Le Figaro* est le seul journal qui déclare, par la voix de Guy Sorman, que la parité « ne changera pas grand chose. La féminisation des conseils municipaux progressait déjà depuis 20 ans, et cette obligation conduira au mieux à une chasse aux minois pour faire mode ».

mier tour, lorsque les échecs de bon nombre de ministres et de personnalités politiques d'envergure nationale autorisent un commentaire critique. Les résultats du 11 mars sont ainsi analysés comme un retour au local, salué par la presse généraliste comme un rejet des grandes idéologies partisanes²². « Les élections municipales sont vraiment locales. Les recettes politiques classiques héritées des années 70-80 sont à ranger au rayon des souvenirs », peut-on lire dans *Le Figaro*²³ qui s'accorde ici avec *Le Point* : « On veut des maires à temps plein ; leurs relations dans les ministères sont secondaires. Les électeurs "spécialisent" les hommes politiques et, progressivement, la sphère locale s'autonomise, comme dans les autres pays européens »²⁴. Pour certains, comme le journal protestant *Réforme*, ce retour au local doit se comprendre comme « un avertissement aux politiques » : « Déjà en 1995, les enjeux locaux s'imposaient face à des mises en œuvre de stratégies nationales. Le bon score des listes citoyennes ou d'initiatives locales montre bien cette aspiration à valoriser la vie quotidienne, proche des gens. Le local devient alors central ». Et de poursuivre en se faisant le porte-parole d'électeurs pour lesquels « les calculs d'appareils ne servent qu'à ceux ayant fait de la politique une profession »²⁵.

À la lumière de ces commentaires, la mise en scène journalistique des qualités dites « féminines » s'éclaire alors d'un jour nouveau. Celles-ci ne prennent en effet tout leur sens que rapportées aux qualités (ou plutôt aux défauts) imputées aux professionnels de la politique. Cette mise en scène dessine un portrait idéalisé de l'élu(e) qui stigmatise en creux les professionnels tout en opérant une redéfinition des qualités requises en politique ; au point, d'ailleurs, qu'il paraît difficile de dire si ce sont les femmes ou les profanes que la presse généraliste valorise au cours de la campagne.

Du côté de l'interprétation des sondages

Cette rencontre entre plusieurs logiques dont cette « ritualisation de la féminité » est le produit, se retrouve enfin dans les sondages. Parce qu'ils participent au cadrage de la campagne, ceux-ci contribuent également à modifier l'espace des possibles, d'autant plus fortement qu'ils sont censés mesurer en toute objectivité une « opinion publique » largement agie et instrumentalisée par les journalistes et les professionnels de la politique. On observe ainsi une cer-

22. Ce type de commentaire n'a cependant rien d'inédit. L'analyse des scrutins comme « retour du local » et comme signes d'un renouvellement de la classe politique est en effet un topique des commentaires sur les municipales depuis 1989 et doit sans doute beaucoup à la difficulté pour les journalistes, dans un contexte politique plus incertain, d'anticiper les résultats pour produire des pronostics (Collovald, Heurtin & Sawicki, 1989).

23. *Le Figaro*, 24/03/2001.

24. *Le Point*, 16/03/2001.

25. « Avertissement aux politiques », *Réforme*, 15/03/2001.

taine homologie entre les qualités que les femmes s'attribuent « spontanément » et les attentes supposées de l'opinion publique. Par exemple, *Le Monde* publie en janvier 2001 un sondage IPSOS où l'âge (14% souhaitent des maires plus jeunes) et le sexe (12% voudraient davantage de femmes) des élus sont très secondaires, à l'inverse de la « disponibilité » qui apparaît comme la qualité principale d'un « bon » maire : 55% des sondés désirent en priorité que leur maire « exerce à plein temps » son mandat à l'exclusion d'autres responsabilités nationales. Ainsi, le profil idéal du maire en 2001, tel du moins qu'il se dégage des sondages invoqués par la presse, c'est... le profil bas, celui-là même que la majorité des candidates – mais aussi certains candidats, tel Bertrand Delanoë²⁶ – revendiquent dans leur présentation de soi ou dans les sondages. Et là encore les femmes ne sont pas en reste. Aux attentes supposées concernant les futurs maires, répondent en effet certaines enquêtes d'opinion sur les qualités prêtées aux femmes, commanditées par des groupes ou des institutions défendant leurs intérêts. Ainsi Claire Bernard, directrice de l'Observatoire de la parité, explique-t-elle à *Libération*, sondage à l'appui, que les femmes « apporteraient dans les municipalités davantage de dialogue et de concertation (83%), plus de prise en compte des préoccupations des habitants (81%), plus de confiance entre les élus et la population (60%). Autrement dit, on attend que les femmes réconcilient les citoyens avec la politique »²⁷. La revue *Lunes (Femmes et Sociétés)* tire les mêmes conclusions d'un sondage CSA, même si le commentaire qu'en fait Mariette Sineau est loin d'être aussi enchanté²⁸. Comme le montre en effet ce sondage, les Français ont « des attentes fortes envers les femmes [...]. Près des deux tiers des interviewés (63%) estiment que la féminisation des élites municipales améliorerait les choix politiques locaux [...] en particulier dans les domaines dont les hommes se départissent le plus volontiers, qu'ils laissent à celles qui, dans la famille, en sont traditionnellement responsables, à savoir les soins à autrui : l'éducation et la petite enfance (91%), les affaires sociales (86%) et la santé (80%). Venant immédiatement après les « soins », l'environnement (75%) est le deuxième secteur qui, aux yeux de l'opinion, pourrait bénéficier d'un bonus par les femmes. À l'aube du troisième millénaire, on le voit, les stéréotypes sociaux concernant les rôles politiques assignés sont loin d'être tombés en déshérence », remarque judicieusement M. Sineau²⁹.

26. Comme l'écrit un journaliste, « le charisme et le panache, d'habitude atouts majeurs dans une campagne électorale, se sont retournés contre les candidats qui en ont fait usage. Au contraire, d'autres traits de caractère qui constituent normalement des handicaps politiques, comme l'absence manifeste de brio chez M. Delanoë, se sont révélés des cartes maîtresses » (Fitchett, J. « Les Parisiens ne veulent plus de star », *Le Monde*, 3/3/2001).

27. *Libération*, 31/03-01/04/2001.

28. *Lunes*, 14, 2001.

29. Une analyse plus exhaustive de ces sondages montrerait par ailleurs que, loin de subvertir les rapports sociaux de sexe, leurs questions continuent de cantonner les femmes à leurs rôles habituels.

Au total, par un effet de renforcement circulaire d'autant plus fort que les raisons sont à chaque fois différentes, de nombreux acteurs (journalistes, candidats, sondeurs) ont donc modifié l'espace de ce qu'il est possible de dire et de faire lors des élections municipales de 2001. On comprend mieux alors pourquoi les candidates ont plus que jamais joué de leur « féminité » dans leurs présentations de soi. Si elles s'auto-risent aussi facilement à mettre en avant des qualités autrefois considérées comme dominées c'est que celles-ci sont particulièrement bien ajustées aux propriétés socialement construites de la compétition dans laquelle elles sont engagées. Elles briguent, en effet, le mandat le plus bas dans la hiérarchie symbolique des positions de pouvoir politique, dans le cadre d'une compétition locale où la prégnance des enjeux politiques nationaux est sujette à caution, et cela, au moment même où le leader de la majorité socialiste valorise certaines des qualités relationnelles qu'elles s'attribuent volontiers et où toutes les associations de maires s'accordent sur le fait que l'attention de la population se porte désormais sur la qualité de vie (avec en tête des préoccupations la sécurité et la qualité des équipements et des services)³⁰. Dans la mesure où tout les y incitait, les femmes n'avaient alors pas d'autre (meilleur) choix que de travailler à retourner un stigmate qui les enferme cependant plus que jamais dans leur identité sexuée.

CONCLUSION

On peut, pour finir, s'interroger sur la spécificité de ces mises en récits de la « féminité » en politique et comparer pour ce faire cette assignation des femmes politiques à leurs rôles féminins aux logiques propres à d'autres univers professionnels. Ainsi les études menées sur les « professions d'élites » (Quemin, 1998) – avocat, magistrat, ingénieur, médecin... (Boigeol, 1996 ; Marry, Le Feuvre & Walters, 1993) – font-elles apparaître, au-delà de traits communs comme le faible degré et la lenteur de la féminisation ou la sursélection sociale des femmes qui parviennent à les exercer, des phénomènes homologues : cantonnement des femmes à des tâches féminines, adoption d'un modèle de comportement « féminin » seulement après des dizaines d'années de conformation à un modèle « masculin ».

Ces phénomènes permettent alors de faire un certain nombre d'hypothèses plus générales. Les dominé(e)s sont contraint(e)s, pour entrer dans des univers professionnels, d'en redéfinir les règles – pour les magistrates d'invoquer les transformations sociales du monde, pour les femmes politiques, la nécessité de faire de la politique autrement. C'est cette redéfinition qui les oblige à mettre en scène des qualités « féminines ». Les recherches en cours³¹ sur les métiers « féminins »

30. *Le Monde*, 27/01/01.

31. Cf. Les recherches (non publiées à ce jour) de T. Angeloff pour les « techniciens » de surface et d'A.-M. Arborio pour les « aide-soignants ».

font apparaître, de manière homologue, que l'infériorité numérique des hommes, mais surtout la définition passée du métier, les contraint à mettre en scène des qualités « masculines » – la force qui permet de donner un coup de main aux brancardiers, voire plus simplement de soulever les corps pour les aides-soignants, la technicité, pour les « hommes » de ménage. Il s'agit bien ici aussi d'imposer pour s'y imposer une manière de faire ses métiers autrement. Mais ces stratégies pour être homologues n'en conduisent pas moins à une redéfinition en chiasme de ces métiers. S'il s'agit d'importer des savoir-faire domestiques dans les métiers masculins, il s'agit au contraire d'importer des savoir-faire techniques dans les métiers féminins.

La comparaison permet également de s'interroger sur l'étape du conformisme aux définitions masculines du métier. Il semblerait qu'en politique cette étape du conformisme, observée par Mariette Sineau dans les années 80 (1988 : 101 et sq), soit aujourd'hui dépassée et, plus encore, – l'exemple de Martine Aubry le montre –, que ce conformisme soit désormais interdit aux femmes politiques, obligées aujourd'hui de se plier à d'autres contraintes. Elles se doivent, non plus d'être conformes au modèle masculin, mais au contraire d'être femmes et de jouer « sur tous les registres de la féminité ». Et cette contrainte est telle que, comme le souligne son collaborateur, Martine Aubry a pu se sentir « violente » de devoir se prêter à cette stratégie. Cette présentation de soi « féminine » semble donc bien s'imposer comme une contrainte à toutes les femmes politiques. Ainsi de Dominique Gillot qui s'interroge dans *Elle* : « Bien sûr que je doute ! Parfois, je me dis que je ne suis pas bonne. Ou que je n'ai peut-être pas le bon look ! » ou d'Arlette Laguillier qui, prise par les contraintes du support, révèle son goût du « lèche-vitrines ». Mais cette présentation de soi s'impose aussi aux journalistes, et ce d'autant plus qu'elles sont elles-mêmes des femmes. Ce serait ainsi, aux yeux de Philomène Piégay, « hypocrite », de ne pas poser ces questions autour de la conciliation des rôles privés et publics, alors même que la parité domestique n'est pas acquise.

Si cette contrainte s'impose à toutes ne serait-ce que parce qu'elles sont toutes femmes, elle n'en demeure pas moins, comme toutes les « identités stratégiques » (Collovald, 1999), plus ou moins atteignable³². Ainsi, *a contrario*, l'évocation dans *Elle* des ori-

32. La capacité à remplir ces exigences est également dépendante de la trajectoire politique – ici le militantisme social. Ainsi, comme le souligne encore le collaborateur de M. Aubry, si cette stratégie a des chances d'être reçue, c'est aussi parce que : « [Ce discours] n'est pas totalement mis en scène, mais c'est vrai qu'Aubry [elle est] ancrée dans la réalité, par rapport à d'autres mecs politiques. Effectivement, elle n'est quand même pas totalement déconnectée. Bon, elle vit dans le XIV^e, elle a un chauffeur, etc. mais elle n'est pas complètement déconnectée parce qu'elle va sur le terrain, parce qu'elle a un militantisme social ancien, parce que c'est vrai que Clémentine [sa fille] est un peu, l'étudiante parisienne, politisée, moyenne, assez rentre-dedans, qui rentre dans sa mère, qui remet en cause ses choix. Tout ça fait qu'effectivement elle n'est pas complètement dans une tour d'ivoire » (Entretien avec A., 22 octobre 2001).

gines sociales de Dominique Gillot (deux grands-mères « analphabètes », un grand-père marinier, un autre ouvrier agricole) s'achève, selon la « sociologisation » et son glissement vers une entreprise de réforme des goûts repérée par Jean-Baptiste Legavre, par ce constat : « On l'aura compris, le côté strass et paillettes, ce n'est pas son truc ».

Le bon corps féminin apparaît donc d'abord comme un corps socialement situé. De même que le corps est tout entier un « produit social » (Bourdieu, 1977), au sens où sa taille, son poids et son hexis sont les produits des « conditions de travail » et des « habitudes en matière de consommation », le « bon » corps ou le « beau corps » (Matonti, 1998) l'est tout autant. En effet, les attributs physiques des « dominants », justement parce qu'ils sont ceux des dominants sont constitués comme « légitimes », et en retour le détenteur de ces attributs physiques socialement légitimes échappe « au regard objectivant des autres » et peut, dès lors, sur toutes les scènes sociales, éprouver son corps dans l'aisance, la grâce et le miracle.

Mais détenir un corps socialement légitime au regard de la domination sociale ne signifie pas pour autant qu'une femme détienne un corps politiquement légitime. Tout d'abord parce que, de même que les corps socialement illégitimes, privés du regard qui les consacre, sont toujours soumis à l'éventualité de la gaffe sociale, le corps des femmes, mises sur la place publique, n'échappe jamais à la soudaineté des émotions (Bourdieu, 1990). Ensuite, et plus encore, parce que des ressources corporelles efficaces sur d'autres scènes sociales – dans l'espace domestique et plus généralement sur toutes les scènes où se déploie l'économie symbolique (Bourdieu, 1979) – cessent de l'être sur la scène politique. C'est pourquoi, si les femmes politiques doivent aujourd'hui être « femmes », il leur est interdit de l'être trop. Le corps d'Élisabeth Guigou, par sa minceur et sa finesse, pourrait être considéré comme l'incarnation même du corps légitime féminin. Mais il devient en politique, et son hexis avec lui, un handicap – ne fut-elle pas qualifiée au sein même de son propre parti, semble-t-il, de « poupée Barbie » ? Un handicap tel que l'article dans *Elle* s'emploie, à la suite du livre de la Garde des Sceaux (Guigou, 2000), à dissiper « la rumeur qui circule en ce moment à Paris, notre ministre n'est pas anorexique ». Une photo aux Halles d'Avignon est d'ailleurs ainsi légendée : « Elle n'est pas simplement une femme politique en campagne électorale, mais aussi une vraie connaisseuse, gourmande ». C'est que, sans doute, contrairement au corps légitime des femmes des catégories dominantes, celui-ci n'est pas d'abord destiné à la représentation sociale de son époux, ou à des métiers plus près de l'économie symbolique que de l'économie tout court, mais à la représentation politique, et que pour ce faire, il est bien trop frêle : « Je ne suis pas du tout fragile. Comme si pour être fort, il fallait être gros », plaide la ministre.

Ni trop masculin, ni trop féminin, le « bon » corps est-il accessible aux femmes politiques ? On peut pour finir, répondre par la négative, en rappelant à la suite de Dominique Voynet, dont l'âge, l'habillement et l'hexis sont sans doute pourtant les plus proches de la lectrice médiane de *Elle*, ce qui pourrait bien être le *double-bind* des femmes politiques en représentation :

« Je revendique une certaine simplicité, une approche directe avec les gens. Je pensais que cela serait reconnu, que les gens se diraient : "tiens, elle ne se la joue pas, elle ne s'habille pas comme une ministre, etc." Je me rends compte que cette simplicité a conduit certains à ne pas me respecter. Des élus, des hauts-fonctionnaires, des journalistes se sont demandé si j'étais "vraiment" ministre comme les autres. Les gens nous demandent d'être simples mais ne nous respectent pas si on l'est. »

Tout se passe alors comme si la focalisation sur le corps des femmes politiques – un corps qui, contrairement à celui « naturel » ou en tout cas guère suspecté des « hommes » politiques³³, n'est jamais le « bon » – ne faisait pas que les enfermer dans leur identité sexuée mais participait de leur exclusion de la sphère politique professionnelle.

33. Les corps masculins des professionnels de la politique sont en général des corps « bourgeois » par leur hexis, par leurs vêtements, voire par leur conformation, sans que ce décalage entre le corps des représentants et des représentés ne soit – à la différence de leurs modes de vie – suspecté. Plus encore, l'existence de partis politiques qui, comme le PCF, ont imposé la représentation de catégories sociales politiquement illégitimes, a permis que soit toléré, en politique, un corps masculin « populaire », sous la figure traditionnelle du « tribun ».

RÉFÉRENCES

- Boigeol, A. (1996) Les femmes et les Cours. La difficile mise en œuvre de l'égalité des sexes dans l'accès à la magistrature, *Genèses* 22.
- Bourdieu, P. (1977) Remarques provisoires sur la perception sociale du corps, *Actes de la recherche en sciences sociales* 14.
- Bourdieu, P. (1979) *La distinction*, Paris : Minuit.
- Bourdieu, P. (1990) La domination masculine, *Actes de la recherche en sciences sociales* 84.
- Bourdieu, P. (1998) *La domination masculine*, Paris : Seuil.
- Collovald, A. (1999) *Jacques Chirac et le gaullisme. Biographie d'un héritier à histoires*, Paris : Belin.
- Collovald, A., Heurtin, J.-P. & Sawicki, F. (1989) À propos des élections municipales : la définition d'"une" élection, *Politix* 7/8.
- Cossart, P. (2001) La Communion militante : les meetings de gauche durant les années trente, *Sociétés et représentations* 12.
- Durand-Delavigne, A. (1995) Pouvoir et genre, in Ephesia, *La place des femmes. Les enjeux de l'identité et de l'égalité au regard des sciences sociales*, Paris : La Découverte.
- Freedman, J. (1997) *Femmes politiques. Mythes et symboles*, Paris : L'Harmattan.
- Goffman, E. (1988) La ritualisation de la féminité, in E. Goffman, *Les moments et leurs hommes*, Textes recueillis et présentés par Y. Winkin, Paris : Seuil/Minuit.
- Guigou, É. (2000) *Une femme au cœur de l'État*. Entretiens avec Pierre Favier et Michel Martin-Roland, Paris : Fayard.
- Lagroye, J. (1994) Etre du métier, *Politix* 28.
- Lagroye, J. (1997) On ne subit pas son rôle, *Politix* 38.
- Le Feuvre, N. & Walters, P. (1993) Égales en droit ? La féminisation des professions juridiques en France et en Grande-Bretagne, *Sociétés contemporaines* 16.
- Le Grignou, B. & Neveu, É. (1983) Intimités publiques. Les dynamiques de la politique à la télévision, *Revue française de science Politique*, 43 (6).
- Legavre, J.-B. (2002) "La queue du paon" ou les logiques de la production du portrait politique dans "Libération", *Sociétés et Représentations* 13.
- Marry, C. (1989) Femmes-ingénieurs : une (ir)résistible ascension ? *Information sur les sciences sociales* 28 (2).
- Matonti, F. (1998) *Hérault de Séchelles. Les Infortunes de la beauté*, Paris : La Dispute.
- Neveu, É. (1995) Les émissions politiques à la télévision. Les années 80 ou les impasses du spectacle politique, *Hermès* 17-18.
- Neveu, É. (1997) Des questions "jamais entendues". Crise et renouvellements du journalisme politique à la télévision, *Politix* 37.

Quemin, A. (1998) Modalités d'entrée et d'insertion dans une profession d'élites : le cas des femmes commissaires-priseurs, *Sociétés contemporaines* 29.

Restier-Melleray, C. (1999) La femme du présidentiable. Une figure engagée, in Y. Poirmeur & P. Mazet (dir.) *Le métier politique en représentations*, Paris : L'Harmattan.

Sineau, M. (1988) *Des femmes en politique*, Paris : Economica.

Sullerot, E. (1966) *Histoire de la Presse féminine en France. Des origines à 1848*, Paris : Armand Colin, 1966.

Varikas, E. (1988) Subjectivité et identité de genre, *Genèses* 6.

