

# Université Paris-Panthéon-Assas

Institut Français de Presse (IFP)

Mémoire de Master Médias, publics et cultures numériques dirigé par Valérie Devillard

Mémoire de master/ Septembre 2022

## **Les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes : des espaces médiatiques pour repenser les rôles de genre en politique.**



PANTHÉON-ASSAS  
UNIVERSITÉ  
PARIS

**Léna REUNGOAT**

Sous la direction de Cécile Méadel

Date de dépôt : 5 septembre 2022

## ***Avertissement***

La Faculté n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

## **Remerciements**

Alors que l'écriture de ce mémoire de recherche se termine, je souhaite adresser des remerciements sincères à plusieurs personnes.

Naturellement, je remercie ma directrice de mémoire, Cécile Méadel, pour son encadrement au long de cette année de travail. Les conseils méthodologiques reçus, les réflexions communes sur mon objet de recherche et la confiance qu'elle m'a témoignés m'ont été précieux pour enquêter sur un sujet qui me tenait à cœur.

Je souhaite dire merci aux créateurs des trois podcasts qui ont guidé mon étude, Fanny Devaux, Léa Chamboncel et Antoine Lheureux, pour le temps qu'ils m'ont accordé lors de nos entretiens et leur générosité dans les réponses qu'ils m'ont apportées.

Le choix de ce sujet de recherche n'est pas anodin. Il intervient suite à mon expérience d'un an en tant que stagiaire dans un lobby de la bulle européenne. Ayant été spectatrice d'inégalités de genre dans cette sphère professionnelle, j'avais à cœur d'étudier des initiatives médiatiques promettant de s'y intéresser et d'y résister.

Les milieux politiques et médiatiques ne sont pas les plus accueillants lorsqu'on est une jeune femme. Se faire confiance, lorsqu'on a choisi cette voie, ne va pas de soi. J'éprouve une gratitude particulière envers mes amis bruxellois qui m'ont donné le goût du travail politique et la conscience de ma légitimité à m'y insérer, si tel était mon souhait. Leurs encouragements et leur confiance m'inspireront toujours.

J'aimerais remercier mes parents pour leur engagement en faveur des droits humains et de l'égalité depuis toujours. Ma pensée est enrichie par leur philosophie de vie.

Merci, enfin, à mes nombreux amis qui ont discuté avec moi de ce sujet, partagé leurs visions et leurs conseils - ce mémoire est teinté de leur intelligence.

## **Résumé**

Les podcasts politiques natifs se développent à partir de 2016 en corrélation avec la forte croissance de podcasts indépendants et la présence massive des chaînes de radio institutionnelles dans cet écosystème. Certains se constituent avec la volonté de donner une importance particulière aux voix des femmes, pour contre-balancer une invisibilisation des femmes politiques dans la sphère médiatique. Ainsi naissent les trois podcasts au cœur de cette étude : *Ma question à Angela Merkel*, la fiction-documentaire sur l'ex-chancelière allemande ; *Popol*, un talkshow d'actualité politique française ; et *Euroïnes*, des interviews sous forme de portraits de femmes de la bulle politique européenne à Bruxelles.

En croisant les rapports de genre qui traversent les milieux politique et médiatique, cette recherche interroge les représentations des femmes politiques et les rôles de genre dans ces médias alternatifs, par distinction avec les médias *mainstream*. Les trois podcasts étudiés sont appréhendés comme des lieux de négociation des stéréotypes associés aux femmes politiques dans les médias, bien qu'ils peinent à transformer structurellement les rôles de genre. *Ma question à Angela Merkel*, *Popol* et *Euroïnes* apparaîtront tout de même comme des outils d'*empowerment* politique, participant à renouveler le champ médiatique spécialisé en information politique.

*Mots clés : politique, genre, podcast natif, représentation médiatique, femme politique, podcast politique, égalité de genre, stéréotype*

## Introduction

---

Mercredi 17 août 2022, Sanna Marin, la Première ministre finlandaise, apparaît dans une fête sur des vidéos personnelles, devenues publiques. Des images qui circulent alors massivement sur les réseaux sociaux, au-delà de son territoire national. À la suite de cette diffusion, la cheffe du gouvernement de la Finlande se retrouve au cœur d'une polémique et tiendra, en réaction, deux conférences de presse, et se soumettra à un test de drogues, notamment sous l'influence du député du Parti du Centre, Mikko Karna, et de Riika Purra, cheffe du parti d'extrême droite : « les Vrais Finlandais ». Lors de sa prise de parole publique du 24 août, en réaction à cette polémique, elle défend sa position d'« être humain » et son droit à la fête. Les médias *mainstream* (ou médias « grand public », par opposition aux médias dits « spécialisés » ou « alternatifs ») se saisiront de cette actualité controversée en insistant sur ses larmes, sa jeunesse, le caractère polémique de son acte, et sur son incapacité à répondre au critère de perfection attendu d'elle :

« Les larmes de Sanna Marin » (*Le Télégramme*, 26 août 2022)

« Finlande : Sanna Marin, une jeune leader (presque) parfaite » (*Le Point*, 20 août 2022)

« La Première ministre finlandaise aime faire la fête, ses détracteurs pensent qu'elle se drogue » (*Vanity Fair*, 19 août 2022)

« Finlande : au bord des larmes, la Première ministre défend ses fêtes controversées » (*Europe 1*, 24 août 2022)

« La Première ministre finlandaise au cœur d'une polémique après une soirée festive » (*Ouest France*, 19 août 2022)

« Sanna Marin dans la tourmente, c'est peut-être un détail pour vous... » (*Le Monde*, 24 août 2022)

Si ces titres sont importants à relever, c'est qu'ils correspondent à un ensemble de manières récurrentes de représenter médiatiquement les femmes politiques dans les médias *mainstream*. Un Premier ministre dans la même situation n'aurait pas

nécessairement connu autant d'articles focalisés sur ses larmes, ou ses choix vestimentaires, aussi bien sur les vidéos de cette fête, que le jour de sa conférence de presse. Cet exemple met en évidence le fait que les hommes et les femmes politiques ne reçoivent pas le même traitement dans les médias de masse, en raison de rôles de genre qu'ils endossent, une notion sur laquelle nous reviendrons. Si cette actualité est une mince illustration pour refléter l'ensemble des dispositifs de différenciation des hommes et des femmes politiques dans le paysage médiatique français, ce travail de recherche a pour vocation d'étudier les mécanismes de domination auxquels sont soumises les femmes qui s'insèrent en politique.

Ce mémoire s'inscrit ainsi dans la recherche menée sur les inégalités de genre au sein du monde politique et, plus largement, sur les représentations du genre dans les médias et la position de subordination des femmes qui en découle. Il conviendra de considérer les médias comme un « *lieu de construction et de circulation des représentations collectives* », qui constituent « *une "technologie de genre", construisant le genre autant qu'ils le représentent* » (Allouch & Muller, 2021 : 14). Si, et nous l'étudierons, les femmes politiques doivent lutter quotidiennement dans leur sphère professionnelle pour obtenir une égalité au travail avec leurs pairs masculins, ce n'est pas le seul milieu dans lequel leur genre est source d'inégalités. En effet, lorsqu'elles sont représentées dans des médias *mainstream*, les femmes politiques rencontrent un autre lieu où le genre est érigé comme base de différenciation et de dépréciation de leurs qualités.

Nous considérerons qu'être, dans les médias comme dans la vie, une femme ou un homme, relève d'une performance de genre. Selon Muriel Darmon<sup>1</sup>, c'est au cours du processus de socialisation qu'un individu apprend un « *rôle de genre* » : un ensemble de comportements adoptés en fonction de ce qui est attendu d'un homme ou d'une femme. Car si chacun naît avec des caractéristiques biologiques renvoyant à la catégorie « homme » ou « femme », il faut reprendre les apports des théoriciennes et théoriciens du genre qui le présentent comme une donnée acquise (et non innée), un phénomène culturel qui ne va pas « de soi » (Butler, 1990 ; Lorber, 1994 ; West & Zimmerman 1987). Cette croyance en une nature féminine ou masculine va jusqu'à justifier un traitement médiatique différencié des hommes et des femmes politiques, alors qu'il s'agit bien d'une construction sociale, fondée sur la performativité : le genre

---

<sup>1</sup> Darmon, M. « 1. Socialisation primaire et construction de l'individu », *La socialisation*, sous la direction de Darmon Muriel. Armand Colin, 2016, p. 41.

« *ne désigne pas ce que chacun est, mais ce que chacun fait* » pour Jonathan Culler<sup>2</sup>. Le monde politique et médiatique se structure ainsi de manière binaire, séparant les hommes des femmes au sein des activités de l'exercice du pouvoir, qui donne lieu à une ségrégation de genre, les hommes étant symboliquement en situation de domination face aux femmes. Ainsi, les médias *mainstream* produisent des représentations différenciées des hommes et des femmes politiques, avec pour base de distinction sociale leur genre.

Mais ce n'est pas la seule catégorisation sociale qui s'y produit, puisqu'une hiérarchie entre hommes, ou plutôt entre masculinités, y est également présente. Nous empruntons ici les apports de Raewyn Connell au sujet des masculinités hégémoniques. La masculinité hégémonique peut être définie comme une « *forme culturellement idéalisée du caractère masculin, qui met l'accent sur les liens existants entre la masculinité et la rudesse, l'esprit de compétition, la subordination des femmes et la marginalisation des gays* » (Laberge & Mc Kay, 2006 : 4). Pour Connell, la construction et l'illustration des formes de masculinités hégémoniques se font de la manière suivante : des normes sont produites par la société, celles-ci vont s'imposer comme dominantes, pour finalement créer des injonctions auxquelles se conformer. Certaines sphères sociales se prêtent particulièrement à l'exercice des normes de la masculinité hégémonique, comme le milieu sportif (Laberge & McKay, 2006), ou politique, un milieu dans lequel la domination masculine autrefois discrète « *semble marquer le pas à une réaffirmation continuelle de la virilité, dont le récent discours martial d'Emmanuel Macron face à la crise de la COVID 19, ou les postures provocatrices de Donald Trump sont d'autres traces* » (Guigo, 2021 : 139). L'auteur présente dans cet article différents types de masculinités (qui découlent des définitions données par Connell dans les années quatre-vingt-dix) et montre comment s'opère une hiérarchisation de la vie politique française, où la montée des figures de « *femmes et outsiders – homosexuels et minorités* » est contrée par une réaffirmation de la masculinité des hommes n'étant pas issus de minorités, quelles qu'elles soient. En fonction des types de masculinités employées, seront appuyés avec plus ou moins de forces les caractères du viril : « *force, vulgarité, agressivité* ». Des symboles liés au masculin que l'on retrouve dans les médias *mainstream*.

---

<sup>2</sup> Culler, J. « Philosophie et littérature : les fortunes du performatif ». *Littérature*, 144(4), 2006, p. 93.

Une étude en particulier s'attache à surveiller les médias et les inégalités de genre qui s'y nichent : c'est le projet mondial de monitoring des médias, ou *Global Media Monitoring Project* (GMMP). En étudiant, tous les cinq ans, les stéréotypes de genre, la représentation des femmes et le sexisme dans les médias d'information au niveau mondial, le GMMP offre des données illustrant les inégalités de genre que nous souhaitons présenter ici. En 2020, le rapport sur la France coordonné par Marlène Coulomb-Gully et Cécile Méadel affiche une sous-représentation des femmes, puisqu'elles ne représentent même pas 30% des nouvelles (qu'elles en soient l'objet ou la source)<sup>3</sup>. De plus, comme le montre aussi le rapport Calvez<sup>4</sup> (paru le 9 septembre 2020 par la députée Céline Calvez sur la place des femmes dans les médias en période de crise), cette sous-représentation est associée à une dévalorisation du genre féminin dans les médias d'information, celles-ci étant par exemple plus rarement invitées en tant qu'expertes. *In fine*, ces deux rapports montrent que l'univers médiatique global est dominé par des logiques sexistes, les inégalités de genre étant particulièrement exacerbées dans les médias d'information.

Cependant, ces médias de masse n'existent pas seuls, mais s'inscrivent dans un écosystème global où circulent également des médias alternatifs, de taille moyenne ou petite, généralistes ou spécialisés : des formules variées pour répondre à une multitude de manières de s'informer. Il en existe sous forme vidéo, textuelle, mais aussi vocale, avec l'exemple des podcasts natifs. Allouch et Muller dans leur article publié dans la revue *Le Temps des Médias* en 2021 expliquent ainsi que « *l'observation de formats médiatiques plus récents révèle l'émergence d'espaces de discussion et d'hybridation des modèles de masculinité dominants, mais toujours au sein de supports relativement éloignés des pôles du pouvoir politique et économique. C'est le cas du podcast* »<sup>5</sup>.

Né de la combinaison de l'iPod et de broadcasting, le *podcasting* est « *un système de diffusion et d'agrégation de contenus audio destinés aux baladeurs, tels que l'iPod* » (Brachet, 2009 : 22), que l'on doit au développeur Dave Winer et à l'ancien animateur de MTV Adam Curry, qui a lancé le premier podcast en 2004. L'émergence des podcasts se fait dans l'esprit des radios libres des années soixante-dix – quatre-vingt et « *leur*

---

<sup>3</sup> Laffay, O., « Rapport national du GMMP 2020 : Les femmes toujours invisibles », *50-50 Magazine*, 1<sup>er</sup> février 2022.

<sup>4</sup> Lavelle, V. « GMMP et rapport Calvez : où en est la représentation médiatique des femmes ? », *50-50 Magazine*, 30 avril 2021.

<sup>5</sup> Allouch, A., Muller, C. « Des médias et des hommes. Analyser la construction médiatique des masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. 17.

*essor se fait de façon décentralisée et indépendante des réseaux traditionnels* », faisant de lui « un média alternatif dont le projet est que tout le monde puisse faire de la radio et ne pas se contenter de l'écouter » (Cohen, 2019 : 161). Après cette première phase d'émergence du podcast, le format s'est développé en plusieurs étapes, que met en évidence Evelyne Cohen :

- La deuxième phase se situe de 2007 à 2015 et « *se caractérise par une phase de structuration et de déploiement* » (Cohen, 2019 : 163). Le nombre de podcasts ayant considérablement augmenté, il devient nécessaire de pouvoir les trier et catégoriser, ce que vont s'occuper des catalogues et des plateformes pour permettre de « *se repérer dans cet univers en expansion et dans les différents genres concernés (musique, politique, religion, économie...)* ».
- La troisième phase a démarré en 2016 et correspond à une forte croissance de podcasts indépendants ainsi qu'à la présence massive des chaînes de radio institutionnelles dans cet écosystème. « *Les podcasts sont considérés comme des nouveaux médias qui diffèrent des précédents par leur souplesse, et en particulier par leur rencontre avec des publics jeunes qui recherchent une forme d'intimité, une parole qui s'adresse à eux individuellement.* » (Cohen, 2019 : 164).

Les podcasts, par leur nature de média alternatif, bien qu'ils soient désormais un marché développé et institutionnalisé, offrent des solutions d'expression qui peuvent être en marge du discours dominant. En raison des conditions de production du discours journalistique plus malléables qu'offrent les podcasts, les représentations du genre vont pouvoir y être négociées, nuancées, différentes des représentations habituelles du féminin et du masculin dans les médias. Ainsi, « *les espaces plus éloignés de ces pôles montrent des discours plus autonomes, par exemple lorsqu'ils participent de la mise à distance du discours dominant sur les masculinités (podcasts féministes), soit au contraire qu'ils l'exacerbent jusqu'aux limites légales* » (Allouch, Muller, 2021 : 15). Nous choisirons ici de porter notre regard sur cette première idée, celle de l'usage de ce medium pour produire un discours « autonome », « à distance du discours dominant », comme dans le cas des podcasts féministes.

Si les médias *mainstream* sont un lieu d'expression d'un discours hégémonique où les femmes sont subordonnées aux hommes au motif de leur genre, et notamment les femmes politiques, qui font l'objet d'une double subordination, dans leur milieu professionnel et dans leur représentation médiatique, les podcasts natifs semblent amorcer une piste pour remédier à ces inégalités de représentation. Joël Ronez, président du studio de podcasts Binge Audio, expliquait dans un entretien collectif donné sur Facebook Live en avril 2018 : « *Ce que disait Apple il y a quelques années : tout ce qui est crime story, tout ce qui est sport et tout ce qui est fille, girl, féminisme etc... ces trois sujets marchent bien, avec sur le podcast français une prime à l'expression de sujets féminins voire féministes parce que ces sujets ont peu leur place dans les médias mainstream. [...] Le fait qu'on puisse avoir aujourd'hui des productrices qui s'emparent de sujets avec leurs regards et leurs angles a primé* »<sup>6</sup>. Les podcasts natifs, parce qu'ils sont conçus pour une diffusion web et qu'ils ne seront pas diffusés à la radio, représentent ainsi un outil pour s'emparer de certains sujets à sa manière, et ainsi de proposer de nouveaux récits médiatiques.

Avec l'existence d'écrits universitaires sur les inégalités de traitement médiatique subies par les femmes politiques et les pistes de réflexion sur l'outil du podcast natif pour fournir des représentations variées et moins discriminantes des femmes, l'objet d'étude de ce mémoire propose de relier ces deux sphères. Ainsi, nous étudierons les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes. Notre étude se concentre sur trois podcasts : *Popol* - un talkshow politique français, *Euroïnes* – des portraits de femmes de la bulle politique européenne à Bruxelles, et *Ma question à Angela Merkel* - une fiction documentaire autour du personnage d'Angela Merkel. Le choix de ces trois podcasts est le résultat d'une enquête préliminaire sur l'ensemble des podcasts politiques francophones disponibles sur les principales plateformes d'écoute les plus répandues et faciles d'accès, à savoir : Spotify, Apple Podcast et Acast.

La première difficulté rencontrée a été de définir le « politique ». Des femmes cinéastes, écrivaines, philosophes, des femmes travailleuses de tous horizons ne peuvent-elles pas parler de politique si elles n'entament pas de carrière en politique ? Si. Alors, comment classer des podcasts comme *Les Mariannes*, qui se définit comme « le podcast de conversation avec des citoyennes engagées » sur son site web ? Que

---

<sup>6</sup> Wattecamp, M. « Le podcast natif crée-t-il de l'engagement ? », *Effeillage*, 2019/1 (n°8), pp. 37-42.

penser de *Femmes et frontières* de Romane Frachon, qui propose de donner de la visibilité aux femmes migrantes ? Nous avons choisi pour cette étude d'entendre le politique au sens de l'exercice du pouvoir politique, le travail politique, les métiers du champ politique, ce qui correspond à la deuxième définition de l'adjectif « politique » du CNRTL : « *relatif aux affaires de l'Etat et à leur conduite* » et au substantif « *personne qui s'occupe de la conduite des affaires de l'Etat* ». Nous ne nions pas le caractère politique des deux exemples de podcasts cités précédemment, mais ceux-ci répondent simplement à une autre interprétation du « politique ».

Puis, en dressant un tableau où étaient récapitulées l'ensemble des métadonnées de ces podcasts, il est apparu que certains d'entre eux s'étaient constitués en non-mixité féminine ou, du moins, faisaient de femmes politiques leur objet central. Les métadonnées recueillies pour dresser ce tableau analytique de l'offre de podcasts politiques francophones étaient les suivantes : le nom du podcast, sa description sur la plateforme d'écoute, sa date de création, le nombre de saisons et d'épisodes, la longueur des épisodes, la fréquence de parution, s'il s'agissait d'un podcast natif ou non, le genre / angle choisi pour parler de politique, la personne à l'origine du podcast, et une rubrique « commentaires » où je répertoriais si un focus sur les femmes politiques ou sur l'identité des personnes interrogées était précisé.

L'analyse de ce tableau a mis en évidence une base commune entre plusieurs podcasts. En effet, *Popol*, *Euroïnes* et *Ma Question à Angela Merkel*, sont des podcasts natifs, ayant comme objet central le sujet politique, avec comme particularité d'avoir comme interlocutrices privilégiées : des femmes. Ils apparaissaient alors, en dépit de leurs formats variés (interview, talkshow, fiction documentaire), comme des objets pouvant être rassemblés et comparés, l'objectif étant de porter notre regard sur les inégalités de traitement médiatique des personnalités politiques en raison de leur genre.



*pas une catégorie, mais elles se retrouvent dans toutes les catégories, par définition* » (Bereni & Lepinard, 2004 : 82). De plus, les femmes peuvent correspondre à des situations sociales très disparates. Une femme racisée ou non-racisée, précaire ou non, handicapée ou valide ne connaîtra pas la même réalité sociale et il existe un risque évident à employer la catégorie femme, qui est le risque d'essentialisation d'une nature féminine. Ce mémoire s'est ainsi écrit dans la conscience des réalités multiples existantes derrière le terme « femme » et propose ainsi de l'écrire au pluriel.

Il m'est important d'indiquer que le choix de ce sujet de mémoire a été motivé par mon parcours personnel. J'ai eu l'occasion de travailler au sein d'un groupe de défense d'intérêt du secteur audiovisuel à Bruxelles, et d'évoluer dans l'univers de la « bulle européenne », au milieu des assistants parlementaires, des députés et commissaires européens, des lobbyistes et des communicants. J'y ai remarqué des inégalités de genre et du sexisme, mais j'y ai aussi beaucoup été sensibilisée par des professionnels que je rencontrais qui m'ont donné des conseils. Cette expérience m'a offert un regard interne sur le sexisme en milieu politique, que j'ai souhaité ensuite réinvestir dans mon mémoire de recherche, en m'appuyant aussi et surtout sur la réalité de ces inégalités de genre dans la vie politique française et dans le traitement médiatique associé. Intéressée par la thématique du genre et persuadée de sa pertinence pour approcher la sphère médiatique, j'ai déjà eu l'occasion de travailler sur les thématiques des masculinités en milieux sportifs (gymnastique rythmique, surf), et d'écrire un premier mémoire sur les festivals de films de surf, comme lieu de discussion des inégalités de genre dans le milieu sportif. Ainsi, j'ai souhaité poursuivre dans cette lignée, en investissant cette fois le milieu politique, à travers le podcast et non plus les films. C'est donc à la suite de ce parcours, à la fois universitaire dans le choix de mes précédents objets de recherche, et professionnel avec notamment cette expérience dans un contexte politique, que je me suis tournée vers des podcasts politiques natifs, donnant la parole aux femmes : *Popol*, *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel*.

Les questions qui guident l'analyse de ces podcasts sont les suivantes :

- Comment s'est mise en place la création de podcasts politiques donnant la parole aux femmes / en non-mixité ?
- Quelles sont les conditions dans lesquelles les femmes sont invitées à s'exprimer ?
- Quelles représentations des femmes politiques ces espaces de parole donnent-ils ?

- Permettent-elles de lutter contre les stéréotypes associés aux femmes politiques dans les médias *mainstream* ?

L'hypothèse principale de cette recherche est que la création d'espaces médiatiques spécialisés et en non-mixité permet de proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels.

Les hypothèses secondaires sont : (1) le podcast est un outil privilégié pour servir cet objectif en raison de ses conditions d'accès peu coûteuses et accessibles sans connaissances techniques poussées, et (2) ces espaces médiatiques 'petits et spécialisés' représentent un tremplin professionnel, au sens où ils sont la première étape d'une initiative plus large pour permettre aux femmes politiques d'accéder à une parole médiatique moins soumise aux stéréotypes.

La méthodologie employée pour analyser ces trois podcasts et tenter de répondre à ces questions de recherche et chercher à confirmer ou infirmer ces hypothèses s'appuie sur une analyse qualitative, déployée sur deux plans.

La première phase de l'analyse a été la réalisation d'entretiens sociologiques avec les créateurs et créatrices de ces podcasts. J'ai rencontré Léa Chamboncel qui a fondé et anime *Popol*, Fanny Devaux qui a co-créé et co-anime *Euroïnes*, et Antoine Lheureux, producteur du podcast *Ma question à Angela Merkel*. Mon entretien avec Léa Chamboncel n'a malheureusement pas été réalisé dans les conditions que je prévoyais puisque nous avons dû correspondre, à sa demande, par téléphone plutôt que nous rencontrer en présence physique, en raison d'une période très intense en travail de son côté. Pour les deux entretiens qui ont suivi, je suis allée à Bruxelles pour m'entretenir avec Fanny Devaux et Antoine Lheureux sur place. J'ai d'abord eu rendez-vous dans les bureaux de Bulle Média, le studio de podcast qu'Antoine a fondé, où j'ai pu visiter le studio d'enregistrement. Si je me suis entretenue avec lui, c'est qu'il est à la tête de ce studio et qu'il est l'interlocuteur privilégié de Bulle Média dans le cadre de sollicitations. Dans un deuxième temps, j'ai rencontré Fanny à proximité du Parlement Européen où elle travaille, pour discuter d'*Euroïnes*. Si elles sont deux, avec Margaux Cognard, à avoir lancé *Euroïnes*, je n'avais contacté que Fanny car nous avons une relation en commun et que j'ai facilement pu la joindre. De manière générale, le processus de contact s'est effectué de la même manière : d'abord par mail (pour Léa

Chamboncel et Antoine Lheureux) ou par Whatsapp (pour Fanny Devaux dont j'avais le numéro), suivi de relances avant d'obtenir une première réponse, puis un échange virtuel pour convenir d'un lieu et d'une date d'entretien, pour finir par la concrétisation de cette rencontre. J'ajoute une précision : pour obtenir l'adresse mail de Léa Chamboncel, j'avais repéré l'enregistrement exceptionnel d'un des épisodes de son podcast *Popol* au Point Éphémère à Paris, et j'ai profité de l'occasion pour y assister et échanger quelques mots avec elle à la fin de l'enregistrement pour obtenir son contact.

La deuxième phase a été la réalisation d'une étude de contenu non-exhaustive, qui s'est traduite en l'écoute d'épisodes des différents podcasts et d'analyse de ces écoutes en fonction d'un tableau réalisé en amont. Je me suis appuyée sur la méthode fournie par M. Lundström et T. Poletti Lundström publiée en 2021 sur la manière de réaliser une « *podcast ethnography* »<sup>7</sup>. Pour les deux auteurs, il faut passer par trois étapes : la première consiste à étudier les métadonnées des podcasts. La deuxième à analyser le contenu de ces podcasts (c'est-à-dire qui parle avec qui, cela montre la construction de groupes internes et externes, les 'primary speakers' (hôtes des podcasts) et 'secondary speakers' (les invités des podcasts). La dernière étape étudie le rôle du podcast dans un réseau donné (Latour, 1987). Ainsi, ces deux premières étapes ont été mobilisées dans un tableau, dont les catégories ont permis la comparaison des différents épisodes des trois podcasts étudiés. Pour définir les catégories de ce tableau, je me suis appuyée sur les écrits de Sandrine Lévêque et Catherine Achin sur les représentations médiatiques des femmes politiques dans les médias *mainstream*, ainsi que ceux de Pierre-Emmanuel Guigot sur les masculinités politiques dans les médias. L'idée était de relever, dans l'écoute de chaque épisode, la présence ou l'absence de caractères stéréotypiques liés au masculin et au féminin habituellement présents dans les médias *mainstream*. Le tableau est ainsi réparti en deux grands blocs : le contexte (métadonnées, habillage, le sujet du podcast et les invité.e.s) et le contenu, qui correspond aux caractères stéréotypiques usuellement retrouvés dans les médias *mainstream* quand des femmes politiques sont invitées (référence à la sphère domestique et à l'intimité, l'attention au physique et au corps, l'identité de genre comme ressource politique, le type de voix et le degré d'assurance, d'aisance, les manières de se référer aux hommes et femmes politiques, les références faites à leur genre par les hôtes des podcasts et leurs invités

---

<sup>7</sup> Lundström, M & Poletti Lundström, T., « Podcast ethnography », *International Journal of Social Research Methodology*, 2021, 24:3, pp. 289-299.

du podcast, la prédominance du témoignage concret et du récit de vie plutôt que des références à de grandes questions).

Cette étude s'appuie sur une analyse de l'entièreté des épisodes de *Euroïnes* (soit 9 épisodes, chacun d'une durée comprise entre 25 et 45 minutes) et de *Ma question à Angela Merkel* (soit 12 épisodes, chacun d'une durée proche de 20 minutes), et sur 18 épisodes de *Popol* (chacun d'une durée comprise entre 30 minutes et 1 heure). La sélection de ces dix-huit épisodes s'est faite de manière à obtenir assez de matière et d'analyse de contenus pour obtenir une étude représentative de l'entièreté de l'offre de *Popol*. Pour cela, j'ai sélectionné, sur la base du hasard, un épisode par mois de publication (de novembre à juin), sur les deux saisons du podcast. De plus, et nous y reviendrons dans le troisième chapitre de ce mémoire, *Popol* a vu son offre déclinée avec un nouveau podcast, *Popol Talks*, lors de la réalisation de ce mémoire. J'ai ainsi eu le temps d'inclure une écoute du premier épisode de ce spin-off de *Popol*, qui propose des portraits de femmes engagées en politique, qui était le seul épisode sorti au moment de la réalisation de cette étude.

À l'aide de l'écoute attentive de cette quarantaine d'épisodes des trois podcasts sélectionnée, nous tenterons de répondre aux questions de recherches présentées précédemment, et chercherons à confirmer ou invalider les hypothèses développées. Pour ce faire, il conviendra dans un premier temps d'appréhender le podcast natif comme un espace médiatique bricolé, employé comme outil d'expression pour des groupes socialement dominés. L'objectif sera de mettre en lumière la situation des femmes politiques dans les médias comme cible d'une double domination masculine, de présenter les podcasts faisant l'objet de cette étude, et de voir comment ces initiatives médiatiques en marge des médias *mainstream* permettent de se faire une place dans l'espace public. Dans un deuxième temps, notre regard se portera sur la liberté éditoriale du podcast natif, potentiellement profitable pour les femmes politiques comparé aux médias *mainstream*. Successivement, nous aborderons la manière dont notre objet d'étude permet d'encourager un discours contre hégémonique grâce à la non-mixité, les tentatives de prise de distance avec les représentations stéréotypées traditionnelles, mais aussi l'efficacité de cette tentative freinée par un renforcement des rôles genrés en politique. Dans un dernier temps, nous verrons comment, au-delà du sujet politique, les podcasts étudiés constituent des outils d'*empowerment*. Ils seront d'abord appréhendés comme des tremplins professionnels

pour leurs créateurs et interlocuteurs, puis nous observerons que les podcasts sont souvent un point de départ vers la création d'organisations professionnelles plus larges. Enfin, nous questionnerons leur capacité à dépasser l'*empowerment* politique qu'ils offrent, pour transformer les structures sociales.

## **Chapitre 1 : Le podcast natif, un espace médiatique bricolé d'expression des dominés**

---

L'écosystème médiatique que nous connaissons actuellement en France est marqué par une offre pléthorique de contenus informationnels. L'arrivée d'internet et l'émergence du web 2.0 à la fin des années 1990 et au début des années 2000 sont souvent caractérisées comme la phase d'irruption des « sans voix » dans le débat public, à l'aide des blogs, médias alternatifs et réseaux sociaux, soit une ouverture du débat public avec de nouveaux acteurs et de nouveaux producteurs. Les podcasts natifs, c'est-à-dire les podcasts créés indépendamment d'un programme diffusé à la radio, s'inscrivent dans cette phase de développement de nouveaux formats médiatiques. Nous chercherons ici à comprendre quelles sont les motivations qui ont conduit la création de podcasts natifs politiques destinés à une prise de parole féminine. Pour cela, il convient d'abord d'étudier la manière dont les femmes politiques sont représentées dans les médias de masse, pour comprendre la création d'espaces médiatiques plus petits et spécialisés.

### **I. LA FIGURE DE FEMME POLITIQUE DANS LA SPHERE MEDIATIQUE, UNE POSITION DOUBLEMENT DOMINEE**

Lorsque des médias *mainstream* offrent un espace de parole ou de représentation à des femmes politiques, celles-ci vont se retrouvées piégées au cœur de deux sphères discriminantes : celle des médias, et celle de la politique. C'est cette position doublement dominée que subissent les femmes politiques dans les médias *mainstream* que nous commencerons par décortiquer.

#### **1.1 La représentation stéréotypée des femmes dans les médias *mainstream***

Nous l'indiquons en introduction de ce mémoire, les médias sont un « *lieu de construction et de circulation des représentations collectives (...) qui construisent le genre autant qu'ils le représentent* » (Allouch & Muller, 2021 : 14). Les représentations qu'ils fournissent du social ne sont pas anodines puisqu'elles s'appuient sur des systèmes de valeurs où toutes les catégories ne sont pas égales, notamment en raison du genre.

Avant de chercher à comprendre comment sont représentées les femmes dans les médias, il faut revenir à leur présence même dans la sphère médiatique. Selon la dernière étude du CSA, depuis devenu Arcom, sur la représentation des femmes à la télévision et à la radio datant de 2020 et réalisé en collaboration avec l'INA, la part de femmes présentes à l'antenne est de 41% pour 59% d'hommes. Surtout, leur temps de parole, à la télévision et à la radio confondues, ne s'élève qu'à 35% du temps total, et comptait une baisse de deux points de pourcentage comparé à l'année précédente<sup>8</sup>. Statistiquement, les femmes rencontrent plus de difficultés à prendre la parole ou à être représentées dans les médias. Si l'on croise d'ailleurs cette étude avec les travaux du CSA sur la représentation des minorités, on se rend compte qu'une femme blanche a toujours plus de probabilité d'être présente médiatiquement qu'une femme racisée, il en va de même avec des femmes moins éduquées ou plus précaires. La figure hégémonique dans les médias français reste ainsi une figure masculine, blanche, hétérosexuelle, que n'importe quelle femme ne saurait égaler.

Si les femmes, de manière générale, peinent ainsi à avoir une place dans l'espace médiatique, leur chemin ne s'arrête pas là. Une fois présentes dans les médias, elles font effectivement l'expérience d'une nouvelle discrimination : la manière dont elles sont représentées. En se fiant au rapport national du GMMP de 2020<sup>9</sup>, l'étude de grande ampleur pour mesurer à l'échelle mondiale la représentation des femmes et le sexisme dans les médias d'information, on apprend que « *les thèmes principaux des médias restent très largement l'affaire des hommes : l'économie huit fois sur dix, la politique trois fois sur quatre* » (Couloum-Gully, Meadel, 2022 : 13). Enfin, la part de femmes dans les experts présents médiatiquement reste toujours minoritaire avec seulement une femme sur quatre experts interrogés. Les autrices du rapport insistent : « les médias, rappelons-le, ne sont pas le reflet de la réalité : ils l'interprètent ». Ainsi, leur

---

<sup>8</sup> La représentation des femmes à la télévision et à la radio - Rapport sur l'exercice 2020.

<sup>9</sup> Couloum-Gully, M. et Meadel, C. Rapport National, GMMP 2020.

représentation ne sera pas fidèle à la diversité des femmes de la société française, mais sera soumise à des stéréotypes bien installés : « *les femmes présentes dans les médias sont moins qualifiées, occupent des positions sociales plus dominées, sont plus souvent caractérisées par leurs liens familiaux, plus souvent prises en photo, moins dotées d'autorité et en moyenne plus jeunes que leurs homologues masculins* » (Couloum-Gully, Meadel, 2022 : 14).

De nombreuses autres études et travaux universitaires font également état des stéréotypes de genre dans la publicité qui circule dans les médias. Les femmes y subissent un sexisme particulièrement exacerbé. Stéphanie Kunert explique ainsi que la publicité utilise particulièrement le stéréotype, que l'on peut définir comme un « *ensemble réduit de caractéristiques attribuées de façon récurrente, répétitive, à une catégorie construite* »<sup>10</sup>. Ainsi les femmes sont souvent associées aux figures de femme lointaine ou de femmes soumises, et les qualités associées à la féminité sont les femmes qui sont associées à l'enfance : espièglerie, enjouement, timidité, gentillesse (Goffman, 1977). Les publicités co-construisent des représentations genrées dans les médias, à côté des contenus informationnels.

Pour revenir au rapport du GMMP, celui-ci met également en lumière le fait que sur quatre personnalités politiques présentes dans l'espace médiatique, trois d'entre elles seront des hommes. Dans les médias *mainstream*, nous l'avons vu, les femmes sont sous-représentées, et soumises à des stéréotypes de genre quand elles le sont (jeunes, moins qualifiées, socialement dominées, associées à leur sphère familiale, peu autoritaires, associées à des photos et une dimension esthétique de leur prise de parole...). Qu'en est-il de la catégorie des femmes politiques ? D'après la littérature scientifique « *les médias jouent un rôle important dans la construction d'un modèle féminin ou masculin de rapport à la politique* » (Guionnet & Neveu, 2021 : 290). Mais avant d'examiner la représentation des femmes politiques dans les médias, étudions la place qu'occupent les femmes dans la sphère politique, afin de mieux comprendre le contexte professionnel dans lequel ces femmes s'investissent, et quelle réalité elles y vivent.

---

<sup>10</sup> Kunert, S. *Publicité, genre et stéréotypes*, Fontenay-le-Comte, Lussaud, coll. L'Impensé contemporain, 2013, p. 197.

## 1.2 Être une femme dans la sphère politique, une position discriminée au motif du genre

Certains milieux professionnels constituent des sphères de pouvoir où, de nouveau, le genre féminin est décrié. On pense notamment au milieu sportif, terrain privilégié de l'expression de masculinités hégémoniques (Connell, 1992 ; Hargeaves, 1994 ; Fraysse & Mennesson, 2009 ; Laberge, 2004), où est mise en scène l'« *apparente supériorité* » des hommes sur les femmes (Laberge & McKay, 2006 : 9). Mais c'est aussi le cas du milieu politique en France, où l'on peut observer que « *seuls les mâles sont aptes à s'engendrer comme citoyens, à se coopter entre eux, en tant que dirigeants et responsables politiques* » (Guionnet & Neveu, 2021 : 249). Comment, alors, exister en tant que femme dans un monde d'hommes ? Comment les femmes trouvent-elles leur place, là où on ne veut pas la leur donner ? Pour s'insérer dans cet univers machiste, les femmes devront trouver leur place dans des spécialisations dictées par leur genre. Ainsi, « *il semble donc réellement possible d'esquisser certains types de pratiques plutôt masculines ou féminines du pouvoir. L'un des facteurs explicatifs de ces différences tient non pas à une « essence » féminine ou masculine, mais à la traduction dans l'espace politique de la répartition des rôles genrés dans la sphère privée, les femmes étant « marquées » dans leur façon de faire par les injonctions qu'elles y subissent en termes de qualités, de préoccupations et de compétences* » (Guionnet & Neveu, 2021 : 291). Une nouvelle fois, le genre apparaît bien comme une construction sociale et non relevant d'une nature innée, et comme base de hiérarchisation du social, où les femmes se retrouvent situation de dominées.

Les femmes trouveraient alors des manières de faire de la politique « à leur manière », si l'on reprend l'hypothèse d'un « *apprentissage spécifique des rôles politiques qui conduirait les femmes à des carrières distinctes de celles des hommes* » (Gris, 2017 : 230). L'auteur explique également le faible taux de féminisation des responsabilités nationales par le peu de capitaux que les femmes en politique parviennent à acquérir, et qui sont les plus valorisés dans ce milieu. Elles occupent généralement « *des positions moins prestigieuses que les hommes, et souvent dans des domaines reproduisant les stéréotypes de sexe (éducation, social), y compris lorsqu'elles sont expérimentées et tentent de développer des stratégies de dépassement de la répartition sexuée du travail politique* » (Gris, 2017 : 232).

Enfin, Sandrine Lévêque qui a travaillé sur la féminisation du champ politique français affirme que l'espace politique représentatif est excluant pour les femmes et qu'on « *leur a longtemps interdit l'apprentissage des règles de la politique 'légitime'* », au profit « *d'une figure genrée du représentant politique conforme au modèle d'une masculinité hégémonique [Connell, 2014 ; Arambourou, 2013], bourgeoise, blanche et hétérosexuelle* » (Lévêque, 2021 : 123).

Nous tirons comme conclusion de ces deux premières explorations des sphères médiatique et politique que les femmes correspondent à une catégorie dominée en raison de leur genre, et nous faisons ainsi état d'une double domination pour les femmes politiques qui seront représentées dans des contenus médiatiques. Dans les deux cas, une figure fait autorité et assoit sa domination : il s'agit de la figure d'un homme blanc, hétérosexuel, de classe sociale supérieure. Cette réalité décrite dans les recherches présentées successivement est particulièrement vraie dans les médias *mainstream*, mais pourrait être différente dans des espaces que nous imaginons en marge de ces productions médiatique dominantes, de masse. Notre objet d'étude pour ce mémoire, les podcasts natifs politiques encourageant une parole féminine, semble alors avoir le potentiel de proposer un autre système de hiérarchisation du social, avec de nouvelles figures de références.

### **1.3 Créer un podcast politique : un médium au cœur d'une double domination**

Les premiers points évoqués dans cette recherche font état d'une double domination des femmes politiques dans la sphère médiatique. Dans leur sphère professionnelle comme dans leur prise de parole ou dans les références qui leur sont faites dans les médias *mainstream*, l'image qui leur est associée les enferme dans un rôle de genre.

Aussi, l'idée de lancer son podcast natif politique, en y représentant en large majorité, voire en exclusivité, des femmes politiques, s'inscrit au cœur de cette double domination et ne constitue pas un acte anodin. Les créateurs de ces podcasts sont-ils les mêmes journalistes qui « *semblent prendre plaisir à mettre en exergue des qualités toutes 'féminines' de certaines femmes politiques* » ? Vont-ils eux aussi être « *plus*

*attentifs à l'apparence physique des femmes (vêtements, physique, coiffure, etc.)* » lorsqu'ils « *les appellent souvent par leur prénom, les photographient avec mari et enfants, dans des activités de loisir, etc.* » (Guionnet & Neveu, 2021 : 290) ? Par définition, les podcasts natifs ont dans leur ADN l'esprit de médias alternatifs et indépendants, comme nous l'indiquions en introduction. Pour cette raison, nous pouvons imaginer qu'ils puissent être aux mains de producteurs d'information différents des journalistes et producteurs de médias *mainstream*, et qu'ils puissent prendre conscience de la situation de domination que subissent les femmes politiques dans les médias et ainsi les aider à s'en affranchir.

En effet, dans leur article paru en 2021 sur la construction médiatique des masculinités, Allouch et Muller montrent que « *l'observation de formats médiatiques plus récents révèle l'émergence d'espaces de discussion et d'hybridation des modèles de masculinité dominants, mais toujours au sein de supports relativement éloignés des pôles du pouvoir politique et économique. C'est le cas du podcast* »<sup>11</sup>. Aussi est-il possible d'imaginer que, en comparaison avec les médias *mainstream*, les podcasts natifs choisis pour cette étude pourraient avoir conscience de l'univers discriminant dans lequel ils s'insèrent et proposer ainsi d'autres représentations moins stéréotypées des hommes et femmes politiques. Dans la même étude, les auteurs expliquent aussi que « *les espaces plus éloignés de ces pôles montrent des discours plus autonomes, par exemple lorsqu'ils participent de la mise en distance du discours dominant sur les masculinités (podcasts féministes), soit au contraire qu'ils l'exacerbent jusqu'aux limites légales* » (Allouch & Muller, 2021 : 15).

Face aux risques d'être invisibilisées ou délégitimées lorsqu'elles figurent dans l'espace médiatique, les femmes politiques pourraient voir dans la création de podcasts natifs qui abordent le sujet politique un lieu de discours plus autonome, une voie d'expression en marge de l'univers discriminant qu'elles connaissent. Mais alors, comment ont été pensés les podcasts qui figurent au cœur de notre étude ? Par qui ont-ils été créés et avec quelles motivations ? Surtout, à quoi ressemblent-ils ? Il s'agit à présent de prendre un temps pour décortiquer l'identité des trois podcasts qui constituent notre objet de recherche.

---

<sup>11</sup> Allouch, A., Muller, C. « Des médias et des hommes. Analyser la construction médiatique des masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. 17.

## II. MONOGRAPHIES DE TROIS PODCASTS FRANCOPHONES QUI S'INSCRIVENT DANS CE CADRE

Prendre un temps pour étudier les mécanismes de sexisme qui sont à l'œuvre dans les sphères politiques et médiatiques nous permet de mieux appréhender la création d'espaces médiatiques en marge des productions *mainstream*. Cette partie propose trois études de cas successives des podcasts retenus pour l'étude, suivies d'une synthèse où nous verrons comment, malgré leurs modes narratifs différents, ces podcasts présentent comme constante de laisser s'exprimer des voix féminines pour aborder le sujet politique.

### 2.1 *Popol*, le talkshow politique français de Léa Chamboncel

Le premier podcast choisi pour cette étude se définit comme « le podcast politique qui donne la parole aux femmes » : il s'agit de *Popol*. Ce talkshow d'actualité politique française a été lancé en novembre 2020 par Léa Chamboncel. Il compte aujourd'hui deux saisons et une cinquantaine d'épisodes. Il est accessible sur diverses plateformes d'écoute comme Spotify, Apple Podcasts, Deezer, Audible, RSS, Google Podcasts, et Podtail.

Dans chaque épisode, Léa Chamboncel choisit un sujet et invite trois femmes politiques à prendre la parole. Certains épisodes sont ponctués d'une chronique de politique internationale, par la journaliste Clothilde Le Coz.

Il s'agit du deuxième podcast lancé par Léa Chamboncel. Après *Place du Palais Bourbon*, qu'elle qualifie du premier podcast politique natif en France, la podceuseuse m'explique lors de notre entretien : « Avec *Place du Palais Bourbon* je faisais les interviews, mais pas forcément suffisamment de débats. Je voulais plus un talk-show. (...) l'invisibilisation des femmes dans les médias c'est un problème. (...) Moi j'ai évolué dans le milieu politique, je connais beaucoup d'assistants parlementaires, de députés, et en leur en parlant je me rendais compte qu'il y avait énormément d'expertise qui n'était jamais valorisée et je trouvais ça dramatique. (...) et c'est

*comme ça que j'ai lancé Popol en novembre 2020. Parce que je voulais casser un peu les codes, tu vois, du talkshow politique. »*

Un nouveau podcast qui naît donc de la volonté précise de permettre à des femmes de parler de politique. Si elle s'est fait aider d'un directeur artistique au lancement et de quelqu'un pour créer son générique, la signature sonore du podcast, Léa Chamboncel mène ce podcast de A à Z, de l'écriture des épisodes à la mise en ligne, en passant par la production, l'enregistrement, la communication sur les réseaux sociaux ou l'identité visuelle et la création de graphismes. Rejointe à de nombreuses occasions par Clothilde Le Coz pour la rubrique internationale, Léa Chamboncel gère cette production à sa manière : les enregistrements se passent via Zoom, qu'elle justifie par souci d'accessibilité : *« Ça permet aux meufs qui ne sont pas à Paris, surtout parce que je ne voulais pas que ce soit un truc de Parisiennes, de pouvoir participer. (...) Par exemple lorsqu'il y a eu un rebond de guerre en Palestine, j'ai pu faire intervenir quelqu'un qui était à Gaza, tu vois. La volonté c'est le rendre accessible. »*. Cependant, au fil de la deuxième saison, et comme il a été mentionné en introduction, *Popol* s'est organisé sous forme d'événements *live*, où le public pouvait assister à l'enregistrement. Ainsi, le Point Éphémère situé dans le 10<sup>ème</sup> arrondissement de Paris a mis à disposition une partie de ses espaces pour ces enregistrements.

En ce qui concerne la production du podcast, la créatrice refuse les financements d'entreprises privées, puisqu'elle considère faire *« un truc d'intérêt général et les intérêts particuliers n'ont rien à voir dans cette histoire, surtout pas les intérêts commerciaux et industriels »*. Après une première levée de fonds auprès de son public sur internet, elle explique être en autoproduction totale pour le moment. Elle ajoute : *« je travaille à côté car c'est le modèle-type le plus cohérent pour moi et je n'avais pas envie qu'une entreprise profite du travail que je produis pour aller faire du féminisme-washing ou que sais-je »*. C'est également Léa Chamboncel qui gère la communication du podcast, sur Twitter, TikTok et Instagram depuis ses comptes personnels, où elle publie les actualités de son podcast.



Le logo de *Popol*

*Popol* est ainsi un podcast qui se déroule en non-mixité, où trois invitées débattent de sujets d'actualité politique nationale qu'a préparés Léa Chamboncel, qui, elle, anime la discussion se déroulant sur Zoom ou pour certains épisodes enregistrés en public, au Point Ephémère. Avec une soixantaine d'avis en ligne et une note de 4,8/5 sur Apple Podcast, Léa Chamboncel semble avoir rencontré sa cible. Voici donc le portrait du premier podcast qui servira de base d'étude à ce mémoire sur les podcasts politiques favorisant une parole féminine. Le deuxième que nous allons étudier propose un format différent : c'est *Euroïnes*.

## **2.2 *Euroïnes*, des portraits de femmes de la bulle européenne de Fanny Devaux et Margaux Cognard**

*Euroïnes* est le fruit d'une rencontre, en 2020. Celle de Fanny Devaux, assistante parlementaire pour un eurodéputé du groupe Renew Europe, et Margaux Cognard, à l'époque présidente de la branche bruxelloise de l'association « Sciences Po au féminin ». Quand Fanny raconte les débuts d'*Euroïnes* lors de l'entretien, elle explique : « *elle était présidente de la branche ici et je lui ai dit que l'asso, c'était bien, mais que j'avais envie de faire un truc plus large. Et d'entendre les femmes, tu vois. Elle m'a dit : 'pourquoi pas, est-ce que ça te dirait de faire un podcast ?' Et on est parties là-dessus. On ne se connaissait pas, on ne s'était jamais vues, et on s'est dit let's go, on va faire un podcast ensemble (rires).* »

Ainsi se lance le concept d'*Euroïnes*, des portraits de femmes de la bulle européenne, pour les rendre visibles. Le premier épisode lancé en février 2021 sera suivi d'une dizaine d'épisodes, des rencontres en français et en anglais, disponibles sur diverses plateformes d'écoute (Spotify, Apple Podcast, Podtail, Pocket Casts, Google Podcasts,

RSS). Son slogan est « La voix des femmes qui font l'Europe / The voice of women making Europe », et est décrit par ses deux créatrices de la façon suivante, pour ceux qui rencontrent le podcast pour la première fois en ligne : « *Bienvenue, vous écoutez Euroïnes. Euroïnes est un podcast qui donne la parole aux femmes qui font l'Europe. Elles vous racontent leur parcours, leurs succès mais aussi leurs échecs et vous partagent leurs conseils. Euroïnes, c'est l'occasion de comprendre quelle est la place des femmes à Bruxelles, un lieu de pouvoir ... si particulier.* »

Margaux Cognard et Fanny Devaux organisent leurs enregistrements à distance avec le logiciel Zencast, qui envoie un lien à la femme interrogée, sur lequel elle se connecte pour discuter avec les animatrices du podcast, pendant que le logiciel enregistre le son de son ordinateur. De leur côté, Margaux et Fanny utilisent un micro pour leurs voix. Elles montent ensuite le podcast elles-mêmes avec Audacity et utilisent Anchor pour la mise en ligne de leur podcast, qui se charge de diffuser les épisodes sur les plateformes d'écoute. Elles auto-produisent ce podcast, qu'elles qualifient de hobby et qu'elles ne monétisent donc pas. Elles gèrent également la communication d'*Euroïnes* via un site internet (<https://euroines.eu>) et un compte Instagram (@eu.roines).



Le logo d'*Euroïnes*.

En se concentrant à chaque épisode sur une nouvelle femme investie en politique au niveau Européen, Margaux et Fanny ont pour ambition de représenter toutes les femmes de la bulle européenne, dans leur diversité. Une ambition qui nous fait penser à celle de *Popol*. En revanche, le troisième podcast qui nous sert de base d'étude, *Ma question à Angela Merkel*, a été conçu différemment. C'est l'objet que nous allons à présent explorer.

### 2.3 *Ma question à Angela Merkel, la fiction documentaire du studio Europod*

*Ma question à Angela Merkel*, un podcast défini comme “*a news podcast series about the most influential European political figure of the 21st Century*”, a été lancé en septembre 2021, à l’initiative d’Antoine Lheureux. Cette fiction-documentaire est répartie en treize épisodes sur une saison (dont un épisode introductif, dix épisodes où se déroule la fiction-documentaire, et deux épisodes bonus) et est disponible en français, italien, espagnol et anglais sur diverses plateformes d’écoute, comme Spotify, Apple Podcasts, iTunes, Europod, Audible (Amazon) et RSS. On peut y lire cette description du podcast : « *Angela Merkel, la personnalité européenne la plus influente du XXIème siècle, s’apprête à quitter le pouvoir. Emilia, correspondante à Berlin pour un média européen, a été sélectionnée dans un pool de journalistes pour lui poser une question. Mais quelle question ? Elle mène l’enquête et réalise des interviews pour trouver LA bonne question* ». En s’appuyant sur une histoire fictive, celle d’Emilia, un personnage écrit pour ce podcast, et une histoire réelle, celle d’Angela Merkel, le podcast met en scène deux personnages principaux (des ‘primary speakers’) féminins, pour aborder un sujet politique. Elles sont rejointes par un personnage secondaire (des ‘secondary speakers’, au sens de M. Lundström et T. Poletti Lundström)<sup>12</sup> masculin, le collègue d’Emilia qui est mentionné dans quelques épisodes, et les personnalités interviewées, qui rassemblent hommes et femmes politiques.

Notamment nominé pour le Belgian Podcast Award dans la catégorie « News and Politics », *Ma question à Angela Merkel* est un podcast très différent des deux premiers que nous avons étudiés sur la question de sa production. Antoine Lheureux, que nous avons rencontré pour un entretien dans le cadre de cette recherche, est le chef de projet de ce podcast. Il a constitué une équipe pour le réaliser, et l’a financé via Bulle Média, l’entreprise de production de podcasts qu’il a créée il y a quatre ans. Deux ans après la création de Bulle Média, il fonde Europod, un réseau de podcasts réunis par l’intérêt des sujets européens. Le processus d’écriture de *Ma question à Angela Merkel*, qui est le premier podcast de Bulle Média, a été supervisé par Antoine, mais réalisé par Aurélie Brousse et Emma Belmonte, nous explique-t-il. « *Le but est d’intéresser le public aux*

---

<sup>12</sup> Lundström, M & Poletti Lundström, T., *Podcast ethnography*, *International Journal of Social Research Methodology*, 2021, 24:3, 289-299.

*affaires européennes par la figure de Merkel. (...) c'est une création originale donc financée par nous. On a une totale liberté éditoriale, on fait totalement ce qu'on veut, en revanche on n'est pas payés pour ça donc c'est de l'argent qui est sorti de Bulle Média pour financer ce projet* ». Si le financement de cette série originale vient d'eux, Antoine Lheureux a su s'entourer de partenaires pour produire *Ma Question à Angela Merkel*. Bulle Média s'est associée à Café Babel, qui est leur partenaire à Bruxelles et avec qui ils partagent leurs locaux, non pas dans une logique de partenariat financier, mais en termes de ressources humaines, puisque Café Babel les a aidés à trouver des journalistes pour travailler sur le podcast, mais aussi des voix, pour raconter cette histoire. Ensuite, Antoine explique : « *on a fait appel à des partenaires de diffusion, donc Toute l'Europe que vous connaissez en France, Linkiesta en Italie, Vox Europe ici à Bruxelles, mais c'est un projet financé par Bulle Média, qu'on a affiché comme un projet Europod car on voulait donner de la visibilité à Europod, avec tous ces partenaires-là* ». Le podcast a bénéficié d'un cadre professionnel, avec deux scripts (Emma et Aurelie), un producteur (Antoine), un producteur exécutif (Giulio Gipsy Crespi) et deux assistantes en charge de l'éditorial et de la communication (Anne Billoët et Angelica Mastro). L'enregistrement du podcast s'est donc déroulé dans leur propre studio, à l'exception des interviews conduites avec des hommes et femmes politiques, qui ont été enregistrées avec des micros. En tout, c'est une vingtaine de personnes qui ont été employées pour œuvrer à la création de ce podcast, ce qui en fait le projet audio doté des moyens les plus importants que nous avons étudié dans le cadre de ce mémoire.

Enfin, en ce qui concerne la communication éditoriale du podcast, celle-ci n'est pas indépendante, mais elle est intégrée à la communication d'Europod, la plateforme de podcasts européens attachée à Bulle Média. Les visuels et actualités de *Ma question à Angela Merkel* ont donc été publiés sur Instagram (@euro\_pod\_), Twitter (@Euro\_pod), Facebook (Europod) et sur le site internet <https://www.europod.eu>.



### Le logo de *Ma question à Angela Merkel*

La genèse de ce podcast semble ainsi différente de *Popol* et d'*Euroïnes*, puisque l'objectif premier est d'intéresser le public aux affaires européennes, et ce sont des voix de femmes politiques qui sont utilisées pour servir cet objectif. Mais il ne s'agissait pas, en premier lieu, de donner de la visibilité à des femmes politiques. Il convient maintenant d'étudier les points de convergence et de dissemblance de nos trois objets d'étude.

## **2.4 Trois modes narratifs différents avec pour constante : la représentation de femmes pour aborder la politique**

Cette partie à visée descriptive nous permet de mieux comprendre les objets médiatiques au cœur de notre analyse et de mieux s'en saisir pour la suite. Nous l'avons remarqué, entre un talkshow, des portraits et une fiction-documentaire, les formats de podcasts politiques sont multiples. Leurs visées aussi : proposer une narration attrayante pour attiser une curiosité sur des sujets peu vendeurs comme les affaires européennes, dresser des portraits de femmes qui peinent à se faire entendre dans la bulle européenne, permettre à des femmes politiques de débattre sur des sujets d'actualité entre elles, en non-mixité...

Ces podcasts ont, a priori, de grandes différences, qui se retrouvent également dans leur manière de fonctionner et d'être produits. L'un d'eux est entièrement rattaché à celle qui l'a créé et qui l'anime, il s'agit de Léa Chamboncel et son podcast *Popol*. L'image de marque de son podcast lui est associée, elle est seule à le produire et s'occupe aussi bien de sa communication que de sa préparation, son animation, son montage et sa diffusion, tandis qu'*Euroïnes* est beaucoup moins centré sur ses deux créatrices et parvient à une certaine autonomie grâce, par exemple, à une communication en ligne qui se fait via des canaux créés exprès comme le site internet et le compte Instagram. *Ma question à Angela Merkel* est encore différent : produit avec plus de moyens financiers, humains et techniques, il est, comme nous l'explique Antoine Lheureux, un podcast conçu pour mettre en valeur un savoir-faire. C'était aussi un projet fait pour en valoriser un autre « *je me disais qu'il faudrait à Europod une sorte de cover-série, donc une série sur laquelle on met beaucoup d'argent, on investit*

*beaucoup de temps pour donner de la visibilité à ce réseau* ». Ainsi, *Ma question à Angela Merkel* sert à communiquer sur le savoir-faire de Bulle média, le studio de production de podcasts d'Antoine Lheureux, et sur la qualité des podcasts proposés par le réseau Europod, qu'il a également créé.

Si tout semble différencier ces trois podcasts, qui n'auraient en commun que « le politique », il apparaît une autre ressemblance majeure, qui les unit et en fait un objet d'étude notoire : en dépit de leurs formats, de leurs moyens de production, de leurs manières de communiquer divergentes, ces trois podcasts choisissent de valoriser la présence de personnes et de personnages féminins, pour aborder le sujet politique. Or, comme nous le notions en introduction, si un rapport de force est bien présent dans la vie politique, c'est celui qui existe en raison du genre. Il n'est donc pas anodin de choisir de faire parler des femmes quand on s'attache à discuter d'actualité ou d'histoire politique !

À la manière des blogs politiques étudiés par Torterat en 2015, les podcasts appartiennent à une génération de médias favorisés par internet, et, comme le montrent les apports de Nathalie Blasco (2004 : 5) : « *le web permet de conduire des luttes sociales et des actions politiques 'en dehors du cadre politique institutionnel'* ». Des médias comme les blogs politiques et les podcasts politiques, objets créés en dehors de l'environnement médiatique *mainstream*, pourraient ainsi offrir « *la possibilité à des acteurs politiques autrefois considérés comme périphériques de consulter, de produire et de diffuser rapidement, de manière synchrone ou asynchrone, à moindre coût, des informations politiques multiformes* » (Torterat, 2015 : 65). Leur inscription dans un espace médiatique du politique non-institutionnel permet ainsi sûrement ce choix de voix féminines, autrement jugées illégitimes à s'exprimer.

Le podcast semble ainsi être un moyen d'expression privilégié pour exister dans l'espace public, pour ceux qui y étaient jusqu'alors invisibles. C'est le thème du développement qui suit.

### III. CREER SON PODCAST POLITIQUE, UN MOYEN D'EXISTER DANS L'ESPACE PUBLIC

#### 3.1 Un média que l'on peut « bricoler »

Si, nous l'expliquions, les podcasts sont un medium privilégié dans la construction d'espaces de parole politique en dehors du cadre institutionnel, ils sont aussi choisis pour leur aspect technique, ne nécessitant pas de compétences particulièrement poussées. Victoire Tuillion, la créatrice du podcast *Les couilles sur la table*, interrogée par Allouch et Muller en 2021<sup>13</sup>, explique que le podcast permet de faire face à des « *contraintes techniques moindres : cela permet de se passer des plateformes de production telles que Radio France en investissant d'autres canaux* ». Mais, au-delà de s'affranchir de grosses plateformes de production, le podcast est surtout un média comme l'on peut bricoler, expérimenter par soi-même, avec des outils simples. Si certains, comme Antoine Lheureux, viennent du milieu radiophonique et ont acquis un réel savoir-faire, au point d'en faire un métier, de créer un studio de production et d'investir dans du matériel, d'autres sont très éloignés de la technique radiophonique et parviennent tout de même à créer des espaces d'expression vocale.

Si la recherche d'une qualité sonore excellente, la création d'un objet médiatique à sonorité professionnelle avec une signature sonore (générique, jingle) peut être recherchée, le podcast est également le témoin d'un besoin d'expression, qui s'effectue dans un esprit « *do-it-yourself* » (Vrikki & Malik, 2019). Le résultat peut être moins soigné, moins net, mais tant que la voix est audible et que les idées parviennent à circuler, le podcast peut fonctionner. Ceux qui cherchent à s'exprimer vont ainsi pratiquer une sorte de bricolage technique, puisant dans leurs propres expériences ou en faisant appel à leurs relations, ou encore en acquérant des connaissances sur internet, à l'aide de tutoriels. Ce bricolage technique est ainsi aidé par le web, qui « *a donné à des formes infimes, incomplètes, subjectives et murmurantes de participation, l'opportunité d'émerger dans l'espace public* » (Tortérat, 2015 : 64).

---

<sup>13</sup> Allouch, A. et Muller, C. « Conditions de production d'un podcast sur les masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. 243.

Dans le cas d'*Euroïnes* et de *Popol*, le recours au bricolage technique que nous essayons de définir est flagrant. D'abord, car il peut s'agir de leur première expérience de création d'un média vocal, comme l'explique Fanny : *« on n'avait jamais fait de podcast, j'en écoutais même pas beaucoup. En fait j'ai commencé à en écouter parce que je repeignais mon appart à ce moment-là, enfin six mois avant, donc je passais des heures à peindre et je m'étais mise à écouter des podcasts. J'ai découvert le médium à ce moment-là et c'est vrai que le rythme covid fonctionne bien avec le format, t'as même pas forcément besoin de te voir pour l'enregistrer »*.

Un format qui semble même avoir été choisi précisément pour son aspect pratique, puisqu'elle souligne qu'un podcast peut même être créé à distance, sans rencontrer les personnes qui vont s'y exprimer physiquement. Effectivement, dans le cas d'*Euroïnes* comme de *Popol*, les enregistrements se font virtuellement, comme Léa nous l'indique à propos de son podcast : *« je l'enregistre sur Zoom »*, tandis que Fanny et Margaux ont choisi Zencastr. Fanny m'en dit plus au cours de notre entretien : *« C'est ça qui était trop bien avec le confinement, c'est qu'on pouvait tout faire à distance. On utilisait Zencastr, je sais pas si tu connais, on envoyait juste un lien à la femme qu'on allait interviewer, et c'est son micro sur son ordinateur qui enregistrait le son. Donc on n'a même pas de problème de son et tout. Nous ensuite, Margaux avait un micro du boulot qu'elle a ramené, bon en vrai on aurait complètement pu faire sans micro, mais voilà on a pu faire ça à distance, et ensuite on a monté ça sur Audacity. Assez basic. Mais ça prend quand même du temps quand tu ne sais pas faire donc c'est ça la partie la plus chronophage. On a appris sur YouTube. »*

Zencastr, Zoom, Audacity, des logiciels accessibles, auxquels ces femmes se sont formées de manière autodidacte, notamment au moyen de tutoriels trouvés sur YouTube. Un réel bricolage technique, qui appartient à chacun, pour arriver au produit fini qu'est le podcast. Avant d'arriver au produit fini justement, si Fanny et Margaux parlent d'Audacity pour procéder au montage, Léa, de son côté, n'insiste pas sur cette partie. Dans son cas : *« Il n'y a quasiment pas de montage on est vraiment dans les conditions du direct en fait. Du coup il n'y a quasiment pas de montage, enfin j'habille tu vois mais je ne coupe jamais, à part les blancs quand je donne la parole tu vois le temps qu'elles réagissent. »*. Et ce choix n'est pas anodin ! Ce qui peut sembler comme une étape sur laquelle elle passe, peut-être par manque de temps ou de compétences

techniques en montage, est en réalité un bricolage devenu esthétique, il s'agit d'un témoin d'authenticité, fidèle à l'esprit du podcast.

L'approche indépendante et l'esprit 'do-it-yourself' du podcast ont plusieurs fois été soulignés dans des travaux universitaires, comme celui de Vrikki et Malik en 2019, intitulé « Voicing lived-experience and anti-racism: podcasting as a space at the margins for subaltern counterpublics ». Leur étude de différents podcasts aux contenus politiques (bien que les auteurs rappellent que les créateurs de ces podcasts ne les définissent pas nécessairement comme tels), a une constante : « *all argued that their editing processes do not mimic the heavy editing of mainstream media; they only edit for quality purposes, aiming to be “raw”, “remain true” to their content and “honest” to their listeners* » (Vrikki & Malik, 2019 : 282). Ainsi, le bricolage technique qui est opéré dans l'édition de *Popol* et la volonté de ne pas recourir à beaucoup de montage peuvent être expliqués par ce désir d'obtenir un résultat « brut » et une impression d'honnêteté auprès des auditeurs, et en ceci ce podcast se différencie de médias *mainstream* très fortement éditorialisés.

Cette partie nous permet de comprendre que la manière dont sont « fabriqués » les podcasts étudiés est la traduction d'un bricolage, dont les choix sont opérés en fonction des compétences techniques et de la capacité à se saisir des technologies radiophoniques des créateurs de ces podcasts, mais aussi en fonction de l'esthétique recherchée, la forme podcast pouvant encourager un contenu authentique qui nécessite moins de montage ou de qualité sonore. Le podcast peut ainsi être un choix privilégié pour s'exprimer puisqu'il permet de se lancer avec des niveaux de compétences très disparates, toutefois il peut aussi être sélectionné pour ses faibles coûts de production.

### **3.2 S'émanciper des conglomérats médiatiques grâce à une production peu onéreuse**

En créant un podcast, il ne s'agit pas de produire une émission de télévision avec des décors, des lumières, des techniciens et autres infrastructures onéreuses, ni de lancer un média papier, qui demanderait des frais d'impression, d'édition, de publication et diffusion. Il ne s'agit pas non plus d'occuper une fréquence radio et d'animer une chaîne en continu. Le podcast natif est une production plus réduite, ne

nécessitant pas les mêmes coûts humains et matériels que ceux requis pour un média *mainstream*. Cependant, ce serait commettre une erreur que d'omettre la multiplicité des podcasts qui existent et, finalement, certains d'entre eux sont devenus des productions très onéreuses.

Cependant, le podcast natif reste un moyen privilégié de s'émanciper des conglomérats médiatiques en raison de ses coûts susceptibles d'être particulièrement faibles : « *ce support permet de produire à moindre coût un contenu flexible autour de travaux de sciences sociales, de transformer les codes de l'entretien radiophonique au profit d'un dispositif intimiste et de modes de narration qui mobilisent des registres de langue ordinaires* » (Allouch & Muller, 2021 : 17)<sup>14</sup>. Les coûts peuvent être bas en raison, nous l'expliquons dans notre partie sur le bricolage technique, du recours à des logiciels gratuits ou peu onéreux pour l'enregistrement, le montage ou la diffusion en ligne. La rencontre virtuelle, notamment expliquée par la crise sanitaire du Covid-19, a favorisé ce moyen d'enregistrement à bas coût chez nos interrogés : *Popol, Euroïnes*, mais aussi *Ma question à Angela Merkel*, car si le podcast est produit avec des moyens beaucoup plus importants et dans un but différent, Antoine Lheureux explique : « *il n'y a que Juncker qu'on a fait au Berlaymont [le bâtiment de la Commission Européenne à Bruxelles]. Pour Hollande on a envisagé de le faire à Paris mais ça n'a pas pu se faire. Tsipras, il était hors de question de le faire sur place car c'était à Athènes, donc l'essentiel a été fait à distance, mais, cela dit, pour le budget de la production, c'est toujours ça de pris. Après c'est Jérémy, notre ingénieur du son, qui a fait un gros travail en post-prod pour essayer d'équilibrer les voix et d'avoir un bon rendu* ». Ainsi, le recours aux solutions d'enregistrement via téléphones et ordinateurs est crucial pour alléger les coûts de production d'un podcast. Pouvant ne nécessiter que peu de ressources, ils sont ainsi un médium privilégié d'expression de dominés.

Dans ce même article, Allouch et Muller expliquent que les podcasts sont ainsi « *une réponse aux contraintes des médias mainstream qui rendent difficile l'émergence de voix divergentes en raison du caractère genré du travail journalistique* »<sup>15</sup>. Cette variante du genre revient ainsi au cœur de nos préoccupations. Le podcast semble un espace médiatique idéal pour l'expression des femmes politiques, puisqu'en marge des

---

<sup>14</sup> Allouch, A., Muller, C. « Des médias et des hommes. Analyser la construction médiatique des masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. 14-24

<sup>15</sup> Allouch, A., Muller, C. « Des médias et des hommes. Analyser la construction médiatique des masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. 17

médias *mainstream* et en s'affranchissant de leurs contraintes, elles pourraient être invitées à s'exprimer dans d'autres conditions, potentiellement moins discriminantes. Ces objets émergent, grâce à des profils féminins qui sont étrangers aux médias *mainstream*, et permettront à des voix féminines de s'exprimer dans de nouvelles arènes, où les règles du jeu médiatique ne sont plus les mêmes.

Cette idée se trouve appuyée par « *Victoire Tuailleon [qui] soutient l'idée que l'essor du podcast a été une adaptation à la fermeture des médias traditionnels aux questionnements féministes. Le coût de réalisation est plus léger qu'un documentaire ou une émission audiovisuelle, les contraintes techniques moindres (...). Cela permet aussi de contourner les prises de décision des « patrons » médiatiques, globalement peu intéressés par les enjeux de masculinité malgré une attente du public grandissante, ainsi que l'attestent les chiffres d'audience affichés par les podcasts féministes* » (Allouch & Muller, 2021 : 243). Si Victoire Tuailleon, ici interrogée, fait référence aux podcasts féministes, notre objet d'étude ne saurait être directement qualifié de « podcast féministe » sans passer par une analyse de ce que cette appellation implique comme enjeux. Cependant, en raison de l'accent mis sur des voix féminines pour aborder des sujets politiques, une parole décriée dans les médias *mainstream* pour ces mêmes sujets, nous pouvons imaginer appliquer ses propos à notre objet d'étude.

Ainsi, les podcasts semblent être le média par excellence pour permettre à des femmes de prendre la parole médiatiquement, puisqu'ils ne reproduisent pas les mêmes structures de pouvoir que les médias *mainstream*, et évitent les productions à gros budgets qui s'accompagnent habituellement d'un *management top-down* et d'un plafond de verre. Le podcast devient ainsi un moyen d'éviter ces obstacles : « *Podcasts offer a new space at the margins (Hooks, 1989) for voicing the self and community* » (Vrikki & Malik, 2019 : 285).

Créer un podcast politique pour y inviter à des femmes à s'exprimer nous apparaît donc comme une initiative située socialement au cœur d'une double domination de genre : le milieu politique et la sphère médiatique étant des arènes où ce qui est associé au féminin est majoritairement invisibilisé ou discriminé. Nous commençons à cerner la raison qui mène certains et certaines à y avoir recours : grâce à un niveau de compétences relativement sommaire et de faibles coûts de production pour se lancer,

ils permettent un renversement des règles du jeu médiatique, où des voix dissidentes vont désormais être entendues, à leur manière.

### 3.3 Se réapproprier un média vocal, autrefois source de stigmatisation

Si le podcast transforme réellement les règles du jeu médiatique, au même titre que le web 2.0 a permis une révolution en donnant des espaces d'expression (blogs, réseaux sociaux numériques), à ceux qui jusqu'alors n'avaient pas la parole dans les médias *mainstream*, c'est qu'il brise un stigmate. Pour parler de cette notion de « stigmate », je m'appuierai ici sur les travaux d'Erving Goffman. Si l'on peut reprendre sa définition la plus simple du stigmate comme un « *attribute that is deeply discrediting* » (1963 : 3), il le caractérise surtout comme une construction sociale. Le stigmate n'existerait donc pas en soi, mais relèverait d'une construction de sens lié à un contexte de production et de réception. Il n'existe que par le regard d'autrui qui va le faire apparaître comme stigmate, c'est parce qu'il est désigné comme tel par les autres qu'il existe.

Le processus de stigmatisation est alors l' « *action symbolique de désignation et de qualification négative des identités, activée par certains signes considérés comme des stigmates exposant potentiellement les individus au discrédit, au soupçon, à la défiance, à la mise en distance, à la moquerie, à l'injure, à la violence et aux discriminations* » (Dubet, Macé, Cousin, 2013 : 56). Si nous abordons la question des stigmates et des processus de stigmatisation, c'est parce que le médium radiophonique n'a pas toujours encouragé les voix féminines à y prendre une place. En fait, les femmes ont vu leur genre devenir un stigmate dans la conquête de l'expression radiophonique. Leurs voix ont longtemps été décriées et moquées.

Un article écrit par Raechel Tiffea et Melody Hoffmann, elles-mêmes hôtesse d'un podcast, s'intéresse à comprendre ce qu'implique de prendre place dans l'espace sonore (« *sonic space* ») pour des voix féminines, « *particularly in a society that polices and criticizes traditionally feminine vocal tonality (e.g., vocal fry, upspeak)* » (2017 : 116). Elles montrent bien comment le podcast traite la voix des femmes de manière différente des stations de radio, qui lui précèdent chronologiquement, et ainsi donnent une place particulière aux podcestrices pour le champ des études médiatiques féministes.

Les deux autrices mettent en évidence les manières dont les voix féminines sont soumises à un processus de stigmatisation dans l'espace sonore. D'abord, dans les articles de presse, qui critiquent « *the traditionally feminized qualities of women's voices, including: vocal fry, upspeak, the use of the word "like", and women using curse words, among others* ». Ce qu'elles appellent *vocal fry* pourrait être qualifié en français de « laryngalisation » et correspond au fait d'employer une voix plus grave de deux octaves par rapport à sa tonalité normale. Popularisé dans les années 1990 par les Américaines, le *vocal fry* leur permettait d'adopter une voix jugée plus assurée et ambitieuse. L'« *upspeak* » consiste, lui, à finir une phrase déclarative avec une intonation qui remonte vers les aigus, à la manière d'une interrogation. Ces deux exemples ne s'appliquent pas idéalement à notre contexte de prise de parole francophone, mais montrent tout de même que la manière d'exister dans l'espace sonore, en tant que femme, est une expérience stigmatisante. Les autrices présentent ensuite différentes recherches sur les styles vocaux féminins, pour révéler l'inégale acceptation des tonalités vocales, « *particularly if these gendered voices are also racialized* » (Tiffea & Hoffmann 2017 : 117). Ainsi, ce que Goffman appelait « l'accumulation des stigmates » se trouve bien illustré ici : l'expérience du stigmate de genre va être cumulée à celle du stigmate de race et renforcer l'expérience stigmatisante.

Se saisir d'un médium vocal n'est donc pas anodin, pour les créatrices des podcasts qui les animent (*Popol* et *Euroïnes*), pour les femmes qui incarnent des personnages féminins (*Ma question à Angela Merkel*), autant que pour les femmes invitées. En s'adonnant à cet exercice médiatique, elles se réapproprient un territoire sonore duquel elles étaient exclues. Le podcast vient ainsi rompre avec la tradition radiophonique qui normait les manières de s'exprimer pour les minorités et personnes discriminées, notamment en raison de leur genre, et devient un outil privilégié d'émancipation pour les voix féminines en politique. Un autre élément vient opérer à une rupture essentielle avec la discrimination que connaissent les femmes politiques, c'est l'objet du dernier point de ce chapitre.

### 3.4 Faire des figures de femmes politiques son faire-valoir

Les précédents développements ont permis de comprendre les singularités des trois podcasts que nous étudions, *Popol*, *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel*, dans leur mode narratif, les bricolages techniques opérés pour leur création, les motivations qui les ont lancés, les manières de les financer et les produire, entre autres choses. Mais nous sommes aussi parvenue à souligner un point de convergence entre ces trois podcasts : leur manière de traiter l'information politique, en rupture avec les médias *mainstream*.

Si la première rupture a été identifiée dans le fait de choisir un média vocal pour encourager une parole féminine, une deuxième fait surface : le fait de capitaliser sur des figures féminines en politique. Effectivement, il y a une marge entre inviter des femmes politiques à s'exprimer au cours de quelques épisodes et choisir de mettre en avant une figure habituellement décriée. Il en va, en quelque sorte, d'une forme de « re-signification » au sens de Goffman, c'est-à-dire l'idée de donner une nouvelle signification à ce qui a été défini comme stigmaté. Être une femme politique, une position n'ayant pas réussi à atteindre la même légitimité et la même puissance que celles de l'homme politique, en raison du genre de celui qui occupe cette profession, va ainsi connaître un processus de resignification. Étant les interlocutrices principales de ces nouveaux espaces médiatiques, elles acquièrent une nouvelle place : celle d'expertes, d'invitées privilégiées pour parler du sujet politique. L'acte même leur permet symboliquement de passer de figures décriées à faire-valoir de ces podcasts.

Les créateurs de ces podcasts capitalisent sur ces figures féminines car leur écosystème le permet. En effet, il semblerait que le podcast soit un média de résistance par excellence, selon Tiffée et Hoffmann : « *we understand podcasts as a medium from which to better understand the ways in which women are uniquely subjugated in the media, and, more importantly, how this medium becomes a tool of resistance* » (2017, 118). Résister en proposant de nouvelles représentations, plus valorisantes et honnêtes des femmes politiques que celles que proposent les médias *mainstream*, semble être la promesse des podcasts politiques encourageant une parole féminine. Mais comment assurer la réalisation de cette promesse ? Ce mécanisme de résistance se met-il réellement en place, et comment ? Offre-t-il concrètement des représentations différentes des femmes politiques dans la sphère médiatique ?

Cette première partie nous aura permis de trouver une confirmation à l'une de nos hypothèses de recherche. Nous imaginions que « le podcast est un outil privilégié pour servir cet objectif en raison de ses conditions d'accès peu coûteuses et accessibles sans connaissances techniques poussées », une affirmation qui trouve désormais confirmation à la lumière de cette première phase du développement. Nous pouvons d'ailleurs enrichir cette hypothèse, en indiquant qu'au-delà de ses conditions de production et de financement relativement accessibles, le podcast est un outil privilégié pour tenter de proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels, car il constitue un média de résistance par excellence. En se réappropriant l'espace sonore et en choisissant la figure de femme politique comme faire-valoir, *Euroïnes*, *Popol* et *Ma question à Angela Merkel* semblent ainsi participer à cette résistance aux représentations stéréotypées de femmes politiques que donnent à voir les médias *mainstream*.

Cependant, pour poursuivre notre recherche et tester notre hypothèse principale, à savoir que « la création d'espaces médiatiques spécialisés et en non-mixité permet de proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels », nous allons à présent analyser le contenu même de ces podcasts, et la manière dont la parole politique s'y exerce.

Nous choisirons dans un premier temps de traiter du choix de la non-mixité et la nécessité de constituer des « safe place », un concept que nous définirons, pour encourager un discours contre-hégémonique en politique. Dans un deuxième temps, nous essaierons de discerner les tentatives de prise de distance avec les représentations des femmes politiques dans les médias *mainstream*, grâce à notre étude de contenu. Nous y définirons les caractères stéréotypiques habituellement employés dans les médias *mainstream* pour se référer aux femmes politiques et procéderons à une comparaison avec les trois podcasts de notre étude, pour vérifier s'ils permettent de s'en détacher. Le troisième temps de cette étude portera sur le principal frein à l'efficacité de cette résistance, qu'est le renforcement des rôles de genre en politique.

## **Chapitre 2 : En marge des médias *mainstream*, une liberté éditoriale profitable aux femmes politiques ?**

---

Les podcasts, par leur caractère ouvert et accessible techniquement et financièrement, même aux profanes du monde médiatique, profitent ainsi d'une indépendance vis-à-vis des grands groupes, qui imposent des règles empreintes de sexisme dans le jeu médiatique (Kunert, 2013). N'étant ainsi pas intimidés par des impératifs induits qui n'accorderaient pas une grande légitimité à une parole féminine pour parler de politique, et profitant d'une liberté éditoriale complète, ces podcasts, considérés comme des espaces « en marge » des médias *mainstream* seraient bénéfiques pour la prise de parole publique des femmes politiques. Mais comment ? Est-ce lié à la constitution de « safe space » ou espaces rassurants (Leblanc, 2019), est-ce lié à leur déroulement en non-mixité ? C'est la première piste que nous allons explorer.

### **I. ENCOURAGER UN DISCOURS CONTRE HEGEMONIQUE PAR LA CONSTITUTION DE *SAFE SPACES***

Nous présentions en introduction la difficulté de caractériser les podcasts politiques étudiés dans ce travail de recherche, car s'ils invitent des femmes à prendre la parole, cela veut-il dire que nous sommes en mesure de les qualifier d'espaces non-mixtes ? Nous revenons ici sur cette notion et sur ce qu'elle permet pour l'expression des femmes, non seulement dans les médias, mais aussi en milieu politique et militant, où ces espaces ont connu un fort développement.

#### **1.1 La constitution d'un espace d'échange en non-mixité : un choix qui s'impose à soi ?**

Partons d'une définition large des espaces non-mixtes. Ceux-ci peuvent être caractérisés par la réunion de groupes de personnes d'une condition sociale qui les

rassemble par leur vécu. Deux podcasts que nous étudions se déroulent en non-mixité, au sens où les hôtes et les invitées de ces podcasts sont uniquement des femmes, et découlent d'ailleurs d'initiatives féminines. Dans le cas de *Ma question à Angela Merkel*, les personnages principaux - les *primary speakers* (Lundström, Poletti Lundström, 2021) sont également féminins, mais nous ne saurions exclure les personnages secondaires – *secondary speakers*, qui incluent des figures masculines : celle du collègue journaliste et celles d'hommes politiques invités à s'exprimer. Nous nous intéresserons d'abord aux deux premiers podcasts qui se déroulent en non-mixité.

Les études féministes présentent la constitution d'espaces en non-mixité dans les mouvements féministes en France comme une initiative du MLF (Mouvement de Libération des Femmes), après des situations de sexisme vécues par les militantes au sein du mouvement. Ainsi, les femmes, à l'image d'autres groupes opprimés, ont jugé que « *c'était à [elles] de prendre en charge [leur] propre libération. En effet, si désintéressés soient-ils, les hommes ne sont pas directement concernés et retirent objectivement des avantages de leur situation d'opresseurs. Seule l'opprimée peut analyser et théoriser son oppression et par conséquent choisir les moyens de la lutte* » (Jacquemat, Masclet, 2017 : 223). Le choix de la non-mixité apparaît alors comme solution contre l'oppression. Cependant, les deux autrices rappellent le fait que la catégorie « femme » n'est pas unifiée et qu'il peut ainsi y avoir d'autres formes d'oppression au sein même d'espaces en non-mixité féminine, si ceux qui élaborent ces podcasts n'adoptent pas d'approche intersectionnelle.

Ces pratiques de non-mixité partent ainsi du « *postulat qu'aucune émancipation de groupes dominés n'est possible, sans qu'une prise de parole autonome de ces derniers ne soit possible* » (Talpin, 2018 : 31). La non-mixité est alors temporaire et choisie, et constitue un acte volontaire, non pas un choix qui s'opère à défaut de pouvoir s'intégrer dans des groupes mixtes. C'est la « non-mixité subie et imposée » que Christine Delphy oppose à la « non-mixité choisie », qu'elle qualifie de « *nécessité politique dans la lutte des dominés* » (Chevallier, 2018 : 63).

La question qui se pose alors pour notre étude est la suivante : les deux podcasts que nous étudions créés par des femmes, *Euroïnes* et *Popol*, se sont-ils constitués en non-mixité par choix, ou par le produit de normes ne leur permettant pas de se constituer d'une autre manière ?

Dans la même étude de Chevallier, qui reprend les propos de Christine Delphy en 2016 au sujet de deux espaces de participation de quartier en non-mixité à Berlin-Neukölln, on apprend que « *dans les espaces observés, il s'agit plutôt de processus d'engagement plus ou moins volontaires menant à une situation de non-mixité, à la fois initialement non souhaitée, mais que les femmes enquêtées ont appris à apprécier* ». Ne serait-ce pas également le cas de nos deux podcasts ? Les médias *mainstream* ne permettant pas de réelle liberté éditoriale pouvant encourager des représentations valorisantes des femmes politiques, la mise en place d'espaces médiatiques en marge et en non-mixité serait peut-être finalement un processus plus ou moins volontaire qui a conduit à une situation de non-mixité. Volontaire, au sens où cet espace s'établit en rupture et permet l'expression de voix féminines en politique, involontaire puisque l'objectif de ces femmes est aussi de lutter contre l'invisibilisation des femmes en politique. Or, les médias *mainstream* restent un moyen de mise en visibilité que les médias en marge ne sauraient égaler. Ainsi, en se constituant en espaces de parole non-mixte, en marge des médias *mainstream*, la lutte contre l'invisibilité des femmes politiques dans les médias pourrait avoir des effets réduits.

Difficile, donc, de démêler ce qui résulte d'un choix ou d'un processus d'engagement involontaire, que les femmes participant à ces podcasts auraient appris à apprécier. Cette précaution étant prise quant à la constitution de ces espaces en non-mixité, nous choisirons, dans une perspective féministe, de croire à un choix éclairé et à perspective émancipatrice de la part des femmes qui œuvrent à l'existence de ces podcasts. Si, nous le rapportons plus tôt, « *seule l'opprimée peut analyser et théoriser son oppression, et par conséquent choisir les moyens de la lutte* » (Jacquemat, Masclat, 2017), constituer un podcast en non-mixité peut surtout être envisagé comme un moyen de lutte, de résistance, face à une norme discriminante que l'on rejette. Le choix, donc, d'y recourir, semble être un moyen efficace de se positionner dans l'espace médiatique comme média de lutte contre les stéréotypes de genre qui croisent les milieux politiques et médiatiques. Mais surtout, un moyen efficace d'attirer une audience (autant dans les femmes qui vont y être invitées à s'exprimer – que dans les auditeurs et auditrices), en recherche d'autres représentations des femmes politiques. Car, si ces initiatives en marge comportent le risque de ne pas obtenir autant de visibilité que les émissions diffusées dans des médias de masse, leur acte de résistance est tout de même mis en

ligne, pourra circuler et participer à la constitution de nouveaux modèles politiques au féminin.

Finalement, l'objectif de la constitution d'espaces en non-mixité choisie semble être de pouvoir échanger des paroles non-soumises à une domination masculine interne au groupe, ce que ne permettrait pas la mixité par la présence symbolique du masculin. Ce que ces femmes recherchent semble être de pouvoir se retrouver dans un espace rassurant, où leur parole sera libre. Cette caractéristique nous invite à aborder à présent la notion de *space place* ou *safe space*, qui nous permettra de nous concentrer non plus seulement sur *Popol* et *Euroïnes*, mais aussi sur *Ma question à Angela Merkel*, et de comprendre ce que ces trois podcasts ont de commun pour favoriser l'accès des femmes à la parole politique dans les médias.

## 1.2 Caractériser les *safe space* ou espaces rassurants

Dans les années soixante aux États-Unis, alors que les pratiques homosexuelles étaient encore pénalisées, les risques d'agression étaient fréquents, particulièrement dans les lieux de rencontre. Naît alors la notion de *safe-space* pour désigner un lieu de rencontre gay, qui garantirait la sécurité d'un entre-soi. Les agressions ne sauraient en être exclues en raison du contexte toujours illégal des pratiques homosexuelles, mais ceux qui s'y rencontrent s'y sentiraient tout de même en lieu sûr (Kenney, 2001). Cette pratique va ensuite s'insérer dans les mouvements de libération des femmes, où « *il ne s'agit pas d'exclure la conflictualité au sein du groupe, mais d'expérimenter une parole politique hors du champ patriarcal habituel. Plus qu'un espace, c'est l'engagement dans la création d'une communauté, d'une cause politique qu'il s'agit de nommer hors de la suprématie masculine* » (Vallet-Armellino, 2017 : 70). Ces définitions nous font ainsi penser aux descriptions des espaces en non-mixité que nous venons d'aborder, précisément car la non-mixité est une pratique qui s'est développée lors de la constitution de *safe spaces*. Mais si nous choisissons ici d'insister sur la notion de *safe space*, c'est qu'elle va nous permettre de rassembler les trois podcasts de notre étude, ce que ne nous offrait pas le critère de non-mixité.

Les travaux universitaires de Le Blanc sur la constitution de *safe space* dans le milieu sportif LGBT nous semblent pertinents pour analyser l'objectif de la mise en place de ces espaces et les critères qu'ils cherchent à remplir. Il choisit de les appeler, en

français, des « espaces rassurants », un choix lexical qu’il définit de cette manière : « en français, la traduction littérale de *safe space* serait un espace sûr, sécurisé, protégé » (Le Blanc, 2019 : 43). Il complète : « pour ma part, je propose la notion, plus axée sur la gestion des risques sociaux et la production de territoires spécifiques, de territoires rassurants (Le Blanc, 2018). Ces territoires répondent à un besoin de protection face à une menace, à un risque, qui n’est pas tant des menaces physiques directes et ponctuelles, qu’une “violence structurelle systémique” (Koskela, 1997, dans Roestone Collective, 2014, p. 1349) ».

Si la volonté de se réappropriier un territoire jugé exclu pour un groupe social opère à travers la constitution de territoires en marge de celui-là même, la démarche peut paraître paradoxale et Le Blanc le souligne bien. C’est notamment le cas des podcasts *Euroïnes* et *Popol* qui choisissent un espace délimité par une parole exclusivement féminine, en marge des médias *mainstream*. Cependant, ce qui caractérise les espaces rassurants, au sens de Le Blanc, c’est le caractère bienveillant qui s’y instaure, permettant une parole rassurée pour ceux qui s’y expriment. Dans le cas des productions médiatique, ce caractère rassurant est également crucial pour celui qui va recevoir le contenu : si une femme qui a fait du domaine politique sa profession et qui connaît des craintes de voir la représentation médiatique de sa fonction réduite à des stéréotypes dévalorisants, ces podcasts constituent pour elle un espace rassurant sans précédent. Si elle a pu être amenée à fuir la consommation d’autres médias au risque de se sentir menacée par la violence symbolique qu’ils véhiculent, ces *safe spaces* représenteront une véritable solution. Nous avons d’ailleurs choisi comme exemple les femmes politiques, mais du côté de la réception, ces podcasts peuvent également agir comme tels pour des femmes qui subissent d’autres types de violences sexistes et dont l’actualité politique ne fait qu’accentuer les précautions qu’elles doivent prendre face aux risques de discrimination de genre, ou encore des personnes transgenre, non-binaires, ou de divers pans de la communauté LGBTQI+, qui subiraient la violence symbolique d’un système patriarcal dans les médias de masse.

Les podcasts natifs *Popol* et *Euroïnes*, par leur constitution en non-mixité, la volonté initiale des créatrices de ces podcasts de rendre visibles des femmes du monde politiques qui ne sont pas représentées dans les médias *mainstream*, notamment le « middle-management » et non le « top-management » de Christine Lagarde à Ursula Van der Leyen comme l’explique Fanny Devaux lors de notre entretien, semblent ainsi

se constituer comme des espaces rassurants. Si nous considérons également *Ma question à Angela Merkel* comme un espace rassurant, c'est parce que les choix opérés dans ce docu-fiction semblent aller dans le sens d'une *safe space*. Le choix de personnages féminins pour incarner les personnages principaux est notable et rare dans le milieu politique. Le fait d'avoir imaginé une jeune journaliste qui irait interroger Angela Merkel permet de briser un plafond de verre : une femme, qui plus est si elle est jeune, peut connaître des freins dans sa carrière pour accéder à un tel niveau de responsabilité, que ses pairs masculins rencontreront moins. Antoine Lheureux m'explique d'ailleurs ceci lors de notre entretien : « *on est à un moment de l'histoire où il faut faire un peu plus de place aux femmes et je trouvais ça assez pertinent de faire en sorte que notre héroïne soit une femme qui enquête sur une autre femme. Je trouvais ça intéressant car ça voulait dire qu'elle, jeune journaliste, qui dans la série subit le sexisme de son chef etc, peut s'inspirer de cette figure un petit peu tutélaire pour se dire "voilà ce que je peux faire en tant que femme"* ». La visée du podcast par son producteur et l'équipe d'écriture qui l'accompagne est ainsi émancipatrice, et cherche à lutter contre le sexisme institutionnel, qui s'exerce en mettant en avant des personnages principaux féminins.

*Ma question à Angela Merkel* est un cas particulier car il s'agit d'un processus d'écriture de personnages et de situations, au-delà du travail documentaire qu'il fournit, mais il nous paraît répondre à la visée de la constitution d'espaces rassurants. Une dernière définition des *safe spaces* explique que « *précisément parce qu'elles sont moins libres que les hommes, les femmes ont besoin d'une zone neutre où bénéficier pleinement de cette "présence validante", exprimer leurs différences de perspectives et leur responsabilité envers l'ensemble des femmes* » (Green, 2004 : 104). Le choix donc de permettre à une femme journaliste de rencontrer une femme politique, bien que celles-ci soient entourées de pairs masculins dans leur environnement, notamment pour un souci de réalisme du milieu professionnel dont elles font partie, leur permet de trouver une zone à elles, où leurs voix sont entendues au premier plan.

Au-delà du critère de non-mixité, c'est ainsi le concept de *safe space* ou de *territoires rassurants*, tels qu'ils sont caractérisés dans la littérature scientifique, qui nous permet de rassembler nos trois podcasts autour d'un but commun : celui de se présenter comme des espaces sécurisants, bienveillants, où les femmes politiques sauront trouver un endroit pour s'exprimer en sérénité, et où l'auditoire pourra procéder à une écoute sans

crainte de menaces sexistes. Dans les faits, nous verrons les outils et les règles qui peuvent être mis en place au sein de ces podcasts pour garantir cette sécurité supposée, dans la suite de notre développement.

### 1.3 Du refus des codes sexistes du débat des médias *mainstream* et poursuite du sexisme en ligne

Pour parvenir à leur fin, celle de constituer un espace de parole rassurant où des femmes politiques pourront s'exprimer sans crainte d'être assimilées à une représentation stéréotypée de leur figure de « femme politique », souvent dévalorisante, certaines règles pourront permettre d'établir une distance avec les médias *mainstream*. Car, en effet, si la volonté est de créer des espaces *safe*, le résultat n'est jamais acquis. Nous proposons de présenter d'abord les risques à la constitution d'un véritable territoire médiatique rassurant, puis de dresser quelques lignes de conduite qu'adoptent les personnes à l'origine des podcasts pour prévenir ces menaces.

Le caractère de publicité des podcasts natifs est présenté comme un frein à la constitution d'un espace sécurisé pour Fanny Devaux, qui y voit un risque. Pour elle, « *l'objectif c'est évidemment d'arriver à un safe space, mais après la réalité c'est que c'est en ligne, public, et que tout le monde peut l'écouter* ». Sans parler d'un risque précis, elle semble voir dans le caractère public, visible aux yeux de tous, une certaine menace, face à laquelle elle met en garde ses invitées : « *c'est un safe space et en même temps je fais attention à pas surjouer le truc parce que de fait c'est public. Donc c'est vrai le temps qu'on est ensemble et qu'on discute et elles peuvent dire tout ce qu'elles veulent, et d'ailleurs au début, on disait avec Margaux que tout ce qui est dit, si elles veulent que certaines choses ne soient pas publiques c'était tout à fait possible, là-dessus c'est un safe space, mais après, voilà, c'est [leur] propres vies... Mais clairement par rapport à un JT ou un média mainstream à heure de grande écoute bien sûr c'est safe car là on prend le temps* ». Si le caractère rassurant apparaît dans le fait de prendre un temps d'écoute pour être attentif à une parole féminine, ne pas la restreindre ni la modifier, ce qui est indépendant de leur volonté reste finalement la réception de cette parole.

Si cette réception inquiète, c'est notamment en raison du cyber harcèlement que peuvent subir les femmes. L'adhésion à des espaces « safe » interviendrait « *pour se*

*sentir davantage en sécurité au regard de l'environnement en ligne et des attaques toujours plus ciblées des agents de la manosphère, qui ont des comportements agressifs et qui sont misogynes et sexistes en ligne* » (Mantilla 2013), ce qu'on appelle aussi « gendertrolling ». Cette idée est étayée par la recherche de Waldispuehl sur les pratiques de non-mixité des communautés féministes en ligne, qui affirme que la non-mixité n'est pas suffisante pour créer un espace safe en ligne, et que les violences en ligne peuvent s'exercer en ligne malgré des principes de précaution et la volonté de constituer des « espaces sécuritaires » (Waldispuehl, 2019 : 149).

Ce risque semble ainsi être pris en compte par Fanny Devaux, qui prévient ses invitées des risques avant de les y confronter, prenant de cette façon une distance avec les médias *mainstream*. Pour Léa Chamboncel, *Popol* peut être considérée comme une *safe place* grâce à la non-mixité, mais surtout parce qu' « *on n'entend pas les femmes se faire interrompre par un homme, le ton est effectivement plutôt, j'irai jusqu'à dire « familier », mais dans le bon sens du terme. Pas vulgaire, mais quelque chose de safe* ». Au-delà de la non-mixité, c'est ainsi des codes de comportements qui changent dans ces espaces : en refusant le *maninterrupting*, c'est-à-dire un comportement sexiste qui amène des figures masculines à couper la parole de manière récurrente, ou à parler plus fort que des voix féminines, en raison de leur supposée domination naturelle au motif du genre, Léa Chamboncel instaure un cadre de parole plus inclusif pour les femmes politiques.

Il semble donc complexe de pouvoir garantir le cadre « safe » de ces espaces, puisque les mécanismes du sexisme contre lesquels veulent se dresser les podcasts de notre étude sont un obstacle à leur poursuite en ligne. Les manières dont le sexisme agit sur le discours des femmes politiques se transforment et ne proviennent plus des producteurs d'information, mais de ceux qui vont la recevoir. Finalement, la parole politique féminine subit une menace différente, mais les femmes interrogées peuvent être réticentes dans leurs manières de s'exprimer, pour éviter toute forme de cyberharcèlement au moment de la publication des épisodes de podcasts. Ces risques restent présents mais, à l'image des pratiques de Fanny Devaux et de Léa Chamboncel, le refus d'attitudes sexistes comme le mansplaining, le déroulé en non-mixité, ou encore la prévention auprès des femmes qui vont participer à ces podcasts autour des risques de la publication en ligne, participent au sentiment de « sécurité » que ces dernières auront en s'exprimant au micro d'*Euroïnes* ou de *Popol*.

Ces espaces agiront finalement surtout comme des territoires médiatiques rassurants, au sens où les femmes politiques sauront y trouver un lieu d'écoute, de partage, et de prise de parole bienveillante, où elles n'auront pas à se battre pour prouver leur légitimité. Il s'agira d'ailleurs souvent de leur première prise de parole médiatique, puisque le cadre *mainstream* ne leur permettait pas forcément d'avoir accès à un lieu d'expression accueillant.

#### **1.4 Vers un lieu de première prise de parole médiatique : un media-training pour femmes politiques**

Qu'il s'agisse d'un format de talkshow, d'interviews ou d'une fiction-documentaire, les trois podcasts que nous étudions mettent à l'honneur des profils sociologiques qui peinent parfois à se faire entendre dans la sphère politique lorsque l'actualité politique est abordée. Les voix des jeunes femmes qui s'y retrouvent sont parfois inconnues. Et pour cause : ces podcasts vont représenter le lieu idéal d'une première prise de parole médiatique pour celles dont l'exercice est inconnu.

Dans le cas d'*Euroïnes*, comme nous l'avons déjà expliqué, l'objectif est de se détacher des représentations du top-management de l'Union Européenne pour représenter des profils jusqu'alors cachés, comme l'explique Fanny Devaux :

*« On voit Von der Leyen, le top management Lagarde, mais en dehors de ces deux-là, c'est un peu l'excuse pour dire "non mais il y a plein de femmes dans la bulle européenne" et en fait après dans le middle-management il n'y a personne et pas vraiment de role-model tu vois. [...] On voulait vraiment avoir tous les niveaux de séniorité dans la bulle [...] à chaque fois qu'il y avait quelqu'un en fait il y avait une femme au même niveau que lui qui était aussi bien et on se disait pourquoi est-ce qu'on choisirait plutôt l'homme tu vois ».*

Cet effort pour trouver, à même niveau de responsabilité, de compétences et au même poste, des profils féminins à interroger plutôt que des profils masculins, que l'on entend plus souvent dans les médias de masse, produit un effet : c'est souvent la première fois que ces femmes sont invitées à s'exprimer. Léa Chamboncel les appelle des « primo-participantes », et ajoute :

« *La grande majorité des meufs qui interviennent sur Popol elles n'ont jamais, jamais, jamais parlé dans des médias, peut-être même n'ont jamais pris la parole en public. Donc évidemment qu'il faut créer des conditions favorables à leur première prise de parole. [...] Il y en a quand même [des femmes politiques] à côté des visibilisées, qui sont invisibilisées. C'est ça toute la matière grise de Popol, ces femmes qui travaillent derrière les élus* ».

Effectivement, les conditions de parole qui leur sont offertes dans ces podcasts sont particulières. Dans des espaces qui constituent des entre-soi rassurants, les femmes peuvent « parler librement, sans se sentir jugées et sans avoir à jouer un rôle devant les garçons, sans ressentir de pressions sociales. Elles pouvaient être tout naturellement elles-mêmes. » (Martinak, 2021 : 44). Un contexte idéal, donc, pour une première participation médiatique.

Du côté de *Ma question à Angela Merkel*, l'écriture du personnage d'Emilia, la jeune journaliste qui doit interroger Angela Merkel, n'est pas non plus anodine. Antoine Lheureux raconte de ce personnage qu' « *elle est complètement fictive. On n'a pas essayé de... Ce qu'on a essayé de faire c'est qu'elle représente j'allais dire l'Européen moyen. Tout jeune auditeur, car les jeunes sont notre première cible car ce sont eux qui écoutent le plus de podcasts, seraient en mesure de s'identifier, c'était ça l'objectif* ». Un moyen d'atteindre sa cible, en offrant un modèle d'identification d'un profil de jeune femme, l'Européenne moyenne, un profil auquel s'identifier, qui peut manquer dans la sphère *mainstream*.

Le fait, donc, que ces podcasts s'attachent à donner la parole à des « primo-participantes », ou à des profils féminins ayant peu l'occasion d'être invités à s'exprimer habituellement, n'a pas qu'un impact immédiat, mais peut avoir des conséquences dans un temps plus long. Dans son article de 2020 sur les podcasts politiques<sup>16</sup>, Grossmann explique que depuis qu'il a interrogé certaines personnes à intervenir dans son podcast, elles ont été invitées à s'exprimer dans d'autres médias par la suite. Aussi, *Popol* et *Euroïnes* semblent être, de la même manière, une potentielle première participation qui agit à la fois comme un entraînement à la parole

---

<sup>16</sup> Grossmann, M. "The science of Political Podcasts". *PS: Political Science & Politics*, 53(2), 2020, pp. 324-325.

médiatique, ou *media-training*, pour ces femmes politiques, et comme une étape leur permettant d'accéder à des médias moins spécialisés et d'une taille plus grande.

Cette partie nous aura aidée à comprendre comment la création de ces espaces médiatiques offre un nouveau territoire où des femmes jusqu'alors invisibilisées vont pouvoir prendre la parole (*Euroïnes* et *Popol*), ou vont tenter d'être représentées par des personnages fictionnels qui, jusqu'alors, n'avaient jamais été écrits (*Ma question à Angela Merkel*). Les règles du débat vont alors jouer en leur faveur, elles n'auront supposément pas à lutter contre une représentation réductrice ou stigmatisante de « femme politique » à laquelle elles peuvent être habituées. Pour poursuivre notre réflexion, nous nous appuyerons sur notre étude de contenu, qui repose sur une écoute attentive et active des podcasts cités, pour explorer les manières dont ces territoires médiatiques spécialisés tentent de lutter contre les stéréotypes associés habituellement aux femmes politiques.

## **II. LES TENTATIVES DE PRISE DE DISTANCE AVEC LES REPRESENTATIONS DES FEMMES POLITIQUES DANS LES MEDIAS *MAINSTREAM***

Nous avons pu découvrir les conditions matérielles et organisationnelles dans lesquelles les femmes sont invitées à s'exprimer. Dans un cadre simple (techniquement et logistiquement), se voulant rassurant, des primo-participantes accèdent à une parole médiatique encourageante, atténuant la crainte de subir les règles sexistes du jeu médiatique pour les femmes politiques. À présent, notre objectif est de définir concrètement les stéréotypes de genre politiques qui circulent dans les médias, et de voir si ceux-ci sont efficacement endigués dans des espaces médiatiques petits et spécialisés, que sont nos objets d'études.

### **2.1 La définition des stéréotypes de genre des personnalités politiques dans les médias *mainstream***

Dans la vie politique comme médiatique, nous soulevons l'importance du genre dans la construction des représentations du social. Ce qui est en cause n'est pas tellement d'être biologiquement un homme ou une femme, mais c'est bien le genre qui est en cause. Des qualités vont être attribuées au féminin et au masculin et vont créer des spécialisations au motif du genre. Cependant, ces dites qualités, présentées comme naturelles, n'en sont pas. Elles sont le résultat de constructions culturelles et peuvent être déconstruites. Mais quelles sont exactement les caractéristiques prêtées au genre féminin ou au genre masculin ? Et que produisent-elles sur l'exercice du pouvoir ou sur les représentations des personnalités politiques dans les médias ?

Dans son étude sur le genre présidentiel, Frédérique Matonti enquête sur l'ordre des sexes en politique et montre que les femmes candidates à la présidentielle sont associées à des caractères de la « féminité » en opposition à ceux de la « masculinité ». Par-là, il expose le féminin comme associé à la sphère privée, l'ordre domestique, mais aussi « *la mise en scène de l'intimité publique* », ou encore « *la rivalité féminine* ». Les femmes politiques seraient amenées à « *décrypter les événements de la vie politique par les sentiments, et en particulier ceux qui sont supposés accompagner l'amour (jalousie, passion, dépit, etc.)* », un registre sentimental, donc, qui « *se propage aujourd'hui à l'ensemble des productions journalistiques* » (Matonti, 2017 : 24). On retrouve ainsi un lien fort entre féminité et émotions et sphère domestique en politique, mais ce n'est pas tout.

Guionnet et Neveu parlent de « *répertoires d'action sexués* » et présentent ainsi des rapports infra-organisationnels au politique régis par le genre. L'un, masculin, sera plus « *politicien, plus abstrait* », tandis que l'autre, féminin, sera « *plus moral, plus expérientiel* » (2021 : 271). Ils complètent leur analyse en expliquant qu'au-delà des rapports de genre et la hiérarchie qu'ils impliquent, ce sont souvent les dominés qui « *sont perçus comme moins légitimes à parler des 'grandes questions' théoriques et à monter en généralité, et plus volontiers sollicités sur le mode du témoignage concret, du récit de vie, ou encore du traitement technique des dossiers (Buscatto, 2009)* » (Guionnet & Neveu, 2021 : 271). Nous supposons ainsi que les femmes politiques, qui se trouvent, comme nous l'avons précédemment expliqué, en situation de dominées dans cette sphère soumise aux règles des masculinités hégémoniques (Connell, 1995), auront tendance à s'appuyer davantage sur du témoignage concret, des récits de vie, plutôt que sur de « *grandes questions théoriques* ».

Puisque nous évoquons le concept de masculinité, il est aussi intéressant de se pencher sur le caractère masculin, puisque le genre pensé de manière binaire suscite une co-construction du masculin et du féminin. Ce qui marque de manière la plus fragrante la construction des masculinités est le concept de virilité. Pierre-Emmanuel Guigo en distingue plusieurs, en disant que la domination masculine qui existait autrefois de manière discrète, « *semble marquer le pas à une réaffirmation continue de la virilité, dont le récent discours martial d’Emmanuel Macron face à la crise de la Covid 19 [en est le reflet]* » (Guigo, 2021 : 139). Il distingue ensuite la virilité privilège, qui implique que le peu de femmes dans la sphère politique dans les années 1980 ne nécessite pas de réaffirmation permanente, de la part des hommes dans cette sphère, de la virilité ressource. Celle-ci utilise « *des stéréotypes moins policés du viril – force, vulgarité, agressivité – pour s’importer, en particulier en opposition à la montée en puissance des femmes et outsiders – homosexuels, minorités – dans l’espace politique* » (2021 : 140). Finalement, l’insertion de femmes en politique après les années 1990 réactivera une forme de virilité exacerbée puisque ces nouveaux profils viennent présenter des risques pour la virilité-privilège, la sphère politique se retrouvera ainsi de nouveau régie par les normes de la virilité : agressivité, force, vulgarité.

Cette féminisation du champ politique français à partir des années 1980 dont parle Guigo aura effectivement des effets sur les règles qui le constituent. Ce que Sandrine Lévêque nomme la « *fabrique genrée des rôles politiques* » correspond à cette transformation du champ politique, jusqu’alors quasiment uniquement une affaire masculine, à la nécessité d’intégrer le féminin en son sein. Les femmes connaîtront en politique « *une injonction à la féminité dont elles ont du mal à se départir. Et les femmes qui à l’inverse optent pour une présentation de soi plus masculine – on pense ici à Margaret Thatcher ou Michèle Alliot-Marie par exemple – sont elles aussi stigmatisées. Qu’elles soient considérées comme « trop » femme ou « pas assez », c’est bien à l’aune de leur féminité que leur identité est construite en particulier par les médias* » (Lévêque, 2021 : 135). Elle nous offre également une définition assez précise des caractères stigmatisants de la féminité, ceux desquels les femmes peinent à se séparer : « *Ces invariants de la féminité en politique consistent par exemple à les désigner encore et toujours par leur prénom, à faire attention à leur physique et à leur corps, à les ramener aux rôles féminins traditionnels de mère ou d’épouse [Dulong et*

*Matonti, 2005], ou à les associer à des figures stéréotypées des femmes de pouvoir – la passionaria ou la muse par exemple – [Bertini, 1996]. » (2021 : 135).*

Tous ces apports théoriques sur les représentations du féminin et du masculin dans le milieu politique nous offrent des clés précieuses pour la suite de notre analyse. En effet, nous avons choisi de réaliser une étude de contenu qui consistait en l'écoute attentive et active d'épisodes des trois podcasts que nous avons retenus. Cette étude s'est faite à l'aide d'un tableau. Celui-ci reprenait, comme expliqué lors de l'exposition de notre méthodologie en introduction, des éléments de contexte sur les podcasts : les métadonnées de chaque épisode, mais aussi l'image donnée à l'épisode, sa description, la présence d'un générique ou non et la qualité sonore. Puis, une catégorie du tableau était consacrée au contexte de la prise de parole : quel était le sujet de l'épisode et quels étaient les invités (leur âge s'il était donné, la profession, la nationalité). Enfin, et c'est à ce point que nous voulions arriver, la dernière partie du tableau était structurée autour des caractères stéréotypiques du féminin en politique. Les catégories ont été définies à la lumière des précédents éclairages théoriques présentés au cours de ce mémoire et sont les suivantes : les références faites à leur expérience de genre par les animatrices du podcast / par le personnage principal (*Ma question à Angela Merkel*) / par les divers invités ou interviewés ; la manière de se référer aux personnalités politiques (les femmes sont-elles davantage appelées par leur prénom ou un surnom, les hommes sont-ils davantage appelés par leur nom de famille ou non complet ?) ; une attention particulière est-elle prêtée au physique et au corps des femmes politiques ? Des références au rôle de mère, d'épouse, ou à la sphère domestique sont-elles faites ? Quelles sont les références faites aux grandes questions théoriques ou aux témoignages concrets et récits de vie ? Enfin, quel type de voix était-on en mesure d'entendre, sur quel ton s'expriment les différentes voix, et quel est leur degré d'assurance ?

En reprenant ainsi les critères majeurs qui définissent le féminin, en opposition au masculin, dans une approche binaire du genre en politique, nous avons procédé à une analyse d'épisodes des trois podcasts, *Popol*, *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel*. L'objectif était clair : procéder à une comparaison des représentations des femmes politiques dans des espaces médiatiques petits et spécialisés, conçus et imaginés comme des espaces rassurants ou *safe*, où pourraient naître de nouvelles représentations, moins stéréotypées et moins dévalorisantes, des femmes en politique. Nous arrivons alors aux divers résultats observés au cours de cette étude.

## 2.2 S'affranchir de l'attention au physique des femmes politiques par un médium vocal

Le choix même d'un médium vocal, nous l'avons démontré plus tôt, permet aux femmes politiques d'investir un territoire sonore duquel elles étaient exclues, les voix féminines étant sujettes à la critique. Ce que le format vocal permet d'autre, c'est d'échapper à un stéréotype du féminin dans les médias, et dans la sphère politique : l'attention au physique et au corps. Le principe même du podcast offre alors un espace médiatique en marge pour les femmes politiques qui n'auront pas à établir des stratégies de contournement de ce stigmate potentiel. En effet, Fanny l'explique en entretien : *« Nous, on trouvait ça plus rassurant aussi pour les femmes de leur dire « vous inquiétez pas on n'enregistre pas votre vidéo » donc on avait des gens en confinement pas besoin d'être hyper prep, t'es plus naturelle aussi quand tu sais qu'il n'y a que ta voix, donc pour nous c'était aussi un peu un parti pris de prendre l'option d'enregistrement uniquement audio pour que la personne soit la plus relax possible. »*. Elle ajoutera plus tard *« c'est drôle car il y a vraiment des nanas qui étaient en pyjama quoi. Parce qu'on s'en fiche. L'important c'est ce que tu dis »*.

L'important est ce qui est dit, comme le soulève ainsi Fanny. Et dans ce qui est dit dans ces podcasts justement, dans le cadre de *Popol* par exemple, dans les 17 épisodes écoutés sur les deux saisons réunies, aucun épisode ne laisse entendre de commentaire sur l'apparence physique des interrogées. Dans l'épisode de *Popol Talks* que nous avons également écouté, le *spin-off* de *Popol*, on observe même une inversion de ce stigmate. Sandrine Rousseau, l'invitée de ce podcast, s'exprime dans un registre familier en expliquant qu'elle s'est retrouvée : *« face à des hommes en costard à des milliers de boules »*. Sauf cette mention, qui agit dans le sens inverse, les références au corps et au physique des femmes politiques sont occultées.

Dans *Ma question à Angela Merkel*, la dynamique est relativement semblable. Sur l'ensemble des épisodes de la série, un seul donne à entendre une mention à l'apparence physique des protagonistes, en l'occurrence, Angela Merkel : *« Angela, adolescente, se promenant en jeans et t-shirt, alors qu'à l'époque elle n'était pas forcément considérée comme 'cool', au contraire. Ça ne m'a pas surpris d'apprendre qu'elle était une sacrée intello [...] dans son lycée elle faisait partie du club des non-embrassés...*

*ah le lycée, que de bons souvenirs* »<sup>17</sup>. Une mention non seulement à son apparence, mais aussi à sa sphère intime, qui ici agit dans une perspective documentaire, pour comprendre la personne qu'elle était dans son adolescence avant de devenir la femme politique la plus influente d'Europe, sans que son apparence physique soit ensuite mentionnée dans la suite des épisodes.

Enfin, dans le cas d'*Euroïnes*, sur la totalité des épisodes de la première saison, nous avons relevé deux références au physique/corps des interrogées : dans un premier cas, il s'agit d'une question posée par les animatrices du podcast et dans l'autre, la mention viendra directement d'une enquêtée. La première question du premier épisode, posée à Jo Dardenne, lobbyiste dans une grande ONG du secteur du transport et de l'environnement à Bruxelles, est la suivante : « *tu es très rousse : est-ce que tu te définis par ça, comment ça a marqué ta vie ?* »<sup>18</sup>. Une question qui pourrait être interprétée comme une répétition des pratiques discriminantes à l'œuvre dans les médias *mainstream*... Finalement, cette question permet plutôt de voir comment ces femmes se réapproprient, à leur manière, des stéréotypes qui agissaient à leur encontre, pour en faire leur propre sujet, réapproprié. Cette idée peut également trouver confirmation dans la deuxième et autre unique mention au physique que nous avons notée dans l'écoute d'*Euroïnes*. Le critère physique étant tellement associé aux figures féminines en politique, Helene Banner raconte « *I dress in a way to feel protected. When I look at the photos today, I looked like a grandma. I looked very conservative with a blazer, skirt and ties, I wouldn't wear that today but I feel compassion for my younger self because I wanted to be taken seriously* »<sup>19</sup>. Parler donc du physique et du corps des femmes politiques peut permettre d'évoquer de précédentes expériences vécues, et de confirmer l'omniprésence du regard porté sur ce critère, qui a, par exemple, amené Helene Banner à s'habiller de manière particulière pour être prise au sérieux. De manière générale, les mentions au physique des femmes politiques dans ces trois podcasts sont donc des cas rares, ne sont absolument pas systématiques, et peuvent être comprises, dans le cas où elles apparaissent, comme des formes de témoignage pour identifier de précédentes situations de discrimination pour cette raison, et s'en défaire.

---

<sup>17</sup> Ep 1 : *Bébé Merkel / Angie Kasner*

<sup>18</sup> Ep 1 : *Jo Dardenne - Lobbying et ONGs à Bruxelles*

<sup>19</sup> Ep 6 : *Helene Banner - Changing your path: from institutions to entrepreneur*

Si seules les voix sont entendues et très largement détachées de caractéristiques physiques, ces podcasts utilisent tout de même, pour illustrer chaque épisode, des images de leurs invités. Comment celles-ci sont-elles choisies ? Dans la même optique : il s'agit d'images que les femmes peuvent choisir elles-mêmes comme dans le cas de *Popol*, où Léa Chamboncel procède de cette manière : « *Les femmes ont toujours été mises en avant. C'est les femmes qui choisissent les photos qu'elles veulent, elles me l'envoient, elles choisissent vraiment une photo sur laquelle elles se trouvent bien et voilà* ». Dans le cas d'*Euroïnes*, le choix des photos est fait par Fanny et Margaux, en accord avec les invitées, mais avec une attention particulière à une représentation fidèle : « *Pour le choix des photos on leur demande toujours leur avis évidemment, sinon on essaye de les représenter à l'âge qu'elles ont actuellement car sinon on s'est rendu compte que c'était souvent des photos d'il y a dix ans alors qu'on veut vraiment voir la femme avec qui on parle qui est à un niveau d'expérience donné avec son visage actuel* ». Une attention est finalement prêtée au critère physique, mais dans le but d'encourager des représentations plus fidèles des visages des femmes politiques, une manière de lutter contre l'invisibilisation des différents âges et des différents profils de femmes politiques dans la bulle européenne. Ces formes de détournement se retrouvent dans d'autres caractères stéréotypiques, comme les références à l'intime.

### 2.3 L'intime comme angle choisi et non subi

La question du rapport à la question de « l'intime » pour les femmes politiques comporte (au moins) deux versants : d'abord, les femmes politiques sont davantage invitées à parler de « *sujets plus intimes* » (Dulong, Matonti, 2002)<sup>20</sup> donc vont davantage être interrogées sur des sujets de politique sociale, familiale ou encore des sujets liés au *care*, plutôt que sur des sujets en matière de défense, ou de géopolitique internationale, lorsqu'elles sont invitées dans les médias. Ensuite, elles sont elles-mêmes rapprochées de leur sphère domestique : leur rôle de mère ou d'épouse notamment. Comment cela se traduit-il dans nos podcasts ?

À la lumière de notre étude, le rapport à l'intime est premièrement rejeté. C'est le cas de *Popol*, podcast pour lequel Léa Chamboncel, interrogée sur cette question,

---

<sup>20</sup> Dulong, D. et Matonti, F. « L'indépassable féminité. La mise en récit des femmes en campagne ». *La mobilisation électorale municipale : Permanences et mutations*, Jan 2002, Lille, France.

explique : « *Il n'y a pas du tout de rapport [à l'intime], il n'y a pas lieu là parce qu'on parle d'actualité politique, tu vois. Les entretiens que j'ai faits pour l'ouvrage que je publie, là, oui, bien-sûr, beaucoup.* [cf. son livre intitulé *Plus de femmes en politique !*] *Mais Popol, c'est pas le lieu, non* ». La question de l'intime, autant dans les sujets qu'elle aborde avec ces femmes, que les mentions à leur sphère privée, semblent rejetées car ce n'est pas le sujet du podcast.

En effet, dans les épisodes étudiés, choisis de manière à constituer un échantillon représentatif de l'ensemble de l'offre de contenus de *Popol*, seuls trois épisodes sur ceux des deux saisons que nous avons écoutés laissent entendre une mention à l'intime. Dans le premier cas, il s'agit de l'épisode 3<sup>21</sup>, où Paloma Moritz évoque sa sœur pour illustrer le climat anxigène dans lequel sont les lycéens au moment de la crise sanitaire du Covid-19, ce à quoi Léa Chamboncel répond en relatant sa propre expérience pour parler du protocole sanitaire au collège : « *je vis avec quelqu'un qui a un garçon, enfin un jeune homme de 12 ans* ». Ici, ces références servent le propos et permettent d'illustrer des affirmations. Dans l'épisode 18<sup>22</sup>, en se présentant, Caroline Janvier précise qu'elle est « mariée et mère de trois enfants », au même titre que sa profession. Une mention qui ne lui est pas demandée, mais qu'elle préfère ajouter d'elle-même pour se définir. Enfin, la dernière mention relevée est entendue dans la deuxième saison, au cinquième épisode<sup>23</sup>, lorsque Léa demande à ses invitées si elles souhaitent parler de leurs recommandations. Lamia El Aaraje, députée socialiste de Paris, recommande la série *Working Moms* et explique qu'il s'agit de « *quatre copines qui concilient vie de femme, de mère, de couple, les enfants [...] moi j'ai deux enfants en bas âge, d'ailleurs on les entend en fond, ils sont peut-être en train de se taper dessus, et voilà, c'est pas évident de tout concilier... Les galères de crèche, de baby-sitter, me taper des réunions avec ma petite de 1 an...* ». Si une minorité d'épisodes laisse naître ce type de mentions à la sphère privée, elles ne sauraient pourtant être ignorées. Soit, ces femmes réintègrent des codes des médias *mainstream* d'elles-mêmes, faisant référence à la sphère privée bien que le sujet du podcast ne s'y intéresse pas particulièrement. Soit, elles se réapproprient ce rapport à l'intime, qui leur est habituellement imposé, et choisissent dans cet espace d'émancipation d'en parler, car elles l'ont choisi.

---

<sup>21</sup> Ep. 3 : La candidature de Jean-Luc Mélenchon - La grève sanitaire des enseignants.

<sup>22</sup> Ep 18 : La communication politique en 2021 & Les avancées en matière de droits des femmes

<sup>23</sup> Ep 5 : L'impossible union de la gauche & le meeting de Villepinte

Dans *Ma question à Angela Merkel*, Antoine Lheureux explique qu'ils ne sont « *pas allés très loin dans son intimité mais il nous paraissait important de présenter un visage humain de Merkel. C'est-à-dire que, certes elle a fait une carrière exceptionnelle, mais pourquoi ? Parce qu'elle s'est construite en tant que femme qui est née à l'Est, qui a ensuite dû s'imposer dans un monde d'hommes à l'Ouest, etc. Et tous ces éléments personnels enrichissent la compréhension de l'histoire professionnelle qu'est la finalité de la série [...] ce côté humain où on apprend des choses sur sa vie ça nous intéresse tous et ça éclaire en plus à la fois sa carrière mais aussi l'histoire de l'Europe* ». Le format documentaire amène ainsi à explorer son parcours personnel et le milieu dans lequel elle a grandi, puis de qui elle a été proche pour mieux comprendre sa personnalité. Les épisodes mentionnent successivement sa vie familiale, l'histoire de son nom de famille et ainsi de ses mariages, son état de santé. Dans l'épisode 3<sup>24</sup>, on entend cette phrase : « *Angela Merkel représentait le portrait d'une femme divorcée, physicienne et sans enfants, ce qui n'avait rien à voir avec le communisme ou le mouvement des femmes, même si elle était une femme dans un monde d'hommes* ». Les références à l'intime et à la sphère domestiques sont alors employées si elles servent le propos et permettent d'apporter de la matière documentaire éclairante.

Le cas d'*Euroïnes* est encore différent. Ce podcast qui propose à chaque épisode un portrait d'une femme de la bulle européenne va volontairement faire appel à l'intime, à l'expérience personnelle autant que professionnelle, à la sphère domestique autant qu'au milieu du travail, avec un objectif bien précis. Fanny Devaux raconte : « *on leur fait aborder leur vie privée sur ce qui est dur, rentrer dans une autre facette de l'invité, parce que la façade, ça, les réseaux sociaux s'en occupent bien donc nous, on cherche à creuser derrière* ». L'enjeu se trouve donc au niveau de la représentation des femmes politiques : *Euroïnes* cherche à proposer des portraits plus honnêtes et donc des modèles différents, pour représenter la variété des femmes politiques, sans qu'elles n'aient à mesurer leur image publique comme sur « les réseaux sociaux ». Fanny expliquera aussi : « *On posait à toutes les femmes la question de leurs échecs dans leur vie, les choses qu'elles regrettent. C'est pas une question évidente, enfin moi je sais pas ce que je dirais... C'est pas évident et de fait, d'avoir cette question-là, ça*

---

<sup>24</sup> Ep 3 : Ministre Merkel

*humanise vachement, et même les femmes hyper successful enfin typiquement le bras droit de Barnier : taff de ouf, elle a des jumeaux, elle court tous les matins, tu te dis okayy... woww.. et on voulait pas rentrer dans ça ! On voulait pas tomber dans ça, présenter des femmes qui vont donner de la pression aux jeunes femmes parce qu'elles sont parfaites. Ça c'est l'enfer. On en voit déjà partout sur insta tu n'as pas BESOIN d'entendre un truc où tu te dis : je suis vraiment une merde en fait ».* Et concrètement, les références à la sphère domestique se retrouvent ainsi dans plus de la moitié des épisodes d'*Euroïnes*, dans le but de fournir de nouvelles représentations des femmes politiques, réincarnées, où l'intime n'est plus un angle subi, mais choisi.

Enfin, si le rapport à l'intime dans les médias *mainstream* était vécu comme un stéréotype de genre, ces trois podcasts viennent se positionner de manière bien différente. S'il n'est pas jugé pertinent, le critère de la référence à la vie domestique, au rôle d'épouse ou de mère des femmes politiques dont il est question, sera exclu. En revanche, il saura être mobilisé par les animatrices de ces podcasts, ceux qui les écrivent, ou les femmes qui y participent, lorsqu'il permettra de proposer des représentations actualisées et diversifiées, plus « vraies », des femmes politiques. On assiste à une forme de réappropriation de ce stéréotype, dans la même logique que le rapport au corps et au physique des femmes politiques que nous explorions auparavant.

## 2.4 Faire de son genre une ressource politique

Enfin, si les femmes politiques semblaient se trouver dans une position bien inconfortable dans la sphère médiatique *mainstream*, ces podcasts petits et spécialisés semblent renverser cette logique, et le genre pourrait même devenir une ressource politique pour ces femmes. Le genre est cœur des discussions. Ce qui était autrefois un stigmate devient un contenu propre, avec une réelle valeur.

Dans l'analyse des épisodes de *Popol*, nous remarquons une évolution entre les premiers épisodes de la première saison, et le déroulé de la seconde. Si, au début, les invitées ne font pas référence à leur expérience de genre et au fait d'être une femme dans le milieu politique, l'identité de genre ne semble pas être érigée comme une ressource politique (Olivesi, 2009 : 68). Puis progressivement, c'est autant l'animatrice que les invitées qui vont se référer à ce vécu. Par exemple, dans l'épisode 18 de la

saison 1, l'une des invitées, Manon Aubry, eurodéputée La France Insoumise, relate son expérience :

*« dans cet univers viriliste, on dégoûte les femmes de faire de la politique, parce que je compte pas le nombre de femmes politiques autour de moi qui ont l'estomac noué, qui se sentent obligées. On renvoie l'image que faire de la politique c'est se taper dessus, c'est un univers qui dégoûte, en tous cas qui, moi, m'a fait beaucoup douter avant d'entrer, parce que j'avais pas envie de ressembler à ça. On n'a que le même type de profil qui émerge à cause de ces codes-là ». Cet univers viriliste, Léa Chamboncel souhaite le rejeter et explique que pour elle, « l'émergence dans des podcasts, sur Twitch etc. de personnalités du monde politique et médiatique m'effraie car c'est ce que j'essaie de casser. Là on est entre nous, c'est sympa, on a le temps, on discute, on n'est pas là pour se crier dessus ou expliquer en deux minutes quelque chose d'inexplicable, bref on crée des formats moins contraints ».*

Ensuite, la totalité des épisodes étudiés dans la deuxième saison nous permet d'entendre des mentions, ou plus développées, des discussions, sur ce thème du genre en politique. Dans le 18<sup>ème</sup> épisode de la saison 2, le dernier que nous avons analysé, Léa dit que *« quand on est une femme et qu'on fait de la politique, on est dans un espace réservé aux hommes. Et il faut soit qu'on accepte un certain nombre de violences, il y en a qui les acceptent malgré elles pour avancer, soit on décide de dénoncer et on se fait écarter... Comment on le fait [avec Popol] »*. Ainsi, la constitution d'espaces en marge offre la possibilité de faire de son genre, autrement décrié, une ressource politique. Ce podcast est écouté précisément parce qu'il permet d'entendre de nouvelles voix, autrement inaudibles dans l'espace public.

Dans le cadre du podcast sur Angela Merkel, l'identité de genre est également présentée comme une ressource politique à plusieurs reprises, notamment lorsque le personnage de la journaliste raconte comment Angela Merkel, *« après s'être fait passer pour une femme inoffensive et discrète, [...] montre ses dents et gagne bientôt la réputation d'une tueuse impitoyable. Des meurtres silencieux et rapides, fatals »*. Elle ajoute ensuite *« j'ai lu quelque part qu'en 2004, on a vu Friedrich Merz, l'un des principaux rivaux de Merkel, errer à Berlin les larmes aux yeux. Selon lui, Merkel l'a complètement isolé dans le parti. Plus tard cette année-là, il démissionnera »*. Toujours dans le même épisode, qui est le quatrième de la série, on entend qu' *« elle devient presque une*

*dirigeante officieuse du Parlement Européen [...], le Parlement était le seul endroit où elle pouvait se faire entendre* » et où elle « *fait entendre son désaccord* ». Angela Merkel aurait ainsi usé d'un stratagème : elle a utilisé l'un des stéréotypes associés aux femmes politiques (être discrète, inoffensive), pour ne pas se présenter comme une menace, pour ensuite être d'autant plus redoutable et se forger une réputation bien loin de ce qui était attendu d'elle.

Enfin, dans le podcast *Euroïnes*, faire de son genre une ressource politique est la fin en soi recherchée par cet espace de parole. La totalité des épisodes invite les femmes de la bulle européenne à partager leur expérience en tant que femmes dans un milieu politique : ce qu'elles ont vécu comme discriminations, leurs stratégies pour y faire face : ce podcast se veut un lieu de ressources pour se réapproprier l'espace politique en tant que femme.

Si nous reprenons les questions de recherche et les hypothèses qui guidaient la réalisation de ce mémoire, la création d'espaces médiatiques spécialisés et donnant en priorité la parole aux femmes semble alors permettre de proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels. En s'éloignant de l'attention portée au physique et au corps des femmes et en se réappropriant le stigmate du rapport à la sphère intime et domestique, les femmes politiques semblent trouver un espace où proposer de nouvelles représentations, plus honnêtes, de ce qu'elles sont. Cependant, si faire de son genre une ressource politique peut être perçu comme un succès à premier abord, celui-ci est à nuancer.

### **III. UNE EFFICACITE FREINEE PAR UN RENFORCEMENT DES ROLES DE GENRE EN POLITIQUE**

Certes, des femmes peuvent désormais s'exprimer dans la sphère médiatique et, plus que cela, elles peuvent faire de leur stigmate de genre, une ressource pour se faire une place dans un milieu qui leur était hostile. Certaines personnes sont en demande de ce genre de productions médiatiques avec un discours et des représentations différentes, le critère de genre devenant ainsi la valeur ajoutée de ces podcasts. Pourtant, « *les femmes politiques qui jouent du retournement du stigmate en mettant leurs qualités*

*féminines en avant se trouvent valorisées dans un premier temps mais, en ne contredisant pas les représentations sociales les plus traditionnelles, qui les placent en position d'altérité par rapport au monde politique, elles se voient ensuite confinées dans des positions secondaires. C'est ce qu'elles ont nommé le "salto du stigmat" » (Olivesi, 2009 : 74).*

En effet, nous constatons un risque de « *salto du stigmat* » (Achin et Paoletti, 2002 : 54) dans l'ensemble de ces podcasts. Si les femmes politiques se permettent, dans une certaine mesure, de contredire les représentations sociales les plus traditionnelles, elles vont tout de même reproduire certains rôles de genre en politique, à force de concentrer leur message sur leur genre en politique, et non sur le sujet politique. Il s'agit de l'objet de notre troisième partie.

### **3.1 La prédominance du témoignage concret et du récit de vie**

Certains des stéréotypes explicités par la recherche scientifique s'évanouissent dans ces podcasts, qui parviennent à proposer une nouvelle narrative sur les rôles de genre en politique. Mais, malgré l'espoir de voir disparaître l'ensemble des caractères discriminants accolés à la figure de « femme politique », nous observons que ces podcasts vont renforcer certains stéréotypes et rôles de genre en politique. C'est le cas notamment pour la prédominance du témoignage concret et du récit de vie, qui est réactualisé dans les podcasts étudiés.

Dans les médias *mainstream*, les hommes politiques font habituellement plus référence à de « grandes questions » théoriques et ont tendance à monter en généralité (Buscatto, 2009)<sup>25</sup>, tandis que les femmes politiques parleront de leur vécu, expliqueront par leurs témoignages et les références concrètes de vie ce que les hommes politiques expliqueront par des théories et des faits historiques par exemple. Ce rôle de genre en politique se rapprocherait ainsi du stéréotype de genre selon lequel les hommes seraient plus tournés naturellement vers la raison, et les femmes vers l'émotion, une idée construite culturellement et ne correspondant pas à une nature humaine.

---

<sup>25</sup> Buscatto, M. et Marry, C. « "Le plafond de verre dans tous ses éclats". La féminisation des professions supérieures au xxe siècle », *Sociologie du travail*, Vol. 51 - n° 2 | Avril-Juin 2009.

Le podcast *Euroïnes* est une illustration évidente du risque de renforcement de ce stéréotype, puisque dans l'ensemble des épisodes, faire référence au récit de vie et à des témoignages concrets est encouragé. Chaque épisode donne l'opportunité aux femmes de la bulle européenne d'aborder sa vie professionnelle comme elle le souhaite : le fait d'être une femme dans un milieu masculin, les difficultés à concilier vie professionnelle et vie personnelle, le syndrome de l'imposteur, les effets du télétravail, l'image professionnelle des femmes sur les réseaux sociaux... La constante étant que, par les questions qui leur seront posées par les animatrices du podcast, Fanny et Margaux, autant que par leur habitude à convoquer leurs récits de vie personnelle, ces femmes réemploient une narration les enfermant dans un rôle de genre. Eleanor Flanagan, manager des affaires européennes chez Spotify, lie ainsi les challenges auxquels est confrontée l'entreprise Spotify et des questions techniques se rapportant au RGPD, aux challenges qu'elle-même rencontre dans son travail, puis finalement en vient à aborder le thème de la maternité. De même, Jo Dardenne, lobbyiste chez TE (Transport Environment, une ONG de Bruxelles), parle instinctivement du milieu du lobbying et des ONG de manière générale, mais bascule dans le témoignage concret et fait référence à son propre récit de vie pour répondre aux questions posées. Les tentatives de prise de distance avec les représentations des femmes politiques dans les médias *mainstream* étaient bien réelles comme nous l'avons vu dans la partie précédente, mais elles se trouvent contrastées par ce type de reproduction des stéréotypes.

*Popol* et *Ma question à Angela Merkel* fonctionnent différemment sur cette question. *Popol* s'efforce d'avoir comme sujet de discussion l'actualité politique et permet finalement moins, dans les questions qui sont posées, d'avoir recours au mode du témoignage concret. Cependant, dans certains épisodes comme celui sur « la candidature de Jean-Luc Mélenchon & la grève sanitaire des enseignants » (saison 1, épisode 3), pour parler de la grève sanitaire des enseignants, Charlotte Rault, Paloma Moritz, Kiyémis, mais aussi Léa Chamboncel utilisent des témoignages concrets dans leur discussion. Il en va de même dans l'épisode « Une crise politique au sein de la majorité ? Anne Hidalgo, candidate en 2022 ? » (saison 1, épisode 6) dans les discussions de politique nationale. Globalement, *Popol* offre un mélange de ces deux registres et ne donne pas plus de place à l'un ou à l'autre. En revanche, très récemment, Léa Chamboncel a lancé *Popol Talks*, un *spin-off* de *Popol*, qui s'effectue sous forme de portraits, et non de talkshow, un peu à la manière d'*Euroïnes*, donc. Cette forme

semble particulièrement encourager le recours au récit personnel, puisque Sandrine Rousseau, interrogée du premier épisode, ne se réfère pas à l'affaire Baupin (député accusé de harcèlement et d'agressions sexuelles) de manière générale, en expliquant l'affaire d'un point de vue juridique par exemple, mais par le mode du témoignage. Elle dit au micro de Léa Chamboncel : « *J'ai l'impression que suite à l'affaire Baupin j'ai failli ne pas en revenir, failli en mourir à un moment où j'étais tellement mal. Et au moment où j'ai décidé de vivre, à ce moment-là, c'est comme si maintenant plus rien ne pouvait m'arrêter dans ce combat-là* ». Elle motive son combat contre les violences sexuelles et sexistes ici par son propre récit de vie.

*Ma question à Angela Merkel*, par son caractère documentaire, trace le chemin de vie d'Angela Merkel. La manière de raconter à la fois son histoire, mais aussi l'histoire de l'Europe, grâce à sa figure, se fait en reliant systématiquement la vie d'Angela Merkel à un destin commun et à de « grandes questions ». Un format spécial, donc, qui mêle les deux approches, pour aider la narration à se construire.

Ce point était assez délicat à analyser puisque l'ensemble de ces podcasts fournissent un mélange entre références à des grandes questions théoriques et mentions à son récit de vie personnel. Surtout, chaque podcast est différent et ne produit pas les mêmes représentations des femmes politiques. Ce que nous pouvons en déduire reste que ces podcasts, autant qu'ils souhaitent proposer de nouvelles représentations du féminin en politique, vont réemployer certains stéréotypes. *Popol*, que nous pensions peut-être plus détaché et permettant réellement à des femmes de ne pas devoir fournir un récit personnel (souvent malgré elles), voit dans *Popol Talks* ressurgir ce stigmate. Finalement, la constitution médiatique d'espaces sous forme de portraits de femmes est porteuse de ce stéréotype. Des podcasts de portraits d'hommes politiques qui aborderaient à la fois leur vie personnelle et leur vie professionnelle existent-ils ? Sont-ils amenés à évoquer leurs récits de vie pour présenter leur expérience au sein d'une ONG ou dans un parti politique ? Il semble que ces formats médiatiques soient réservés au genre féminin.

Au lieu d'atténuer les stéréotypes de genre en politique, *Popol Talks* et *Euroïnes* semblent, par leur format, contribuer à renforcer certaines attitudes et ainsi nourrir un risque de « salto du stigmate », comme nous l'exposions précédemment. Il en sera de

même pour notre analyse des voix et des registres de langage que l'on entend dans ces productions médiatiques.

### 3.2 Les voix et les registres de langue, témoins de rôles médiatiques stéréotypés

Nous évoquons les difficultés des femmes à prendre la parole dans un média radiophonique, leurs voix étant la cible d'harcèlement. En revanche, nous n'avons pas encore abordé les voix féminines dans le milieu politique. Si, dans les podcasts étudiés, des femmes se réapproprient un espace sonore qui, jusqu'alors, ne les accueillait pas, prendre la parole dans la sphère politique n'est pas un acte anodin non plus. En effet, des stratégies sont parfois mises en œuvre pour réussir à se faire entendre : « *pour s'imposer en politique, les femmes disent souvent devoir se plier à certaines règles du jeu masculines parfois difficiles pour elles, telles que : l'affirmation de soi avec vigueur et les prises de parole assurées et parfois musclées, l'agressivité verbale, l'intransigeance, la combativité, etc. À l'occasion d'une conférence autour du 8 mars 2020, plusieurs élues bretonnes, dont une sénatrice expérimentée, expliquèrent combien la petite voix des femmes pouvait s'avérer pénalisante pour certaines élues peinant à s'affirmer et à se faire entendre dans des assemblées très masculines* » (Guionnet & Neveu, 2021 : 283). Si des voix plus douces, moins puissantes, plus hésitantes, sont dévalorisées dans la sphère politique où les voix masculines ont les pleins pouvoirs, nous allons voir deux types d'attitudes dans les podcasts étudiés, en réaction à cette difficulté.

La première attitude que nous relevons est le choix de se plier aux règles du pouvoir en place, et ainsi de transformer sa voix et ses manières de parler, les masculiniser, pour acquérir une légitimité.

Dans le podcast *Popol* par exemple, sur l'ensemble des podcasts étudiés, nous avons noté des hésitations dans la voix ou un niveau d'assurance relativement faible seulement dans quatre épisodes. Par exemple, dans le septième épisode de la saison 2, l'une des invitées avoue au début « *je suis un peu stressée...* », une autre, au moment de prendre la parole, s'excusera « *je me suis permis de prendre la parole je suis désolée* » (saison 1 épisode 6). Outre ces remarques, l'ensemble des invitées au micro de Léa Chamboncel s'expriment de manière dynamique, avec vigueur et des voix

assurées. Elles ne reprennent pas l'ensemble des qualités prêtées aux voix masculines en politique car nous n'avons pas relevé d'agressivité verbale ou de combativité, mais placent différemment leur voix de celles des femmes imaginées plus hésitantes, douces et moins puissantes. D'ailleurs, elles empruntent parfois un vocabulaire familier, à la manière dont le fait Léa Chamboncel : elle se réfère au gouvernement en disant qu'il a « fait de la merde » (épisode 18 de la saison 2), réagit à des propos de personnalités politiques en disant « *j'ai entendu ça, j'ai gueulé 'baaahh'* » (épisode 11 de la saison 2), et nous raconte alors en entretien qu'elle cherche un ton : « *j'irai jusqu'à dire « familier » mais dans le bon sens du terme. Pas vulgaire mais quelque chose de safe* ». En réalité, ce registre familier est significatif pour les femmes politiques, puisqu'il s'agit plutôt d'un caractère associé à la domination masculine.

Si l'on peut imaginer que le fait de s'approprier des codes de la masculinité va aider ces femmes politiques à proposer de nouvelles représentations d'elles-mêmes, jugées plus légitimes à être entendues dans la sphère politique dans sa globalité, ce que Léa continue d'expliquer au cours de notre entretien vient atténuer cette émancipation supposée : « *sur la répartition du temps de parole c'est marrant parce que [...] j'ai dû recevoir plus de 150 femmes déjà, ça m'est peut-être arrivé deux fois qu'il y en ait à qui je faisais des signes parce que c'était un peu en mode tunnel... Mais c'est rarissime. [...] Je crois que j'ai deux exemples en tête de femmes qui essayaient de monopoliser un peu la parole mais c'est tout... Et c'est des femmes qui en l'occurrence peuvent être habituées aux médias mainstream* ». Certaines des primo-participantes de *Popol* ont finalement pu rencontrer face à elles des femmes, habituées des médias *mainstream*, se rapprochant des qualités masculines (voix assurées, affirmation de soi vigoureuse, monopolisation de la parole) qu'elles ont été habituées à imiter pour se faire entendre. Au lieu de produire de nouvelles représentations des femmes politiques qui circulent dans les médias *mainstream*, cela peut venir reproduire la supériorité du masculin sur le féminin, renforçant un peu plus la hiérarchie de genre au sein du milieu politique.

La deuxième attitude, construite en opposition, consiste à affirmer son inscription en tant que femme dans la sphère politique, en ne cherchant pas à modifier des voix plus douces, des hésitations, un manque d'assurance par moments, mais en en faisant sa force, sa distinction.

C'est davantage le cas du podcast *Euroïnes*. En raison de son format, des femmes ne vont pas débattre entre elles de sujets d'actualité politique et l'on va moins attendre de confrontation entre les voix comme on le suspectait chez *Popol*. Ce que l'on remarque tout de même, à l'analyse d'*Euroïnes*, c'est que le cadre rassurant de prise de parole qui est recherché pour les invitées leur permet de s'exprimer à leur manière, avec l'assurance ou les hésitations qu'elles peuvent avoir dans leurs voix, un débit de parole plus ou moins rapide : finalement *Euroïnes* permet d'entendre une multiplicité de voix et de degré d'assurance. Le registre ne sera jamais vulgaire et ne cherchera pas à reproduire, volontairement ou non, certains codes prêtés aux masculinités hégémoniques. Les voix de Fanny et Margaux, les deux animatrices du podcast, sont parfois un peu tremblantes lors de l'épisode introductif. Emmanuelle Le Texier, la Directrice des Ressources Humaines du groupe des sociaux-démocrates au Parlement Européen, a une voix particulièrement calme et pourrait à quelques reprises être perçue comme manquant d'assurance, en raison de sa voix dépourvue de toute combattivité. Sadia Mir, lectrice et analyste chez Women's UN Report Network parle à voix basse, dans un débit de parole lent et avec un faible niveau d'assurance. Face à ce type de profil, Fanny explique : « *On a eu une dame qui était représentante de UN Women et qui était hyper timide, hyper intéressante, clairement elle avait plein de trucs à dire très intéressants, elle avait vraiment peur de l'exercice, donc sur le coup on essayait d'avoir un ton rassurant* ». Si *Euroïnes* permet ainsi d'entendre des voix variées représentant la variété des profils de femmes travaillant dans la bulle européenne, le fait d'avoir un média féminin dans lequel s'expriment des voix peu assurées peut présenter une dérive : celle de reproduire un stéréotype associé au féminin. Les femmes politiques ne seraient pas légitimes à s'exprimer dans d'autres médias, plus généralistes, moins spécialisés, et en mixité, car leurs voix ne feraient pas le poids face à celles d'hommes politiques. Un risque à prendre en compte, donc, dans l'efficacité que permet ce genre d'espaces médiatiques pour proposer de nouvelles représentations du féminin en politique.

Le podcast *Ma question à Angela Merkel* se situerait à nos yeux dans la même logique puisque, s'il s'agit d'une comédienne qui joue le rôle d'Emilia, la journaliste chargée de poser une question à Angela Merkel que nous suivons pendant la série, l'écriture du personnage d'Emilia renforce les stéréotypes de genre en politique. Jouée par une actrice, Emilia a la voix que l'on a pensée pour elle. Elle aurait pu avoir une voix aiguë ou grave, être très sûre d'elle ou très timide, sa personnalité est le fruit d'une écriture.

Si sa voix est agréable à l'écoute puisqu'elle est très juste, elle a été écrite pour douter. Dès le premier épisode, ce doute chez Emilia est mis en scène. Au fil des épisodes, on entendra une voix aiguë parfaitement assurée, celle d'une professionnelle.

Mais son texte l'amène à hésiter : « *Trouver la bonne question... est-ce que... pourquoi est-ce que... comment est-ce que .. Ahh..* » dans l'épisode 4, et aussi à écouter souvent la voix de Martin, son collègue assuré, qui « *connaît tout le monde* » (épisode 1) et qui l'appelle « *petite* » (« épisode 5), et l'invite aussi à la peur que l'auditeur ne la prenne pas au sérieux « *allez vérifier si vous ne me croyez pas* » (épisode 3). Emilia est aussi dépendante de Martin pour certaines questions techniques, comme un krach financier : « - Emilia : *La finance c'est pas vraiment mon domaine. Mais heureusement, il y a Martin. Martin : Ecoute c'est assez complexe mais je vais essayer d'être le plus clair possible* » (épisode 6).

Un processus d'écriture qui se révèle être un moyen de réactiver un ensemble de caractères stéréotypés, dont ce podcast semblait vouloir s'extraire, en choisissant de donner la parole à des femmes, pour raconter une histoire politique primordiale, celle de l'Europe. Sans un personnage secondaire masculin, il ne sera pas si simple pour la journaliste Emilia d'y arriver.

Enfin, bien que ces attitudes soient différentes, elles renforcent la hiérarchie genrée qui s'est établie au sein du milieu politique. En se masculinisant, ces femmes reproduisent une hiérarchie au sein de l'espace de discussion, où les qualités prêtées au féminin sont une nouvelle fois dévalorisées. En affirmant la vulnérabilité supposée du caractère féminin en permettant à des voix basses, douces, aiguës, hésitantes de s'exprimer, elles renforcent ce stéréotype déjà en place des voix féminines. C'est le caractère binaire, l'opposition du féminin au masculin, la manière dont des rôles de genre ont été construits, qui nous pose ici problème. Sans sortir d'une conception binaire du genre, il semble que les voix des femmes seront toujours subordonnées aux voix masculines, et, en cela, elles auront du mal à s'extraire de la hiérarchie qui les maintient à une position de dominées.

Enfin, un dernier élément semble constituer un frein à l'efficacité de ces podcasts comme lieu de proposition de nouvelles représentations des femmes politiques, il s'agit de la perte de l'objet principal : le sujet politique.

### 3.3 Le risque d'éclipse de l'objet initial : le sujet politique

*Popol*, *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel* sont trois podcasts politiques qui ont été conçus de manière à équilibrer la balance du genre dans les médias, pour aborder le sujet politique. Mais, dès le début, le choix du médium était significatif : le podcast est souvent choisi pour le « caractère intimiste » de sa narration (Allouch & Muller, 2021 ; Berry, 2006 ; Cohen, 2019). Et l'intime, nous l'avons vu, est une caractéristique associée au féminin. Le recours au podcast est ainsi intimement lié à la volonté d'offrir un espace vocal aux voix féminines, bien que celui-ci renforce une qualité prêtée au « féminin », compris en opposition au « masculin », des catégories qui sont, nous tenons à le rappeler, construites culturellement et non innées.

Au-delà du format, ce qui nous intéresse à présent est le sujet-même de ces podcasts politiques « féminins » (dont les voix sont, en large majorité, voire en exclusivité, celles de femmes). Ces podcasts, lorsqu'on les trouve sur les plateformes d'écoute (Acast, Spotify, Apple Podcast, Google Podcast) sont étiquetés avec « News » et « Politics », mais, finalement, est-ce le vrai sujet ? Le genre des intervenantes et des intervenants semble tellement au cœur du message de ces podcasts, que l'on se questionne sur le véritable sujet qui unit ces podcasts. Est-ce le politique ou la thématique du genre en politique ? Si tel est le cas, qu'est-ce que cela produit sur le discours politique ? Cette partie propose ainsi, à l'aide de notre analyse de contenu, d'aborder un dernier risque que présentent ces podcasts, celui d'éclipser l'objet initial : le sujet politique.

Ces trois podcasts ont en commun les mentions à l'expérience de genre dans le milieu politique des femmes dont il est question. Dans *Ma question à Angela Merkel*, plusieurs fois, on entend parler d'Angela Merkel pour son parcours en tant que femme dans la vie politique allemande et européenne. Michelle Alliot-Marie, invitée de ce podcast, explique ainsi dans le troisième épisode, autant pour son expérience que pour celle d'Angela Merkel, qu'être « *la première femme à la tête d'un parti politique ou d'un ministère c'est aussi être regardée comme un symbole. Si nous réussissons, tout va bien, il pourra y avoir des femmes par la suite. Mais lorsqu'on commet une erreur ou lorsqu'on perd, on ne pardonne pas et il devient très difficile par la suite pour des femmes d'occuper le même poste* ».

Des affirmations similaires circulent dans *Popol* : Anne Pédron, dans l'épisode « Éviction de Rousseau & fin de la primaire pop » explique que « *c'est toujours les femmes qui paient les pots cassés en premier* ». Au sujet de l'éviction de Sandrine Rousseau, elle dit : « *à un certain niveau de pouvoir, quand elles [les femmes politiques] arrivent au sommet de la pyramide, ça ne fonctionne plus. Là on dit que c'est parce qu'elle est infidèle. Hidalgo, parce qu'elle n'a pas de charisme. Péresse ne sait pas faire des meetings. Ségolène apparemment était hystérique, on arrive toujours à une chute au dernier moment, c'est problématique cette erreur de la part de Jadot car symboliquement il aurait fallu qu'une femme qui récolte 48% tienne jusqu'au bout, trouver un accord en interne. On observe encore une chute d'une femme qui aurait pu aller loin* ». Le thème même du podcast amenait à parler de l'expérience de genre en politique, bien que le fait de concentrer un épisode de podcast entier sur le sujet soit plus rare.

*Euroïnes* est de même le lieu privilégié de témoignages personnels sur ce que c'est d'être « une femme » dans la bulle européenne, à travers des récits comme celui de Jo Dardenne, qui explique qu'elle prépare précautionneusement chaque prise de parole publique qu'elle aura à faire : « *c'est peut-être moi, mais c'est aussi possible que ce soit parce que je suis une femme. Parce qu'il faut être au top, car il suffit d'une petite erreur pour ruiner toute une prise de parole* ».

Alors, ces podcasts abordent bel et bien des sujets politiques : carrières de personnalités influentes, exercice du pouvoir au sein des groupes politiques, actualités de politique internationale ou des résultats d'élection, logiques de pouvoir entre lobbyistes, parlementaires, députés, et autres personnalités politiques. Seulement, ils le font en portant toujours un regard sur l'expérience de genre des invitées. Une manière de proposer de nouveaux contenus dans une offre médiatique particulièrement masculine, le milieu politique étant toujours en large partie aux mains d'hommes politiques, donc une manière de proposer de nouvelles représentations médiatiques du politique. Mais pas seulement.

De la même manière que les femmes font un « *apprentissage spécifique des rôles politiques* » qui les conduirait à des « *carrières distinctes de celles des hommes* » (Gris,

2017 : 230)<sup>26</sup>, on pourrait imaginer que les femmes qui ont créé ces podcasts, ou participé à leur écriture (dans le cas du podcast sur Angela Merkel), créent ces espaces médiatiques selon une sexualisation, qui les a menées vers ces formats. Avec une idée de « *faire de la politique autrement* », on observe que ces podcasts « *reposent sur des rôles de genre* », sur une « *instrumentalisation des stéréotypes de genre* » (Guionnet & Neveu, 2021).

En fait, en proposant à ces femmes politiques de s'exprimer en mettant un accent sur leur genre dans le milieu politique, elles mettent en lumière des inégalités pour les combattre, mais elles se reposent aussi sur le stéréotype suivant : les femmes font de la politique autrement, en parlant de leur vécu et réactivent ainsi de nombreux stéréotypes de genre. Ces médias pourraient finalement fonctionner comme des « *trompe-l'œil* (Achin, Lévêque, 2014) : *derrière la façade féminisée, l'essentiel du pouvoir demeure aux mains des hommes* » (Guionnet & Neveu, 2021 : 102).

Le bilan que nous tirons de ce deuxième chapitre est contrasté, comme l'annonce de ses titres pouvait l'indiquer, mais nous apporte des réponses précieuses à nos questions de recherche initiales, et aux hypothèses qui en découlent.

Dans un premier temps, nous avons pu étudier la manière dont se sont constitués des espaces se voulant « rassurants », « *safe* », en ayant parfois recours à la non-mixité pour permettre à des femmes de s'exprimer en marge d'un regard masculin, celui-ci étant perçu comme empêchant une prise de parole libérée de dynamiques de pouvoir sexistes. Ces espaces médiatiques en marge représentent, nous l'avons expliqué, des lieux idéaux pour une première prise de parole médiatique pour des « primo-participantes », des profanes de la sphère médiatique. Avec un cadre de parole rassurant, les conditions semblaient réunies pour proposer des représentations des femmes politiques en contraste avec les stéréotypes circulant dans les médias *mainstream*, bien que le risque zéro n'existe pas. Ces espaces « rassurants » connaîtront tout de même le risque du gender-trolling, une fois qu'ils seront diffusés en ligne.

Ensuite, nous avons pu commencer à dessiner une réponse à notre hypothèse de recherche principale, qui était que la création d'espaces médiatiques spécialisés et en

---

<sup>26</sup> Gris, C. « Maud Navarre, *Devenir élue. Genre et carrière politique*, Presses universitaires de Rennes, Rennes, 2015, 257 pages », *Travail, genre et sociétés*, vol. 38, no. 2, 2017, pp. 230-233.

non-mixité permet de proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels. D'un côté, cette hypothèse s'est vérifiée : ces nouveaux médias permettent de s'éloigner de l'attention constante portée au physique et aux corps des femmes politique dans les médias *mainstream*, elles se réapproprient le stigmate du rapport à la sphère domestique et aux références à l'intime, et vont finalement faire de leur genre une ressource politique et médiatique. Ces podcasts invitent des femmes politiques à se réapproprier leur image(et le leur permettent donc), à en proposer une définition plus valorisante, et proposent ainsi de lutter contre les logiques sexistes qu'elles subissaient jusqu'alors. Cependant, d'un autre côté, nous avons distingué un autre versant de cette lutte contre les stéréotypes associés aux femmes politiques dans les médias *mainstream*. Notre réponse n'est plus si positive, lorsque l'on constate que *Popol*, *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel*, bien qu'ils soient des espaces médiatiques très diversifiés, font ressurgir des biais communs. Ils peinent à s'émanciper complètement de certains rôles de genre, et les femmes politiques reproduiront ainsi toujours des caractères associés au féminin, malgré elles : la prédominance du récit de vie et du témoignage concret plus que des références à des grandes questions générales, mais aussi le recours à des voix et des registres de langue reproduisant des stéréotypes de genre. Notre hypothèse principale n'est ainsi confirmée que dans une certaine mesure, puisque les biais ne sauraient être occultés, tant ils sont susceptibles d'entacher la proposition de représentations émancipées des femmes politiques.

Si le podcast semble permettre l'avènement de nouvelles représentations des femmes en politique, si le genre peut être remobilisé comme ressource pour la réussite de l'exercice médiatique des femmes politiques, ou si elles s'affranchissent de certains stigmates, elles restent parfois cantonnées à une performance genrée. Le cadre médiatique potentiellement libre de contraintes reproduit finalement certaines lignes à franchir pour leur permettre une émancipation totale.

Aussi, le dernier temps de notre étude sera consacré à envisager les podcasts politiques donnant la parole aux femmes comme un outil d'*empowerment*, une notion que nous définirons. Nous questionnerons alors le rôle et les effets de ces podcasts pour les carrières de ceux qui les ont créés et des femmes politiques qui s'y expriment. Premièrement, nous étudierons les manières dont les femmes qui participent à ces podcasts se saisissent de leur intervention médiatique, souvent la première, comme

tremplin professionnel. Deuxièmement, nous changerons de perspective, en voyant comme le podcast peut être un premier pas vers la constitution d'une organisation professionnelle, qu'il s'agisse d'un studio de podcast, d'une entreprise d'information ou de conseils en égalité de genre pour des institutions. En dernier lieu, nous aborderons l'avenir des podcasts politiques natifs, du loisir à la professionnalisation. Nous y questionnerons la position d'espace « en marge », comme frein ou levier pour se développer dans un milieu toujours dirigé par des logiques discriminatoires pour les profils féminins.

## **Chapitre 3 : Au-delà du sujet politique, le podcast comme outil d'*empowerment***

---

Les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes existent avec pour objectif de rendre visibles, ou plutôt audibles, des profils habituellement invisibilisés dans les médias *mainstream*, dans ce cas précis, des femmes politiques. Proportionnellement, ils parviennent à ce but dès leur lancement puisqu'ils vont offrir une parole à des personnages principaux féminins dans le cadre de *Ma question à Angela Merkel* (la journaliste, Emilia, la figure de femme politique d'Angela Merkel, puis des politologues comme Joyce Mushaben, l'ancienne ministre Michèle Alliot-Marie, ou encore les journalistes Florence Autret, Jacqueline Boseyn et Judy Dempsey), et à des femmes investies dans le milieu politique français (*Popol*) et européen (*Euroïnes*). Ce que les médias *mainstream* ne mettent pas en œuvre. Les représentations que ces podcasts présentent de la figure médiatique de « femme politique » sont ambivalentes, mais ce qui nous intéresse à présent est de savoir comment, au-delà du sujet politique et de la représentation des femmes politiques qui y circulent, ces podcasts peuvent agir comme des outils d'*empowerment*. La définition de ce terme sera le point de départ de ce développement.

### **I. SE SAISIR DE SON INTERVENTION MEDIATIQUE COMME TREMPLIN PROFESSIONNEL**

#### **1.1 Sur la notion d'*empowerment* : vers une définition d'un « pouvoir d'agir » politique**

À plusieurs reprises, nous avons emprunté le terme anglophone *empowerment*, mais à quoi correspond-il vraiment, que permet-il d'exprimer, et comment peut-on l'appliquer à nos podcasts ? Ce terme est largement mobilisé dans la littérature scientifique que nous avons convoquée au cours de ce travail, notamment sur la notion

de non-mixité : « *que ce soit pour les femmes, les minorités ethno-raciales ou tout groupe stigmatisé, l'entre-soi peut constituer un espace de libération de la parole, de relâche du contrôle social, de construction de solidarité et de lien social qui contribue à l'empowerment des individus* » (Talpin, 2018 : 30)<sup>27</sup>. Dans cette citation, notre curiosité se tourne vers deux éléments : d'abord, la notion d'*empowerment* comme nous venons de le dire, ensuite la « construction de solidarité et de lien social », ces deux données étant corrélées. Nous les aborderons successivement, au fil de notre développement.

Le terme d'*empowerment* apparaît dans la littérature anglophone dans les années 70, notamment dans des recherches de santé publique et de psychologie sociale, pour définir le fait de « *renforcer ou d'acquérir du pouvoir* »<sup>28</sup> (Calvès, 2009 : 735). En réalité, l'*empowerment* est une notion plurielle et elle correspond « *à des réalités très différentes, à une gradation dans le niveau de prise en compte des citoyens ordinaires et dans leur intégration dans le processus décisionnel* » (Jouve, 2007 : 1)<sup>29</sup>. L'*empowerment* a été transposé dans la langue française de différentes manières : il s'agit d'un « pouvoir d'agir » (Ricœur, 1995), d'une « pratique émancipatrice » (Bacqué et Biewener, 2011), mais aussi d'une *capacitation* ou d'une *empouvoirisation*. En fait, ce que la notion d'*empowerment* essaie de définir, c'est « *une démarche d'autoréalisation et d'émancipation des individus, de reconnaissance de groupes ou de communautés et de transformation sociale* » (Bacqué et Biewener, 2013 : 6)<sup>30</sup>. Une manière donc d'être acteur de sa propre émancipation et de participer activement à une transformation sociale, ou une façon de contribuer à donner à quelqu'un l'exercice du pouvoir.

Le concept d'*empowerment* est notamment mobilisé dans l'étude des mouvements sociaux et dans les recherches sur les féminismes et les mouvements de femmes, puisque, dans une perspective féministe, analyser les processus d'*empowerment* offre des clés pour penser les chemins de l'émancipation des femmes. Dans le milieu politique comme dans le milieu médiatique, en cherchant à aider des figures féminines

---

<sup>27</sup> Talpin, J., « La non-mixité : une étape sur le chemin de l'émancipation des femmes », *Les Cahiers du Développement Social Urbain*, 2018/2 (N° 68), pp. 30-31.

<sup>28</sup> Calvès, A., « « Empowerment » : généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement », *Revue Tiers Monde*, 2009/4 (n° 200), pp. 735-749.

<sup>29</sup> Jouve B. *L'empowerment : à quelles conditions ? Pour quels objectifs ?*, 2007, en ligne.

<sup>30</sup> Bacqué, Mh. & Biewener, C. *L'empowerment, une pratique émancipatrice ?*, Paris, Éd. La Découverte, coll. Poche, 2013, 175 pages.

à se frayer un chemin jusqu'au pouvoir (celui de gouverner, d'informer, comme celui de contrôler les manières d'être représentées publiquement), des initiatives comme les podcasts politiques natifs que nous étudions peuvent être envisagés comme des outils d'*empowerment*, et plus particulièrement d'*empowerment* politique.

Défini comme « *un processus de modification des rapports de forces et des conditions d'accès au sein de l'espace public qui, à travers des luttes et une redistribution des ressources, aboutit, [...] à l'acquisition par des individus ou des groupes de nouvelles capacités citoyennes* » (Dolbeau-Bandin et Donzelle, 2015 : 95)<sup>31</sup>, l'*empowerment* politique s'applique particulièrement aux luttes contre les inégalités, les dominations ou encore les situations d'exclusion, le but de la lutte étant ainsi d'obtenir une « nouvelle répartition des moyens et des ressources sociales, culturelles et politiques » (*ibid.*), dans notre cas une nouvelle répartition de la parole politique où les femmes ne seront pas victimes de leur identité de genre.

Bien que notre définition de l'*empowerment* politique soit ici relativement brève au regard de la multitude d'écrits existant sur cette notion, prendre le temps de comprendre son sens permet de comprendre les effets que vont produire les podcasts que nous étudions, au-delà de l'analyse de leur contenu propre.

En effet, si l'*empowerment* politique est un moyen de se réapproprier un pouvoir, d'avoir entre ses mains la possibilité de procéder à un renversement d'une situation jugée discriminatoire, de procéder à une nouvelle répartition de la parole politique, *Euroïnes*, *Popol* et *Ma question à Angela Merkel* semblent avoir été conçus comme des outils d'*empowerment* politique, offrant un espace de parole pour femmes politiques. Au-delà d'obtenir un espace de parole, ces podcasts vont représenter une ressource d'*empowerment* d'autant plus grande, à la fois pour les créateurs et créatrices de ces podcasts, que pour ceux et celles à qui le micro est tendu. Étudions à présent comment l'expérience de prise de parole médiatique réussie dans l'un de ces podcasts peut être remobilisée à des fins professionnelles par les invitées, puis comment ces podcasts permettent la création de réseaux de femmes. Nous les appréhenderons comme des espaces « *de construction de solidarité et de lien social qui contribue[nt] à*

---

<sup>31</sup> Dolbeau-Bandin, C. et Donzelle, B. « En campagne sur twitter : au risque de l'*empowerment* ? », *Les Cahiers du numérique*, vol. 11, no. 4, 2015, pp. 91-118.

*l'empowerment des individus* », pour reprendre les propos de Talpin que nous avons introduits au début de cette réflexion sur *l'empowerment*.

## 1.2 Vers la création de réseaux de femmes

Les podcasts étudiés cherchent à modifier la répartition de la parole politique dans les médias, en permettant aux femmes de pouvoir intervenir sur le sujet, nous l'avons précédemment confirmé. Ils luttent contre un processus d'invisibilisation du féminin en politique, ce que Fanny raconte d'ailleurs en entretien. Elle explique à propos de la bulle européenne : « *nous, on est bien loties. Mais ça ne veut pas dire qu'il n'y a rien à faire et surtout c'est plutôt un truc d'invisibilisation. On n'est pas sur des remarques sexistes quotidiennes on n'est pas sur ça. Heureusement. Et je pense que l'Assemblée Nationale est beaucoup plus sujette à ce genre de choses, mais dans la bulle européenne c'est moins ça, c'est juste l'invisibilisation. Et le fait que les femmes s'occupent des enfants, donc en fait, elles rentrent chez elles le soir, et elles ne font pas de networking events et ce genre de trucs* ». Une lutte contre l'invisibilisation donc, mais aussi un combat pour permettre à des femmes de sortir de la sphère domestique et encourager leur présence dans des groupes de sociabilité politique.

Le stéréotype qui consiste à rapprocher le « féminin » de l'intime et de la sphère domestique dans les médias est en réalité ancré dans les qualités dites féminines en société, les femmes étant davantage en charge du *care*, de la gestion de la vie familiale et du foyer que les hommes, tournés vers l'extérieur et leur carrière notamment. Ceci explique le fait que les hommes profitent de leur temps libre pour des activités dites de *networking*, tandis que les femmes ont les charges de l'entretien de la maison, de la famille, et sont privés de « dîners en ville », ce qui expliquerait d'ailleurs l'infériorité numérique de femmes à la tête de groupes médiatiques, comme l'explique Sedel<sup>32</sup>.

Le fait de permettre à des femmes de sortir de leur sphère domestique pour s'attaquer au sujet politique, au moins symboliquement puisque les enregistrements ont souvent lieu à distance, agit comme un moyen d'*empowerment* et d'échange des dynamiques de pouvoir. Celles-ci, en se rencontrant lors de l'enregistrement de ces podcasts, vont alors briser le problème des cercles de sociabilité politiques dont elles étaient jusqu'alors

---

<sup>32</sup> Sedel, J. « Le genre du « Quatrième pouvoir » », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), p. 47-61.

exclues, pas tant directement et ouvertement que par leur relégation à des activités tournées sur l'intérieur, ne leur permettant pas d'avoir la flexibilité horaire nécessaire à ces activités de *networking*. Ainsi vont se mettre en place des sortes de réseaux de femmes : « *les groupes se posent alors comme des espaces potentiels d'empowerment social et économique en favorisant l'entraide, l'intégration sociale des femmes et leur "renforcement en capacités"* » (Saiget, 2015 : 179)<sup>33</sup>.

Léa Chamboncel l'explique dans le 36<sup>ème</sup> épisode de la première saison de *Popol* : « *cent femmes ont pris la parole depuis le lancement de la première saison, ça me touche beaucoup [...] c'est beaucoup de bienveillance, de retours très positifs, j'ai plein de nouvelles amies, j'ai rencontré plein de femmes fantastiques car je fais des appels à participation et 90% des femmes, je ne les connais pas. Je ne m'attendais pas à ce que ça devienne une communauté, qu'elles gardent contact, je vois ces femmes interagir sur les réseaux sociaux* ». En mélangeant des primo-participantes et des femmes politiques déjà audibles, Léa crée des liens de sociabilité entre femmes, qui favorisent ainsi l'entraide, la sororité, et son podcast agit comme un outil d'*empowerment* social autant que politique. Une véritable « communauté », comme elle le dit.

Les femmes qui participent à ces podcasts, autant que les animatrices, nouent des liens, se construisent un réseau, parviennent à être audibles dans l'espace public et y gagnent des relations professionnelles autant que personnelles, leur permettant une prise de pouvoir, une émancipation, et finalement, un véritable *empowerment*. La participation des invitées leur est aussi bénéfique puisqu'elles peuvent se servir de cette prise de parole médiatique comme ressource professionnelle, c'est ce que nous allons aborder maintenant.

### 1.3 L'expérience réussie remobilisée à des fins professionnelles

Pour les primo-participantes, ou plus généralement les femmes ayant peu d'expérience avec les médias, ces premières interventions vont être un lieu d'apprentissage d'un « *sens pratique du politique* » (Agrikoliansky et Aldrin, 2019 :

---

<sup>33</sup> Saiget, M. « Regrouper et séparer : la participation des femmes comme mode d'empowerment en contexte d'après-guerre », *Participations*, 2015/2 (N° 12), p. 167-192.

13), qui correspond à un « *ensemble de techniques et de tactiques étudiées en pratique [...] : défendre des droits en activant les canaux et les médiations disponibles ; organiser une action collective et s'en faire le porte-parole ; travailler des dossiers, parler aux médias, mobiliser des experts pour construire et défendre des « intérêts» ; apprendre concrètement les jeux institutionnels, les savoir-faire et savoir-être du métier d'élu ou de représentant d'un groupe ou d'une cause* »<sup>34</sup>. Ces femmes qui participent, en plus de développer leur capital relationnel, étendent leurs compétences politiques en discutant avec d'autres, en approfondissant certains sujets d'actualité, de la défiance politique en France à la présidence française de l'Union Européenne en passant par l'abstention massive lors des élections régionales et départementales de 2021 ou l'affaire Bygmalion (*Popol*). Elles font l'apprentissage de discussions politiques entre expertes, apprennent à défendre publiquement des points de vue, et font aussi l'apprentissage d'un sens pratique du médiatique. Ces premières participations, qui offrent ainsi des savoirs et des savoir-faire, utiles en politique comme dans la sphère médiatique, peuvent donner lieu à un exercice réussi, qui sera ensuite réemployé par les participantes.

La participation à un épisode de *Popol* ou d'*Euroïnes* peut ainsi constituer une ressource professionnelle et, en ce sens, les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes se révèlent un nouvelle fois être des outils d'*empowerment* au service des femmes politiques.

Fanny Devaux nous présente deux exemples concrets, celui de Marine Binet pour commencer. Elle raconte ainsi : « *l'épisode était super chouette elle avait pas mal raconté sa vie, sa démarche, elle me disait qu'elle envoyait le podcast avec son CV quand elle postulait. Elle était à un gros poste chez ENGIE et elle cherchait un nouveau taf à Lyon et, en fait, elle disait qu'elle trouvait qu'elle avait bien raconté qui elle était, dans toutes ses facettes. Et elle disait qu'aujourd'hui elle avait envie d'un boulot où les employeurs comprennent qui elle est, et s'ils ont vingt minutes à lui accorder pour aller au-delà de son CV elle leur envoyait le podcast. Donc il faut avoir un sacré courage pour envoyer ça, c'était assez dingue !* ». Le podcast est ainsi mobilisé comme une ressource professionnelle, sa prise de parole médiatique est un témoin de qui elle est, et de son expertise dans son domaine. Ce n'est pas tout. Fanny nous raconte ensuite

---

<sup>34</sup> Agrikoliansky, É. & Aldrin, P. « Faire avec la politique. Novices, amateurs et intermittents en politique ». *Politix*, 128, 2019, pp. 7-29.

l'histoire d'Helene Banner : elle « *a créé une offre commerciale autour de son coaching et donc en fait elle utilise aussi notre podcast comme vitrine en disant “là j'ai un peu déjà dit ma philosophie, mes conseils” donc c'est un petit aperçu de ce qu'elle propose après, elle l'utilise commercialement bon je la laisse faire bien sûr (rire) ».*

Ces deux témoignages peuvent sembler anecdotiques, mais ils sont cruciaux pour comprendre l'importance de ces podcasts comme outils d'émancipation pour les femmes politiques. Moyen d'*empowerment*, une intervention médiatique, autrefois vécue comme une expérience stigmatisante, peut désormais, grâce à un cadre rassurant, agir comme un tremplin professionnel. Présenté volontairement de manière à valoriser son profil auprès d'employeurs, ou son expertise et sa philosophie de travail auprès de potentiels clients, un épisode de podcast est plus qu'un espace de discussion, c'est un endroit privilégié pour acquérir de la légitimité.

L'exercice de prise de parole médiatique trouve sa suite dans la remobilisation de celui-ci à des fins professionnelles. Certaines femmes invitées se servent de leur participation comme matière pour leurs entretiens d'embauche ou encore pour présenter leur savoir-faire à leurs clients (dans le cas de la coach Helene Banner). On apprend aussi que certaines femmes se sont rencontrées en participant à un épisode de podcast et ont gardé des liens, les podcasts apparaissent comme un espace de sociabilité et de sororité où se nouent des liens durables. Nous l'appréhendons ainsi comme un outil d'*empowerment* social, politique et médiatique pour les femmes qui y sont invitées. D'un autre côté, les podcasts peuvent également être mobilisés comme des ressources professionnelles de la part de leurs créateurs, et non seulement pour les femmes qui s'y expriment.

## **II. DU PODCAST A L'ORGANISATION PROFESSIONNELLE, UN ITINERAIRE PROFESSIONNEL RECURRENT**

Ce temps de notre analyse propose un regard sur les évolutions des trois podcasts étudiés. Nous verrons comment ces trois objets médiatiques se transforment en de véritables organisations professionnelles, offrant aux femmes un itinéraire et des perspectives d'avenir communes.

## 2.1 De *Popol* à *Popol Media*, un podcast sur la voie de l'entreprise d'information

Lorsque nous avons entamé ce travail de recherche, *Popol* était un podcast qui comptait une saison. À partir de novembre 2021, la deuxième saison a commencé. Le principe restait inchangé : inviter trois femmes au micro de Léa Chamboncel, pour discuter d'actualité politique française, et la chroniqueuse Clothilde Le Coz pour sa rubrique de politique internationale, de temps à autre. Des femmes plus ou moins connues, investies en politique, députées, présidentes de partis, collaboratrices parlementaires, communicantes, historiennes, étudiantes, militantes... Des profils variés, qui avaient souvent l'opportunité de s'exprimer pour la première fois dans un média.

Au cours de la deuxième saison, des évolutions majeures ont eu lieu.

D'abord, le 8 janvier 2022, *Popol* organise au Point Éphémère (Paris) le premier « *Popol Live* », un enregistrement d'un épisode de *Popol* ouvert au public, en entrée libre. Les « *Popol Live* » marquent un tournant puisqu'ensuite, ces rencontres physiques se reproduiront à deux reprises, et seront le point de départ d'une collaboration entre *Popol* et le lieu culturel qui accueille ces sessions d'enregistrement en public.

Ensuite, le 6 juin, Léa Chamboncel annonce et publie le premier épisode de *Popol Talks*, un spin-off de *Popol* où sont interviewées des femmes engagées, sous forme de portraits, avec comme première invitée Sandrine Rousseau. Le lendemain, il est possible de recevoir dans sa boîte mail *Popol Post*, sa « newsletter politique et féministe » qui sort depuis cette annonce deux fois par mois, et voici ce qu'on peut lire en introduction du premier *Popol Post* : « *Popol, le podcast politique qui donne la parole aux femmes, se décline désormais à travers une newsletter. Un espace convivial pour parler politique librement, pour accompagner l'engagement politique des femmes, pour valoriser leur parole et leur travail dans l'espace public. Ensemble, envisageons une démocratie plus féministe et plus inclusive, une société où la politique ne sera plus seulement une question de pouvoir mais aussi de justice, d'égalité, de lien social et d'écologie* ». Un éditio, un portrait, celui de Sandrine Rousseau pour le premier *Popol Post*, une invitée récurrente de Léa Chamboncel, les

rubrique « *Popol vs patriarcat* », suivie de « *Popol worldwide* » (politique internationale), « *Popol Culture* » et « *Popol Splaining* ».

Deux podcasts et une newsletter après, Léa Chamboncel continue de développer *Popol* sous ses différents formats avec une nouvelle identité unique : *Popol Media*. Elle ne communique alors plus depuis son compte personnel, mais depuis @popol.media sur Instagram, et ce qui était jadis un podcast est en proie de devenir une véritable entreprise médiatique.

Léa Chamboncel ne travaille plus seule mais s'entoure, elle a désormais comme collègues Camille Dumat et Dalia Marthon qui participent à l'écriture de sa newsletter, et elle explique sur Twitter dans un *thread* « pourquoi j'ai décidé de développer *Popol* et de lancer le premier média politique avec un regard féministe en collaboration avec Camille Dumat ». Camille Dumat travaille comme éditrice chez Belfond et a notamment édité le livre de Léa Chamboncel, *Plus de femmes en politique !*, paru le 24 mars 2022.

Grâce à une levée de fonds atteignant les 15 000€ via Ulule, *Popol Media* réussit à se développer comme un véritable média d'information féministe, avec sa newsletter bimensuelle, son nouveau podcast *Popol Talks* et des enregistrements en Live de *Popol*, et promet la constitution d'une association pour promouvoir la place des féministes en politique à l'aide de rencontres et de coaching. Le palier suivant ? La création d'un nouveau podcast : il s'agirait de revisiter *Place du Palais Bourbon*, son premier podcast, avec un prisme féministe, mais aussi la création d'un festival, « Féminismes et politique » où des conférences et des ateliers s'installeraient sur la durée du festival. Enfin, le développement de la chaîne Twitch de *Popol*.

Aujourd'hui, en parlant de *Popol*, on ne pensera plus seulement au « premier podcast politique qui donne la parole aux femmes » en France. On pensera davantage à l'ensemble de l'offre informationnelle et des ressources que produit *Popol Media*, un projet sur la voie de l'entreprise d'information. La création d'un espace médiatique spécialisé et à l'origine construit « *en marge* » (Le Blanc, 2019) conduit finalement des femmes à poursuivre une carrière dans le domaine, à la fois médiatique et politique, et ainsi à réussir à s'insérer dans un territoire jusqu'alors excluant. Source et outil d'*empowerment* pour les femmes invitées dans ces podcasts, ceux-ci permettent la

même appropriation d'un pouvoir d'agir, d'une prise de pouvoir, pour les femmes qui en sont à l'initiative, à l'image de Léa Chamboncel. *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel* se sont-ils développés de la même manière ? Ont-ils donné naissance à des entreprises d'information ? De nouveaux podcasts ?

## 2.2 *Euroïnes*, une image de marque au service d'autres institutions

Le podcast *Euroïnes*, né de la rencontre en plein confinement de Fanny Devaux et Margaux Cognard, n'avait pas vocation à être un podcast en plusieurs saisons d'un nombre donné d'épisodes. Les deux créatrices se sont lancées sans un plan précis en tête, avec seulement l'idée de rencontrer des femmes, leur parler de leurs parcours, et rendre ces récits audibles, comme le raconte Fanny : « *On s'est même pas dit au début qu'on allait faire une saison, on pensait faire quelques épisodes et voir après. Ça a bien marché et ça nous a bien plu donc on a voulu continuer* ». Un épisode, puis deux, car « *il y a tellement de femmes bien en fait* », et finalement, une deuxième saison en cours d'élaboration. Ce qui les motive, c'est notamment que toutes les femmes à qui elles ont proposé de s'exprimer dans leur podcast, ont accepté l'invitation : « *si le bras droit de Barnier vient nous parler pendant 1H30, en plein Brexit, clairement elle a autre chose à faire... On n'existe pas non plus, enfin, on n'est pas hyper connues, un peu de bouche-à-oreille dans la bulle... Donc je me dis si elle fait ça, c'est que vraiment il y a un besoin de parler, d'échanger, de partager et qu'en fait personne leur demande leur avis en tant que femme ou même tout court sur leur boulot* ».

Pour ce projet de deuxième saison justement, les deux créatrices ont été approchées par Antoine Lheureux, du podcast *Ma question à Angela Merkel* : « *il voulait nous proposer de nous prêter les studios de Bulle Média, il faudrait que je le revoie pour en parler* ». Mais Fanny et Margaux apprécient leur mode de production rudimentaire : « *tout faire online c'est hyper confortable et ça change notre fonctionnement d'aller dans des locaux... Et puis même pour la relation avec la femme, c'est beaucoup plus facile en termes techniques. Ça va forcément prendre 2H minimum, et là ce serait toute une organisation, ce serait plus compliqué* ». Si l'accès au matériel et aux capacités techniques de Bulle Média permettrait d'enregistrer un podcast d'une qualité sonore supérieure, ce n'est pas ce que les deux femmes recherchent. Ce qui reste privilégié

pour cette deuxième saison est la facilité, l'accessibilité, *Euroïnes* n'a pas vocation à devenir une grosse production, mais à continuer à entendre des voix de femmes de la bulle européenne, de la manière la plus authentique. Néanmoins, ce sont les sollicitations qu'elles ont reçues, « *notamment Bulle Média qui nous a proposé de venir chez eux* », qui les ont lancées sur l'idée d'une deuxième saison.

Une sollicitation qui n'est pas venue seule, puisqu'*Euroïnes* a également été contacté par des projets européens. En effet, *Euroïnes* va devenir la plateforme de communication de la nouvelle chaire du Collège d'Europe, en Gender Studies. Fanny nous annonce ainsi au cours de l'entretien qu'*Euroïnes* s'est engagé auprès du Collège d'Europe pour ce projet, mais, pour ce faire, il fallait une structure juridique : « *pour préparer tous nos projets il y avait aussi la question de savoir si on allait créer une association ou créer une boîte vraiment [...] c'est toujours un peu en suspens, c'est compliqué juridiquement. Je pense qu'on va juste créer une association pour ne pas se compliquer la vie* ». *Euroïnes* connaît alors une professionnalisation de son statut.

À la différence de *Popol*, ce podcast ne prend pas la direction d'une entreprise d'information, mais plutôt d'une plateforme permettant l'émancipation de femmes politiques européennes, l'expertise qui leur est reconnue est de favoriser l'*empowerment* des femmes en politique. Cette professionnalisation sera ensuite accompagnée de la création d'un réseau de femmes, « Les Européennes ». À la différence des réseaux de sociabilité féminine que nous étudions plus tôt, « Les Européennes » est directement à l'initiative des créatrices d'*Euroïnes*, et c'est un projet à part entière, bien qu'il soit lié au projet initial d'*Euroïnes*. Le but étant de permettre une rencontre physique cette fois, « *parce que le podcast c'est chouette et j'ai des retours de gens qui m'écrivent pour me dire que c'était bien, mais t'as pas le moment où tu peux échanger sur le fond directement [...] moi ça me disait bien de lancer un truc un peu plus network, contact et tout. Pour faire sortir les plus jeunes aussi... Je ne sais pas si tu l'as remarqué mais il y avait pas mal de jeunes femmes, et c'est toujours un peu ça, des filles de moins de 30 ans qui viennent et c'est super important de pouvoir les aider* ».

Une nouvelle fois, le lancement d'un podcast politique natif, faisant intervenir des femmes dans le but de rompre avec leur invisibilisation, à la fois dans le milieu politique et médiatique, apparaît comme un point de départ d'une initiative plus large

pour permettre aux femmes politiques d'accéder à une parole médiatique moins soumise aux stéréotypes. En même temps qu'*Euroïnes* grandit avec une deuxième saison, le podcast devient une association et se professionnalise. En entrant en contact avec des acteurs du milieu professionnel des podcasts (Bulle Média), ou de la politique (le Collège d'Europe), *Euroïnes* permet à ses fondatrices de développer leurs compétences, en même temps que le rayonnement de leur projet. Le lancement de leur initiative la plus récente, le réseau de femmes « Les Européennes », qui organise des rencontres dans Bruxelles entre femmes de la bulle européenne pour se rencontrer, s'encourager et s'aider, est un excellent exemple d'*empowerment*. D'un podcast aux quelques épisodes, n'ayant pas d'ambition précise à long terme, *Euroïnes* apparaît comme un moyen pertinent pour développer un ensemble d'initiatives pour rééquilibrer la parole politique dans la sphère européenne et lutter contre les inégalités de genre.

### 2.3 *Ma Question à Angela Merkel*, vitrine du savoir-faire d'Europod

Le producteur de *Ma question à Angela Merkel* a initié ce podcast, disponible en plusieurs langues et s'intéressant à la figure européenne la plus influente du XX<sup>e</sup> siècle avec un objectif précis en tête : celui d'intéresser un large public aux affaires européennes et, plus largement, de faire de ce podcast une *cover serie* pour Europod, le premier réseau de podcasts européens, dont il est à l'origine. Une série au budget de 35 000€ financé à 90% en auto-production par Bulle Média, son entreprise de production de podcasts : « *l'objectif de l'investissement était de montrer à nos futurs partenaires, futurs clients, futurs auditeurs, qu'on était capables d'atteindre un très haut niveau de production* », comme nous l'explique Antoine en entretien.

Dès qu'il a obtenu les moyens, l'argent et le temps de le produire, « *c'est là que tout s'est mis en place, d'autant plus qu'Angela Merkel s'apprêtait à l'époque à quitter le pouvoir donc je me disais que ça s'appuyait sur un événement d'actualité et de ce point de vue là c'était pertinent* ». Il ne restait plus qu'à recruter l'équipe, finalement constituée de seize personnes, qui l'épaulerait sur ce projet de podcast. Cette création originale, autofinancée à 90%, a été un moyen pour lui de faire une distinction entre les podcasts qu'il réalise pour des clients « *qui sont des commandes pour lesquelles on est rémunérés* », et son propre projet, dont il avait les rênes. Ainsi, *Ma question à Angela Merkel* a été pensé comme une vitrine d'Europod et aussi du savoir-faire de

Bulle Média. Ce podcast politique était un point de départ, pour asseoir une position d'expert du podcast, au niveau de l'information européenne. Bien sûr ce podcast, *Euroïnes* et *Popol* ont des carrières différentes, mais ce qui les rassemble, est finalement d'avoir permis à leurs créateurs de prolonger leur projet en véritables acteurs professionnels.

Cependant ce podcast, *Ma question à Angela Merkel*, permet-il, comme l'une de nos hypothèses de recherche le formulait, de servir de tremplin professionnel aux femmes politiques pour accéder à une parole médiatique moins soumise aux stéréotypes ?

Lorsque nous avons questionné Antoine Lheureux sur l'attention particulière qui a été portée au choix de personnages féminins pour aborder le sujet politique, il répond : « *Pour être totalement honnête c'est quelque chose qui s'impose de plus en plus à moi [...] c'est-à-dire que je suis un homme à la tête d'une entreprise et j'ai de plus en plus conscience que par divers aspects les femmes sont freinées [...] c'est un sujet pas qui me tient à cœur, ce serait exagéré, mais c'est quelque chose auquel je suis sensible et je trouve ça bien que Bulle Média soit positionné dans cette direction-là* ». Il ajoute, sur le management interne de Bulle Média, l'effort mis en œuvre pour essayer d'avoir une parité au sein de l'équipe : « *Je trouve ça sain qu'il y ait des hommes et des femmes à des postes de pouvoir équivalent [...] c'est quelque chose dont j'ai conscience de plus en plus et auquel je veux essayer à ma petite échelle de participer, et de ce point de vue là cette série... C'est écrit par des femmes, c'est une femme qui s'intéresse à une personnalité féminine exceptionnelle, et qui a, on l'interroge d'ailleurs dans l'épisode 3 ou 4, fait avancer la cause de femmes. Peut-être pas dans ses décisions mais au moins par ce qu'elle est* ».

Il le dit bien, l'attention portée à l'égalité de genre et au fait de donner de la visibilité à des personnalités féminines est quelque chose qui s'est imposé à lui ; il mentionne d'ailleurs l'influence de sa compagne, de ses amies, mais aussi de ses collègues qui ont insisté en faveur de personnages féminins, lorsque c'était envisageable. La création de *Ma question à Angela Merkel* permet deux réflexions sur le tremplin professionnel que peut constituer ce podcast, au prisme des inégalités de genre.

D'abord, ce podcast peut être appréhendé comme un tremplin professionnel pour lutter contre les inégalités de genre car, grâce à une réflexion commune, le studio qui produit

ce podcast s'efforce d'atteindre une parité en interne, dans la réalisation de ce podcast, et des suivants. Le fait d'encourager le recrutement de profils féminins de manière volontaire permettrait ainsi de lutter contre les difficultés d'insertion des femmes dans la sphère médiatique et ainsi, la création de *Ma question à Angela Merkel* aura eu des effets positifs pour un *empowerment* des femmes au sein d'une entreprise médiatique, chez Bulle Media.

Ensuite, le fait que cette création originale et les suivantes qui seront produites par Bulle Média, soient le produit d'écritures collectives, où des femmes ont spécifiquement été intégrées au projet avec l'idée que Bulle Média prenne « *cette direction-là* », celle de lutter contre les inégalités genrées de représentation dans les médias et en politique, est significatif. Ce podcast, vitrine d'Europod et de Bulle Média, agit ainsi comme un tremplin professionnel à la fois pour Antoine Lheureux et les projets qu'il a fondés, mais aussi pour les femmes politiques qui gagnent un espace médiatique où elles sont encouragées à s'exprimer, grâce à cette restructuration interne autour de la parité et de la volonté de s'engager en faveur d'une égalité de genre.

Finalement, au cours de l'étude menée sur plusieurs mois, *Popol* est passé d'un podcast à une quasi-entreprise d'information, *Popol Media*, qui se décline maintenant avec un nouveau podcast, *Popol Talks*, et une newsletter, *Popol Post*. D'un autre côté, *Euroïnes* devient la plateforme de communication du Collège d'Europe pour sa chair en études de genre. *Ma Question à Angela Merkel*, pensé dès sa genèse comme vitrine du savoir-faire de Bulle Média et d'Europod, permet de valoriser l'expertise de ce studio de production et du réseau de podcasts européens qui y est affilié. Systématiquement, bien que suivant des itinéraires différents, la création initiale d'un podcast a été le point de départ d'une activité professionnelle plus large, toujours en construction. *Euroïnes* et *Popol* cherchent encore sans doute leur modèle, n'ayant pas anticipé le succès reçu auprès de professionnels ou du public. Surtout, ces podcasts semblent marquer des points de départ d'initiatives plus larges pour encourager la présence de profils féminins en politique, ainsi que dans la sphère médiatique.

Néanmoins, par prudence et par intérêt pour cette émancipation, nous choisirons dans un dernier temps de réfléchir aux freins qui peuvent contrecarrer ce processus d'*empowerment*.

### III. UN *EMPOWERMENT* POLITIQUE QUI PEINE A TRANSFORMER LES STRUCTURES SOCIALES

Cette dernière partie propose une réflexion sur les potentiels freins à l'*empowerment* des femmes qui se retrouvent au croisement des sphères politiques et médiatiques, deux espaces à haut potentiel discriminant. Les podcasts politiques natifs qui encouragent des femmes à s'exprimer, dans une volonté de lutter contre les inégalités de genre qu'elles subissent, sont un terrain privilégié pour proposer une résistance efficace. Du côté des créateurs et créatrices, comme celui des femmes politiques interrogées, la constitution et la participation à ces espaces sert de levier pour se faire une place dans ces milieux professionnels. Cependant, nous souhaitons mettre en garde contre de potentiels renforcements des rapports sociaux de sexe dans la construction de ces espaces, qui agiraient comme des freins à l'efficacité de cette résistance. Leur professionnalisation s'accompagne parfois de mécanismes contraires à leur volonté première : celle de rendre visibles les femmes politiques, et de le faire en s'écartant des stéréotypes de genre qui leur sont habituellement associés.

Nous aborderons successivement les parois de verre qui persistent pour les podcasteuses politiques puis le rapport de ces espaces au féminisme comme risque ou comme ressource pour la légitimité de ces espaces médiatiques, enfin nous soulèverons le problème du genre pensé de manière binaire pour permettre une émancipation efficace des femmes politiques et médiatiques.

#### 3.1 Devenir « podcasteuse politique » : vers la fin d'un plafond de verre ?

Les initiatives médiatiques que nous étudions font état d'une importante présence féminine en leur sein. Qu'elles soient à l'origine de ces podcasts, qu'elles en soient les rédactrices ou les animatrices, leur forte présence dénote face aux médias *mainstream*. En ce sens, elles participent au phénomène de féminisation du champ médiatique, mais aussi de « *féminisation du champ politique* » (Lévêque, 2021), par leur insertion dans des médias spécialisés en politique, qui ne leur offraient jusqu'alors pas de véritable espace de parole. Devenir une podcastrice politique serait-elle alors une promesse pour briser un plafond de verre ? Parviendraient-elles à accéder à des

sujets trop ambitieux pour elles, n'étant pas à leur portée en raison de leur genre ? Ces sujets sérieux, aux mains des hommes, n'étant pas de leur ressort (selon les normes que les masculinités hégémoniques imposent) ? C'est ce que nous avons imaginé jusqu'alors. Et pourtant, un premier biais s'esquisse lorsque l'on regarde attentivement la manière dont ces podcasts s'établissent. Nous nous appuyerons sur deux écrits de Sandrine Lévêque pour cette partie de notre analyse, le premier étudie les stéréotypes liés aux représentations des femmes et des hommes politiques dans les médias et les documents de campagne électorale, le deuxième explore la féminisation du champ politique. Ils nous permettent ainsi de croiser la présence de femmes dans les médias et en politique, au prisme du genre.

Sandrine Lévêque explique ainsi que la féminisation de la profession de journaliste n'a pas seulement consisté en l'insertion de femmes aux mêmes postes que les hommes dans les médias *mainstream*. Cette féminisation s'est accompagnée d'une précarisation et d'un rajeunissement, les femmes devenant plus présentes dans les médias spécialisés et moins dans les médias « dominants ». Notre objet d'étude nous force à ce constat : ils sont des médias spécialisés, de taille réduite, et ne constituent pas (encore ?) des médias dominants. Se réjouir de la présence de femmes dans la sphère médiatique spécialisée en politique est donc à double tranchant, si l'on considère les conditions plutôt précaires dans lesquelles elles exercent leur activité, puisque celles-ci étaient d'ailleurs à l'origine plus un loisir qu'une activité professionnelle (*Euroïnes, Popol*). Dans le cadre de *Ma question à Angela Merkel*, les femmes ayant travaillé sur ce podcast ont œuvré à son écriture. Elles n'en sont pas les créatrices, ni les productrices, leur présence ressort davantage de ce qui relève de la compréhension des personnages permettant de les écrire, une vision plutôt psychologisante donc, par comparaison avec des métiers qui répondent à des logiques économiques ou stratégiques (financer ces podcasts, les lancer...). Nous retrouvons alors d'une certaine manière la double ségrégation dont parle Sandrine Lévêque : « *verticale, qui leur interdit l'accès aux postes les plus hauts de la hiérarchie d'un journal, et horizontale, qui limite leur accès aux spécialités masculines* » (Lévêque, 2013 : 316)<sup>35</sup>.

Dans les sphères politique et médiatique, et comme il en est question dans ces podcasts, on repère ainsi que « *si les femmes ont du mal à percer le plafond de verre,*

---

<sup>35</sup> Lévêque, S. « Médias/Communication politique », Catherine Achin éd., *Dictionnaire. Genre et science politique. Concepts, objets, problèmes*. Presses de Sciences Po, 2013, pp. 310-322.

*elles ont aussi du mal à franchir les parois de verre qui marquent une division sexuée des tâches implicitement réservées aux femmes et aux hommes dans l'espace social. Les femmes restent ainsi très largement cantonnées à des postes réputés féminins, ceux ne relevant pas des fonctions régaliennes, celles que Pierre Bourdieu [1998] désigne comme caractéristiques de la main gauche de l'État et ayant trait à sa mission protectrice et d'assistance aux plus faibles » (Lévêque, 2021 : 23).* Sur la voie de la professionnalisation de ces podcasts, nous tenions ainsi à mettre en lumière le risque de se cantonner à des postes dits « féminins », à des médias « spécialisés », en marge des médias « dominants », ce qui, finalement, correspondrait à une vision féminine de l'information politique, ne permettant donc pas réellement de lutter contre les stéréotypes de genre dans le milieu.

Ces positions dites plus « féminines » qu'investissent les femmes qui travaillent pour les podcasts que nous avons étudiés vont comporter le risque d'être des postes moins bien rémunérés que ceux dont se saisissent les hommes, un risque qu'évoque notamment la podcastrice Victoire Tuillon, en expliquant que les femmes journalistes sont souvent plus précaires que leurs homologues masculins (Allouch & Muller, 2021 : 5). D'un côté, dans le podcast *Ma question à Angela Merkel* qui est celui dont le modèle économique est le seul à permettre des recettes, les femmes investies dans le processus de création ne sont pas aux postes que l'on imagine les plus rémunérés (l'écriture comparée à la production). De l'autre côté, dans les podcasts *Euroïnes* et *Popol*, sont à la tête de ces nouveaux médias des femmes, mais elles n'ont pas de modèles économiques, dans un cas comme dans l'autre, leur permettant d'acquérir une rémunération pour leur travail. *Euroïnes* fonctionne en auto-production totale jusqu'alors, tandis que *Popol* fait appel aux dons pour couvrir les frais de production du podcast. Nous y trouvons alors l'illustration du maintien de « parois de verre » de la division sexuée des tâches dans l'espace politique et médiatique. Des femmes accèdent à la tête de médias politiques, donc pourraient prétendre briser un plafond de verre, mais se retrouvent toujours cadenassées dans ces parois rigides, dont il est difficile de s'extirper.

Sur la voie du loisir à la professionnalisation, la reproduction de ces « parois de verre » dans les podcasts politiques natifs représente un biais face à la promesse de résistance aux inégalités de genre dans le milieu médiatique et politique qu'ils semblaient promettre. Les rôles de genre sont toujours en place et rendent plus difficile

la lutte contre les stéréotypes de genre. D’ailleurs, un autre frein à cette résistance peut se trouver dans le rapport de ces podcasts au féminisme.

### 3.2 Entre militantisme féministe et professionnalisation : une conciliation contrastée

L’ensemble de ce mémoire s’est porté sur les inégalités de genre, les représentations des féminités et des masculinités dans les médias politiques, les rôles de genre et la lutte qui en découle pour proposer des représentations moins stéréotypées... Tout ceci, sans réellement aborder le terme de « féminisme ». Et pour cause : ces podcasts semblent craintifs avec l’usage de ce terme. Pourtant, ces objets médiatiques semblent pourtant répondre à une visée féministe. Comment définir ce critère et peut-on qualifier les podcasts étudiés ici comme tels ?

Si le terme « féminisme » circule largement au XXI<sup>e</sup> siècle dans le contexte occidental dans lequel nous nous situons pour l’écriture de ce mémoire, il n’est pourtant pas récent. Il se développe réellement à partir des années 1870 et ne correspond pas à une réalité unique : il recouvre une grande diversité de positionnements, d’organisations et de modes d’action. Ce qui les unit est la considération que les femmes subissent une oppression spécifique en raison de leur sexe et ils revendiquent ainsi l’abolition des inégalités entre les hommes et les femmes. Le Conseil de l’Europe définit alors le « féminisme » comme « *un mouvement visant à mettre fin au sexisme, à l’exploitation et à l’oppression sexistes et à réaliser la pleine égalité de genre en droit et en pratique* »<sup>36</sup>.

Les podcasts que nous étudions avaient pour but commun de lutter contre l’invisibilisation des femmes en politique, qui résulte de règles sexistes dominantes dans l’univers médiatique et politique. Permettre d’entendre des voix féminines pour aborder des sujets d’actualité ou d’histoire politique était alors un acte qui semblait vouloir « *mettre fin au sexisme [...] et réaliser la pleine égalité de genre* », en s’attaquant directement à cette inégalité de genre. Aussi, la visée des trois podcasts de notre étude pourrait s’apparenter à un acte « féministe », puisqu’en faveur de l’égalité

---

<sup>36</sup> « Le féminisme et les mouvements de femmes », Conseil de l’Europe, disponible en ligne. <https://www.coe.int/fr/web/gender-matters/feminism-and-women-s-rights-movements>

des femmes et des hommes dans ce milieu. Pourtant, dans la manière dont se présentent ces podcasts à leurs publics, aucun ne se définissait comme tel au moment de notre étude. Nous reviendrons sur l'évolution de la ligne éditoriale de *Popol* juste après, mais commençons par questionner l'absence de revendications féministes ouvertement affichées par ces podcasts.

L'emploi du terme « féminisme » est ambivalent, et est manipulé avec précaution par ceux qui sont en voie de professionnaliser leur offre médiatique. En effet, ce terme est connoté négativement dans la plupart des milieux où les masculinités hégémoniques exercent leur domination. Dans le milieu sportif, Christine Mennesson explique ainsi que le féminisme est perçu comme « *trop extrême* » (Mennesson, 2021 : 167)<sup>37</sup>, puisque les sportives ont intégré une sphère sociale qui leur est initialement hostile, et où le « féminin » est décrié. Le refus de revendiquer son engagement féministe agit comme une protection dans un environnement qu'elles ont réussi à intégrer, mais duquel elles risquent l'exclusion à chaque pas de côté. L'étude de Christine Mennesson n'est ainsi pas construite sur une étude du milieu politique, mais nous offre quand même des éclairages sur ce que nous étudions. Proposer de mettre en avant des profils féminins dans des médias politiques, environnement jusqu'alors hostile, nous l'avons vu précédemment, correspondait à une première transgression. Bien que l'acte soit, en tant que tel, féministe, il ne sera pas revendiqué comme tel sûrement en raison de la connotation négative qui y est associé, et, par conséquent, du risque de ne pas réussir à évoluer dans ce milieu professionnel sans en souffrir. Ainsi, ces podcasts proposent une forme douce de résistance aux normes de la masculinité hégémonique, en ne capitalisant pas sur un quelconque engagement féministe.

Au cours de nos entretiens, cette mention au féminisme s'est ainsi faite rare. Si elle a été inexistante chez *Ma question à Angela Merkel* et *Euroïnes*, lors de notre rencontre avec Léa Chamboncel, nous en avons discuté :

« *Je pense qu'il y a une dimension féministe aussi dans l'actualité tu vois. Pour le dernier épisode [au moment où nous avons réalisé cet entretien], il y a plein de choses dans l'actualité dont on pouvait parler, mais j'ai décidé de parler de l'éviction de*

---

<sup>37</sup> Mennesson, C. « Pourquoi les sportives ne sont-elles pas féministes ? De la difficulté des mobilisations genrées dans le sport », *Sciences sociales et sport*, vol. 5, no. 1, 2012, pp. 161-191.

*Sandrine Rousseau. Parce que ça me paraît important dans un podcast féministe. Bon au final les sujets féministes c'est rarissime mais là, oui, il y a un angle féministe, après tu vois quand il y a eu MeToo politique c'est aussi un sujet que je traitais en priorité. »*

Depuis notre entretien, et comme nous l'expliquions juste avant, *Popol* a beaucoup évolué entre le début de notre étude et le temps de l'écriture de ce mémoire. Ainsi, *Popol* est devenu *Popol Média*, et se définit désormais, en août 2022, comme « *Le média qui vous propose un regard féministe sur la politique* ». La logique est alors bien différente. *Popol* a choisi d'afficher son engagement féministe et de capitaliser dessus pour son développement du simple podcast à l'entreprise médiatique. C'est désormais son faire-valoir et sa distinction, de proposer une offre informationnelle avec un regard féministe sur la politique.

Ces deux attitudes différentes mettent en valeur le contraste qui existe dans la conciliation entre féminisme et vie professionnelle : du risque à la valeur ajoutée, prononcer son engagement féministe ou le taire est stratégique. Si les podcasts étudiés, ces espaces médiatiques 'petits et spécialisés' représentent un tremplin professionnel, au sens où ils sont la première étape d'une initiative plus large pour permettre aux femmes politiques d'accéder à une parole médiatique moins soumise aux stéréotypes, la voie vers la professionnalisation reste complexe. Leur ligne éditoriale devra être pensée de manière stratégique quant à la question du féminisme, puisque d'un côté, cet engagement peut aider à la professionnalisation du podcast en l'identifiant clairement comme tel sur le marché informationnel, mais de l'autre, il représente une menace. Cette donnée agit comme un rappel que ces podcasts sont toujours inscrits dans un écosystème où des logiques sexistes sont à l'œuvre, et bien qu'ils s'inscrivent « en marge » des médias *mainstream*, ils semblent toujours pensés en relation et en comparaison avec eux, rendant difficile leur émancipation du cadre sexiste. En effet, taire la visée « féministe » de son projet s'inscrit et réactive des mécanismes de domination où l'égalité hommes-femmes ne trouve pas son application. En souhaitant se protéger dans un environnement jugé hostile, garder silencieux le terme féminisme semble être un mécanisme contraire à la volonté première : celle de rendre visibles les femmes politiques, et de le faire en s'écartant des stéréotypes de genre qui leur sont habituellement associés.

### 3.3 La difficile transformation des rapports sociaux de sexe par le podcast politique

En tant que tels, les trois podcasts qui ont fait l'objet de notre étude agissent de manière individuelle pour essayer de transformer les rapports sociaux de genre en politique. Mais, ils participent à une mouvance plus large, en faveur d'une émancipation et d'un *empowerment* des femmes dans une sphère doublement discriminante : les mondes politique et médiatique. Pourtant, comme le note Marie Saiget dans son article sur l'*empowerment* des femmes en contexte d'après-guerre, les dispositifs étudiés, « *en organisant le regroupement des femmes et leur séparation des hommes, créent de l'empowerment politique sans néanmoins participer d'une transformation des structures sociales* » (Saight, 2015 : 173).

Elle explique que les groupes qu'elle étudie « *permettent l'élaboration de revendications à partir du partage d'expériences communes au sein des groupes* » autant que « *la participation de ces femmes à partir de ces enjeux, longtemps invisibles sur la scène publique* ». Il en va de même pour nos trois podcasts : ils ont en commun des revendications et proposent des canaux de participation à la vie politique française et européenne différents des médias *mainstream*. Cependant, toujours en reprenant les apports de Saiget, nous pouvons observer qu'« *ils produisent de l'empowerment politique, en suscitant une prise de parole politique « féminine » – mais un processus d'empowerment qui s'appuie sur des dynamiques importantes de hiérarchisation sociale entre femmes et la persistance des normes patriarcales* » (Saight, 2015 : 173).

En effet, il ne suffit pas de se regrouper entre femmes pour réussir à renverser la norme sexiste : « *loin de supprimer les stéréotypes de genre, la non-mixité peut à l'inverse les rendre plus solides* » (Bréau, Hauw & Lentillon-Kaestner, 2018 : 18). Le dernier frein à l'empowerment des femmes en politique que nous souhaitons mettre en évidence est ainsi la difficulté à renverser les normes patriarcales au sein même de ces podcasts, en raison de deux éléments : l'essentialisation d'une nature « féminine » et l'inscription dans un système de genre binaire, handicapant l'émancipation des personnalités politiques.

Ces podcasts ont pour volonté de donner la parole « aux femmes ». Cette vaste catégorie ne saurait correspondre à une réalité sociale unique, puisqu'elle ne croise

aucun autre rapport de domination. Des femmes en situation de précarité, des femmes racisées, queer ou encore des femmes invalides, n'auront pas le même vécu et la même représentation dans l'espace social, ainsi que dans l'espace politique et médiatique, que des femmes non-racisées, au degré de diplôme élevé, financièrement aisées, hétérosexuelles et valides. La catégorie « femmes » est ainsi traversée par un ensemble d'autres rapports de force, et le risque d'essentialisation semble alors important à mentionner. Nos trois podcasts politiques natifs accordent donc une importance à une parole féminine, sans croiser ce rapport de genre avec des rapports de classe ou de race, à la manière dont le feraient des podcasts féministes intersectionnels comme *Extimité*, *À l'intersection*, *Miroir Miroir*, *Fanm ka chayé kò* ou *Kiffe ta race*. Ce premier biais essentialiste nous semble être un obstacle important puisqu'il vient réaffirmer une hiérarchisation sociale entre femmes et comporte le risque de faire persister des normes patriarcales. Seules certaines femmes risquent d'être représentées dans ces podcasts, et elles correspondent à une élite, qui ne permettrait pas de rendre visible la multiplicité des profils se cachant derrière la catégorie unique des « femmes ». Sans démarche intersectionnelle, comment garantir la représentation de la diversité des « femmes » ? En effet, certaines femmes sont particulièrement sujettes à l'invisibilisation dans les médias politiques, et dans l'exercice du pouvoir politique en général, si elles cumulent des rapports de dominations cités précédemment. Et pourtant, les trois podcasts étudiés ne font aucune mention du fait de prendre en compte ces autres rapports de domination. Ainsi, la résistance que ces outils médiatiques semblaient pouvoir permettre est notamment entachée par ce biais essentialisant. Qu'il s'agisse des personnages écrits dans *Ma question à Angela Merkel* ainsi que les personnalités politiques invitées à s'y exprimer, les femmes politiques interrogées dans *Euroïnes* ou celles qui discutent au micro de *Popol*, ces podcasts donneront la parole « aux femmes ».

De plus, si les podcasts étudiés s'attachent à donner de la visibilité à « des femmes », il faut comprendre que ce qui est décrié dans les sphères politique et médiatique c'est la construction sociale associée au « féminin ». Comme le rappellent Cameron et Scanlon, les individus sont socialement répartis dans l'une des deux catégories (homme ou femme) au motif de leur sexe biologique, tandis que « *le genre tel que nous le connaissons est une réalité sociale plutôt que biologique (par exemple, la masculinité et la féminité ont des définitions différentes à différents lieux et*

*différentes époques*) »<sup>38</sup>. Un genre (féminin) est subordonné à l'autre (masculin) dans ce système binaire qu'ils jugent « oppressif », et dont il sera difficile de sortir. Pour cette raison, pour transformer les structures sociales, il faut comprendre que ce qui est associé aux caractéristiques dites féminines ne correspond pas à une nature que toutes les femmes auraient. Ainsi, des hommes peuvent adopter des attitudes dites féminines, et des femmes peuvent se masculiniser, puisque tout ceci est une construction, une « performance de genre », pour reprendre le terme de Judith Butler. Alors, pour véritablement permettre une transformation des rapports sociaux de sexe, les podcasts politiques qui s'attaquent à cet objectif devraient repenser les rapports de genre au sein même de leurs espaces médiatiques, en questionnant le système binaire dans lequel ils se situent socialement.

Le podcast politique, s'il constitue un espace en marge des médias *mainstream*, lui garantissant une marge d'expression différente et possiblement moins normative, peine finalement à transformer les rapports sociaux de sexe, puisqu'il s'inscrit toujours dans un système binaire. En séparant les femmes des hommes, ils adoptent une vision essentialisante de la catégorie « femme » en omettant la multitude d'autres rapports de force qui traversent ce groupe social. *Popol*, *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel*, puisqu'ils suscitent une prise de parole politique « féminine », réussissent à produire de l'*empowerment* politique, mais des limites persistent : la persistance des normes patriarcales qui se renforcent dans une pensée binaire du genre, et la hiérarchisation sociale entre femmes. Les rapports sociaux de genre ne sauraient donc être transformés par l'exercice de ces podcasts.

Dans l'étude des freins à l'*empowerment* des femmes en politique, nous avons décelé plusieurs facteurs clés qui se mettent en place lorsque les podcasts politiques natifs essaient de se professionnaliser.

D'abord, nous avons mis en avant le risque pour les podcasteuses politiques de se cantonner à des postes dits féminins, dans des médias spécialisés, en marge des médias dominants. Elles investissent la sphère médiatique politique, mais le font en respectant

---

<sup>38</sup> Cameron, D. & Scanlon, J. « Convergences et divergences entre le féminisme radical et la théorie queer », *Nouvelles Questions Féministes*, vol. 33, no. 2, 2014, pp. 80-94. URL : <https://www.cairn.info/revue-nouvelles-questions-feministes-2014-2-page-80.htm>

l'ordre de genre établi par les normes sexistes en place. Ainsi, leur travail correspond à une vision « féminine » de la production d'information politique, qui s'accompagne de conditions de production plutôt précaires et d'une visibilité plus faible que dans des médias *mainstream*. Elles auront ainsi plus de mal à lutter contre les stéréotypes de genre dans le milieu.

Ensuite, si les podcasts étudiés représentent un tremplin professionnel, au sens où ils sont la première étape d'une initiative plus large pour permettre aux femmes politiques d'accéder à une parole médiatique moins soumise aux stéréotypes, la voie vers la professionnalisation reste complexe en raison du rapport au féminisme. D'un côté, cet engagement militant est pensé comme une ressource et fera la force du média, permettant de bien l'identifier sur le marché informationnel. De l'autre, il est une menace, en raison de la connotation négative associée au terme « féministe » dans des milieux sexistes. Alors, taire la visée « féministe » de son projet va réactiver des mécanismes de domination où l'égalité hommes-femmes ne trouve pas son application.

Enfin, en s'inscrivant toujours dans une pensée binaire des rapports de genre et en ne prenant pas en compte la multitude des rapports de domination que connaissent les femmes en politique, les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes réussiront à produire de l'*empowerment* politique en encourageant une parole politique féminine, mais ne réussiront pas à transformer les rapports sociaux de genre qu'ils espèrent combattre.

Ainsi, la professionnalisation des podcasts politiques natifs étudiés s'accompagne parfois de mécanismes contraires à leur volonté première : celle de rendre visibles les femmes politiques et de le faire en s'écartant des stéréotypes de genre qui leur sont habituellement associés.

Ce dernier chapitre proposait d'étudier comment, au-delà de vouloir aborder le sujet politique entre femmes, les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes étaient pensés comme des outils d'*empowerment*. Après avoir défini ce terme comme un « pouvoir d'agir » politique, à la fois pour les créateurs de ces podcasts que pour les personnes y participant, nous avons pu observer comment, à travers la création de réseaux de femmes et la remobilisation des épisodes de podcasts comme ressource

personnelle pour les invitées, ces podcasts politiques natifs peuvent être pensés comme un outil d'*empowerment* social, politique et médiatique pour les participantes. Du côté de ceux et celles qui œuvrent à la mise en place de ces podcasts, nous avons pu présenter un schéma récurrent : la création initiale d'un podcast a systématiquement été le point de départ d'une activité professionnelle plus large, toujours en construction. Entreprise médiatique, plateforme de communication pour la chaire en étude de genre d'un établissement de formation en politique européenne, vitrine du savoir-faire d'un studio de podcast, ces podcasts sont devenus des points de départ d'initiatives plus larges pour encourager la présence de profils féminins en politique, ainsi que dans la sphère médiatique. Le dernier temps de ce chapitre se présentait comme un poids pour contrebalancer l'illusion d'un *empowerment* idéal et pleinement efficace. La certitude que nous en tirons est l'*empowerment* politique que ces podcasts permettent. Mais nous souhaitons tout de même alerter sur les freins à véritablement transformer les rapports sociaux de genre qu'ils souhaitent combattre : le repli sur des manières « féminines » de produire de l'information politique, le rapport ambivalent au féminisme comme frein à l'émancipation, et finalement l'inscription dans un système de genre binaire rigide, qui ralentit les perspectives d'affranchissement des normes de genre.

## Conclusion

---

*Plus de femmes en politique !*

Voici l'injonction lancée par Léa Chamboncel, titre de son essai paru en mars 2022 qui propose, à travers une cinquantaine d'entretiens de femmes politiques issues de diverses couleurs politiques, des solutions pour permettre l'insertion de plus de femmes dans ce milieu, pour imaginer une société plus égalitaire et inclusive. À cette première revendication, il semblerait, à l'issue de notre recherche, que d'autres revendications aient pu naître, telles que : plus de femmes politiques dans la sphère médiatique, plus de femmes dans les médias politiques, ou encore, plus de variété dans les représentations médiatiques des femmes politiques !

Effectivement, notre objet de recherche était au croisement d'un double enjeu : les représentations de genre dans le milieu politique et dans le milieu médiatique, les femmes politiques étaient particulièrement sujettes à des représentations médiatiques stéréotypées. Les podcasts politiques natifs, donnant la parole aux femmes, sont des espaces médiatiques qui ont été construits en réaction à cette double domination que connaissent les femmes politiques quand elles prennent la parole médiatiquement. Alors, nous nous étions posé les questions suivantes, pour guider ce travail de recherche et l'étude de nos trois podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes : *Euroïnes*, *Popol* (et son *spin-off Popol Talks*, dans une moindre mesure) et *Ma question à Angela Merkel*. Comment s'est mise en place la création de podcasts politiques donnant la parole aux femmes (ou en non-mixité) ? Quelles sont les conditions dans lesquelles les femmes sont invitées à s'exprimer dans ces médias ? Quelles représentations des femmes politiques ces espaces de parole fournissent-ils ? Enfin, ces représentations permettent-elles de lutter contre les stéréotypes associés aux femmes politiques dans les médias *mainstream* ?

Pour répondre à ces questions de recherche, nous avons d'abord dressé une hypothèse principale : la création d'espaces médiatiques spécialisés et en non-mixité permettrait

de proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels. Nous avons ensuite élaboré deux hypothèses de recherche secondaires, à savoir : (1) le podcast serait un outil privilégié pour servir cet objectif en raison de ses conditions d'accès peu coûteuses et accessibles sans connaissances techniques poussées, et (2) ces espaces médiatiques 'petits et spécialisés' représenteraient un tremplin professionnel, au sens où ils sont la première étape d'une initiative plus large pour permettre aux femmes politiques d'accéder à une parole médiatique moins soumise aux stéréotypes. Au terme de cette étude, il convient de dresser un bilan et de revenir sur les résultats obtenus.

*Les podcasts politiques natifs qui donnent la parole aux femmes sont un format privilégié pour proposer de nouvelles représentations médiatiques des femmes politiques.*

Dans le premier temps de notre étude, le podcast nous est apparu comme un medium privilégié d'expression des profanes du milieu médiatique en raison de ses conditions d'accès aisées : ses coûts de production pouvant être relativement faibles et le peu de connaissances techniques requises pour sa mise en œuvre. Ceux et celles qui créent ces podcasts procèdent à un bricolage technique, à partir de leurs propres connaissances, de tutoriels sur internet et d'informations qu'ils glanent, afin de mettre en œuvre leurs propres espaces d'expression, en marge des médias *mainstream*. De cette manière, ils s'émancipent des conglomérats médiatiques et des règles qui les régissent, et se développent de manière autonome, ce qui leur offre une plus grande liberté d'expression et des codes de discours qu'ils emploient. Le choix de la création de podcast pour permettre à des femmes de s'exprimer sur des sujets d'actualité ou d'histoire politique n'est pas anodin. Comme nous l'avons remarqué, les médias vocaux constituaient une sphère excluant les voix féminines, celles-ci étant critiquées et écartées, en raison du stigmate que peuvent représenter leurs voix. Se saisir d'un medium vocal est donc apparu comme un acte significatif, pour les créatrices des podcasts qui les animent (*Popol* et *Euroïnes*), pour les femmes qui incarnent des personnages féminins (*Ma question à Angela Merkel*), autant que pour les femmes invitées. Ces femmes se réapproprient un territoire sonore duquel elles étaient exclues, et leurs podcasts deviennent des outils privilégiés d'émancipation pour les voix féminines en politique.

Cette première partie nous apporte pour ces différentes raisons une confirmation de l'une de nos hypothèses de recherche : le podcast est un outil privilégié pour proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels, en raison de ses conditions d'accès peu coûteuses et accessibles sans connaissances techniques poussées. Cette hypothèse aurait pu être prolongée, en expliquant que le podcast est aussi un outil privilégié puisqu'il permet une réappropriation d'un espace sonore qui était précédemment stigmatisant pour les voix féminines. En ce sens, il lutte contre des stéréotypes par son format même.

*Ces podcasts politiques natifs réussissent à proposer des représentations médiatiques des femmes politiques qui s'éloignent des stéréotypes habituels, dans une certaine mesure.*

Le deuxième temps de notre recherche aura été particulièrement important pour essayer d'apporter une confirmation à notre hypothèse de recherche principale. Celle-ci obtiendra d'ailleurs une réponse contrastée. La création d'espaces médiatiques spécialisés et en non-mixité permet de proposer des représentations des femmes politiques s'éloignant des stéréotypes habituels, dans une certaine mesure. Les conditions de mise en œuvre des podcasts étudiés ont été imaginées dans cette optique : la recherche d'espaces *safe*, rassurants, sécurisants, refusant des codes sexistes du débat *mainstream* offre des conditions encourageantes pour une première prise de parole à des femmes qui seront des « primo-participantes ». Ces podcasts aideront à sortir de l'ombre des femmes politiques invisibilisées dans l'espace médiatique et ils constitueront des lieux de première prise de parole rassurants, bien que le risque de cyberharcèlement ne soit pas exclu une fois le podcast diffusé en ligne. Grâce à la mise en visibilité de profils jusqu'alors cachés, ces médias participent à fournir de nouvelles représentations des femmes politiques.

Ensuite, à l'aide de notre analyse de contenu, nous avons remarqué que ces nouveaux espaces médiatiques produisent des représentations qui s'affranchissent d'un certain nombre de critères sexistes, comme la grande attention portée aux corps et aux physiques des femmes politiques dans les médias *mainstream*, on remarque également que les références faites à l'intime et à la sphère domestique se font plus rares et ne sont employées que dans une démarche de réappropriation, donc comme un sujet choisi et non subi. Le genre des femmes politiques peut d'ailleurs être mobilisé comme une

ressource, et, en ce sens, propose une résistance efficace aux stéréotypes de genre en politique et dans la sphère médiatique. Si l'hypothèse de recherche est d'abord confirmée, elle voit ensuite des limites s'esquisser.

Cette efficacité supposée est freinée par la reproduction de certains stéréotypes de genre comme l'utilisation du témoignage concret et du récit de vie dans les discours des femmes politiques. Les voix et registres de langue sont également le témoin de rôles de genre en politique toujours en place, et finalement, le sujet politique, au sens de l'actualité politique, censé être au cœur de ces podcasts, connaît le risque d'être éclipsé, au profit du sujet suivant : être une femme en politique. Le fait de rapprocher systématiquement les femmes politiques de leur rôle de genre au sein de ce milieu professionnel renforce finalement l'un des stéréotypes existant dans les médias *mainstream*. Notre hypothèse de recherche n'est donc confirmée que dans une certaine mesure, les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes ne permettant qu'une prise de distance relative, et non une rupture avec les stéréotypes de genre habituellement présents dans la sphère médiatique *mainstream*.

*Ces espaces médiatiques spécialisés et de taille réduite représentent une première étape d'une initiative plus large pour permettre une parole médiatique moins stéréotypée des femmes politiques.*

Le troisième temps de ce travail s'est centré sur la capacité de ces podcasts politiques natifs, au-delà de permettre à des profils féminins d'accéder à une parole politique moins stéréotypée, à être considérés comme des outils d'*empowerment* professionnels. L'une de nos hypothèses secondaires était que ces espaces médiatiques 'petits et spécialisés' représentent un tremplin professionnel, au sens où ils sont la première étape d'une initiative plus large pour permettre aux femmes politiques d'accéder à une parole médiatique moins soumise aux stéréotypes. Cette hypothèse s'est bel et bien confirmée au fil de notre raisonnement, d'abord du point de vue des intervenantes : les prises de paroles vont être remobilisées par les invitées comme des ressources professionnelles, dans la promotion de leur activité ou auprès de professionnels du secteur. De plus, ces podcasts permettent la création de réseaux de sociabilité et de réseaux professionnels, notamment entre femmes politiques, qui en sont souvent exclues. Les podcasts agissent comme tremplin pour développer son réseau et sa notoriété pour des femmes politiques primo-participantes. Ensuite, du point

de vue des créateurs et créatrices de ces podcasts, on remarque un itinéraire professionnel récurrent : au fil de notre étude, *Popol*, *Euroïnes* et *Ma question à Angela Merkel* se sont intégrés à des initiatives plus larges, ils ont été des points de départ deancements associatifs, de sociétés ou d'entreprises médiatiques. Ces podcasts nous sont apparus comme des points de départ d'initiatives plus larges pour encourager la présence de profils féminins en politique, ainsi que dans la sphère médiatique.

Enfin, le dernier point de notre réflexion aura permis de soulever que l'inscription dans un système binaire du genre et le fait d'utiliser la catégorie unique de « femme » ne permet pas de prendre en compte la multitude des rapports de domination que connaissent les femmes en politique. Les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes réussissent à produire de l'*empowerment* politique en encourageant une parole politique féminine, mais ne réussissent pas à transformer les rapports sociaux de genre qu'ils espèrent combattre.

Au terme de cette étude, nous pouvons conclure que la création de podcasts politiques donnant la parole aux femmes semble ainsi s'être mise en place dans l'optique de pouvoir proposer un traitement médiatique différent de la parole des femmes politiques. En leur offrant un cadre rassurant ou en essayant de constituer des « *safe-place* », les femmes politiques sont invitées à s'exprimer dans un environnement médiatique bien différent de celui des médias *mainstream*, qui leur est hostile. Les représentations des femmes politiques que ces espaces médiatiques réussissent à fournir sont contrastées. Si on remarque un affranchissement d'un nombre de critères sexistes qui leur sont habituellement prêtés (l'attention au physique et au corps, le rapport à l'intime), laissant croire à une efficacité de ces espaces de parole pour changer les récits médiatiques sur les femmes politiques, celle-ci va être freinée par le renforcement de certains rôles de genre, autant au niveau des manières de discuter de l'actualité politique que dans les registres de langue employés. Ces podcasts peuvent cependant être envisagés comme des outils d'*empowerment* politique car les participations dans des médias spécialisés par les primo-participantes, comme la constitution de ces médias pour les créateurs de ces podcasts, vont être réemployées comme des tremplins professionnels. Cependant, nous tenions à rappeler que, si un *empowerment* politique est indéniable, il peine toujours à renverser des rôles de genre très établis.

Ce travail de recherche pourrait gagner à être enrichi à plusieurs égards. Par exemple, reprendre cette étude en étudiant les autres rapports de domination qui traversent ces podcasts, avec les apports de l'approche intersectionnelle, serait tout à fait pertinent. Nous n'avons ici survolé la question des intervenantes de ces podcasts, et nous considérons qu'il s'agit d'un point aveugle de notre recherche. Croiser les rapports de genre à ceux de race, de classe ou d'âge serait particulièrement intéressant pour étudier la manière dont sont représentées les femmes politiques dans ces médias petits et spécialisés. Enfin, une étude comparative pourrait également prolonger et enrichir ce travail. Nous citons en introduction la polémique qui touche Sanna Marin, la Première ministre de Finlande depuis le 10 décembre 2019. La manière dont sera traitée la polémique, de manière comparative, entre des médias *mainstream* français et européens, et dans les podcasts politiques natifs étudiés, permettrait une illustration des idées avancées dans cette étude.

## Bibliographie

---

Achin, C. et Paoletti, M. « Le « salto » du stigmaté. Genre et construction des listes aux municipales de 2001 ». In: *Politix*, vol. 15, n°60, Quatrième trimestre 2002. La parité en pratiques. pp. 33-54. URL : [https://www.persee.fr/doc/polix\\_0295-2319\\_2002\\_num\\_15\\_60\\_1240](https://www.persee.fr/doc/polix_0295-2319_2002_num_15_60_1240).

Agrikoliansky, É. & Aldrin, P. « Faire avec la politique. Novices, amateurs et intermittents en politique ». *Politix*, 128, 2019, pp. 7-29. URL : <https://www.cairn.info/revue-politix-2019-4-page-7.htm?contenu=article>.

Allouch, A. et Muller, C. « Des médias et des hommes. Analyser la construction médiatique des masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n° 36), pp. 14-24. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2021-1-page-14.htm>.

Allouch, A. et Muller, C. « Conditions de production d'un podcast sur les masculinités », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n°36), pp. 242-245. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2021-1-page-242.htm>.

Bacqué, M. & Biewener, C. *L'empowerment, une pratique émancipatrice ?*, Paris, Éd. La Découverte, coll. Poche, 2013, 175 pages.

Blasco, N. « Quel pouvoir des sites Internet d'information concernant l'EZLN sur la sphère politique mexicaine et l'opinion publique internationale ? », *Amnis*, 4, 2004. URL : <http://journals.openedition.org/amnis/692>.

Brachet, C. « L'appropriation d'Internet par les médias « non-informatisés » : le cas des podcasts », *Communication & langages*, 161, 2009, pp. 21-32. URL : <https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2009-3-page-21.htm>.

Bréau, A., Hauw, D & Lentillon-Kaestner, V. « Plus libres sans les garçons ? : Une analyse des manières de “ faire le genre ” chez des adolescentes au sein de classes non mixtes en EPS », *Éducation & formations*, DEPP, 2018, L'égalité entre les filles et les garçons, entre les femmes et les hommes, dans le système éducatif, pp.5-21. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02136482/document>.

Buscatto, M. et Marry, C. « "Le plafond de verre dans tous ses éclats". La féminisation des professions supérieures au xxe siècle », *Sociologie du travail*, Vol. 51 - n° 2 | Avril-Juin 2009. URL : <http://journals.openedition.org/sdt/16326>.

Butler, J. *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity*. London & New York, Routledge, 1999.

Calvès, A., « « Empowerment » : généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement », *Revue Tiers Monde*, 2009/4 (n° 200), pp. 735-749. URL : <https://www.cairn.info/revue-tiers-monde-2009-4-page-735.htm>.

Cameron, D. & Scanlon, J. « Convergences et divergences entre le féminisme radical et la théorie queer », *Nouvelles Questions Féministes*, vol. 33, n° 2, 2014, pp. 80-94. URL : <https://www.cairn.info/revue-nouvelles-questions-feministes-2014-2-page-80.htm>

Chevallier, T. « Des publics pas si dépolitisés. L'appropriation des prescriptions institutionnelles dans deux espaces de participation de quartier à Berlin-Neukölln », *Politiques de communication*, 2018/2 (N° 11), pp. 43-72. URL : <https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2018-2-page-43.htm>.

Cohen, É. « La baladodiffusion : de la réécoute à la création sonore de podcasts », *Sociétés & Représentations*, 48, 2019, pp. 159-167. URL : <https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2019-2-page-159.htm?contenu=article>.

Culler, J. « Philosophie et littérature : les fortunes du performatif ». *Littérature*, 144(4), 2006, pp. 81-100.

Darmon, M. « 1. Socialisation primaire et construction de l'individu », *La socialisation*, sous la direction de Darmon Muriel. Armand Colin, 2016, pp. 11-48. URL : <https://www.cairn.info/--9782200601423-page-11.htm>.

Dolbeau-Bandin, C. et Donzelle, B. « En campagne sur twitter : au risque de l'empowerment ? », *Les Cahiers du numérique*, vol. 11, n°4, 2015, pp. 91-118. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2015-4-page-91.htm>

Dubet, F., Cousin, O., Macé, É. et Rui, S., *Pourquoi moi ? L'expérience des discriminations*, Paris, *Le Seuil*, 2013.

Dulong, D et Matonti, F. « L'indépassable féminité. La mise en récit des femmes en campagne », *La mobilisation électorale municipale : Permanences et mutations*, Janvier 2002, Lille, France. URL : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01537249/document>.

Goffman, E. « La ritualisation de la féminité », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 14, avril 1977, pp. 34-50.

Goffman, E. *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*, Simon & Schuster, New York, 1963.

Green, M. « Safe space et représentation substantive : le cas des délégations aux droits des femmes et à l'égalité des chances », *Raisons politiques*, 2004/3 (n°15), pp. 97-110. URL : <https://www.cairn.info/revue-raisons-politiques-2004-3-page-97.htm>.

Gris, C. « Maud Navarre, *Devenir élue. Genre et carrière politique*. Presses universitaires de Rennes, Rennes, 2015, 257 pages », *Travail, genre et sociétés*, vol. 38, n°2, 2017, pp. 230-233. URL : <https://www.cairn.info/revue-travail-genre-et-societes-2017-2-page-230.htm>.

Grossmann, M. "The science of Political Podcasts". *PS: Political Science & Politics*, 53(2), 2020, pp. 324-325. URL : <https://www.cambridge.org/core/journals/ps-political-science-and-politics/article/science-of-politics-podcast/945FBCAA1C7F3406C072CDEC072AAC85>.

Guigo Pierre-Emmanuel, « La République des mâles : les masculinités politiques dans les médias en France (années 1980-1990) », *Le Temps des médias*, 2021/1 (n°36), pp. 139-155. URL : <https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2021-1-page-139.htm>.

Guionnet, C. et Neveu, É. « Chapitre 5. Genre et citoyenneté », *Féminins / Masculins. Sociologie du genre*, sous la direction de Guionnet Christine, Neveu Érik. Armand Colin, 2021, pp. 249-307. URL : <https://www.cairn.info/--9782200626846-page-249.htm>

Jacquemart, A et Masclet, C. « Mixités et non-mixités dans les mouvements féministes des années 1968 en France », *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, 46, 2017. URL : <http://journals.openedition.org/clio/13784>.

Jouve, B. *L'empowerment : à quelles conditions ? Pour quels objectifs ?*, 2007, 7. URL : <http://societude.free.fr/Bibliographie/Syntheses/JOUVE%20-%20L%27empowerment%20a%20quelles%20conditions.pdf>

Kunert, S. *Publicité, genre et stéréotypes*, Fontenay-le-Comte, Lussaud, coll. L'Impensé contemporain, 2013, 197.

Laberge, S., McKay M. « Sport et masculinités », *Clio. Histoire, femmes et sociétés*, n°23, 2006. URL : <https://journals.openedition.org/clio/1908>.

Le Blanc, A. « Ouvertures et frontières paradoxales du sport LGBT, entre dynamiques de protection et stratégies d'exposition », *Corps*, 2019/1 (N° 17), p. 275-289. URL : <https://www.cairn.info/revue-corps-2019-1-page-275.htm>.

Le Blanc, A. « Construire des territoires rassurants : l'exemple du sport LGBT en région parisienne », *L'Information géographique*, 2019/3 (Vol. 83), pp. 39-61. <https://www.cairn.info/revue-l-information-geographique-2019-3-page-39.htm>.

Lévêque, S. « Chapitre 9. La féminisation du champ politique français », dans : Thomas Frinault éd., *Nouvelle sociologie politique de la France*. Paris, Armand Colin, « U », 2021, pp. 123-136. URL : <https://www.cairn.info/---page-123.htm>.

Lévêque, S. « Médias/Communication politique », dans : Catherine Achin éd., *Dictionnaire. Genre et science politique. Concepts, objets, problèmes*. Presses de Sciences Po, 2013, pp. 310-322. URL : <https://www.cairn.info/--9782724613810-page-310.htm>

Lorber, J. *Paradoxes of gender*. Yale University Press, 1994.

Lundström, M & Poletti Lundström , T., Podcast ethnography, *International Journal of Social Research Methodology*, 2021, 24:3, pp. 289-299. URL : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13645579.2020.1778221>.

Martinak, E. « Des pratiques d’empowerment. De la prévention à la transformation par l’approche « s’exprimer, réfléchir et agir ». Quand des adolescentes victimes de violences sexuelles sont au cœur de leur transformation », *Forum*, 2021/1 (n° 162), pp. 39-48. URL : <https://www.cairn.info/revue-forum-2021-1-page-39.htm>.

Matonti, F. « Introduction », dans : « Le genre présidentiel. Enquête sur l'ordre des sexes en politique », sous la direction de Matonti Frédérique. Paris, *La Découverte*, « TAP / Genre & sexualité », 2017, pp. 7-26. URL : <https://www.cairn.info/--page-7.htm>.

Menesson, C. « Pourquoi les sportives ne sont-elles pas féministes ? De la difficulté des mobilisations genrées dans le sport », *Sciences sociales et sport*, vol. 5, n°1, 2012, pp. 161-191. URL : <https://www.cairn.info/revue-sciences-sociales-et-sport-2012-1-page-161.htm>.

Olivesi, A. « La parole profane dans les médias ou les ambiguïtés du discours sur le genre », *Mots. Les langages du politique* [En ligne], 90 | 2009, mis en ligne le 01 juillet 2011, consulté le 22 janvier 2022. URL : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00789227/document>.

Saiget, M. « Regrouper et séparer : la participation des femmes comme mode d’empowerment en contexte d’après-guerre », *Participations*, 2015/2 (N° 12), p. 167-192. URL : <https://www.cairn.info/revue-participations-2015-2-page-167.htm>.

Talpin, J., « La non-mixité : une étape sur le chemin de l'émancipation des femmes », *Les Cahiers du Développement Social Urbain*, 2018/2 (n°68), pp. 30-31. URL : <https://www.cairn.info/revue-cahiers-du-developpement-social-urbain-2018-2-page-30.htm>.

Tiffe, R.; Hoffmann, M. « Taking up sonic space: feminized vocality and podcasting as resistance ». *Feminist Media Studies*, 17(1), 2017, pp. 115–118. URL : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2017.1261464>.

Torterat, F. « Quelle représentation des minorités dans les blogs politiques ? À travers le carnet Pourmaville de Fadela Amara », *Les Cahiers du numérique*, 2015/4 (Vol. 11), p. 53-74. URL : <https://www.cairn.info/revue-les-cahiers-du-numerique-2015-4-page-53.htm>

Vallet-Armellino, M. « Le sujet en lieu sûr », *Nouvelle revue de psychosociologie*, vol. 24, no. 2, 2017, pp. 67-79. URL : <https://www.cairn.info/revue-nouvelle-revue-de-psychosociologie-2017-2-page-67.htm>

Vrikki, P. & Malik, S. “Voicing lived-experience and anti-racism: podcasting as a space at the margins for subaltern counterpublics”, *Popular Communication*, 17:4, 2019, pp. 273-287. URL : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15405702.2019.1622116>

Waldispuehl, E. « Les pratiques de non-mixité des communautés féministes en ligne à l'ère des espaces semi-privés. » *Recherches féministes*, volume 32, n°2, 2019, pp. 149–166. URL : <https://www.erudit.org/fr/revues/rf/2019-v32-n2-rf05199/1068344ar.pdf>

Wattecamps, M. « Le podcast natif crée-t-il de l'engagement ? », *Effeuillage*, 2019/1 (N° 8), p. 37-42. URL : <https://www.cairn.info/revue-effeuillage-2019-1-page-37.htm>

West, C., Zimmerman, D. « Doing Gender », *Gender and Society*, Vol. 1, n°2., Jun., 1987, pp. 125-151. URL : [https://www.gla.ac.uk/0t4/crcees/files/summerschool/readings/WestZimmerman\\_1987\\_DoingGender.pdf](https://www.gla.ac.uk/0t4/crcees/files/summerschool/readings/WestZimmerman_1987_DoingGender.pdf)

## Sources

---

« Le féminisme et les mouvements de femmes », Conseil de l'Europe, disponible en ligne. URL : <https://www.coe.int/fr/web/gender-matters/feminism-and-women-s-rights-movements>

Laffay, O., « Rapport national du GMMP 2020 : Les femmes toujours invisibles », 50-50 Magazine, 1er février 2022. URL : <https://www.50-50magazine.fr/2022/02/01/global-media-monitoring-project/>

Lavelle, V. « GMMP et rapport Calvez : où en est la représentation médiatique des femmes ? », 50-50 Magazine, 30 avril 2021. URL : <https://www.50-50magazine.fr/2021/04/30/gmmp-et-rapport-calvez-ou-en-est-la-representation-mediatique-des-femmes/>

La représentation des femmes à la télévision et à la radio - Rapport sur l'exercice 2020. URL : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Observatoire-de-la-diversite/La-representation-des-femmes-a-la-television-et-a-la-radio-Rapport-sur-l-exercice-2020>

Coulomb-Gully, M. et Meadel, C. Rapport National, GMMP 2020. URL : <https://whomakesthenews.org/wp-content/uploads/2021/10/Rapport-national-France.pdf>

« [Édito] Les larmes de Sanna Marin », Sébastien Le Fol, *Le Télégramme*, publié le 26 août 2022. URL : <https://www.letelegramme.fr/debats/edito-les-larmes-de-sanna-marin-26-08-2022-13163142.php>

« La Première ministre finlandaise aime faire la fête, ses détracteurs pensent qu'elle se drogue », Valentine Ulgu-Servant, *Vanity Fair*, publié le 19 août 2022. URL : <https://www.vanityfair.fr/actualites/article/la-premiere-ministre-finlandaise-aime-faire-la-fete-ses-detractions-pensent-quelle-se-droque>

« Finlande : Sanna Marin, une jeune leader (presque) parfaite », Anna Bonalume, *Le Point*, publié le 20 août 2022. URL : [https://www.lepoint.fr/monde/sanna-marin-une-jeune-leader-presque-parfaite-20-08-2022-2486834\\_24.php](https://www.lepoint.fr/monde/sanna-marin-une-jeune-leader-presque-parfaite-20-08-2022-2486834_24.php)

« Finlande : au bord des larmes, la Première ministre défend ses fêtes controversées », *Europe 1*, publié le 24 août 2022. URL : <https://www.europe1.fr/international/finlande-au-bord-des-larmes-la-premiere-ministre-defend-ses-fetes-controversees-4129873>

« La Première ministre finlandaise au cœur d'une polémique après une soirée festive », Milan Derrien, *Ouest France*, publié le 19 août 2022. URL : <https://www.ouest-france.fr/europe/finlande/la-premiere-ministre-finlandaise-au-coeur-d-une-polemique-apres-une-soiree-festive-e06f0210-1fcb-11ed-b73d-c186b65f3ccb>

« Sanna Marin dans la tourmente, c'est peut-être un détail pour vous... », Marc Beaugé, *Le Monde M*, publié le 24 août 2022. [https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2022/08/24/sanna-marin-dans-la-tourmente-c-est-peut-etre-un-detail-pour-vous\\_6138900\\_4500055.html](https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2022/08/24/sanna-marin-dans-la-tourmente-c-est-peut-etre-un-detail-pour-vous_6138900_4500055.html)

## **Table des matières**

<b>Introduction.....</b>	<b>5</b>
<b>Chapitre 1 : Le podcast natif, un espace médiatique bricolé d’expression des dominés.....</b>	<b>18</b>
<b>I. La figure de femme politique dans la sphère médiatique, une position doublement dominée.....</b>	<b>18</b>
1.1 La représentation stéréotypée des femmes dans les médias <i>mainstream</i> .....	18
1.2 Être une femme dans la sphère politique, une position discriminée au motif du genre .	21
1.3 Créer un podcast politique : un médium au cœur d’une double domination .....	22
<b>II. Monographies de trois podcasts francophones qui s’inscrivent dans ce cadre</b>	<b>24</b>
2.1 <i>Popol</i> , le talkshow politique français de Léa Chamboncel.....	24
2.2 <i>Euroïnes</i> , des portraits de femmes de la bulle européenne de Fanny Devaux et Margaux Cognard .....	26
2.3 <i>Ma question à Angela Merkel</i> , la fiction documentaire du studio Europod .....	28
2.4 Trois modes narratifs différents avec pour constante : la représentation de femmes pour aborder la politique .....	30
<b>III. Créer son podcast politique, un moyen d’exister dans l’espace public.....</b>	<b>32</b>
3.1 Un média que l’on peut « bricoler ».....	32
3.2 S’émanciper des conglomérats médiatiques grâce à une production peu onéreuse .....	34
3.3 Se réapproprié un média vocal, autrefois source de stigmatisation.....	37
3.4 Faire des figures de femmes politiques son faire-valoir .....	38
<b>Chapitre 2 : En marge des médias mainstream, une liberté éditoriale profitable aux femmes politiques ? .....</b>	<b>41</b>
<b>I. Encourager un discours contre hégémonique par la constitution de safe spaces</b>	<b>41</b>
1.1 La constitution d’un espace d’échange en non-mixité : un choix qui s’impose à soi ? .	41
1.2 Caractériser les <i>safe space</i> ou espaces rassurants .....	44
1.3 Du refus des codes sexistes du débat des médias <i>mainstream</i> et poursuite du sexisme en ligne	47
1.4 Vers un lieu de première prise de parole médiatique : un media-training pour femmes politiques .....	49
<b>II. Les tentatives de prise de distance avec les représentations des femmes politiques dans les médias mainstream.....</b>	<b>51</b>
2.1 La définition des stéréotypes de genre des personnalités politiques dans les médias <i>mainstream</i> .....	51
2.2 S’affranchir de l’attention au physique des femmes politiques par un médium vocal...	55

2.3	L'intime comme angle choisi et non subi.....	57
2.4	Faire de son genre une ressource politique.....	60
<b>III.</b>	<b>Une efficacité freinée par un renforcement des rôles de genre en politique....</b>	<b>62</b>
3.1	La prédominance du témoignage concret et du récit de vie .....	63
3.2	Les voix et les registres de langue, témoins de rôles médiatiques stéréotypés .....	66
3.3	Le risque d'éclipse de l'objet initial : le sujet politique.....	70
	<b>Chapitre 3 : Au-delà du sujet politique, le podcast comme outil d'empowerment ..</b>	<b>75</b>
<b>I.</b>	<b>Se saisir de son intervention médiatique comme tremplin professionnel .....</b>	<b>75</b>
1.1	Sur la notion d' <i>empowerment</i> : vers une définition d'un « pouvoir d'agir » politique..	75
1.2	Vers la création de réseaux de femmes .....	78
1.3	L'expérience réussie remobilisée à des fins professionnelles .....	79
<b>II.</b>	<b>Du podcast à l'organisation professionnelle, un itinéraire professionnel</b>	
	<b>récurrent.....</b>	<b>81</b>
2.1	De <i>Popol</i> à <i>Popol Media</i> , un podcast sur la voie de l'entreprise d'information.....	82
2.2	<i>Euroïnes</i> , une image de marque au service d'autres institutions .....	84
2.3	<i>Ma Question à Angela Merkel</i> , vitrine du savoir-faire d'Europod .....	86
<b>III.</b>	<b>Un <i>empowerment</i> politique qui peine à transformer les structures sociales ....</b>	<b>89</b>
3.1	Devenir « podcasteuse politique » : vers la fin d'un plafond de verre ?.....	89
3.2	Entre militantisme féministe et professionnalisation : une conciliation contrastée.....	92
3.3	La difficile transformation des rapports sociaux de sexe par le podcast politique.....	95
	<b>Conclusion.....</b>	<b>100</b>
	<b>Bibliographie.....</b>	<b>106</b>
	<b>Sources .....</b>	<b>112</b>
	<b>Table des annexes.....</b>	<b>116</b>

## Table des annexes

---

<i>Annexe 1</i> .....	<i>117</i>
<i>Annexe 2</i> .....	<i>118</i>



## *Annexe 2*

Guide d'entretien :

### Sur la production :

Pouvez-vous me parler de la genèse de votre podcast, comment est-il né ?

- Année, motivations, initiative solitaire ou collective, durée avant la mise en place, ambition nombre d'épisodes / durée, expérience préalable ...

Aujourd'hui, combien de personnes travaillent à la réalisation de ce podcast ?

Où est-il enregistré et avec quel matériel ?

Comment est-il produit / financé ?

Quelles sont les perspectives d'avenir en terme de financement / production ?

Quelles ont été vos inspirations pour créer ce podcast ?

### Sur les invités :

Comment sont choisies les personnes à qui le micro est tendu dans ce podcast /

Comment ont été écrits les personnages qui interviennent dans ce podcast ?

Les invités sont-ils faciles à approcher ? À convaincre ? Avez-vous connu des refus ?

Dans la manière de vous adresser à vos invités, adoptez-vous un ton particulier ?

Comment est venu le choix d'un espace entre femmes ?

### Sur le contenu-même et sur la forme podcast :

Comment les sujets abordés au cours d'un podcast sont-ils choisis ?

Quelle place est réservée à « l'intime » / sphère privée dans les discussions que vous avez ?

Comment s'effectue la distribution de la parole lors de la discussion ?

Quelle expérience d'être entre-femmes pour l'animatrice ? Quels retours des invitées ?

Avant l'enregistrement, des consignes sont-elles données aux interlocuteurs ? (certains mots sont-ils bannis, conseils dans le ton à employer...)

Pourquoi choisir un medium vocal pour donner la parole aux femmes en politique ?

Considérez-vous votre podcast comme un « Safe space » ? En quoi ?

Sur la communication :

Quels canaux choisissez-vous pour communiquer avec votre public ?

Qui s'occupe de la communication ?

Quelles sont les lignes directrices ? (quelles images / mises en scène des F politiques)

L'entre-femmes est-il valorisé dans la communication ? Pourquoi ?

Éléments biographiques :

En savoir un peu plus sur le profil des personnes travaillant sur ces podcasts, leurs parcours professionnels, médiatiques, politiques et personnels pour arriver à la création de ce podcast.



## **Résumé :**

Les podcasts politiques natifs se développent à partir de 2016 en corrélation avec la forte croissance de podcasts indépendants et la présence massive des chaînes de radio institutionnelles dans cet écosystème. Certains se constituent avec la volonté de donner une importance particulière aux voix des femmes, pour contrebalancer une invisibilisation des femmes politiques dans la sphère médiatique. Ainsi naissent les trois podcasts au cœur de cette étude : *Ma question à Angela Merkel*, la fiction-documentaire sur l'ex-chancelière allemande ; *Popol*, un talkshow d'actualité politique française ; et *Euroïnes*, des interviews sous forme de portraits de femmes de la bulle politique européenne à Bruxelles.

En croisant les rapports de genre qui traversent les milieux politique et médiatique, cette recherche interroge les représentations des femmes politiques et les rôles de genre dans ces médias alternatifs, par distinction avec les médias *mainstream*. Les trois podcasts étudiés sont appréhendés comme des lieux de négociation des stéréotypes associés aux femmes politiques dans les médias, bien qu'ils peinent à transformer structurellement les rôles de genre. *Ma question à Angela Merkel*, *Popol* et *Euroïnes* apparaîtront tout de même comme des outils d'*empowerment* politique, participant à renouveler le champ médiatique spécialisé en information politique.

*Mots clés : politique, genre, podcast natif, représentation médiatique, femme politique, podcast politique, égalité de genre, stéréotype*