

Séminaire de l'équipe AdCoST- ELLIADD
20 février 2014, 14h-16h
Salon Presclin

Eva-Marie Goepfert (ELICO, Université de Lyon)

La femme, héroïne de l'évènement politique et people

La presse people, plus habituée des stars du petit et du grand écran et des têtes couronnées, se "politise" depuis plusieurs années. Une étude statistique sur le Genre des politiques médiatisés dans la presse people, réalisée en 2010, a révélé une surmédiatisation des femmes politiques et des femmes de politiques. Fort de cette étude et à partir du cas très récent de l'affaire Hollande/Trierweiler/Gayet, nous nous intéresserons à la "narratogénie" féminine, ingrédient majeur de l'évènement people et révélatrice du Genre des récits people.

Aurélie Olivesi (ELICO, Université de Lyon)

Une énonciation genrée ? Analyse du discours des éditoriaux de magazines féminins et masculins

Si les médias se présentent globalement comme destinés à un public mixte, la presse magazine s'adresse au contraire explicitement à des publics-cibles, qui sont, pour certains titres, définis par leur identité de genre (masculine ou féminine). Comment cette presse magazine genrée représente-t-elle la masculinité et la féminité ? Quelles en sont les principales composantes idéologiques, explicites et implicites ? A partir d'une analyse du discours des articles présentant une énonciation identifiée comme genrée – réelle ou mascarade –, il s'agit d'identifier sur quel système de valeur se fondent ces définitions de la masculinité et de féminité, mais également quelles en sont les impasses et les évolutions. Nous avons choisi pour année de référence l'année 2013, car elle a vu l'apparition d'un questionnement sur la masculinité dans la presse : plusieurs dossiers sur des supposés « nouveaux hommes » au printemps, et l'apparition (ou la réédition) de deux nouveaux magazines masculins : Lui, et Elle Man à l'automne.

Le corpus se compose :

- des éditoriaux des magazines Lui et Elle Man
- des éditoriaux du magazine masculin GQ, car il s'agit selon l'OJD du magazine masculin le plus lu
- des éditoriaux des magazines féminins Elle (dont émane Elle Man) et Marie-Claire
- des éditoriaux du magazine Causette
- de la chronique d'Eric (un homme, un vrai), dans Causette

En prenant les médias comme une "technologie de genre", il s'agit d'interroger les permanences et les évolutions dans la représentation médiatique de l'« identité masculine », afin de comprendre le rôle des médias à la fois dans la structuration et la remise en cause de la construction du genre.