

Médias : paroles d'experts / paroles de femmes

Claire Blandin

Non sans ambivalence, non sans contradictions, les médias ont porté et portent toujours de multiples représentations de la différence des sexes, que ces représentations soient conformistes ou hétérodoxes. Mais les médias ont aussi permis les redéfinitions, les renégociations, les transformations des rapports de genre en ouvrant leurs colonnes, ou leurs antennes, à l'expression des femmes, à leur travail, à leurs combats.

La contribution présentée ici avait été conçue comme une introduction à la table ronde qui, en clôture de la journée d'études organisée le 26 mars 2010 par le Centre d'histoire de Sciences Po, devait accueillir deux témoins majeurs de cette histoire de la présence des femmes dans l'espace public, Ménie Grégoire et Evelyne Sullerot¹. Leurs parcours illustrent à la fois l'histoire de la prise de parole des femmes dans la société et dans les médias, et la médiatisation du discours des experts sur les thématiques féminines et familiales. Pour ces questions, la place des jeunes femmes est bien sûr centrale. Elles sont au cœur des observations sociologiques de la seconde partie du XX^e siècle et constituent une cible privilégiée des discours prescriptifs des médias.

La « parole experte » est en effet présente dans la presse féminine depuis les débuts de celle-ci, au XIX^e siècle. Comme l'avait montré Evelyne Sullerot elle-même, ces journaux constituent une « presse du devoir ». Au gré des époques, des modes et des supports, on observe la déclinaison des injonctions faites aux jeunes femmes par les spécialistes de différentes disciplines. À la suite de cet aperçu historique, on pourra étudier les transformations de ces discours dans le second XX^e siècle : comment Ménie Grégoire fit parler les femmes et les experts à la radio, et comment Evelyne Sullerot, après avoir étudié les médias féminins, devint une experte des questions familiales.

Fille de pasteur, Evelyne Sullerot n'a que 18 ans lorsque sa mère meurt, en 1943, et doit prendre en charge l'éducation de ses jeunes frères et sœurs. Élève de l'École libre des sciences politiques, elle doit renoncer à ses études du fait de l'Occupation et de ses charges familiales. Jeune mère de quatre enfants, elle les reprend au milieu des années 1950, après avoir fondé, avec la gynécologue Marie-Andrée Lagroua Weill-Hallé, le mouvement de « La maternité heureuse », qui deviendra le Planning familial. De ces recherches naît une thèse, soutenue en 1964 à l'Institut français de presse, sur l'histoire de la presse féminine, et un ouvrage, toujours de référence, chez Armand Colin. La fin des années 1960 trouve Evelyne Sullerot à Nanterre où elle propose un cours sur les études consacrées aux femmes. Ayant publié en 1968 un

¹ Seule Evelyne Sullerot a finalement pu se joindre à nous ; une partie de son témoignage est présentée ici sous forme [d'extraits vidéo](#).

ouvrage sur l'histoire et la sociologie du travail féminin, elle devient experte sur cette question auprès de la CEE, et effectue ensuite des missions pour le Bureau international du travail (BIT), les Nations unies et l'UNESCO. Membre du Conseil économique et social de 1974 à 1984, elle poursuit sa spécialisation sur la question de l'emploi de femmes, pour lequel elle milite parallèlement dans son association « Retravailler ». Plus récemment, Evelyne Sullerot s'est intéressée aux bouleversements observés dans les couples et les familles.

Le développement de la presse féminine depuis le XIX^e siècle

La presse féminine est, par définition, une presse lue par les femmes². Au sein de ces publications lues par les femmes, Evelyne Sullerot distinguait dès les années 1960 une « presse du nous », rédigée par les femmes, et dans laquelle elles expriment leurs frustrations de citoyennes non autonomes³. Parfois qualifiée de « presse féministe », c'est une presse du droit à devenir autre que ce qu'elles sont. À cette catégorie s'oppose une « presse du vous », rédigée par les hommes, et prescrivant les mille et une façons d'être à la mode, de remplir les rôles attribués par la société. Cette presse féminine est une presse du devoir. Elle est étudiée ici comme un espace de médiation de la parole des experts à destination des jeunes femmes.

Musée des représentations et des attitudes sociales imposées aux femmes, cette presse féminine est encore peu étudiée, alors que la presse féministe est mieux prise en compte par l'historiographie⁴. Au XIX^e siècle, il s'agit avant tout de publications familiales, conçues pour un public largement féminin. C'est ce qui conduit Pierre Albert à dessiner une catégorie « presse féminine et du foyer⁵ ». Ayant connu un formidable essor sous la Révolution, la presse française s'est en effet développée comme une presse politique d'engagement et de commentaire. En un temps où il est considéré comme indécent que les femmes se mêlent de politique, il s'agit de leur proposer un journal différent. Tout se passe d'ailleurs comme si chaque tentative des femmes d'intervenir dans la vie politique était suivie d'un nouveau développement d'une offre médiatique qui leur soit spécialement réservée. Ainsi, alors qu'au cœur d'un siècle de censures, 1848 est marquée par le foisonnement des écrits politiques, la presse à destination des femmes connaît un renouveau dans les mois qui suivent. Lancé en octobre 1849, *Le Conseiller des enfants* explique dans son premier numéro comment il est nécessaire de rendre à chacun et à chacune les lectures qui lui conviennent :

² Sur cette définition d'une catégorie de presse par son lectorat, voir Valérie Devillard, « Lectures de femmes : des publics aux lectrices », dans Claire Blandin et Hélène Eck (dir.), *La Vie des femmes. La presse féminine aux XIX^e et XX^e siècles*, Paris, Éditions Panthéon Assas, 2010, p. 19-30.

³ Evelyne Sullerot, *La Presse féminine*, Paris, Armand Colin, 1963.

⁴ Comme par exemple dans le tome 5 de *L'Histoire des femmes en Occident*, dirigé par Françoise Thébaud, Paris, Plon, 1992. La distinction entre ces catégories de presse à destination des femmes est toutefois envisagée dans Claire Blandin et Cécile Méadel (dir.), « La Cause des femmes », *Le Temps des médias*, n° 12, juin 2008, « Introduction », p. 8.

⁵ Pierre Albert, *La Presse française*, Paris, La Documentation française, 2004, p. 172.

Claire Blandin, « Médias : paroles d'experts / paroles de femmes », *Histoire@Politique. Politique, culture, société*, n° 14, mai-août 2011, www.histoire-politique.fr

« Votre père a son journal : il reçoit *Le Siècle*, ou *La Presse*, ou *Les Débats*, et dans les longues colonnes de ces feuilles immenses il s'instruit des nouvelles politiques, se met au courant des graves questions de science et d'économie. Votre mère elle-même a son journal aussi ; elle trouve dans *Le Conseiller des Dames* ces excellentes recettes à l'aide desquelles elle vous fabrique ces bonnes friandises dont vous vous léchez les doigts ; et ces charmants dessins de broderie dont elle vous fait, pendant les longues soirées d'hiver, ces superbes mouchoirs dont vous vous servez aux jours de fête. Lorsque votre père et votre mère ont chacun leur journal, pourquoi, vous aussi, enfants, n'auriez-vous pas le vôtre ? Il ne vous parlera pas de politique : laissez ces sérieuses préoccupations à votre père ; il ne vous parlera ni de broderies ni de travaux à l'aiguille : laissez ces agréables occupations charmer les loisirs de votre mère⁶. »

Cette presse féminine qui maintient les femmes dans leur condition traditionnelle de fille et de mère attire très tôt les annonceurs publicitaires et connaît un fort développement tout au long du XIX^e siècle, et plus encore durant la Belle Époque, qui fait figure d'âge d'or pour la presse populaire⁷. Les quotidiens à grand tirage sont des médias de masse qui façonnent l'univers mental de Français désormais largement alphabétisés. Ils relaient également les instituteurs pour ancrer dans la population les valeurs morales de la Troisième République. La presse périodique à destination des femmes porte les mêmes valeurs. Dans *Le Petit Écho de la mode*, le « Jardin des âmes » s'adresse ainsi aux jeunes lectrices :

« Une telle obsession du beau, non pas du beau vaste et généreux, mais particulier et amoral, est la rançon de notre culture ; nous avons trop étudié avec une curiosité de dilettante, nous avons trop voulu connaître les faits et les êtres en dehors des préoccupations de vertu, nous nous sommes trop laissées influencer par le snobisme, nous nous sommes jetées avec trop d'avidité sur les fanions que des prétentieux oisifs eussent décoré du nom usurpé de drapeaux.

Le contour, la teinte, la mode, le ton, la proportion, tout le code nouveau et factice de ceux qu'on nomme "élites" parce que les moutons les suivent, voilà ce qui nous tient lieu de principes.

Viennent l'épreuve, la tentation, nous nous écroulons sous les ruines de cet édifice de plâtre aux moulures creuses.

Pour retrouver le droit sentier, soumettons nos buts à une froide analyse, dépouillons-les des grâces conventionnelles afin de voir si leur ossature est vertueuse ; quand la vraie morale, quand le bien ne forment pas la charpente, défions-nous, c'est un leurre en attendant que ce soit une faute⁸. »

Si le foyer de la femme mariée ne correspond pas aux espoirs de la jeune fille, à ce dont elle avait rêvé, n'est-ce pas parce qu'elle a préféré le beau au bien ? On perçoit aussi dans ces lignes la tension entre la frivolité affichée par ces publications et la rigueur du discours normatif⁹.

⁶ *Le Conseiller des enfants*, n° 1, octobre 1849, cité par Christophe Pelletier, *Le Discours de conseil médiatique. Histoire et sémiotique du conseil dans la presse*, thèse de Paris II-IFP, 2002, p. 45 ; cité par Gilles Feyel, « La presse féminine au XIX^e siècle (1797-1914) », *La Vie des femmes*, op. cit., p. 32

⁷ Voir par exemple Christophe Charle, *Le Siècle de la presse 1830-1939*, Paris, Le Seuil, 2004, ou Dominique Kalifa, *La Culture de masse*, Paris, La Découverte, 2001.

⁸ Liselotte, « Causerie-Le jardin des âmes », *Le Petit Écho de la mode*, 9 octobre 1910.

⁹ Vincent Soulier, *Presse féminine, la puissance frivole*, Paris, Archipel, 2008.

Claire Blandin, « Médias : paroles d'experts / paroles de femmes », *Histoire@Politique. Politique, culture, société*, n° 14, mai-août 2011, www.histoire-politique.fr

Cette presse féminine accueille et développe également le discours médical à destination des femmes. Ces experts sont autorisés par leur titre (la rubrique est tenue par « le docteur ») à encadrer les soins apportés par les femmes à l'ensemble de la famille. Dans « Les devoirs d'une mère. La gymnastique respiratoire dans la famille », *Le Petit Écho de la mode* enseigne les principes de la gymnastique suédoise aux mamans : « Matins et soir, dans les moments de repos, elles apprendront aux enfants à exécuter une série de mouvements qui ont pour but de conserver la santé et de développer le corps¹⁰. » S'il convient de replacer ces rubriques dans le cadre du développement de nouvelles pratiques sportives et de leur médiatisation en France¹¹, c'est bien la préoccupation médicale qui prime. La semaine suivante, la « causerie médicale » du « docteur » s'intitule « La gymnastique respiratoire dans le traitement et la prévention de certaines maladies¹² ». En marge de ce discours médical, le journal publie de nombreuses annonces commerciales et les conseils se mêlent à la publicité déguisée pour des médicaments.

Avec la mobilisation de l'ensemble de la population qui prépare la Revanche, se conjugue dans la presse féminine l'assignation aux rôles et attitudes féminins traditionnels :

« Des paroles douces, des empressements élogieux, des égards déférents, des enthousiasmes affectueux, toute la monnaie courante avec laquelle se paient les tributs de reconnaissance et d'admiration sont d'essence humaine, c'est-à-dire changeants et susceptibles d'erreur ; prenez-les quand ils vous viennent, comme une aubaine, et quand ils vous quittent, acceptez leur privation sans amertume. Seulement, pour votre part, efforcez-vous de ne point causer semblable déception aux autres ; au lieu d'établir fiévreusement la liste de tous les égards qu'on vous doit, employez-vous à chercher minutieusement les vertus qui ont droit à votre estime et les conduites qui s'imposent à votre admiration. Évitez d'infliger à votre prochain la douleur que vous ressentez, vous aurez tiré la bonne leçon de votre souffrance¹³. »

Le discours de Liselotte, l'auteure de cette chronique, évolue peu au fil des décennies. Trente ans après les extraits précédents, on peut ainsi lire :

« Le regard que nous accordons à la physionomie morale de ce qu'on appelle "le prochain" est toujours trop hâtif pour que nous portions un beau jugement lucide. Cher prochain, montrez-nous donc votre profil. Oui, ainsi... Bien nettement découpé, posé en pleine clarté, voici ce qu'il nous révèle ce profil, toute votre noblesse humaine. Désormais, nous saurons vous aimer¹⁴. »

Il faut dire que l'Occupation a peu fait évoluer *Le Petit Écho de la mode*. On y retrouve les mêmes rubriques de conseils (recommandations médicales pour les soins

¹⁰ Une doctoresse, « Les devoirs d'une mère. La gymnastique respiratoire dans la famille », *Le Petit Écho de la mode*, 9 octobre 1910.

¹¹ Voir sur ce point les travaux de Michaël Attali, en particulier Michaël Attali (dir.), *Sports et médias : du XIX^e siècle à nos jours*, Paris, Atlantica, 2010.

¹² *Le Petit Écho de la mode*, 16 octobre 1910.

¹³ Liselotte, « Le Jardin des âmes », *Le Petit Écho de la mode*, 30 octobre 1910.

¹⁴ Liselotte, « Le Jardin des âmes », *Le Petit Écho de la mode*, 3 août 1941.

aux enfants, décoration de la maison) où la mode prend beaucoup de place en ces temps de pénurie. On demande toujours plus d'ingéniosité à la ménagère pour confectionner les vêtements de toute la famille et les « travaux d'aiguille » occupent plusieurs pages de chaque numéro.

La presse féminine est une presse imaginative, vivante, toujours créatrice de nouveaux titres, souvent éphémères. Créé en 1880, *Le Petit Écho de la mode* en est le symbole jusqu'à l'entre-deux-guerres : il multiplie les publications de gravures grâce à l'industrialisation de l'imprimerie qui lui permet aussi d'adopter le grand format. Comme la plupart des titres de ce secteur, c'est une entreprise rentable, voire très profitable pour ses propriétaires. Ces journaux de mode ont souvent été fondés par des professionnels (propriétaires d'ateliers de confection, de maisons de couture) ; ce sont des entrepreneurs indépendants de ceux des autres presses. Cette presse de mode est remplie de réclames à destination d'un public encore majoritairement constitué d'aristocrates et de bourgeoises de province dans les dernières années du XIX^e siècle et qui se diversifie par la suite. Les journaux sont principalement vendus par abonnement à un public majoritairement provincial. On attribue explosion du tirage du *Petit Écho de la mode* à la publication de patrons. Gilles Feyel souligne que ce n'est pas une nouveauté même si le journal innove en la matière¹⁵. Comme l'ensemble de la presse populaire de l'époque, *Le Petit Écho de la mode* publie des feuilletons et fidélise ses lectrices provinciales en leur offrant de nombreux comptes rendus de l'actualité de la vie parisienne. Surtout, les rubriques de vie quotidienne montrent comment être une bonne épouse et une bonne maîtresse de maison¹⁶.

Lancé en 1938 par Jean Prouvost, *Marie-Claire* est souvent présenté comme une révolution dans l'univers de la presse féminine. Il est vrai que le magazine propose une maquette épurée, de nombreux dessins et une mise en page esthétisante. Si elle est plus émancipée, la lectrice de *Marie-Claire* reste une femme au foyer¹⁷. La modernité portée par le titre est une rénovation des tâches ménagères et la mise en évidence, par de nouveaux experts, de l'importance de l'hygiène, des corps aussi bien que des sols. Marcelle Auclair explique dans ses mémoires combien il était important pour elle d'apprendre aux femmes à se laver¹⁸. Une fois de plus, l'évolution de la parole experte accompagne l'essor d'un secteur commercial : les publicités pleine page et colorées rythment l'essor de l'industrie des cosmétiques¹⁹. Comme dans le roman de Marguerite Audoux qui donne son nom au magazine, et dans lequel

¹⁵ Gilles Feyel, « La presse féminine au XIX^e siècle (1797-1914) », *La Vie des femmes*, op. cit., p. 37

¹⁶ Evelyn Sullerot détaille cette chronologie des rôles sociaux attribués aux femmes dans *Histoire de la presse féminine*, Paris, Armand Colin, 1966.

¹⁷ Claire Blandin, « Le travail des femmes dans Marie-Claire », *Actes du colloque Masculin/Féminin dans la presse*, Lyon 2010, à paraître en 2011.

¹⁸ Marcelle Auclair et Françoise Prévot, *Mémoires à deux voix*, Paris, Le Seuil, 1978.

¹⁹ Sur l'évolution des normes corporelles, on pourra lire Christophe Granger, *Les Corps d'été : naissance d'une variation saisonnière au XX^e siècle*, Paris, Autrement, 2009.

Claire Blandin, « Médias : paroles d'experts / paroles de femmes », *Histoire@Politique. Politique, culture, société*, n° 14, mai-août 2011, www.histoire-politique.fr

l'héroïne mène une vie de labeur et finit par épouser un homme qu'elle n'aime pas, *Marie-Claire* porte un discours très conventionnel sur les rôles sociaux des femmes²⁰. Après la Libération, l'ensemble de la presse magazine connaît un nouveau foisonnement. Du côté de la presse féminine, c'est la naissance de *Elle*, créée par Hélène Gordon-Lazareff, qui fait figure d'innovation majeure²¹. Pourtant, là aussi, ce sont plutôt les effets de permanence qui frappent aujourd'hui : *Elle* des années 1950 est une version modernisée du *Petit Écho de la mode* dont il reprend, certes en couleur et avec des illustrations photographiques, les principales rubriques. Marcelle Ségal y répond au « Courrier du cœur » des lectrices, mais c'est pour prôner, quoi qu'il arrive la fidélité à leur engagement conjugal et le dévouement au devoir maternel. Il faut attendre les années 1960, et l'arrivée de nouvelles plumes, pour que ce journal féminin porte quelques élans de féminisme. Ménie Grégoire est une de ces jeunes journalistes. Elle intervient alors dans différents types de médias, et y invite une nouvelle parole experte, accompagnant les mutations des normes sociales.

Ménie Grégoire, médiatrice de la vie des femmes

Née Marie Laurentin en 1919 à Cholet, Ménie Grégoire adopte la forme vendéenne de son prénom. Après des études d'histoire, elle épouse en 1943 Roger Grégoire, conseiller d'État, dont elle a trois enfants. C'est sa rencontre avec la psychanalyse qui lui donne envie d'aborder, dans les années 1960, de nouveaux territoires de recherche. Membre du Comité directeur de la revue *Esprit* de 1960 à 1970, elle publie en 1965 le résultat d'une enquête sur la condition féminine, avant de devenir une femme de radio en 1967²².

Le Métier de femme est un ouvrage fondé sur une enquête réalisée auprès d'un millier de femmes sur les images qu'elles ont d'elles-mêmes et leurs aspirations. Il s'agit de chercher en quoi les bouleversements de la société ont changé le fait d'être femme. Une première catégorie de réponses peut être rassemblée autour du thème du refus (d'images stéréotypées, de vouloir être comme les générations précédentes...). C'est surtout le refus de l'attitude de soumission à l'intérieur du couple qui est mis en avant ; le terme d'« esclave » revenant sous la plume des femmes interrogées. Mais ces femmes mettent également en avant des modèles, ce qui laisse penser à l'auteure qu'une « reconstruction » est possible. Ainsi, les plus jeunes des femmes interrogées ont pu avoir des mères qu'elles admirent, et qui ne leur sont pas étrangères. Les pionnières sont aussi présentées comme des modèles : celles qui ont lutté pour faire carrière, celles qui ont conquis la liberté, quelques veuves héroïques qui ont eu charge de toute une famille... mais face à cette « génération dragon » (Ménie Grégoire dit reprendre ici une expression des psychanalystes) qui, pour briser les anciennes

²⁰ Marguerite Audoux, *Marie-Claire*, Paris, Charpentier, 1910.

²¹ Le titre s'empare de l'espace laissé vacant par *Marie-Claire* qui, ayant poursuivi sa publication pendant l'Occupation, ne peut reprendre sa parution qu'en 1954.

²² Ménie Grégoire, *Le Métier de femme*, Paris, Plon, 1965.

idoles, aurait eu des exigences contradictoires et forcenées (ces femmes ont alors environ 60 ans), il y a aussi des reproches. Les femmes repoussoirs sont celles qui pèchent soit par trop de vertus masculines, soit par une féminité agressive. Au milieu de ces refus, Ménie Grégoire fait émerger le portrait de la femme idéale :

« La femme idéale c'est celle qui "se réalise" (le mot revient cent fois) ; celle qui a une activité propre (quelle qu'elle soit) et une personnalité autonome. Mais attention ! À condition que cela s'incarne au féminin, selon les caractères éternels que l'on appelle selon les cas : discrétion, tact, grâce, qui sont en fait les conditions nécessaires d'une entente avec l'homme²³. »

Comme l'indique son titre, c'est donc ensuite sur ces questions de comportements féminins que porte l'ouvrage : « Résumons-nous : personne ne le dit clairement mais toutes les réponses le sous-entendent : être un homme, c'est un fait ; être une femme, c'est un programme. Ou plutôt, c'est un *état*, au vieux sens de métier, de condition²⁴. » C'est donc cet état qu'examine l'auteure en enquêtant sur la société et les rôles sociaux qui sont en mutation : celui de la ménagère en premier lieu qui, grâce aux progrès des arts ménagers, n'est plus un travail à plein temps, sauf lorsque les enfants sont en bas âge.

L'instruction des femmes est une nouveauté qui place, pour l'auteure, les femmes sur la même « marche d'escalier » que les hommes même si certaines regrettent leur confort moral d'assistée. Ménie Grégoire insiste sur les phénomènes générationnels, et souligne que la nouveauté est que les plus jeunes répondent qu'elles font des études pour travailler, faire carrière. Car le renouvellement majeur est la généralisation du travail des femmes (qui a toujours existé sous certaines formes) à l'extérieur du foyer. L'ouvrage consacre de longs développements à cette question du travail, présenté comme « temporaire » à l'échelle de la vie. Au même moment, la presse féminine ouvre des rubriques conseillant des formations professionnelles aux femmes ou indiquant aux lectrices les secteurs qui recrutent.

L'ouvrage de Ménie Grégoire est, enfin, un plaidoyer en faveur de la maternité : « Dans le vocabulaire de gauche, on dit les *devoirs de la maternité* ; dans le vocabulaire de droite : la *mission* ou *vocation* de la femme. De tels termes faussent d'avance les réalités : ni *devoir*, ni *mission*, la maternité c'est nous ; c'est notre forme d'humanité. Il faudrait une bonne fois cesser de l'isoler comme un phénomène extraordinaire, et la prendre pour ce qu'elle est : une donnée de l'existence²⁵. » Elle est avant tout pour elle une responsabilité sans limite. Elle permet d'être femme car il faut pour cela se situer dans le cadre du couple, de la famille et de la réalisation personnelle. L'ouvrage s'achève sur le nouveau cadre de vie de ces femmes et la nouvelle image qu'elles renvoient. À la suite de cette publication, Ménie Grégoire est invitée à intervenir dans les médias, en particulier dans *Elle*. Les lectrices lui écrivent en retour, et c'est autour de ces lettres que lui vient l'idée d'une émission de radio où les femmes pourraient prendre la parole.

²³ Ménie Grégoire, *Le Métier de femme*, *op. cit.*, p. 51.

²⁴ Ménie Grégoire, *Le Métier de femme*, *op. cit.*, p. 56.

²⁵ Ménie Grégoire, *Le Métier de femme*, *op. cit.*, p. 195.

Lorsque l'émission commence, Ménie Grégoire est donc déjà connue pour son engagement pour la cause des femmes. Elle cherche à explorer les conditions d'existence des femmes que les données objectives et statistiques ont du mal à rendre, permettant une confrontation des experts avec un matériau qu'ils ne parviennent pas à produire par ailleurs. Entre 1967 et 1980, des milliers d'auditrices s'adressent à elle, soit par lettre, soit en prenant la parole à l'antenne dans le premier programme de « confession radiophonique »²⁶. Le concept a ensuite été repris, modifié, transformé, et adapté par la radio et la télévision. Les auditrices expriment leur reconnaissance ou confient leurs problèmes sentimentaux ou conjugaux. L'émission rencontre un succès considérable : 40 % des parts de marché radiophonique et 1,3 million d'auditeurs de moyenne entre 1968 et 1978. L'équipe de RTL reçoit un courrier considérable pendant toutes ces années. On estime qu'environ 16 000 personnes prennent la parole à l'antenne.

Le concept de l'émission semble simple et économe. L'animatrice dialogue, de 15 h à 15 h 30, en direct, avec trois ou quatre auditeurs. Ses interlocuteurs ont été « filtrés » par les assistantes mais, lorsqu'elle les prend à l'antenne, Ménie Grégoire ne sait pas pour quoi ils appellent et quelle sera leur demande. Elle entame donc une conversation avec eux. L'émission est une rupture dans l'histoire des émissions féminines de radio et plus généralement des médias, par son inventivité, et par les scandales qu'elle provoque du fait des sujets traités et de la liberté de parole des auditeurs. Il faut dire que, jusque-là, l'histoire des émissions féminines à la radio se résumait au « Passe-temps des dames et des demoiselles » diffusé sans interruption depuis 1935. L'émission présentait des recettes de cuisine, des conseils pédagogiques et des conseils en arts de vivre. Avec Ménie Grégoire, ce sont les témoignages des auditrices qui arrivent à l'antenne. La nouveauté vient de ce que l'écoute de la singularité des cas peut ouvrir sur une généralisation grâce à de nouvelles procédures interprétatives. À partir de là, les programmes destinés aux femmes font appel aux experts venus des nouvelles sciences de la personne pour traiter les souffrances des auditeurs : puériculture, psychologie, sexologie, psychanalyse, etc. La nouveauté vient donc de l'association dans une même émission de la plainte de l'auditeur, du direct téléphonique, de la vulgarisation du discours psychanalytique, de la mise en avant d'une conception nouvelle de l'identité féminine et du rôle de l'animatrice.

Lorsqu'elle lance son émission, Ménie Grégoire est elle-même en analyse depuis cinq ans²⁷. De la situation du psychanalyste, elle utilise trois caractéristiques qui délient et font parler autrement. Tout d'abord, elle est invisible, la voix qui lui parle également, ce qui protège cette voix d'elle-même. Ensuite, comme le psychanalyste, elle est présente sans que rien ne puisse la distraire. Enfin, elle refuse de juger, même de s'étonner si monstrueuse que puisse paraître la confiance. Elle ajoute à cela le lien affectif en montrant d'avance amitié et fraternité à celui qui vient témoigner. Tout

²⁶ L'émission de Ménie Grégoire, ainsi que les archives des lettres reçues ont été étudiées, en particulier dans Dominique Cardon et Smain Laacher, « Les confidences des Françaises à Ménie Grégoire », *Sciences humaines*, n° 53, août-septembre 1995, p. 10-15 et Ménie Grégoire, *Les Cris de la vie*, Paris, Tchou, 1971.

²⁷ Ménie Grégoire explique sa démarche en introduction des *Cris de la vie*, *op. cit.*, p. 15 et suivantes.

cela fait qu'elle donne les conditions d'un possible transfert. Mais elle sait qu'elle ne soigne pas avec cela. Elle se donne donc des règles par rapport aux auditeurs. Ainsi, elle met en avant l'importance de la vérité dévoilée : cette vérité ne soulage pas seulement celui qui l'affronte mais instruit ceux qui la voient sortir. Elle privilégie la communication entre deux êtres, seul à seul ; souhaite ne jamais se substituer à autrui, mais l'aider à comprendre son parcours. La dernière règle de Mémie Grégoire est le refus de répondre à une question par autre chose qu'une question.

Dans leur courrier et leurs interventions, les auditrices désignent Mémie Grégoire comme leur « sœur », « mère », « amie », « l'amie des ondes », « une amie comme on en a peu », « grande et sincère ». La relation de confiance qu'elles entretiennent avec la radio est propice aux épanchements sentimentaux, aux aveux personnels, mais aussi aux accusations terribles (relatives aux persécutions par leurs êtres chers le plus souvent). De 1973 à 1980, Mémie Grégoire anime une seconde émission d'une demi-heure, intitulée « Responsabilité sexuelle » qui ne porte que sur les problèmes de sexualité. Ici, la totalité de l'émission est consacrée au cas d'un ou d'une auditrice. Ce programme est enregistré avant sa diffusion. Pour cette émission, l'animatrice a toujours à ses côtés un expert, qui peut appartenir aux catégories suivantes :

- sexologues (Michel Meignant, Jacques Donnars),
- médecins (Jean Laurentin, André Tribalat),
- prêtres (abbé Laurentin, père Cocagnac),
- gynécologues, homéopathes, sophrologues, pédiatres, esthéticiens, sociologues, juristes, hommes politiques...

La présence de l'expert, son regard distancié, permet de passer de la souffrance individuelle à une généralisation à l'ensemble du public. Ces émissions offrent un espace d'éclosion à la parole féminine sur l'antenne (90 % des courriers proviennent de femmes et 80 % des personnes intervenant à l'antenne sont des femmes ; 60 % pour « Responsabilité sexuelle »). L'équipe de Mémie Grégoire produit de nombreuses statistiques sur les thèmes des appels reçus ; ces données sont rassemblées dans l'ouvrage *Les Cris de la vie* en 1971. De cette étude, Dominique Cardon déduit quatre périodes dans l'émission. Les années 1968 et 1969 sont celles de la naissance de l'émission. Les courriers relatifs à la vie du couple (37 %) et de la famille (27 %) dominent. On trouve peu de lettres touchant la vie quotidienne ou les problèmes sociaux. 12 % portent sur les revendications féminines. Ensuite, de 1970 à 1973, ce sont les années de grande notoriété : 22 % des courriers portent sur les revendications féminines (1972-1973). Les années 1974 à 1976 constituent une phase intermédiaire (autonomisation des questions sexuelles qui sont traitées dans l'autre émission). Enfin, à partir de 1977, on observe un déclin progressif des émissions de Mémie Grégoire. Les courriers relatifs à la vie du couple (13 %) et de la famille (14 %) sont en forte régression ; or ce sont les thèmes qui ont fait le succès de l'émission. Les courriers relatifs à la vie quotidienne (20 %) et aux problèmes sociaux (17 %) sont nombreux.

Héritière du courrier du cœur des magazines féminins, la plainte conjugale se modifie du fait du discours de l'animatrice et des effets sociaux de son discours. Dominique Cardon évoque une « grammaire » plus « sexologique », « psychologique » et « revendicative ». Les lettres portant sur les problèmes de sexualité et celles évoquant

des problèmes psychologiques sont en constante augmentation. Les années 1972 et 1973 sont celles de la plus intense politisation des questions féminines : « Tout se passe comme si l'émission de Ménie Grégoire, après avoir épousé la forte période revendicative du début des années 1970, avait aussi enregistré les grandes réformes législatives du milieu de la décennie avant de se montrer plus sensible aux difficultés sociales et économiques des personnes²⁸. »

L'émission de Ménie Grégoire est à la fois le témoin et l'artisan de l'évolution de la place des femmes dans l'espace familial, de leur rapport au travail, à la politique et à l'ensemble de leurs activités publiques. Dans les situations de violence conjugale, les femmes se sentent exclues du droit de faire et de dire sans violence : « La relation à autrui s'étant profondément altérée, se raconter et raconter aux autres devient du même coup impossible, voire insupportable. Le "fil narratif" est tout simplement rompu²⁹. » Les lettres commencent donc avec des formules qui marquent cette hésitation à prendre la parole pour se raconter et oser le grand saut du passage à l'acte. L'émission transforme une parole intérieure en droit à la parole ; elle permet aux auditrices de prendre conscience de la généralité de situations qu'elles pensaient tout à fait individuelles. Elle aide ce faisant à mieux percevoir la juste répartition des droits entre les hommes et les femmes.

Les archives de l'émission accompagnent l'évolution de la législation sur la famille à la fin des années 1960 et aux débuts des années 1970. Elles témoignent de la constitution progressive de catégories permettant de rendre publiques et de dénoncer certaines formes de violences privées (viol, inceste, femmes battues). En donnant des mots et des arguments, l'émission modifie l'attention à la souffrance d'autrui : « Les commentateurs ont fréquemment insisté, pour en faire l'éloge ou la critique, sur le fait que la famille autrefois close s'était désormais ouverte au regard de tous, et particulièrement des médias qui ont porté sur la scène publique des questions qui, jusque-là, restaient inaccessibles. On ne peut pourtant ignorer que cette mise en scène publique de l'intimité est inséparable de la constitution de nouveaux droits et devoirs s'exerçant sur les relations privées³⁰. »

Le temps de l'émission est aussi celui du développement de l'expertise psychologique et de systèmes d'interprétation de l'expérience personnelle. La mise en scène publique d'un discours sur soi était auparavant réservée aux échanges intimes encadrés par le cadre médical ou ecclésial (par la confession). La nouveauté est que l'*ethos* psychologique nourrit les conversations ordinaires et guide les comportements quotidiens. L'émission participe de nouvelles pratiques d'introspection et d'examen intime, et permet des appropriations profanes du vocabulaire « psy ». On assiste au développement d'un langage permettant de décrire des expériences personnelles par notions et catégories nouvelles (inconscient, désir, fantasme, masochisme, complexe, orgasme...). Ménie Grégoire et le docteur Meignant (importateur et traducteur en France de Master et Johnson) effectuent un travail de vulgarisation de la sexologie

²⁸ Dominique Cardon, *art. cit.*

²⁹ Dominique Cardon, *art. cit.*

³⁰ Dominique Cardon, *art. cit.*

américaine, qui conduit à une évaluation de plus en plus fréquente des échanges conjugaux sur la base de la qualité du rapport sexuel. Ce discours se répand en même temps que celui sur la conjugalité du bonheur et de l'épanouissement, promue par l'École des parents. Apparaissent aussi de nouvelles normes dans les magazines féminins et les thérapies conjugales se développent. Le programme radiophonique a valorisé un modèle conjugal fondé sur la symétrie des échanges entre partenaires. L'émission permet aussi de s'interroger sur le rôle des médias : pourquoi se confier à une voix invisible ? s'émouvoir de situations lointaines et anonymes ? Elle provoque le début des débats sur les programmes faisant la publicité des plaintes ordinaires. La question de l'évaluation morale de ce traitement public de la souffrance se déplace ensuite autour de la télévision.

Dès leur naissance, l'une des principales fonctions des journaux à destination des femmes est la médiatisation de la parole des experts. C'est une presse du conseil et de l'encadrement des consciences et des corps qui accompagne tout au long du XX^e siècle l'émergence de nouvelles consommations. De fait, jusque dans les années 1960, c'est l'assignation au foyer et à la vie de famille qui domine largement. Au plus fort de la deuxième vague du féminisme, certains titres, comme *Elle*, deviennent plus féministes. À la radio, la parole des femmes est prise en compte, confrontée au regard des experts. Alors que, couramment, les médias donnent à voir, et à entendre, expliquent et vulgarisent la parole des experts, certains formats médiatiques permettent donc un échange entre l'expert et la population qu'il étudie ou cherche à conseiller. « Miroir » de la société, les médias renvoient aussi aux publics une image des mutations des rôles sociaux et des rapports de genre. Revenir sur les parcours de Ménie Grégoire et d'Evelyne Sullerot permet de montrer en quoi les femmes ont un temps porté une révolution médiatique. Il conviendrait ensuite de chercher les traces de ces bouleversements dans une presse féminine contemporaine ralliée à un conformisme rassurant les annonceurs.

L'auteur

Claire Blandin est maître de conférences en histoire contemporaine à l'Université Paris Est Créteil et chercheure au Centre d'histoire de Sciences Po où elle coordonne le groupe de travail sur la presse magazine. Elle est également secrétaire de rédaction de la revue *Le Temps des médias* et membre des comités de rédaction des revues : *Histoire@Politique. Politique, culture, société*, *Les Cahiers du journalisme* et *Mots. Les langages du politique*.

Résumé

Les médias destinés aux femmes portent les discours d'experts de différentes disciplines. Si elle est centrée sur la mode, la presse féminine qui s'élabore au cours du XIX^e siècle, est aussi une « presse des devoirs » des femmes, encadrant en particulier leurs rôles conjugaux et familiaux. Elle accompagne également le développement de nouveaux modes de consommation, comme la révolution cosmétique de l'entre-deux-

Claire Blandin, « Médias : paroles d'experts / paroles de femmes », *Histoire@Politique. Politique, culture, société*, n° 14, mai-août 2011, www.histoire-politique.fr

guerres. Il est de ce fait intéressant de s'interroger sur l'évolution des discours de ces médias qui s'adressent aux femmes pendant le second XX^e siècle. La période conjugue en effet l'émergence d'une nouvelle vague de féminisme avec les nouvelles normes de confort et d'éducation portées par la croissance des Trente Glorieuses. L'étude des émissions de Mémie Grégoire à la radio permet de saisir l'évolution de la médiation de la parole experte à destination des femmes pendant cette période.

Abstract

Media targeting a female audience offer expert testimony on various fields. With fashion as their primary focus, the women's magazines that develop during the 19th century, however, are also the "vehicule of a woman's duties" – essentially shaping their roles as mothers and wives. Their expansion parallels and follows that of new modes of consumption – such as the revolution in cosmetics happening between World War I and II – making a questioning of the evolution of this discourse over second half of the 20th century all the more interesting. During this period, a new wave of feminism emerges alongside new standards of comfort and education brought by the economic growth of the Trente Glorieuses. A study of the Mémie Grégoire radio show will allow for a better understanding of the mediation of authoritative discourse for the benefit of the women of the time.

Mots clés : médias, féminisme, magazine, expertise.

Key words : media, feminism, magazine, experts.

Pour citer cet article : Claire Blandin, « Médias : paroles d'experts / paroles de femmes », *Histoire@Politique. Politique, culture, société*, n° 14, mai-août 2011, www.histoire-politique.fr