Document generated on 07/14/2025 3:42 a.m.

Recherches féministes

Communications : nouvelles perspectives féministes de la culture et des pratiques

Estelle Lebel and Chantal Nadeau

Volume 13, Number 2, 2000

Communications

URI: https://id.erudit.org/iderudit/058093ar
DOI: https://doi.org/10.7202/058093ar

See table of contents

Publisher(s)

Revue Recherches féministes

ISSN

0838-4479 (print)
1705-9240 (digital)

Explore this journal

Cite this document

Lebel, E. & Nadeau, C. (2000). Communications : nouvelles perspectives féministes de la culture et des pratiques. *Recherches féministes*, *13*(2), 1–12. https://doi.org/10.7202/058093ar

Tous droits réservés © Recherches féministes, Université Laval, 2000

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

Présentation

Communications : nouvelles perspectives féministes de la culture et des pratiques

ESTELLE LEBEL et CHANTAL NADEAU

Après une recherche intensive et passionnée sur les représentations des femmes dans les médias au cours des années 70 et 80, la recherche féministe en communication a pris par la suite un tournant majeur, notamment par le développement des études sur la réception des médias et sur la culture populaire. Elle s'est ainsi diversifiée et ouverte à de nouvelles perspectives.

Le présent numéro, qui se veut un outil pour réfléchir aux concepts et aux objets communs au féminisme et à la communication, présente des exemples de ces recherches qui font état de cette double appartenance. Toutes les auteures prennent acte de ce double défi. Ces travaux métissés sont d'ailleurs l'ordinaire de la revue *Recherches féministes* qui, depuis sa création il y a treize ans, pratique l'interdisciplinarité comme une nécessité absolue pour donner du sens aux conditions de vie des femmes, passées, présentes et à venir.

La recherche en communication peut être décrite comme l'étude des formes de production, d'inscription, de circulation et de réception des textes (qui peuvent être aussi des images, de la musique ou des phénomènes sociaux) (Chartier 1999). À la différence des théories en cours durant les 50 années précédentes, cette nouvelle conceptualisation plus englobante de la communication publique a permis des approches féministes critiques et créatives tant sur le plan de la théorie que sur celui de la pratique.

En effet, les théories de la communication ont d'abord été centrées sur la transmission des messages; le modèle « émetteur, message, récepteur » réduisait la communication au transport neutre (mais majoritairement mâle) de l'information. Le message n'y pouvait être pensé comme celui d'une émettrice ni d'une réceptrice.

Le modèle européen inspiré du néomarxisme de l'École de Francfort sur les effets idéologiques des médias a été plus productif et a permis de mettre en évidence la fausse représentation des femmes dans les médias, leur aliénation par la publicité (Friedan 1964) et leur exclusion de l'exercice des métiers liés à la communication susceptibles de leur conférer quelque pouvoir ou le fait qu'elles sont minoritaires dans ceux-ci (voir Beauchamp (1987), Toronto Women in Film and Television (1991), Saint-Jean (1991), Lacroix (1992), Lebel et Beauchamp (1995) de même que Lebel et Lavallée (1996) parmi les travaux canadiens, et Gallagher (1995) pour l'état de la situation dans le monde).

Cependant, il a fallu attendre, à la suite notamment de l'intérêt pour la communication au quotidien (De Certeau 1980), le renversement de paradigme caractéristique des recherches sur la réception des médias pour que s'ouvrent de nouvelles perspectives centrées sur la construction et la production du sens en réception; on a pu alors faire apparaître les rapports sociaux de sexe constitutifs de toute vie collective comme des faits inhérents aux processus communicationnels — et ce, sur le mode privé et le mode public.

Ainsi, les nouvelles perspectives féministes sur la culture et les pratiques appellent un regard sur les phénomènes communicationnels qui soit débarrassé de tout essentialisme et intègre les visions, les divisions et les hiérarchies de genre comme des constructions sociales.

Le présent numéro s'ouvre donc sur deux textes inédits consacrés à la façon de penser la recherche féministe dans le domaine de la communication en fonction d'une théorisation méthodologique. Les articles de Line Grenier et de Kim Sawchuk constituent une plate-forme originale sur l'art de faire une réflexion critique féministe et d'y contribuer, qui soit guidée non pas par l'objet en soi (les femmes, par exemple), mais plutôt par la manière de conceptualiser un mode d'appréhension du sujet qui recoupe une épistémologie féministe. La rencontre entre communication et théorie féministe se fait ici d'abord par l'entremise d'un projet méthodologique — et non sur une base textuelle ou d'un contenu. Ancrant leurs analyses dans la perspective des *cultural studies*[1], les auteures expriment des critiques qui permettent de penser et le féminisme et la communication comme un mouvement critique où la connaissance épistémologique émerge justement de l'articulation entre les pratiques et les discours. En ce sens, Sawchuk et Grenier répondent bien à l'interjection de Meaghan Morris (1998) qui soutient que l'intérêt critique et épistémologique des *cultural studies* ne réside pas dans la question « Qu'est-ce que les *cultural studies* ? », interrogation on ne peut plus banale et qui conduit à des interprétations restrictives, mais plutôt dans l'énoncé suivant : « Qu'est-ce que les *cultural studies* permettent de faire ? »

Les articles de Grenier et de Sawchuk répondent de façon éclairée et innovatrice à cette question. En choisissant de travailler sur Céline Dion, Grenier rompt non seulement avec le modèle traditionnel de ce qui est légitime du point de vue de la recherche féministe (Dion, avec son mariage de conte de fées, son René mari-gérant et son René-Charles bébé technologie, flirte dangereusement avec le modèle conservateur), mais aussi avec ce qui fait autorité dans la constitution de la musique populaire comme marqueur de la mémoire nationale. En fait, le « phénomène Dion », tel que le qualifie avec acuité Grenier, c'est à la fois une évidence et une non-évidence critique et conceptuelle, et ce, tant sur le plan de la compréhension d'un phénomène social que sur celui de la constitution d'une appartenance culturelle. Dion, c'est plus

1. Nous tenons à conserver l'expression originale *cultural studies*, bien que quelques auteures et auteurs l'aient traduite par « études culturelles » ou « études culturalistes ». Ces traductions ont l'inconvénient de masquer l'origine anglo-saxonne de ce courant de recherche; elles masquent aussi le fait que les *cultural studies* ne correspondent à aucun courant dominant dans la recherche francophone en communication. Pour en saisir les enjeux, voir dans le présent numéro, l'article de Kim Sawchuk.

qu'une voix, une industrie, une héroïne nationale, mais c'est aussi cela : une voix, une industrie, une héroïne nationale qui défie une sexualisation des lieux officiels et populaire de la mémoire.

En affirmant que Céline Dion est un héros — et non une héroïne —, Grenier rappelle aussi que ce qui constitue la mémoire et surtout ce qui est constitué comme mémoire (soit par les médias, soit par les voies officielles des gouvernements du Canada et du Québec), c'est encore la culture et l'économie d'une nation-homme. Quand Lucien Bouchard, alors premier ministre du Québec, souligne dans son discours que Céline est un héros, il devient clair qu'il *la* fait et *la* dit plus grande qu'une héroïne : le titre de « héros national » dépasse les frontières du sexe, comme si la nation n'avait pas de sexe. C'est lorsque Grenier noue et dénoue de telles articulations, subtiles, mais révélatrices, que sa recherche s'impose comme une percée majeure pour l'étude de la musique populaire — domaine où les chercheuses sont encore à peine une poignée — et également pour l'analyse féministe. Sa recherche permet ainsi de jeter un regard frais sur les débats qui alimentent les recherches féministes plus ciblées sur les *femmes et la nation, justement parce qu'elle réconcilie deux moments inusités : la* trajectoire vers la célébrité et l'appropriation nationale officielle de cette trajectoire quasi maudite. Finalement, quand Grenier expose les diverses stratégies constitutives du phénomène Dion, c'est à une critique féministe du sujet-voix (la voix, l'oralité pour les femmes s'imposant historiquement comme un lieu de formation du sujet) comme spectacle et lieu de rencontre entre la production et la circulation du spectacle populaire et de la mémoire qu'elle convie les lectrices et les lecteurs.

À maints égards, les textes de Sawchuk et de Grenier s'interpellent. Alors que la seconde parle de renommée et de phénomène, la première s'applique à retracer et à déconstruire la constitution d'une figure publique intellectuelle mythique (et méconnue) : le génie solitaire. À partir de ses recherches sur le fonds C. Wright Mills, Sawchuk présente un texte d'une finesse épistémologique et historique particulière. Alors que le genre « bio-épique » (*bio epics*), ces biographies critiques et analytiques à mi-chemin entre la célébration grandiloquente et la trajectoire narrative aride et prévisible, semble définir les travaux universitaires sur l'œuvre des intellectuels et intellectuelles qui ont marqué les champs du savoir, situation on ne peut plus révélatrice quand il s'agit des grands hommes et grands penseurs de notre temps — que l'on pense à des figures éminentes en communication telles McLuhan, Chomsky, Innis et, pourquoi pas, Bourdieu —, Sawchuk, elle, s'interroge sur les modalités qui interviennent dans la légitimité et la reconnaissance populaire du génie, en l'occurrence C. Wright Mills. Figure originale et marquante du paysage américain, Mills « s'archive » littéralement, donnant corps et intellect à sa propre figure. Toutefois, renversant une conception monolithique du génie scientifique, Sawchuk démontre que le processus de construction du génie, tel que l'incarne Mills, est aussi un processus « populaire » où l'affect, le « contact » avec le public, joue un rôle de premier plan. Pour ce faire, Sawchuk étudie un aspect plutôt marginalisé de Mills, le génie solitaire : le dialogue avec ses lecteurs et ses lectrices qu'elle retrace à travers la correspondance abondante et méconnue que ce dernier a entretenue avec son public. Sawchuk décentre ce faisant le lieu de production, de réception et de circulation du mythe du génie solitaire, et

affirme que le génie n'était pas seul. Au contraire, sa qualité de génie est intrinsèquement publique, nourrie par un réseau d'intimités entre le professeur Mills et ses lecteurs et ses lectrices.

À partir d'une analyse inédite des papiers personnels du génie (comptes rendus publics et correspondance privée disponibles dans les archives Mills au Texas), Sawchuk situe le mythe du génie solitaire à l'intersection de deux moments critiques marquant les *cultural studies* et les études féministes : l'importance de l'expérience/affect (autoconstitution et constitution du génie, mais aussi expérience et affect comme travail) et de l'intellect dans l'articulation entre le subjectif et l'objectif. L'élément d'autant plus fascinant sous la plume de Sawchuk est que l'affect s'incarne dans le corps d'un intellectuel macho. Mills, dont les perceptions sensibles et rationnelles opèrent comme un véritable radar communicationnel, se métamorphose littéralement au contact avec le public. En écho aux travaux féministes sur la culture populaire et la participation des lectrices et des fans au sens du texte, Sawchuk s'attaque ainsi à une conceptualisation critique du sujet : la relation intrinsèque entre les processus d'identification (avec les lecteurs et les lectrices) et l'identitaire. Alors que la tradition veut qu'il y ait une séparation entre identification (privée) et identité (publique; sociale), l'analyse de Sawchuk permet justement de penser simultanément et conjointement les deux moments.

Du texte de Sawchuk émane un dialogue convaincant entre les théories féministes concernant la communication et les travaux plus récents sur la construction de la masculinité dans les médias — confinés jusqu'ici au domaine des études cinématographiques (surtout anglo-saxonnes : américaines et britanniques) et les études gaies, lesbiennes et *queers*[2] en sciences humaines. En ce sens, le texte de Sawchuk propose un regard original et inusité à la fois sur le personnage de Mills et sur l'importance de donner un corps « sexué » à l'archive.

L'article de Maria Nengeh Mensah, intitulé « L'infiltration médiatique des femmes séropositives : visibilité activiste et abstraction », est l'un des tout premiers textes à traiter, dans un contexte précisément québécois, de la question de la représentation et de l'expérience des femmes séropositives dans les médias. Alors que les Américaines mènent depuis plus de dix ans des études pertinentes et constantes sur l'associa-

---

2. Le terme *queer* n'a aucune équivalence en français, mais il est maintenant accepté et employé comme tel (voir le numéro spécial de *l'Unebévue*, numéro 15, printemps 2000, intitulé « Les communautés électives : I – Une subjectivation queer ? ») Si le mot, traditionnellement et étymologiquement, désigne ce qui est bizarre et pervers, le terme dans son usage théorique et politique actuel est lié à un mouvement et à une pensée de radicalisation des identités politiques, avec comme point d'ancrage critique les sexualités. Surtout galvanisé par les activistes intellectuelles et intellectuels américains dans les années 90, et ce, conjointement au mouvement de panique sexuelle qui s'est alors emparé des États-Unis en réponse à la pandémie du VIH-sida, la pensée *queer* repositionne les divers marquages et démarquages identitaires qui interviennent dans la production et la circulation de sexualités en dehors des schèmes hétéronormatifs. En bref, le terme qui se veut inclusif sert à désigner tout autant les gais et lesbiennes que les autres mouvements identitaires marginalisés, tels les transsexuels, les « transgenrés » et les bisexuels (voir Sedgwick (1990), Warner (1993) et Crimp (1988)).

tion de la représentation médiatique et du corps des femmes (en particulier à travers les travaux de Paula Treichler (1999), de Cindy Patton (1994, 1990) et d'Alex Juhazs (1996)), du côté francophone la convergence femme, sida et médias demeure une piste peu explorée. L'article de Mensah offre sur ce chapitre un point d'ancrage important, notamment parce qu'il rétablit les ponts entre une approche plus sociale de la pandémie (l'idée des femmes séropositives comme un mouvement) et une construction du sujet qui s'inspire davantage des sciences humaines (une conception héroïque des femmes luttant contre le VIH-sida). Posant comme postulat de départ que les stratégies de représentation des femmes séropositives participent d'une infiltration politique profitant à la fois aux médias et aux mouvements organisés de lutte contre le VIH-sida, Mensah confronte les surfaces d'expression propres au discours public sur les femmes séropositives dans les médias (télévision et presse écrite) et les marques d'expression intimes et individuelles qui relèvent de la mise en visibilité du corps séropositif par les femmes. S'inspirant du modèle foucaldien du « corps régulé » et du développement, Mensah illustre avec éloquence les stigmates et les traces qui contribuent à rendre visible le corps des femmes séropositives non pas comme corps pathologique, mais comme lieu d'exploration des savoirs. Critiquant le poids de la visibilité comme mise en forme du sujet, sa recherche s'inscrit ainsi dans une réflexion plus large sur les théories de la représentation en matière de communication et dans les études féministes, et ce, au profit d'un parti pris interdisciplinaire.

À ces trois articles font écho deux notes de recherche qui débattent de problématiques similaires. Dans « Penser l'immigration comme spectacle : les bases coloniales de la nation canadienne », Tamara Vukov s'interroge à savoir comment les liens entre l'héritage colonial, les pratiques et les politiques contemporaines de l'immigration canadienne s'inscrivent dans une logique et un processus où la nation se définit et se ramifie comme une immigration spectacle. Utilisant comme cas d'étude les premières campagnes de promotion canadienne, Vukov illustre de quelle façon la figure de l'immigrante désirable est au cœur du peuplement de la nation. Son texte se veut aussi une introduction solide à la pertinence des approches postcoloniales féministes pour comprendre les rapports ténus entre l'immigration, le développement et la construction d'un corps désirable, celui des femmes « immigrantes », pour la nation.

Enfin, la note de Chantal Nadeau consiste en un commentaire critique et une reformulation conceptuelle de l'origine du Canada comme un pays de fourrures ou, en d'autres termes, de l'histoire des femmes en rapport avec la fourrure. Posant que la nation est une construction « matérielle » (et non un terrain imaginé) tout autant économique que sensuelle, Nadeau analyse les rapports entre peaux et peau, peau sur peaux, et la manière dont ceux-ci interviennent dans une économie sexuelle de la nation. Revisitant librement les affirmations de Harold Innis sur le castor canadien dans un texte fondateur dans le domaine de la communication, Nadeau travaille à partir de deux concepts centraux : celui de *fur ladies* (les dames des/dans (les) fourrures) et celui de castor. Loin d'être métaphorique ou symbolique, la recherche de Nadeau est un travail de redéfinition des archives historiques traditionnelles et de la sexualisation des lieux de formation de la nation. S'inspirant à la fois des théories féministes

postcoloniales[3] et s'appropriant la sensualité du toucher de Derrida, Nadeau propose, en fait, un récit nouveau et une vision nouvelle du rapport des femmes à la fois à la nation et à la fourrure.

Le numéro comporte ensuite l'analyse de deux métiers emblématiques de la communication, soit ceux de journaliste et de relationniste. Manon Niquette se livre à une étude nouvelle et importante du rôle des femmes dans l'histoire des relations publiques. Sa contribution a d'ailleurs motivé l'illustration de la page de couverture du présent numéro de *Recherches féministes* qui détourne celle d'un roman, publié en 1954 et écrit par une pionnière de ce métier pour inciter les jeunes filles à l'adopter.

Prenant à rebours le discours corporatiste et dominant sur la féminisation de la pratique des relations publiques, Niquette présente plutôt celles-ci comme *un secteur féminin, traditionnellement dominé par les hommes.* Elle insiste sur le fait que le manque de théorisation des contradictions de la pratique des pionnières dans les manuels de relations publiques constituent une perte pour la formation dans ce domaine qui attire surtout des étudiantes (plus de 80 %). En effet, l'engagement personnel des premières relationnistes s'est inscrit dans les premiers combats des féministes libérales américaines pour le droit de vote et le droit à la propriété privée. Leur engagement s'est cependant rapidement heurté aux intérêts marchands maintenant les femmes dans des modèles conservateurs de consommatrices. En occultant le rôle qu'ont joué les femmes dans le développement des relations publiques, on a évacué du même coup les paradoxes de l'exercice de la profession et la dimension plus sociale et militante des pratiques à l'origine de la profession.

Le discours corporatiste sur la féminisation des relations publiques manifeste les mêmes contradictions et contribue à la dévalorisation de la pratique des femmes. L'auteure reproche à ce discours de ne pas reconnaître la dimension sociale de la pratique d'un très grand nombre de femmes travaillant dans de petites entreprises locales, des bureaux gouvernementaux, des organisations à but non lucratif, des associations communautaires, des groupes de pression, etc.

L'auteure reproche aussi au discours dominant de ne pas reconnaître la pratique créatrice (idéation et écriture) dans laquelle les femmes excellent et de survaloriser

---

3. L'influence des théories postcoloniales depuis les années 80 sur les sciences sociales et humaines aux États-Unis, en Grande-Bretagne, au Canada anglais et en Australie est important. Largement interdisciplinaires et souvent en association étroite avec les *cultural studies*, les théories postcoloniales constituent un foyer critique de premier plan pour les études féministes. Fréquemment axées sur les rapports entre sexe (*gender*) et nation, les théories postcoloniales forment un corpus d'idées hétéroclites difficiles à résumer en quelques lignes. Toutefois, mentionnons qu'il s'agit d'approches qui analysent à la fois le potentiel d'agir (*agency*) et les processus de subjectivation qui nouent le paysage national et transnational. Englobant tout autant les dimensions raciales, ethniques et « genrées », la majorité des approches postcoloniales suggèrent une vision dé-centrée, voire troublée des formations identitaires raciales et ethniques (diaspora), et ce, à partir d'un corpus critique fort varié, allant des théories matérialistes et post-structuralistes aux analyses psychanalytiques (freudiennes et lacaniennes) et aux études ethnographiques, en passant par les théories littéraires et sociologiques. Pour une introduction éclairée aux théories coloniales et postcoloniales, voir Loomba (1998).

les pratiques de gestion. Le fait que les tâches de création ne sont pas précisément nommées mais plutôt associées à du travail technique permet qu'elles ne soient pas payées à leur juste valeur. L'auteure note le contraste de cette situation avec celle qui existe en publicité où les postes d'« idéateur » et de « créatif » (en très grande majorité occupés par des hommes) sont clairement reconnus et bien payés. Nous ne doutons pas que l'approche de Manon Niquette saura éclairer nombre de jeunes femmes dans leur combat pour la reconnaissance de leurs pratiques des relations publiques.

Concernant un autre métier emblématique des communications, celui de journaliste, Armande Saint-Jean pose la question de l'impact de l'accroissement du nombre de femmes sur les pratiques professionnelles. Quelles conséquences entraîne cette diversification au sein d'une profession depuis toujours identifiée comme une chasse gardée masculine ? Des publications récentes ont soutenu qu'il n'y avait aucune différence entre les pratiques des hommes et des femmes journalistes, la socialisation et la formation contribuant à niveler toute forme de différenciation. Saint-Jean montre au contraire comment la présence accrue (près du tiers) des femmes au sein de la profession coïncide avec une modification des contenus et des pratiques professionnelles. Après le journalisme d'opinion, qui régnait au XVIIIe siècle, et le journalisme d'information, qui a suivi, le journalisme de communication actuel est la manifestation de changements attribuables à plusieurs facteurs tels l'accroissement du niveau de scolarité, l'ouverture du journalisme québécois aux influences américaines et françaises, la concentration de la presse, la concurrence, l'arrivée d'Internet et, pour Saint-Jean, la présence accrue des femmes qui a aussi joué un rôle. Elle montre que plusieurs des principaux indices du changement peuvent être rattachés à des caractéristiques associées traditionnellement aux comportements ou aux revendications des femmes dans la profession. Ces indices sont d'ordres divers, par exemple la remise en cause du concept d'objectivité et la valorisation de la subjectivité, l'intérêt pour la sphère privée, une façon plus sédentaire de pratiquer le métier (que celle du reporter de terrain du type aventurier), des rapports égalitaires et un investissement personnel accru. Il ne fait pas de doute que ces indices correspondent aux revendications des femmes journalistes des années 70 et, pour une part, à des changements profonds dans la société suscités par le féminisme.

Les nombreux facteurs d'évolution ne devraient pas masquer ce qui est imputable à la pratique des femmes. N'a-t-on pas dit de Judith Jasmin qu'elle a « impos[é] un nouveau style journalistique » (cité dans Beauchamp 1992 : 364) ? Comment son héritage aurait-il pu ne pas se transmettre, elle qui a été une référence exemplaire pour celles et ceux qui ont formé les jeunes journalistes d'aujourd'hui ?

Deux textes poursuivent cette réflexion du rapport des femmes aux médias : l'un porte sur la représentation des femmes politiques et l'autre, sur les 25 ans de *La Gazette des femmes*.

Dans sa note de recherche, Manon Tremblay, propose une réflexion sur la représentation des femmes politiques par les médias. La reconnaissance des médias comme acteurs importants dans le jeu politique en démocratie et l'augmentation des candidatures de femmes expliquent la pertinence de cette perspective de recherche prometteuse. Le questionnement sur la contribution des médias à la marginalisation

politique des femmes oblige à examiner la compréhension qu'ont les journalistes des rapports sociaux de sexe comme facteur déterminant dans le choix et le cadrage de la nouvelle. Faisant écho à l'article de Saint-Jean, l'auteure souligne que des études américaines montrent que les femmes journalistes s'intéressent à des thématiques différentes et n'interrogent pas les mêmes types de témoins que leurs collègues masculins.

Les conséquences du traitement journalistique prennent aussi une importance particulière par le fait que, pour certaines composantes de l'électorat, l'apparence physique des femmes politiques est intimement liée à leurs compétences. Les études féministes rejoignent ainsi directement un enjeu démocratique dans ce champ particulier de la médiatisation du politique.

Poursuivant le rapport à la médiatisation, Nicole Beaulieu et Marie-José des Rivières proposent de considérer les quelque 130 numéros de *La Gazette des femmes* parus depuis septembre 1979 comme un corpus de recherches, « une mine d'or » qui reflète l'histoire récente de la lutte des femmes pour l'égalité et l'indépendance.

En abordant des sujets tabous, ou jugés peu importants par la presse commerciale, le magazine a contribué à mettre sur la place publique des préoccupations jugées sans intérêt jusque-là. Rejoignant aussi l'article d'Armande Saint-Jean, les auteures posent l'hypothèse de l'influence de *La Gazette des femmes,* et donc de la pensée féministe, sur le contenu des médias et sur la pratique journalistique, car des journalistes font écho à certains de ses dossiers et y puisent des idées de reportage.

En 1995, *La Gazette des femmes* s'est vue dans l'obligation de chercher des sources de financement pour survivre. Aux prises avec la commercialisation et la concurrence dans les kiosques, *La Gazette* aurait pu disparaître à cause de la concurrence des nombreux magazines féminins plus légers. Sa survie est la preuve de la nécessité d'une volonté politique; son tirage montre aussi que la consommation des magazines féminins des entreprises marchandes n'est surtout pas la manifestation d'un besoin, mais la réponse à une offre. Alors que cette presse féminine, de tout temps et partout conservatrice, suggère toujours que la libération des femmes est en marche ou achevée, *La Gazette des femmes* se distingue par la constance de son propos qui repose sur une épistémologie féministe.

Ce texte sur le militantisme de *La Gazette* nous donne l'occasion de signaler l'absence dans le présent numéro de textes critiques sur la publicité. Nous adopterons donc une attitude partagée par les auteures présentées ici et nous solliciterons aussi des recherches, cette fois, sur la réception de la publicité, notamment des études comparant la réception des jeunes femmes et celle des jeunes hommes. Si nous savons, comme le signalent les chercheurs et les chercheuses dans le domaine, que les représentations de la violence sur les écrans ne sont pas de la violence, mais des messages sur la violence, nous savons aussi que les représentations des femmes sur les écrans et sur le papier glacé des magazines ou des grands panneaux d'affichage ne sont pas des femmes mais des messages sur les femmes; de nouvelles analyses féministes et critiques de la réception de ces messages sont à faire. Le lien visé entre

l'image de communication et la réalité est souvent « performatif[4] »; il la crée, il fait être, désirer être ou désirer qu'elle soit ou qu'il soit le modèle montré. Heureusement, ce message dominant peut susciter des lectures autres, négociées ou qui s'y opposent, mais les modèles stéréotypés de femmes disent à leur manière les valeurs du contexte socioculturel au sein duquel ils s'inscrivent. À quel identitaire l'évocation de ces stéréotypes par l'entremise de ces clichés visuels conduit-elle les jeunes femmes et les jeunes hommes[5] ?

Enfin, le présent numéro se veut aussi une réflexion sur la traduction, ses possibilités, ses défis et parfois ses impossibilités. Par « traduction », nous entendons ici la traduction entre disciplines bien sûr (études féministes et communication, par exemple), la traduction linguistique évidemment (anglais et français), mais aussi la traduction entre des modes différents de penser des problématiques similaires. Un des défis de ce numéro est justement d'offrir aux lectrices et aux lecteurs francophones des analyses qui, soyons franches, traversent rarement non seulement la barrière de la langue (Sawchuk et Vukov écrivant seulement en anglais, Grenier et Nadeau le faisant presque exclusivement) mais aussi la barrière conceptuelle et idéologique des idées. Pour le dire simplement, ce numéro révèle à quel point la façon de faire de la théorie féministe et des recherches en communication est différente dans les deux espaces linguistiques.

Cette prise de conscience s'est faite justement à travers la contribution de chercheuses s'inspirant des *cultural studies*. Ce courant de recherche, possiblement un des champs les plus importants par lequel les études féministes se sont imposées dans le domaine de la communication, est pratiquement inexistant en français dans sa forme universitaire. Bien sûr, l'héritage de Michel de Certeau, de Michel Foucault et de Jacques Derrida est indéniable et largement invoqué dans la constitution des savoirs propres aux *cultural studies*. Toutefois, notre intention est plutôt de souligner la nécessité de provoquer un débat dans la communauté intellectuelle francophone et québécoise sur la contribution des *cultural studies*, oui, mais aussi des autres théories — postcoloniales et féministes — qui peuvent être utiles à la circulation d'une pensée critique et engagée. Alors qu'en ce moment certaines orientations des *cultural studies* font l'objet de critiques virulentes par celles-là et ceux-là mêmes qui ont contribué à leur implantation dans les universités et collèges anglo-saxons, du côté francophone la percée n'en est en somme trop souvent qu'à une première introduction, et c'est dommage non seulement pour la recherche féministe francophone, mais aussi pour les *cultural studies* féministes en général. Il est à souhaiter que les étudiantes et les chercheuses québécoises notamment, choyées qu'elles sont d'avoir

---

4. Les verbes performatifs sont ceux qui non seulement décrivent l'action de celui ou de celle qui les emploie mais en même temps qui impliquent cette action elle-même, c'est-à-dire qui font exister la chose ou l'état; par exemple : « je te conseille », « je jure que » (Austin 1970).

5. Nous avons constaté à partir de la compilation mensuelle présentée dans le magazine québécois *Infopresse* de janvier à décembre 1999 que plus de 90 % des messages publicitaires (*spots*) pour la télévision réalisés au Québec l'étaient par des hommes (14 femmes et 82 hommes en ont réalisé 693; au total, les 14 femmes en ont réalisé 59, c'est-à-dire 8,5 % de tous les messages).

un pied dans l'Amérique et l'autre dans la culture francophone (que cette dernière soit québécoise, européenne ou africaine), s'intéressent au défi d'une traduction d'idées et y trouvent un source d'inspiration critique dont nous toutes, que ce soit comme intellectuelles, intervenantes ou activistes, avons un urgent besoin.

Ce numéro thématique constitue donc une étape témoignant du développement à la fois de concepts, de méthodes d'analyse et de pratiques qui nous amènent à circonscrire davantage peut-être moins « les éléments connus que la part d'inconnue » du rôle des femmes et de la pensée féministe dans les différentes approches des phénomènes communicationnels. Parmi les absences dans ce numéro charnière, notons la réflexion cruciale, à l'ère de la mondialisation, sur la diaspora et les nouvelles configurations communautaires, raciales ou identitaires, et aussi sur les femmes et les nouvelles technologies de communication. Les recherches dans ces domaines innovateurs sont en pleine croissance[6]; leur existence même et leur popularité grandissante font partie intégrante des enjeux politiques, culturels et économiques à la croisée des débats soulevés par la rencontre critique entre la communication et les théories féministes.

RÉFÉRENCES

AUSTIN, John L.
1970 *Quand dire c'est faire.* Paris, Seuil.

BEAUCHAMP, Colette
1992 *Judith Jasmin de feu et de flamme.* Montréal, Boréal.
1987 *Le silence des médias.* Montréal, Les Éditions du remue-ménage.

CHARTIER, Roger
1999 « Entretiens : Roger Chartier, Armand Mattelart, Philippe Breton et Paul Flichy », in Pascal Lardellier (dir.), *MEI 10*, « Histoire et communication ». Paris, L'Harmattan : 19-31.

CRIMP, Douglas
1988 *AIDS : Cultural Analysis, Cultural Activism.* Cambridge, MIT Press.

DE CERTEAU, Michel
1980 *L'invention du quotidien.* Paris, Union générale d'éditions.

FRIEDAN, Betty
1964 *La femme mystifiée.* Paris, Denoël-Gonthier.

6. Voir Marchessault et Sawchuk (2000) et Treichler, Cartwright et Penlet (1999).

GALLAGHER, Margaret
1995 *An Unfinished Story : Gender Patterns in Media Employment.* Paris, Éditions Unesco.

JUHAZS, Alexandra
1996 *AIDS TV : Identity, Community and Alternative Video.* Durham, Duke University Press.

LACROIX, Jean-Guy
1992 *Septième art et discrimination, le cas des réalisatrices.* Montréal, VLB éditeur.

LEBEL, Estelle, et Colette BEAUCHAMP
1995 « Moitié Moitié sur les écrans : de l'attribution des fonds publics dans l'industrie audiovisuelle québécoise », *Recherches féministes*, 7, 2 : 95-113.

LEBEL, Estelle et Marguerite LAVALLÉE
1996 « Création, maîtrise technique et gestion : les réalisatrices de télévision au Québec », *Recherches féministes*, 9, 1 : 57-80.

LOOMBA, A.
1998 *Colonialism/Postcolonialism.* Londres, Routledge.

MARCHESSAULT, Janine, et Kim Sawchuk
2000 *Wild Science : Reading Feminism, Medicine, and the Media.* Londres et New York, Routledge.

MORRIS, Meaghan
1998 *Too Soon, Too Late : History in Popular Culture.* Bloomington, Indiana University Press.

PATTON, Cindy
1994 *Last Served ? Gendering the HIV Pandemic.* Londres, Taylor & Francis.
1990 *Inventing AIDS.* New York, Routledge.

SAINT-JEAN, Armande
1991 « La réalité des femmes dans les médias », in Toronto Women in Film and Television, *Nouvelle approche. L'avenir des femmes dans l'industrie du cinéma et de la télévision au Canada.* Toronto, University of Toronto Press : 124-138.

SEDGWICK, Eve Kosofsky
1990 *Epistemology of the Closet.* Berkeley, University of California Press.

TORONTO WOMEN IN FILM AND TELEVISION
1991 *Nouvelle approche. L'avenir des femmes dans l'industrie du cinéma et de la télévision au Canada.* Toronto, University of Toronto Press.

TREICHLER, Paula A.
1999 *How to Have Theory in an Epidemic : Cultural Chronicles of AIDS.* Durham, Duke University Press.

TREICHLER, Paula A., Lisa CARTWRIGHT et Constance PENLEY
1999 *The Visible Woman : Imaging Technologies, Gender, and Science.* New York, New York University Press.

WARNER, Michael
1993 *Fear of the Queer Planet.* Minneapolis, University of Minnesota Press.