

PRESENTATION

Rémy RIEFFEL

L'anthropologue Françoise Héritier souligne dans son dernier ouvrage *Masculin/Féminin II*¹ que la différence des sexes a produit dans les sociétés humaines une hiérarchie qui fonde l'inégalité entre les hommes et les femmes et que l'humanité a développé, dès les temps originels, des systèmes de pensée qui valorisent presque systématiquement le masculin et dévalorisent le féminin. Ce qu'elle appelle la « valence différentielle des sexes » n'est pas un effet de nature lié à une quelconque essence « féminine », mais de l'ordre du social, le résultat d'une symbolisation de l'espèce humaine à partir de l'observation et de l'interprétation d'un certain nombre de faits biologiques (les femmes perdent leur sang sans pouvoir l'empêcher alors que les hommes perdent le leur volontairement ou accidentellement ; les femmes font leurs filles alors que les hommes ne peuvent faire leurs fils ; etc.). Cette différence sexuée « qui conditionne l'émergence pour la pensée des catégories binaires », d'une part, et le fait « que les hommes doivent passer par les femmes pour se reproduire à l'identique² », d'autre part, expliquent largement, selon elle, les raisons pour lesquelles les femmes ont presque constamment été réduites à un statut d'infériorité par rapport à l'homme.

De ce constat, Françoise Héritier conclut qu'il est plus que jamais nécessaire dans nos sociétés modernes de sortir des schémas simplistes, d'accorder aux

1. HERITIER, 2002.

2. HERITIER, 2002, p. 25.

femmes la liberté en matière de reproduction (droit à la contraception), de développer certaines mesures (parité politique, égalité professionnelle, partage des tâches, etc.), susceptibles de transformer leur condition sociale. Elle note, en passant, qu'il convient d'accorder, dans ce domaine, une grande place aux représentations véhiculées par la presse, par le cinéma et par la publicité en particulier. C'est sous le signe de cette dernière recommandation que les coordonnateurs de ce numéro (Simone Bonnafous, Josiane Jouët, Rémy Rieffel) ont voulu placer ce dossier consacré aux liens qui s'instaurent entre « médias et genre ».

Le genre est une notion qui fait référence à sa construction par les pratiques sociales et culturelles, en opposition à la seule distinction biologique du sexe. Il permet donc de dépasser les analyses qui confinent les différences à l'ordre de la nature et qui escamotent le poids des rapports sociaux dans la construction des identités sexuées. La traduction française de « genre » par « rapports sociaux de sexe », malgré sa lourdeur, serait en fait plus explicite et plus appropriée.

Les médias (presse, radio, télévision, cinéma, publicité) et les TIC (technologies de l'information et de la communication) constituent pour leur part d'importants supports de transmission d'idées, de savoirs, de représentations qui charrient, stéréotypes, images, croyances de tous ordres et qui donnent lieu, en outre, à des usages très variés, selon que l'on est homme ou femme. Or, alors que la recherche sur ce sujet dans le monde anglo-saxon est depuis de nombreuses années très dynamique, les quelques rares travaux français réalisés témoignent du retard accumulé dans notre pays dans ce domaine. Il a donc paru opportun de combler partiellement ce vide en dressant un état des lieux des études en cours en France et d'amorcer une réflexion susceptible de nourrir de futures recherches.

« Etudes féministes », « études du genre », des « relations hommes/femmes », de « la différence des sexes », du « masculin » : les expressions rendant compte des approches existantes foisonnent, mais ne sont pas intellectuellement innocentes. L'enjeu est à la fois sémantique et politique. En rester à une étude des femmes (*women's studies*) équivaut à faire d'elles un enjeu à part alors qu'une approche par genre (*gender studies*) permet de réinvestir un certain nombre de problématiques en mettant en lumière le poids de la différence des sexes, des relations sexuées dans le système social. Si l'on

en croit Françoise Thébaud³, le mot français « genre » n'a guère été utilisé jusqu'à présent pour caractériser ces recherches, sans doute parce qu'il n'évoque pas immédiatement (contrairement à la notion de sexe), dans la langue française et dans son usage courant (si l'on excepte son emploi grammatical) l'appartenance au masculin ou au féminin. Une seconde raison avancée par certains spécialistes est de souligner que le terme « genre » ne place plus au centre des préoccupations la domination masculine et la pérennité de cette domination dont Pierre Bourdieu a tenté de dévoiler les fondements⁴. Toujours est-il que quelques équipes de recherche françaises ont essayé depuis deux ou trois décennies d'investir le champ d'études du genre⁵, mais que leur légitimité demeure fragile au sein du monde universitaire. La publication récente d'un certain nombre d'ouvrages ou de dossiers de revues⁶ sur ce sujet est toutefois le signe que les sciences humaines et sociales se préoccupent davantage du problème.

Pour comprendre la particularité de la situation hexagonale, un rapide détour par les Etats-Unis s'impose. Comment expliquer l'essor de ces travaux outre-Atlantique et, *a contrario* le retard français ? Les « gender studies » ont, de fait, bénéficié d'un réel ancrage institutionnel et scientifique dans l'ensemble du monde anglo-saxon (ainsi d'ailleurs que dans les pays nordiques européens⁷) depuis le début des années 1970 ; cet ancrage est quasi inexistant dans notre pays. Le contexte économique, idéologique et culturel américain se prêtait en effet au déploiement de recherches de ce type.

L'ouverture des universités américaines à l'égard de champs de recherches originaux n'est plus à démontrer, ni la volonté affichée de pratiquer intensément la pluridisciplinarité. Le premier cours sur ce qui s'appelait à

3. THEBAUD, 1998.

4. BOURDIEU, 2002

5. On renverra, à ce sujet, au *Dictionnaire critique du féminisme*, PUF, 2000.

6. Voir, parmi d'autres, *Genre et politique. Débats et perspectives*, Paris, Gallimard, Folio, 2000 ; Thierry Blös (sous la direction de), *La dialectique des rapports hommes-femmes*, Paris, PUF, 2001 ; Jacques Laufer, Catherine Marry et Margaret Maruani (sous la direction de), *Masculin-féminin : questions pour les sciences de l'homme*, Paris, PUF, 2001 ; *Le mouvement social*, « Féminin et masculin », n° 198, 2002 ; *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, « Histoire des femmes, histoire des genres », n° 75, 2002 ou encore CREDEF (Centre d'études, de documentation, de recherche pour les enseignements féministes), *Vingt-cinq ans d'études féministes. L'expérience Jussieu*. Actes du colloque du 14 novembre 1997, Université Jussieu, 2002.

7. Voir, à ce sujet, l'article de Michèle Mattelart dans ce numéro.

l'époque les « women's studies » a été proposé en 1967 à l'université de San Diego en Californie⁸, entraînant dans son sillage la création de nombreux enseignements universitaires sur ce thème qui deviendront, pour nombre d'entre eux, des « gender studies » dans les années 1980. Les deux approches s'entrecroisent très souvent, même si des différences de conception subsistent parfois encore aujourd'hui. Une autre originalité du système universitaire américain est l'existence de petites universités pour femmes, situées au nord-est du pays, fondées au XIX^e siècle et qui ont initié des travaux sur les femmes avant la lettre. Elles sont devenues petit à petit des sites privilégiés pour l'étude du sort réservé aux femmes dans nos sociétés. Parallèlement aux universités, historiens, sociologues, spécialistes de littérature ou linguistes ont, en outre, déployé leurs efforts dans des centres de recherche voués à l'étude des femmes : le premier a été lancé en 1960 à l'Université de Harvard (Radcliffe College devenu en 1978 Bunting Institute). A la différence de leurs homologues français, ces centres bénéficient de soutiens financiers publics et privés qui facilitent l'éclosion de recherches. Enfin, dernier facteur contribuant au développement de ces travaux : le véritable foisonnement éditorial en la matière, la fondation de nombreuses revues spécialisées (*Women's Studies* en 1972, *Signs: Journal of Women in Culture and Society* en 1975, *Gender and Society* en 1987, *Genders* en 1988, etc.) et la création de rayons de librairies dédiés aux « women's studies ». En d'autres termes, des conditions matérielles privilégiées et un contexte culturel particulier ont favorisé l'attention portée à ce phénomène du genre, même si ce domaine d'enseignement et de recherche n'est pas, et de loin, le plus prestigieux aux Etats-Unis.

Tout autre est la situation française. Alors que le féminisme aux Etats-Unis est tantôt agressif et virulent, tantôt modéré et libéral, il est spontanément connoté en France comme une prise de position extrémiste vis-à-vis des hommes et renvoie le plus souvent à une forme de militantisme ou d'engagement exacerbé. L'une des raisons pour lesquelles, selon Paula Schwartz, l'accueil de ce type de travaux a été aussi difficile en France tient à « la résonance menaçante de la notion en France par rapport à celle plutôt "démocratique" et humaniste qui prévaut aux Etats-Unis⁹ ». La culture politique propre à notre pays, qui est celle du républicanisme et de l'universalisme, ne fait guère de place aux particularismes de culture ou de genre. Prendre le genre comme catégorie d'analyse constitue donc une

8. BOXER, 1998.

9. SCHWARTZ, 2002, p. 19.

posture méthodologique qui suscite méfiance et suspicion¹⁰. Elle renvoie en effet à la classification sociale et culturelle, fortement hiérarchisée entre les sexes et, en ce sens, elle dérange.

Centrer l'attention sur le statut des femmes, c'est donc sortir de l'universel masculin, rendre visibles les femmes comme actrices de l'histoire et comme sujets de recherches. C'est, d'une certaine manière, rendre hommage aux combats militants menés par les femmes contre l'oppression masculine, à leur souci de s'émanciper de leur sujétion dans le cadre de revendications « féministes » qui ont émaillé la vie politique et sociale de la France de ces dernières décennies. Nombre d'historiens se sont penchés sur cette question à propos par exemple de la question du suffrage universel et de la conquête de la citoyenneté politique par les femmes ; tout comme nombre de sociologues ont analysé les transformations du modèle familial ou des conditions de travail des femmes sous l'effet du développement de la société de consommation et des loisirs. La sociologie du travail et la sociologie de la famille se sont en effet attachées à étudier la place et le rôle des femmes dans leurs fonctions de production et de reproduction ainsi que les situations de domination et les rapports de pouvoir qui pèsent sur la condition des femmes¹¹.

On peut dès lors également s'interroger sur l'absence de problématiques véritablement centrées sur la communication et les relations de genre dans notre pays. Cette absence doit-elle être imputée au cloisonnement des disciplines, la question « femmes » demeurant cantonnée dans les champs de la sociologie de la famille et du travail ? Ou faut-il y voir un symptôme du recul du féminisme en France, la recherche sur les femmes étant immédiatement estampillée « féministe » et dépourvue de toute lettre de noblesse, de toute distanciation épistémologique, voire de toute validité scientifique ? La crainte de tomber dans le piège de l'obsession de la

10. Comme le souligne Mona Ozouf, « le féminisme américain peut plaider sans trouble le fait que l'universalisme de l'humain a été annexé par les hommes ; le féminisme français n'y parvient pas, tant il est lui-même universaliste », in *Les mots des femmes. Essai sur la singularité française*, Fayard, 1995, p. 391.

11. « Famille et travail sont les champs d'investigation qui structurent en sociologie l'analyse de la place et le rôle des femmes dans notre société... L'acteur social « femme », individuel ou collectif, se réduit-il à ce rôle de producteur, reproducteur ? La société n'est-elle que système de production biologique et économique ? », in CORNAERT, FAURE, FRAISSE, 1982, p. 747. Il est intéressant de remarquer que dans cet important volume consacré aux recherches féministes, le thème de la communication y est totalement absent.

différence, de l'impasse d'un modèle sexiste inversé, de sombrer dans l'écueil du féminisme maximaliste (le « politiquement correct nord-américain ») explique-t-elle cet évitement de la dimension sexuée de la communication ?

La rareté de la recherche française dans ce secteur requiert par conséquent de consulter les travaux anglo-saxons qui permettent de comprendre les enjeux actuels du problème. Ceux-ci peuvent se résumer, pour reprendre la distinction proposée au début des années 1990 par Lisbet Van Zoonen¹², à l'existence de trois courants d'étude portant sur le genre et les médias.

Le premier, dit « du féminisme libéral », considère que les préjugés et les stéréotypes concernant le prétendu rôle naturel des femmes en tant qu'épouses et mères explique le statut d'infériorité des femmes dans nos sociétés. Il convient donc que les principes de liberté et d'égalité s'appliquent également aux femmes, sans distinction, et que celles-ci obtiennent des postes de responsabilités dans les secteurs jusqu'alors dominés par les hommes. Cette perspective a donné lieu à de nombreuses analyses de contenu des médias portant sur les représentations stéréotypées des femmes dans différents supports de presse ou dans les médias audiovisuels. Ces derniers sont appréhendés comme des agents de socialisation qui, au sein de la famille notamment, inculquent aux enfants des modèles de comportements fortement sexués.

Le deuxième est incarné par l'approche dite du « féminisme radical ». Celle-ci soutient que le patriarcat est le modèle social dominant dans lequel les hommes sont conduits en quelque sorte biologiquement à opprimer les femmes en usant notamment de leur force physique. Les femmes doivent donc se révolter contre cet état de fait et constituer leurs propres communautés. Dans cette optique, puisque les médias sont aux mains des hommes qui confortent le modèle patriarcal, il est plus que jamais nécessaire que les femmes créent leurs propres organes de communication.

Le troisième enfin, représenté par l'approche dite du « féminisme socialiste » fonde son analyse sur une interprétation marxiste de la société et de la toute puissance des rapports de classe. S'inspirant fortement des théories de Gramsci et de Louis Althusser, ce courant met l'accent sur le

12. VAN ZONEN, 1991 et 1994.

poids des structures économiques et sur l'idéologie capitaliste, non seulement véhiculée, mais aussi confortée par les médias. Nombre de travaux portant, au cours des années 1960 et 1970 sur l'analyse idéologique des textes médiatiques (approche à la fois sémiotique et structuraliste) s'inscriront dans cette veine.

Ces trois courants partagent en vérité une conception instrumentale des médias qui sont perçus comme les principaux instruments de transmission de stéréotypes (libérale), de valeurs patriarcales (radicale) ou hégémoniques (socialiste). Alors que pour les partisans du féminisme libéral, les femmes sont par essence identiques aux hommes (mais non pas sur le même pied d'égalité qu'eux), pour les tenants du féminisme radical, elles sont par essence différentes des hommes.

A la suite de certains changements d'ordre idéologique et politique qu'il serait trop long d'évoquer ici, on classe désormais les études sur le genre en fonction de deux perspectives principales : l'une dite *universaliste* (ou libérale) qui défend une conception culturelle du genre conçu comme le résultat d'un processus de socialisation qui définit les rôles des deux sexes ; l'autre dite *différencialiste* (ou essentialiste) qui postule l'existence de différences naturelles entre les hommes et les femmes. Mais cette distinction est elle-même en train d'évoluer depuis quelque temps sous l'influence des études les plus récentes menées depuis les années 1980, qui ont lourdement insisté sur la complexité et sur la multiplicité des significations du texte médiatique ou sur l'importance des lectures négociées et de l'attitude relativement active du récepteur. Elles confirment que le genre n'est pas une donnée universelle *a priori*, mais le fruit d'une véritable construction sociale. Le problème qui se pose alors est d'analyser « comment et pourquoi des constructions particulières du masculin et du féminin ont surgi dans des contextes historiques, comment et pourquoi certaines constructions ont prédominé et comment des constructions dominantes ont un rapport avec les réalités vécues par les femmes et les hommes¹³ ».

Cette approche dite *constructiviste* de la réalité sociale a été en partie encouragée par certains résultats de travaux réalisés par les représentants des *Cultural Studies* durant les deux dernières décennies. Puisque le genre est désormais appréhendé comme une catégorie analytique au sein de laquelle

13. VAN ZOONEN, 1991, p. 41.

les êtres humains pensent et organisent leur activité sociale et non plus comme une conséquence naturelle de la différence de sexes, on estime que sa signification n'est jamais donnée une fois pour toutes, mais qu'elle évolue en fonction des contextes politiques, sociaux et culturels. L'influence des médias, dans cette optique, dépend de leur statut économique (public ou privé), de leur politique éditoriale, du genre de messages diffusés, du type de public visé, etc. Contrairement au modèle de la transmission univoque des messages dans lequel les femmes sont les victimes de la culture dominante, on considère dans le cas présent qu'elles utilisent les médias pour exprimer quelque chose de leur expérience vécue. La conception du genre comme produit d'une construction sociale conduit dès lors à s'interroger, non seulement sur l'identité féminine, mais aussi sur l'identité masculine. Elle élargit la perspective et suscite de nouvelles pistes de recherche.

On le voit, l'évolution des différents courants d'étude sur les femmes a non seulement donné lieu dans les pays anglo-saxons à la création d'une discipline nouvelle dite des « Women's Studies » ou « Gender Studies » parallèlement au développement des travaux sur les minorités ethniques comme les « Black Studies », mais a également essaimé dans ce qu'on nomme les Sciences de la communication. Les études féministes anglo-saxonnes sur les médias se sont largement concentrées sur les médias de masse et en particulier sur la sphère de la production. Elles ont analysé les stéréotypes véhiculés sur les femmes, la diffusion des valeurs patriarcales et hégémoniques, le contrôle social exercé par les médias. Les études sur les usages s'avèrent quant à elles moins nombreuses : toutefois plusieurs recherches sur la réception des médias de masse ou sur les usages des nouvelles techniques de communication ont été réalisées.

Le tour d'horizon des publications sur le thème « médias et genre » en France se réduit à quelques travaux ou articles : preuve qu'il n'existe pas de courant constitué en la matière. Si l'on excepte les recherches de Michèle Mattelart, d'ailleurs souvent publiées en espagnol ou en anglais, en particulier *Women, Media, Crisis. Femininity and Disorder*¹⁴, rares sont les chercheurs français qui se sont impliqués dans ce champ d'étude durant ces dix ou vingt dernières années. Le journalisme, la publicité, la presse écrite et les TIC semblent toutefois être les quatre secteurs dans lesquels quelques recherches ont été entreprises depuis peu.

14. MATTELART, 1986.

Le bilan n'est certes pas déshonorant, mais il est loin de pouvoir soutenir, pour l'instant, la comparaison avec certains pays étrangers. Aussi les six articles publiés dans le présent dossier de *Réseaux* ont-ils pour objectif d'offrir un état des lieux des travaux menés en France, de lancer des pistes pour de futures recherches et d'inciter à une meilleure compréhension des liens entre genre et médias.

Les trois premiers se veulent des essais de synthèse et de mise en perspective générale. Michèle Mattelart revient sur l'histoire des travaux portant sur les rapports entre « genre et médias », en particulier aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne, sur leur faible légitimité en France, tout en procédant à une réévaluation de son propre parcours de recherche dans ce domaine. Josiane Jouët, après avoir rappelé les controverses théoriques qui ont présidé aux recherches sur le genre et les TIC, dégage les principales problématiques soulevées par le sujet pour en tirer un premier bilan. Delphine Gardey, à partir de l'interrogation d'une base de données anglo-saxonnes, se propose de rendre compte de la diversité de la production académique internationale sur les techniques de l'information et le genre.

Les trois articles suivants se veulent davantage des études de cas appliquées à un terrain précis. Simone Bonnafous, à partir de l'analyse d'un corpus d'interventions de femmes politiques françaises dans les médias écrits et télévisuels, analyse les modalités complexes d'expression du genre en politique, en termes de communication et d'argumentation et conclut à la nécessité de distinguer cette expression de celle du « féminin » dont les femmes politiques n'auraient plus le monopole. Jean-Baptiste Perret étudie, pour sa part, à partir d'une observation fine de la production française des messages publicitaires télévisés, le traitement des rôles de genre durant la seconde moitié des années 1990 en montrant le poids de multiples logiques (symboliques, commerciales, communicationnelles, etc.) à l'œuvre. Sylvie Debras se penche, quant à elle, sur le comportement des femmes lectrices de la presse quotidienne régionale (à travers l'exemple de *L'Est Républicain*) et met en lumière leur déception, voire leur frustration à l'égard de son contenu.

Ces contributions montrent en définitive la complexité des phénomènes étudiés et les nuances qu'il convient d'apporter aux analyses trop manichéennes de la réalité sociale. Elles insistent presque toutes sur le fait que, d'une part, les frontières entre les usages masculins et féminins des

médias et que, d'autre part, les représentations véhiculées de l'homme et de la femme dans les supports médiatiques, ne sont pas toujours aussi claires et tranchées qu'on pourrait le croire *a priori*. Elles sont en tout cas une invite à poursuivre et à approfondir la recherche.

On trouvera également en *Varia* un article de Marie Benedetto qui retrace la mise en place dans une compagnie d'assurance d'une informatique commerciale qui permet à l'auteure d'analyser la manière stratégique dont directions et managers opérationnels s'en sont emparés avec des visées différentes. Elle en déduit une réflexion sur le degré d'intentionnalité et de rationalité des décideurs dans la mise en place d'un outil technique et sur la marge de son détournement par les usagers.

Quant à Bernard Convert et Lise Demailly, ils proposent une analyse d'un phénomène émergent, la consultation médicale à distance, s'attachant particulièrement à ce qui s'amorce en termes de psychanalyse avec consultation en ligne proposant parfois des abonnements. Cela pose, outre des problèmes déontologiques majeurs, des questions aiguës quant à la nécessité ou non de la coprésence et de la rémunération à l'acte.

REFERENCES

- ASSOCIATION DES FEMMES JOURNALISTES (1999), *Dites-le avec des femmes. Le sexisme ordinaire dans les médias*, Paris, CFD éditeur.
- BOURDIEU P. (2002), *La domination masculine*, Paris, Points, Le Seuil.
- BOXER M.J. (1998), *When Women Ask The Questions: Creating Women's Studies in America*, Johns Hopkins University Press.
- CORNAERT M., FAURE C., FRAISSE G. (1982), « Conception féministe face aux catégories et représentations sociologiques des études sur les femmes », in *Femmes, féminisme et recherches*, Actes du colloque national, Toulouse.
- CRESY B *et al.* (2001), *L'image de femmes dans la publicité*, Paris, La Documentation Française.
- DAMIAN B. (1995), Les dames du temps présent. Places et fonctions des études marketing dans la conception des discours de la presse féminine généraliste, Thèse de sciences de l'information et de la communication, Grenoble-III.
- DEBRAS S. (2003), *Lectrices au quotidien. Des femmes, des hommes et des journaux*, Paris, L'Harmattan.
- HERITIER F. (2002), *Masculin/Féminin II. Dissoudre la hiérarchie*, Paris, Odile Jacob.
- MATTELART M. (1986), *Women, Media, Crisis, Femininity and Disorder*, London, Comedia/Methuen.
- NEVEU E. (2001), « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession », *Politix*, n° 51.
- PERRET J.B. (2001), La production publicitaire à l'épreuve du genre. La création publicitaire et les représentations du masculin et du féminin. 1996-1999, Thèse de Sciences de l'information et de la communication, Université-Paris-IV.
- THEBAUD F. (1998), *Ecrire l'histoire des femmes*, Paris, Fontenay/Saint-Cloud, ENS Editions.
- SCHWARTZ P. (2002), "Women's studies, Gender studies. Le contexte américain », in *Vingtième Siècle. Revue d'Histoire*, n° 75, p. 15-20.
- VAN ZONEN L. (1991), "Feminist Perspectives on the Media", in Curran J. et Gurevitch M., *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold.
- VAN ZONEN L. (1994), *Feminist Media Studies*, London, Sage.