

*L'événement médiatique*  
*« Rapport Hite » en 1976.*  
*Entretien avec Shere Hite*

J. BOUCHARD & P. FROISSART. — *Vous êtes, Shere Hite, l'une des chercheuses féministes les plus citées dans le monde, grâce à la publication d'une série d'enquêtes de grande envergure sur la sexualité féminine en particulier, ou humaine en général. Depuis le premier Rapport Hite en 1976, tous vos livres sont des succès de librairie en Amérique comme ailleurs. Est-ce une surprise pour vous ? Les raisons de cette réussite sont-elles à chercher dans le marketing, la renommée de l'éditeur et ses moyens, les débats intellectuels du moment, les nombreuses controverses qui ont accompagné la parution, ou finalement, la présentation de vos rapports qui privilégient le témoignage et la confession plutôt que les données quantitatives et le débat théorique ?*

SHERE HITE. — Je crois que mes livres ont été des succès et sont devenus des sujets de discussion partout dans le monde pour la raison qu'ils traitent de sujets que les gens ont à l'esprit et qui ne sont pas abordés ailleurs. Par exemple, au moment de mon premier rapport, nombreux sont ceux qui savaient déjà que « les femmes ont des difficultés à atteindre l'orgasme de la même manière que les hommes », mais ils en concluaient qu'il y avait un problème avec les femmes qui auraient dû jouir de la même façon et en même temps que les hommes. Cependant, il était clair pour moi, et cela était corroboré par mon enquête et les réponses que je recevais, que la seule conclusion logique était que les femmes étaient constituées normalement. Ma conclusion était donc qu'il n'y a aucun problème avec les femmes, mais qu'il y en a un en revanche avec la société qui ne veut pas accepter la réalité des femmes.

Bien entendu il fallait présenter au « public » l'information que j'avais obtenue lors de mon enquête, aussi bien que mes conclusions. J'ai alors appris que le plus efficace pour cela était les « entretiens dans les médias », etc. Par essais et erreurs, j'ai appris à tenir une certaine ligne de conduite afin de transmettre le mieux possible mes idées.

Quelquefois, les journalistes étaient intelligents et réceptifs. D'autres fois, les journalistes trouvaient le sujet « sexe » « trop *hot* » pour être traité sérieusement et commençaient alors à poser des questions stupides et à faire des blagues ridicules. J'essaye d'éviter de telles personnes. En définitive, il semble que certains, particulièrement des hommes, sont agressés par les propos tenus par les femmes dans mon livre concernant le moment et la manière de parvenir à l'orgasme. Dans ces cas-là, je retourne sur le terrain des droits des femmes.

J. B. & P. F. — *Le rapport Hite, malgré sa thèse féministe et son appareil méthodologique universitaire, a paru sous la forme d'un essai à destination du grand public. Pourquoi ce choix ? Ne craignez-vous pas d'être confrontée aux mêmes problèmes que rencontre la vulgarisation scientifique : monopolisation du temps et du thème par les organisateurs du débat, spectacularisation et réduction au futile ou à l'anecdotique, emphase rhétorique ou politique au lieu de confrontation d'idées, etc. ?*

J'aurais pu, en théorie, réserver mes propos au seul public universitaire. De fait, j'ai pensé au début que mon premier livre serait lu seulement par les spécialistes et non par le grand public. Mais les événements sont rapidement allés au-delà du scénario initial. Cela ne m'a pas empêchée de continuer à participer régulièrement aux débats académiques et à donner des conférences dans les universités du monde entier pendant toutes ces années : je suis membre d'au moins dix sociétés savantes (American Association for the Advancement of Science ; American Anthropological Society ; Women in Philosophy ; American Studies Association ; etc.).

Cela n'empêche pas que les médias ont été extrêmement enthousiastes à l'égard de « mes » sujets. Seules les idées les moins spectaculaires n'y étaient pas relatées, et ces dernières se retrouvaient alors dans les revues universitaires comme *Chronicles of Higher Education*.

Malheureusement, la majorité du public n'est pas consciente de ce tri invisible, et ne lit généralement que les articles dans les médias de masse, avec lesquels je me trouve forcée de collaborer de plus en plus (avant, je n'y voyais que des comptes-rendus approximatifs de mon travail).

La « science » devrait être « populaire ». Les gens doivent être informés. C'est beaucoup plus difficile dans le domaine du « sexe » que dans aucun autre, à mon avis.

J. B. & P. F. — *Vous avez été violemment critiquée à propos de la représentativité de votre échantillon, et vous avez justifié plusieurs fois votre position. Pourquoi avez-vous choisi de distribuer des dizaines de milliers de questionnaires et de travailler sur des milliers d'entre eux (3 000 en 1976, 7 000 en 1981) avec des centaines de questions ? Pourriez-vous nous expliquer pourquoi vous avez choisi une population d'enquête si large au lieu d'un échantillon ciblé ? A posteriori, peut-on dire que cela participe d'une stratégie de légitimation de la thèse, à savoir emporter la conviction par le nombre si ce n'est par le débat ?*

Je crois que ma méthodologie est en avance sur celles précédemment employées, et qu'elle le demeure. J'espère que nombreux seront les gens qui enquêtent sur la société à utiliser mes méthodes, ainsi que cela commence à se faire dans de nombreuses universités (par les étudiants de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> cycle, en particulier). Ces méthodes sont décrites en détail (50 pages) dans les annexes du troisième Rapport Hite, intitulé *Women and Love : A Cultural Revolution in Progress*, dont des extraits vont paraître dans le prochain *Shere Hite Reader* (Seven Stories & Open Media Books, New York, 2005). Je crois que tous ceux qui veulent comprendre les raisons qui m'ont conduite à ce type de méthodologie devraient lire ce passage en détail.

Il va sans dire que les résultats de mon enquête ont résisté à l'épreuve du temps, ce qui montre leur valeur scientifique – mieux que bien d'autres études en sciences sociales.

*J. B. & P. F. — Souvent cité dans les médias, tant à charge qu'à décharge, votre travail connaît une médiatisation sans précédent dans un domaine aussi spécialisé. Avez-vous vu cette médiatisation comme un outil, un plaisir, une souffrance ? A-t-elle eu une influence sur votre vie professionnelle, ou personnelle ?*

J'ai souvent été horrifiée de voir comment la presse populaire a rapporté ce qu'elle croyait que mon travail était. Elle a souvent grossi au-delà de l'entendement des sujets que j'ai soulevés, cédant au sensationnalisme, laissant de côté les informations essentielles, utilisant les témoignages de femmes pour n'y chercher que l'expression des doutes sur elles-mêmes et leurs peurs. La presse n'a pas cherché à restituer ce que j'ai fait, c'est-à-dire donner aux femmes une plate-forme pour s'exprimer en toute fierté.

J'ai même cessé d'accorder des entrevues, il y a une dizaine d'années. Je trouvais que ce que j'essayais de dire était si mal relaté et sorti du contexte qu'il me semblait que cela pouvait blesser les femmes (et les hommes) au lieu de leur être utile. Avant de tout arrêter, je me suis mise à vérifier chaque entretien, et à vérifier comment j'étais citée, de manière à ce que cela au moins soit exact. Mais, au bout du compte, cela demande beaucoup de temps. J'ai alors accepté de collaborer avec les médias à la seule condition d'écrire moi-même les articles. C'est ce que j'ai fait en publiant une série de chroniques dans 17 pays, et c'est ce que je continue de faire.

À ce propos, depuis les années 1980, j'ai constaté que mon travail sur l'orgasme féminin avait été repris par de nombreux « magazines féminins » dans le cadre de vastes campagnes publicitaires, à de seules fins commerciales. Ils prétendent alors donner des informations sur l'orgasme féminin et la sexualité féminine, en y attachant quelquefois mon nom. Quand je vois les kiosques de presse dans différents pays, avec toutes ces couvertures et ces manchettes atroces, je me demande avec angoisse si le succès de mon premier livre n'a pas contribué à « légitimer » le sujet et à faire croire aux propriétaires de magazines qu'il était un sujet vendeur.

*J. B. & P. F. — À force de côtoyer les médias, avez-vous pu évaluer leur rôle dans la diffusion de vos thèses ? Étaient-ils des obstacles, une aliénation, des alliés, un outil ?*

Les médias ont joué un rôle essentiel dans la diffusion de mes idées. Toutefois, lorsqu'on parle de sexe, de droits de la personne, de droits des femmes ou de droits des hommes, le nombre de maladroites semble mener trop souvent à la désinformation plutôt qu'à l'information, intentionnellement ou non. Cela dépend de qui écrit l'article ; en d'autres termes, la qualité de ce qui est présenté dépend de la personnalité des journalistes, tout autant que des secrétaires de rédaction, voire de la

rédaction en chef qui supervise le tout. Rajoutez à cela le temps dont disposent ou non les journalistes pour suivre leur papier dans les arcanes du journal, au moment de la révision, du tirage, de la mise en pages, du choix de la rubrique, etc.

*J. B. & P. F. — Le rôle des médias dans la société est important certes, mais que pensez-vous en particulier de leur rôle dans la diffusion des stéréotypes sexuels ?*

Nous devons revenir à nos sentiments premiers (ce qui n'est pas si facile qu'il y paraît), réinventer ce que nous appelons le « sexe », et éviter de tomber dans les clichés sur ce que nous devons ressentir, penser, désirer, et comment nous devons nous comporter sexuellement.

*J. B. & P. F. — En quoi contribue la médiatisation de votre travail à éclairer vos thèses ?*

Je crois que la meilleure façon de comprendre mon travail est de le lire. La renommée qu'apporte la médiatisation est utile au seul titre qu'elle amène les gens à lire les écrits originaux.

*J. B. & P. F. — Pouvez-vous nous présenter votre passé académique ? Par exemple, voudriez-vous nous expliquer ce qui vous a poussée à commencer par des études d'histoire ?*

J'ai toujours aimé étudier et apprendre. En fait, j'ai grandi en aimant les livres. Mon grand-père aimait à m'amener à la bibliothèque municipale chaque samedi après-midi, où je pouvais passer des heures pendant qu'il continuait à se balader en voiture. L'atmosphère était douce et tranquille, j'étais entourée de livres intéressants, je rencontrais toutes ces femmes merveilleuses qui y travaillaient.

J'ai obtenu trois diplômes de deux universités différentes. J'ai commencé à l'Université de Floride par faire une licence d'histoire, puis une maîtrise de musique classique, que j'ai obtenues chaque fois avec les honneurs. Puis j'ai poursuivi à l'Université Columbia de New York un troisième cycle d'histoire de la France contemporaine. Mais, au bout de deux ans, j'ai quitté temporairement le milieu universitaire pour me consacrer à ce qui allait devenir le premier « Rapport Hite », ma première enquête sur la sexualité féminine, qui exigeait l'envoi de milliers de questionnaires dans toute l'Amérique, à destination d'associations et de paroisses.

Plusieurs années plus tard, j'ai finalement obtenu un doctorat en relations internationales de l'Université Nihon (Japon). Ma thèse portait sur les modifications de la structure familiale et de la perception qu'ont les enfants de cette structure, ainsi que de la manière de s'y intégrer ou non, selon que l'on est fille ou garçon, et selon la perception des genres par la famille et la société.

## *Biographie*

1942. Naissance aux États-Unis.

1963. Licence en musique classique (B. A. *cum laude*, Université de Floride)

1966. Maîtrise en histoire (M. A. *cum laude*, Université de Floride)

1976. Publication du premier essai, dont le succès est immédiat (*Report on Female Sexuality*, dont le tirage total est estimé à 20 millions d'exemplaires).

1993. Doctorat en relations internationales (Ph. D. of « International Relations », Université de Nihon, Japon)

1996. Lassée par les attaques médiatiques, rend son passeport américain, et prend la nationalité allemande.

1998. Ouverture du site [www.hite-research.com](http://www.hite-research.com). Textes, revues de presse, et expertise en ligne (« £ 500 for 5 in-depth questions via email, £ 1 000 for relationship in person »<sup>1</sup>)

J. B. & P. F. — *Le fait de ne pas avoir une formation « orthodoxe » en sexologie, voire en psychologie, vous a-t-il nui pour devenir une universitaire reconnue en sexologie ?*

Votre question comporte plusieurs sous-entendus que je ne trouve pas pertinents. Quoi qu'il en soit, j'ai éprouvé de la difficulté par moments à me voir décrite comme une « spécialiste en sexologie ». Je considère en effet que ce que je fais, c'est d'éclairer les droits des femmes et des hommes dans un domaine qui a été trop longtemps confiné à la trivialité. Je n'ai jamais été d'accord avec le terme « sexologue » – d'autant moins qu'il singe d'autres « -ologue », comme « sociologue » ou « anthropologue », bien que je comprenne que plusieurs de mes collègues aiment à utiliser le mot. Par ma formation académique, je considère que j'ai été extrêmement bien formée pour le terrain pour lequel je suis reconnue. De même, mes livres vont souvent au-delà de la limite de la sexologie, et contribuent à créer un nouveau cadre de compréhension de la psychologie humaine, qui remplacera un jour j'espère celui de Freud.

De plus, le « sexe » est trop souvent vu comme un lieu commun, un objet « purement biologique » et par là même imperméable aux analyses culturelles et historiques. Je suis en total désaccord avec cette vue de l'esprit. Si j'ai été hésitante à accepter le terme « sexologue » pour me désigner, c'est que de mon point de vue, le sexe n'est pas simplement physiologique ; mais notre société l'a tant mis à l'écart des « choses élevées de la pensée » qu'elle l'a transformé en fait de nature. La reproduction est nécessaire pour la continuation des espèces, certes ; cela n'empêche pas que l'activité reproductive a tout à voir avec l'histoire et la

<sup>1</sup> <http://www.hite-research.com/percons.html>

culture. C'est ce sur quoi j'écris, essayant de donner aussi aux gens l'occasion d'exprimer leurs propres opinions et leur expérience de manière totalement anonyme et sûre. Mon ambition a été de montrer et de définir le « sexe » comme une institution, qui reflète les différences de statut entre femmes et hommes dans la société, et qui n'a pas pris en considération le corps des femmes ; plus tard, j'ai réalisé qu'elle n'incluait même pas les droits des hommes.

### *Bibliographie*

2004. *The Shere Hite Reader. Writings on Sex, Gender, and Culture.*
2002. *L'orgueil d'être une femme. Hommes, femmes et société. Les enjeux de la sexualité* (entretiens avec P. Barraud). Paris : Favre.
2000. *Sex & Business. Ethics of sexuality in business and the workplace.* Traduction en 8 langues (en français : *Sexe & Business. Les femmes, les hommes, le boulot.* Paris : Les Échos & Village Mondial, 2000).
2000. *The Hite Report on Hite. Voice of a daughter in exile.* Traduction en 1 langue.
1997. *Women with Women.* Traduction en 6 langues (1999 en français : *Rivales ou amies. Le nouveau comportement des femmes entres elles.* Paris : A. Michel.)
1994. *The Hite Report on the Family. Growing up under Patriarchy.* Traduction en 6 langues.
1994. *Women as Revolutionary Agents of Change. The Hite Report & Beyond.*
1993. *The Divine Comedy of Ariadne and Jupiter.* Traduction en 2 langues.
1991. *Good guys, bad guys, and other lovers. The Hite guide to smart choices* (en coll. avec Kate Colleran). Traduction en 1 langue (1990 en français : *Les amants, les bons et les autres. Les nouvelles règles du jeu amoureux.* Paris : Acropole).
1987. *Women and Love. A Cultural Revolution in Progress.* Traduction en 4 langues (1988 en français : *Les femmes et l'amour.* Paris : Stock.).
1981. *The Hite Report on Men and Male Sexuality.* Traduction en 15 langues (1983 en français : *Le Rapport Hite sur les hommes.* Paris : Robert Laffont).
1976. *The Hite Report on Female Sexuality. A Nationwide study of Female Sexuality.* Traduction en 16 langues (1977 en français : *Le Rapport Hite.* Paris : Robert Laffont).

(Entretien et traduction : J. Bouchard & P. Froissart.  
Transcription révisée par S. Hite)

*Sous la direction de*  
Julie Bouchard & Pascal Froissart

*Sexe*  
*&*  
*communication*

---

<b>L'Harmattan</b> 5-7, rue de l'École-Polytechnique 75005 Paris (France)	<b>L'Harmattan Hongrie</b> Hargita u. 3 1026 Budapest (Hongrie)	<b>L'Harmattan Italie</b> Via Bava, 37 10214 Turin (Italie)
---	---	---

---

2004

# Sommaire

<i>Sexe &amp; communication. Présentation</i> par Julie Bouchard & Pascal Froissart .....	1
--	---

## Entretien

<i>L'événement médiatique « Rapport Hite » en 1976. Entretien avec Sbere Hite</i> par Julie Bouchard & Pascal Froissart .....	7
--	---

## Dossier

<i>Pipe d'auteur. La « nouvelle vague pornographique française » et ses intellectuels (avec Jean-Pierre Léaud et Ovidie, Catherine Millet et son mari, et toute la presse)</i> Marie-Hélène Bourcier .....	15
<i>Du quiproquo au monologue ? Rapports sexuels et rapports de sexe dans la littérature féminine contemporaine</i> Christine Détrez .....	29
<i>Immigration, féminisme et genre dans le traitement médiatique du mouvement "Ni putes ni soumises"</i> Marie-Carmen Garcia & Patricia Mercader .....	41
<i>Le genre en publicité, ou le culte des apparences</i> Jean-Claude Soulages .....	51
<i>Sexe, genre, et couple en publicité. Une tendance à la confusion</i> Fabienne Martin-Juchat .....	61
<i>Sexualité et presse féminines. Éros au pays du dévoilement de soi</i> Marianne Charrier-Vozel & Béatrice Damian-Gaillard .....	75
<i>Constructions sociales, scientifiques et médiatiques d'un lieu commun. L'acceptation croissante de l'homosexualité à la télévision</i> Isabelle Gavillet .....	83
<i>Ouvertures phénoménologiques sur la télécommunication sexuelle électronique</i> Jacques Ibanez Bueno .....	93



## Hypothèses

<i>Une journée au Salon de l'érotisme. La confusion des genres</i> Marielle Toulze .....	107
<i>Le public féminin, victime des médias ? Le cas des consommatrices de films pornographiques</i> Judith Plante .....	117
<i>La fiction identitaire de Ginger Bombyx, ou l'hédonisme de la spécularité</i> Fanny Georges .....	127
<i>Les représentations de la sexualité dans les articles « Femme » et « Homme » du Trésor de la langue française</i> Pauline Merlet .....	137
<i>De la parité de genre à l'égalité des sexes. La construction d'un référentiel médiatique</i> Aurélien Tavernier .....	149
<i>Conditions de publication</i> .....	159
<i>Numéros parus</i> .....	160
<i>Bulletin d'abonnement</i> .....	163



### Illustration de couverture :

« Le petit oiseau qui va sortir »

© 2002, Emmanuel Pierrot

(tél. : 0660439623 ou courriel :

atelier@lemondedepierrot.com).

L'image a été conçue pour une affiche annonçant la pièce d'Emmanuelle Marie, *Cut*, montée par Jacques Descorde et la Compagnie des docks.

Certaines municipalités ont trouvé le montage trop osé et ont refusé de s'en servir. Le magazine *Rolling Stone* (janvier 2003) s'est étonné du soudain souci de « ne pas effaroucher le grand public ».

# *Sexe & communication*

## *Présentation*

*Julie Bouchard*<sup>\*</sup>

*Conservatoire national des arts et métiers*

*& Pascal Froissart*<sup>\*\*</sup>

*Université de Paris VIII (« Vincennes à Saint-Denis »)*

Les Sciences de l'information et de la communication (SIC, discipline jeune, née en 1975, en pleine époque de la libération sexuelle) semblent avoir à dire quelque chose de la sexualité, de la lutte des sexes, de l'apologie des genres, bref, de tout ce qui s'approche du thème « Sexe et communication ». Parmi tant d'autres événements, un numéro récent de la revue *Réseaux* (« Une communication sexuée ? », coordonné par S. Bonnafous, J. Jouët et R. Rieffel), et un autre du *Temps des médias* (« Interdits. Tabous, transgressions, censures », coordonné par C. Delporte), semblent indiquer un frémissement de la pensée communicationnelle sur le sujet.

Le numéro 20 de la revue *MEI* arrive à point nommé dans cette ouverture du champ à des problématiques qui sont certes anciennes mais qui semblent migrer de discipline en discipline. Pour préparer ce numéro, un Appel à communication a été lancé ; son résultat a été un premier indice de ce nouvel intérêt du monde scientifique de l'information et de la communication pour la problématique, définie alors comme « *la rencontre entre les sciences de l'information et de la communication, les théories du genre et les interrogations sur la sexualité* ». Plus de 50 propositions sont en effet parvenues à la rédaction. L'étude de leurs caractéristiques était instructive. Les origines disciplinaires étaient multiples : 50 % étaient certes issues des SIC et du cinéma, mais le reste provenait de littérature française ou étrangère, de sociologie, d'ethnologie, de linguistique, etc. Comme par un fait exprès, trois quarts des propositions étaient rédigées par des femmes, ce qui laisse pantois, comme si la question posée était « genrée »... Enfin, un fait surprenait : plus de la moitié des propositions étaient le fait de jeunes chercheurs et doctorants. Pour interpréter cela, il fallait croire que la jeune génération est davantage à son aise dans le sujet, ou qu'elle

---

\* juliebouchard@chez.com

\*\* pascal.froissart@univ-paris8.fr

est porteuse d'une nouvelle revendication. Dans les deux cas, cela nous a encouragé à mettre en avant, dans la sélection des textes finaux, la production d'une génération qui n'a pas froid aux yeux.

Dans la section « Hypothèses » qui leur est dédiée (seconde partie du numéro), on lira par exemple avec gourmandise la contribution de Marielle Toulze, qui fait l'ethnographie d'« Une journée au Salon de l'érotisme », révélant le *continuum* qui lie commerce, spectacle, pornographie, et pratiques sexuelles socialisées, et qui note qu'en pareil lieu le spectateur et la spectatrice sont l'acteur de leur propre visite : « *L'étagage de spectacles, de marchandises n'est qu'un support pour que se mette en place une théâtralité du sexuel. Le Salon de l'érotisme n'est finalement qu'un décor où le spectateur devient ainsi acteur de son propre spectacle.* » (p. 115). On se plongera, de même, dans les témoignages de première main recueillis par Judith Plante sur la consommation des films pornographiques par les femmes : loin de toute victimisation, les spectatrices tiennent un discours rationnel, où les idées simples s'expriment sans illusion ; ainsi, pour nombre de consommatrices, « *le choix volontaire des actrices – qui ont pleinement consenti à jouer ces rôles – semble invalider le concept même d'image dégradante.* » (p. 122). Par ailleurs, on découvrira les joies de l'avatar avec Fanny Georges qui tente de comprendre la mise à distance de soi qu'implique l'affichage d'une identité sur Internet : « *La dépossession de soi devient source de plaisir sitôt que les corps se superposent, que je et cet autre soi-même fusionnent en un pacte esthétique et poétique du monde substantiel.* » (p. 133). Quittant la réflexion esthétique, on se plongera avec Pauline Merlet dans l'analyse du gros dictionnaire *Trésor de la langue française*, aux articles « Femme » et « Homme », pour y voir, grâce aux implacables outils linguistiques, que « *la sexualité est traitée de façon plus explicite pour le mot "femme" que pour le mot "homme", dont le traitement nous apparaît elliptique* » (p. 146). Enfin, pour clôturer le numéro sans épuiser la problématique, on tentera avec Aurélie Tavernier de voir comment la presse construit le débat sur la parité ; par exemple, « *les argumentaires en soutien et en opposition au projet se trouvent exclusivement relayés sur deux scènes d'apparition : celle des pages politiques, et celle des tribunes libres. De sorte que la représentation médiatique du problème paritaire par les référentiels techniciens et intellectuels se trouve considérablement limitée à l'expression d'intérêts catégoriels et de convictions personnelles.* » (p. 154).

Précédant les nombreux travaux de jeunes chercheuses, une cohorte de travaux de chercheurs confirmés tournent autour de sujets étrangement similaires. Il y a d'abord le texte de Marie-Hélène Bourcier qui, dans un style féroce et inventif, revient sur l'affaire « Baise-moi » et plaide pour une compréhension sans fard des enjeux de la représentation sexuelle et du genre pornographique, loin des considérations sectaires, raciales ou culturelles. Cette « *réappropriation de la féminité donne accès à un féminisme pro-sexe, grassroots, post-pornographique et populaire* » (p. 27), dit-elle. Intéressée également à la « nouvelle pornographie française », Catherine Détréz s'inquiète de voir la littérature et le quotidien envahis par des retournements de significations inattendus, où la transgression ramène à l'ordre établi : « *Peu importe alors que les femmes se mettent à se masturber ou à regarder*

*des films pornos, tant qu'elles n'oublient pas d'aller chercher leurs enfants à l'école et continuent à bien utiliser les produits ménagers rangés sur l'étagère* » (p. 37). Pareil mécanisme semble se profiler derrière la médiatisation du mouvement *Ni putes ni soumises* que Marie-Carmen Garcia et Patricia Mercader analysent, pour découvrir que « *le discours médiatique qui dénonce le "sexisme dans les banlieues" est ambivalent dans la manière qu'il a à la fois de dénoncer le sexisme et de renforcer des stéréotypes négatifs des quartiers populaires et du féminisme* » (p. 42).

Quittant ce thème pour celui de la publicité, Jean-Claude Soulages remarque que « *le discours publicitaire apparaît comme l'une des productions discursives les plus vulnérables [aux] critiques parce que sans doute la plus visible, beaucoup plus manifestement que les pratiques souterraines de discrimination ou de harcèlement* » (p. 51), ce qui ne le dédouane pas puisqu'en la matière « *ce discours est devenu l'un des vecteurs principaux d'apprentissage des modèles normatifs de la "conformité sociale"* » (p. 59). Sur le même sujet, Fabienne Martin-Juchat s'interroge plus particulièrement sur « *la confusion, dans la mise en scène des genres et des rapports intimes, [qui] s'est généralisée dans les publicités depuis ces trois dernières années* » (p. 66), qui a pu mener à ce qu'on a appelé le *porno-chic*.

Plus loin, les magazines "féminins" sont la matière première sur laquelle travaillent Marianne Charrier-Vozel et Béatrice Damian-Gaillard qui s'attachent à la description fine du discours sur le sexe qui y est publié, et à celle du rapport entre parole profane, parole d'expert, et glose journalistique (épinglant à l'occasion « *les journalistes (qui) résument (la) pensée (d'un expert) en des termes qui entérinent une vision essentialiste des genres* » [p. 80]). Abandonnant les magazines pour la télévision, Isabelle Gavillet cherche à distinguer dans les chaînes hertziennes françaises une différence de traitement de l'homosexualité, sans la trouver de manière explicite (« *il semblerait que l'analyse des constructions télévisuelles des homosexualités échappe à un certain médiacentrisme puisque les représentations de ces sexualités ne dépendent pas essentiellement de spécificités télévisuelles* », p. 87). Enfin, Jacques Ibanez Bueno s'intéresse à la place de l'interaction sexuelle sur Internet, partant du postulat que « *le "sexe" est souvent le "genre débutant" : dès la naissance (ou presque) de chaque nouveau média, l'érotisme et la pornographie participent au décollage du média* » (p. 96).

Dans la tradition des entretiens thématiques initiée au début de la revue, le numéro commence par la transcription d'une entrevue avec Shere Hite, essayiste américaine à la réputation internationale, qui a accepté de se prêter au jeu des questions et des réponses. Le pari était ambitieux et séduisant : l'auteure des *Rapports Hite* est coutumière des "événements médiatiques", à l'image du premier Rapport (1976), un ouvrage de près de 700 pages, devenu rapidement l'un des *best-sellers* des librairies américaines puis mondiales, non pas seulement sous l'impulsion de la thèse sexologique, pour osée qu'elle soit (les femmes atteignent l'orgasme mieux par la masturbation que par la pénétration), mais aussi par l'immense controverse scientifique et politique que la publication et la méthode avait pu faire surgir. En 1987, ulcérée par les attaques médiatiques dont elle s'estimait victime, Shere Hite choisissait finalement de

quitter le sol américain pour continuer son activité en Europe. En termes de questionnement communicologique, il y avait de quoi se réjouir : un témoignage de première main sur la médiatisation de l'expertise, sur l'« emballage médiatique » et l'imbrication entre paroles profanes, journalistiques ou scientifiques, sur les arcanes de l'édition scientifique de grande diffusion, sur la condition de femme spécialiste, d'intellectuelle militante, etc. Le résultat est surprenant : dans un entretien court, l'auteure fait corps avec sa thèse et attribue le succès de ses livres aux seules idées qu'ils véhiculent (« *ils traitent de sujets que les gens ont à l'esprit et qui ne sont pas abordés ailleurs* », p. 7). Interrogée sur la difficulté de médiatiser la problématique sexologique, Shere Hite évoque les relations pénibles avec les journalistes (« *Quelquefois, les journalistes étaient intelligents et réceptifs* », p. 7), plaide la nécessité de « *revenir à nos sentiments premiers* » (p. 10) pour lutter contre les stéréotypes, ou est horrifiée de voir son nom accolé à des articles racoleurs (« *J'ai souvent été horrifiée de voir comment la presse populaire a rapporté ce qu'elle croyait que mon travail était* », p. 9). Las ! pour reprendre Shakespeare, « *l'œil ne se voit pas lui-même ; il lui faut son reflet dans quelque autre chose* » : le point de vue réflexif de Shere Hite importe finalement moins que ses œuvres.

Dans l'ensemble, les textes présentés ici marquent un net resserrement de la problématique sur les médias institutionnels, au sens large : édition de presse ou littéraire, télévision, Internet, etc. La notion de communication est donc prise dans un sens plus restreint que l'Appel à communication l'avait laissé entendre ; on aurait pu imaginer des contributions qui auraient pris le problème à rebours (qu'est-ce qui dans la sexologie est du ressort de la communication, idem pour l'économie, les sciences politiques, etc.). Mais ce traitement du thème « Sexe et communication », bien qu'incomplet, témoigne à sa façon de l'état de la question à l'orée du XXI<sup>e</sup> siècle.

## Bulletin d'abonnement

À ADRESSER À :

Éditions de l'Harmattan, Service des abonnements  
5 & 7, rue de l'École-Polytechnique, F – 75005 Paris (Europe)  
Fax : (33) 1 43 25 82 03. Courriel : diffusion.harmattan@wanadoo.fr

Veillez m'abonner à *MEI (Médiation & information)* pour la durée de :

- 1 an (deux numéros) : 30,50 EUR (200 FRF) en France et en Europe,  
33,55 EUR (220 FRF) pour le reste du Monde,  
27,45 EUR (180 FRF) pour les étudiants \*
- 2 ans (quatre numéros) : 61,00 EUR (400 FRF) en France et en Europe,  
67,10 EUR (440 FRF) pour le reste du Monde,  
54,90 EUR (360 FRF) pour les étudiants \*

\* Joindre une photocopie de la carte.

Veillez m'adresser la revue à l'adresse ci-après :

Prénom & nom : .....

Rue : .....

Ville, code postal, pays : .....

Veillez me faire parvenir également les numéros qui manquent à ma collection :

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> N° 6, à 16,80 EUR     | <input type="checkbox"/> N° 14, à 16,80 EUR |
| <input type="checkbox"/> N° 7, à 16,80 EUR     | <input type="checkbox"/> N° 15, à 18,30 EUR |
| <input type="checkbox"/> N° 8, à 16,80 EUR     | <input type="checkbox"/> N° 16, à 18,30 EUR |
| <input type="checkbox"/> N° 9, à 16,80 EUR     | <input type="checkbox"/> N° 17, à 18,30 EUR |
| <input type="checkbox"/> N° 10, à 16,80 EUR    | <input type="checkbox"/> N° 18, à 18,30 EUR |
| <input type="checkbox"/> N° 11, à 18,30 EUR    | <input type="checkbox"/> N° 19, à 18,30 EUR |
| <input type="checkbox"/> N° 12-13, à 22,90 EUR |   |

Veillez trouver ci-joint mon règlement :

- par chèque, à l'ordre de « Éditions de l'Harmattan – MEI » ;  
 par mandat national ou international ;  
 par bon de commande de l'établissement payeur ;  
 par carte bancaire (Visa, Mastercard),

n° \_\_\_\_\_

expirant le : \_\_\_\_\_

Signature :

*Direction de publication*  
Bernard Darras

*Rédaction en chef*  
Marie Thonon

*Édition*  
Pascal Froissart

*Secrétariat de rédaction*  
Gisèle Boulzaguet

**Comité scientifique**

Jean Fisette (UQÀM, Québec)  
Pierre Fresnault-Deruelle (Paris I)  
Geneviève Jacquinet (Paris VIII)  
Marc Jimenez (Paris I)  
Gérard Loiseau (CNRS, Toulouse)  
Armand Mattelart (Paris VIII)  
J.-P. Meunier (Louvain-la-Neuve)  
Bernard Miège (Grenoble)  
Jean Mouchon (Paris X)  
Daniel Peraya (Genève)

**Comité de rédaction**

Dominique Chateau (Paris I)  
Bernard Darras (Paris I)  
Pascal Froissart (Paris VIII)  
Gérard Leblanc (École nationale  
supérieure « Louis-Lumière »)  
Pierre Moeglin (Paris XIII)  
Alain Mons (Bordeaux III)  
Jean Mottet (Tours)  
Marie Thonon (Paris VIII)  
Patricio Tupper (Paris VIII)  
Guy Lochard (Paris III)

**Correspondants**

Robert Boure (Toulouse III)  
Alain Payeur (Université du Littoral)  
Serge Proulx (UQÀM, Québec)  
Marie-Claude Vettraino-Soulard (Paris VII)

Les articles n'engagent que leurs auteurs ; tous droits réservés.  
Toute reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement  
de son auteur ou de ses ayants droits, est illicite.

Université de Paris VIII  
UFR-SAT de communication,  
Revue *MEI* « *Médiation et information* »  
2, rue de la Liberté  
93526 Saint-Denis cedex 02 (France)  
Tél. & fax : 33 (0) 1 49 40 66 57  
Courriel : [revuemei@univ-paris8.fr](mailto:revuemei@univ-paris8.fr)

centre national du  
**Livre**

Revue publiée avec le concours du Centre national du livre

## Numéros parus

**N° 1 (1993). La télévision.** — Entretien avec Éliséo Véron. — D. Chateau, « Horlogisme ». M. Coulomb-Gully, « Nouvelles tendances en communication politique ». J. Mottet, « Stéréotype et fiction télévisée ». S. Proulx, « Note pour une ethnographie des téléspectateurs ». B. Darras, « La kermesse électronique ».

**N° 2 (1994). Varia.** — Entretien avec E. Plenel. — A. Mons, « L'expérience imagologique ». J. Jouët, « Le changement social à l'aune des technologies de communication ». J.-P. Cotteret, « Réel ? Virtuel ? »

**N° 3 (1995). Qu'est ce que la culture aujourd'hui ?** — Entretien avec J. Lang. — J. Caune, « Pour une politique de la médiation artistique ». B. Lalanne, « L'argent de la Culture ». B. Darras, « Géométrie de la Culture ». G. Lapassade, « La culture juvénile ». X. Dupuis, « Quand le monde musical déchante ». P. Berthier, « La voix de Jeanne, les seins d'Hélène ».

**N° 4 (1996). Espace sémantique de la communication (I).** — Entretiens avec Francis Balle, Jean-Pierre Balpe, Daniel Bougnoux, Dany Dufour, Bernard Miège, Serge Proulx, Lucien Sfez. — P. Durand, « Genèse sociale et formation sociologique du concept moderne de communication. Perspective d'une recherche en cours ». B. Darras, « Approche étymologique de "Communication", les modalités de *mei* et de *munus* ». P. Picq, « La préhistoire de la communication ».

**N° 5 (1996). Espace sémantique de la communication (II).** — Entretiens avec Rodolphe Ghiglione, Geneviève Jacquinet, Armand Mattelart, Pierre Moeglin, Jean Mouchon, Eliseo Veron. — Y. Winkin, « La communication dans l'Encyclopédie ». C. Baltz, « La communication dans la passe ? ». M. Amorim, « Problème de médiation : le texte de recherche comme objet culturel ».

**N° 6 (1997). Icône-Image.** — Entretiens avec Dominique Chateau, M. Costantini, J.-M. Floch, Pierre Fresnault-Deruelle. — J. Fissette, « Signe iconique, signe visuel ». D. Chateau, « La théorie peircienne dans son cadre sémiotique : la question de l'icône ». J.-P. Esquenazi, « Peirce et (la fin de)

l'image : sens iconique et sens symbolique ». P. Verhaegen, « L'iconicité ». B. Darras, « Anna M. Kindler, L'entrée dans la graphosphère : les icônes de gestes et de traces. Approche sémiotique et cognitive ». J.-P. Meunier, « Y a-t-il de l'image dans le verbe ? Pour une reformulation des rapports entre l'analogique et le digital ». C. Saouter, « Espace public et espace publicitaire : analyse iconique et interprétation d'un corpus ».

**N° 7 (1997). Image et média.** — P. Fresnault-Deruelle, « Les portraits des Présidents de la République : la lente dérive d'un genre ». P. Lardellier, « L'Image incarnée », une généalogie du portrait politique ». M. Vouga, « Perspectives sur le langage des photographies ». A.-M. Christin, « Propositions sur la pensée visuelle de Gaëtan Gatian de Clérambault ». M. Chénétier, « Petite sale ». P. Barboza, « Télévision et réalité, l'événement électronique et sa vérité ». G. Lochard, « Les images de télévision. Repères pour un système de classification ». J.-L. Weissberg, « Les images hybrides : virtualité et indicialité ». E. Reith, « Quand les psychologues étudient le dessin ».

**N° 8 (1998). Son et voix.** — Entretien avec Michel Chion. — P. Berthier, « Territoires de la voix ». N. Verin, « Quelques notes de programme pour la musique d'aujourd'hui ? ». G. Boudinet, « Petite archéologie d'un "inter-dit" sonore : rockers et rappers ». F. Mellet, « Pédagogie de la voix chantée et hypermédia ». G. Loizillon, « L'analyse et la synthèse sonore : un point de vue musical sur le son ». O. Kisseleva, « Quatrième dimension : essai sur la place du son dans le cyber-art ». P. Lardellier, « Du silence et des malentendus qui l'entourent ».

**N° 9 (1998). Voix et média.** — M. Chion, « Les nouveaux masques de la voix ». J. Moure, « Du silence au cinéma ». G. Delavaud, « Télégénie de la parole ». E. Laurentin, « Bribe ». J.-L. Jacopin, « Voix d'acteurs ». M. Thonon, « Qui parle ? ». F. Casanova, « La voix de musée ? ». A. Mons, « Le silence de la photographie, la brûlure de l'image ».



---

**N° 10 (1999). Histoire et communication.** — Entretiens avec R. Chartier, A. Mattelart, P. Breton, P. Flichy. — Témoignages : C. Bertho-Lavenir, M. Thonon, Y. Winkin, « Munus ou la communication. L'étymologie comme heuristique ». T. Wuillème, « Pour une histoire politique de la communication ». P. Rasse, « L'histoire pour analyser le monde contemporain : l'espace public et les musées ». J.-P. Esquenazi, « Une histoire télévisuelle de l'espace public ». M.-P. Fourquet, « Un siècle de théories de l'influence : histoire du procès des médias ». J. Perriault, « Les fantasmagores. De l'innovation dans les arts visuels ». J. Davallon, « Communication politique et images au XVII<sup>e</sup> siècle ».

**N° 11 (1999). Multimédia et savoirs.** — Entretiens avec D. Harvey, C. Lemmel ; D. Peraya ; B. Goldstein, J. Perot. — F. Casanova & B. Darras, « Multimédia et métasémiotique iconique ». C. Cazes & N. Bernard, « Mise en place d'un observatoire de l'utilisation du multimédia ». B. Darras, « Multimédia et éducation aux images ». C. Depover, « Sur quoi fonder l'efficacité d'un dispositif multimédia ? ». P. Froissart, « La formation assistée par ordinateur ». P. Moeglin, « Multimédia à l'école : la confusion des genres ». P. Marton, « Re-humanisation de la pédagogie au premier cycle universitaire ». C. Welger-Barboza, « Vers une didactique documentaire ».

**N° 12-13 (2000). Médias : 1900 – 2000.** — P. Berthier, « Un conte à rebours ». G. Gouëzel, « La presse écrite », P. Fresnault-Deruelle, « Ernest Maïndron, Les affiches illustrées ». J.-J. Boutaud, « Entre Balzac et Barthes : du temps de l'annonce à la rhétorique de l'image ». P. Barboza, « L'utopie photographique ». D. Chateau, « Étienne-Jules Marey à côté du cinéma... ». P. Rasse, « La foi du prince : musées d'histoire naturelle et idéologie du progrès scientifique ». G. Delavaud, « La télévision avant la télévision ». M. Thonon, « Le secret, les oiseaux et la fortune ». C. Bertho-Lavenir, « 1891 : le photophone et les réseaux ». B. Darras, « Du pantélégraphe à la télécopie ». S. Katz, « Rêver la voix ». D. Vandiedonck, « Passer des disques : passé de la musique ? ». J. Bouchard, « La révolution de l'informatique n'a pas eu lieu ». P. Froissart, « L'invention du "plus vieux media du monde" ». A. Mons, « La communication lumière de la ville ».

**N° 14. Recherche et communication.** — Entretien avec A. Mattelart. — T. Lancien, H. Cardy, J. Delatte, G. Delavaud, P. Froissart, A. Rodionoff, M. Thonon, P. Tupper, « La recherche en communication en France. Tendances et carences ». P. Schlesinger, « Recherche sur les médias et culture de l'audit ». M. de Moragas Spa, « La recherche en communication en Espagne. Défis et prospective ». Y. Winkin, « La recherche en communication en Belgique francophone. Entretien avec T. Lancien ». M. Sénécal, « Technologies, recherches et acteurs sociaux. Retour historique sur le développement de la recherche en communication au Québec et au Canada. Échanges entre les participants à la Journée d'étude, « Communication : quels liens entre recherche et société ».

**N° 15 (2001). Anthropologie et communication.** — Entretiens avec M. Augé, J. Perriault et Y. Winkin. — S. Zenkine, « L'échange symbolique et sa temporalité chez Jean Baudrillard ». J.-J. Boutaud & P. Lardellier, « Une sémio-anthropologie des manières de table ». P. Quettier, « Un exemple de système de connaissances empiriques en SIC : les *kata* dans les arts martiaux japonais ». F. Martin-Juchat, « Anthropologie du corps communicant. État de l'art des recherches sur la communication corporelle ». V. Meyer & J. Walter, « Les médiations mémorielles des batailles de Spicheren ». F. Dorey & J. Davallon, « La Collégiale Saint-Barnard à Romans. Des pratiques culturelles dans un espace culturel : re-catégorisation des espaces, conflits et compromis ». C. Lebreton, « Pour une grammaire de la ville. Approche ethnographique des pratiques piétonnières en milieu urbain ». T. Roche, « L'anthropologie visuelle : un modèle dialogique ». R. Lioger, « L'entretien ethnographique, entre information et contre-transfert. L'inconscient est-il soluble dans la relation informateur / ethnologue... ? ». J. Lagane, « Vers une approche ethnographique des représentations des TIC au sein des PME malaisiennes ». F. Casalegno, « Mémoire collective et « existence poétique » en réseaux. Éléments pour la compréhension des rapports entre nouvelles technologies, communautés et mémoire ». F. Rastier & M. Cavazza, « Sémiotique et interactivité ». C. Genin, « Contre *Internet, l'inquiétante extase* de Finkielkraut et Soriano ».

**N° 16 (2002). Télévision. La part de l'art.** — Entretiens avec C. Guisard, J.-P. Fargier, P. Chevalier et P. Sorlin. — D. Chateau, « La télévision au défi de l'art ». F. Jost, « La télévision entre "grand art" et *pop art* ». N. Nel, « La fonction artistique de la télévision. Réalités et limites ». M.-C. Taranger, « Un "huitième art" ? Formes et fonctions du discours sur l'art télévisuel ». G. Delavaud, « Un art de la réalité : les premières fictions de "télé-vérité" ou la télévision par excellence ». J.-P. Esquenazi, « L'inventivité à la chaîne : formule des séries télévisées ». P. Marion, « Glacis d'actualité, effet *clip* et *design* télévisuel. Fragments d'une esthétique du petit écran ». G. Soulez, « L'art de la télévision comme "art brut" ». À partir d'une correspondance entre Dubuffet et P. Schaeffer ». P. Bouquillion, « La culture et la communication face à la concentration industrielle et à la financiarisation ». C. Feld, « La télévision comme "scène de la mémoire" : les images du Procès des dictateurs argentins ». H. Fihey-Jaud, « Évolution d'un média : naissance d'une troisième génération de télévision ».

**N° 17 (2002). Musique. Interpréter l'écoute.** — Peter Szendy : « Musique : interpréter l'écoute » (entretien avec É. Da Lage-Py, F. Debruyne et D. Vandiedonck). Antoine Hennion, « Une pragmatique de la musique : expériences d'écoutes. Petit retour arrière sur le séminaire Aimer la musique ». F. Debruyne, « Mes disquaires préférés. Comment partageons-nous nos écoutes ? ». Y. Jeanneret, « Le monde de la musique de Romain Rolland. Figure auctoriale, communication littéraire et travail de l'écriture ». D. Vandiedonck et T. Lamarque, « Carte postale de Venise. Représenter la musique ». É. Da Lage-Py, « Interprétation musicale et filiation, ou l'opacité retrouvée ». V. Tiffon, « Pour une médiologie musicale ». V. Rouzé, « À l'écoute du quotidien. Le cas de la musique diffusée dans les lieux publics ».

**N° 18 (2003). Jeux, médias, savoirs.** — Entretien avec A. Giordan. — G. Brougère, « Le jeu entre éducation et divertissement ». D. Buckingham, « Pédagogie populaire au London's Millennium Dome ». B. Hébuterne-Poinssac, « *Homo sensibilis* et *edutainment* ». M. Frenette, « Se distraire à en mûrir. Regards croisés sur le divertissement télévisuel éducatif ». S. Davin, « La diffusion de l'information dans les séries

télévisuelles ». B. Darras, « La culture télévisuelle à l'épreuve de la réalité ». F. Parouty-David, « Esthétique des jeux et des valeurs dans les programmes de télévision ». J. Dalbavie et D. Jacobi, « Jeu télévisé et culture populaire. Le cas de la chanson ». F. Calcagno-Tristant, « Rhétorique du multimédia. Le cas du jeu éducatif scientifique animalier ». J.-P. Carrier, « Des jeux d'aventure pour apprendre ? ». E. Lambert, « Multimédia et médiation culturelle. Récréation, re-création de(s) sens ». D. Morizot, « L'écriture en jeu. Fuite ou invention du quotidien ». F. Georges, « Du stade du miroir au stade de l'écran. La représentation de soi comme dynamique d'apprentissage dans le logiciel ludo-éducatif en ligne *Adi 5<sup>e</sup> Mathématiques* ».

**N° 19 (2003). Médiations & médiateurs.** — Entretiens avec J. Caune, B. Darras et A. Hennion (par M. Thonon). J. Davallon, « La médiation : la communication en procès ? ». B. Darras, « Étude des conceptions de la culture et de la médiation ». S. Katz, « L'écran comme médiation vers l'infigurable ». M.-C. Bordeaux, « Une médiation paradoxale : "La danse, une histoire à ma façon" ». A. Rodionoff, « De l'empire du métissage... ». O. Jeudy, « Les arts de la rue et les manifestations festivières des villes ». M. Thonon, « Les figures des médiateurs humains ». F. Julien-Casanova, « Comment la médiation culturelle. La pratique d'un mode-modèle et ses actualisations : les interventions de type conversationnel en présence directe ». B. Dufrêne & M. Gellereau, « Qui sont les médiateurs culturels ? Statuts, rôles et constructions d'images ». T. Lancien, « La médiation journalistique au risque du numérique ». T. A. L. Pham, « Des médiateurs (culturels) dans un centre d'art ». M. Monier, « Un site de création contemporaine et son public : le Palais de Tokyo, ou l'utopie de proximité ». Virginie Gannac-Barnabé, « La Saline royale d'Arc-et-Senans. L'influence des médiateurs dans la construction d'une singularité culturelle ». Silvia Filippini-Fantoni, « La personnalisation : une nouvelle stratégie de médiation culturelle pour les musées ».