

Université de Montréal

Les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes*

par

Valérie Paquette

Département de communication
Faculté des arts et sciences

Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures
en vue de l'obtention du grade de
Maître es sciences
en sciences de la communication

avril 2013

© Valérie Paquette, 2013

Université de Montréal
Faculté des études supérieures

Ce mémoire intitulé :

Les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes*

présenté par

Valérie Paquette

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Carole Groleau

président-rapporteur

Line Grenier

directrice de recherche

Claude Martin

membre du jury

Sommaire

Ce mémoire s'attarde aux pratiques de lecture de lectrices du *Échos Vedettes*, magazine à potins québécois qui fête ses cinquante ans de publication en 2013. Cinq dimensions permettent de cerner et comprendre ces pratiques de lecture. Les trois premières prennent la forme d'un système composé de trois économies distinctes: l'économie spatio-temporelle, l'économie sociale et l'économie textuelle. Les répertoires de lecture ainsi que l'omniprésence de la photographie sont les deux dernières dimensions. Les données ont été recueillies dans le cadre d'entrevues individuelles de 6 lectrices régulières, recrutées par la méthode dite de « boule de neige ». L'analyse a, entre autres, permis de distinguer trois états que le *Échos Vedettes* incarne selon les moments, son rôle et son utilisation : une marchandise, un objet et un contenu.

Les relations sociales entre femmes, les répertoires, la photographie ainsi que la ritualisation sont les principaux éléments qui caractérisent les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes*. Ce sont des pratiques qui relèvent de l'amateur et de l'attachement à ce magazine à potins. Cette recherche a également mis en lumière les relations paradoxales de proximité, physique et sociale, et d'intimité, la qualité des relations et de l'expérience de ces pratiques.

Mots clés : lecture, pratiques, lectrice, magazine, potins, *Échos Vedettes*, culture populaire.

Table des matières

SOMMAIRE	III
TABLE DES MATIÈRES	IV
LISTE DES FIGURES	V
LISTE DES ANNEXES	VI
REMERCIEMENTS	VIII
INTRODUCTION	1
1. PROBLÉMATISATION ET CONCEPTUALISATION	4
1.1 ÉCHOS VEDETTES, UN MAGAZINE À POTINS.....	4
1.2 LES PRATIQUES QUOTIDIENNES DE LECTURE.....	20
1.2.1 <i>Les économies de la lecture de tous les jours</i>	22
1.2.2 <i>Les répertoires de lecture</i>	25
1.2.3 <i>Contenus visuels ou centralité de la photographie</i>	31
1.3 QUESTIONS DE RECHERCHE.....	32
2. STRATÉGIE MÉTHODOLOGIQUE	34
2.1 APPROCHE QUALITATIVE.....	34
2.1.1 <i>Grille d'entrevue</i>	36
2.1.2 <i>Recrutement des participantes</i>	38
2.2 ENTREVUES.....	40
2.3 ANALYSE.....	56
2.4 PORTRAITS DE LECTRICES.....	59
3. ANALYSE	66
3.1 LES ÉCONOMIES DE LA LECTURE DE TOUS LES JOURS.....	66
3.1.1 <i>L'économie spatio-temporelle</i>	67
3.1.2 <i>L'économie sociale</i>	78
3.1.3 <i>L'économie textuelle</i>	83
4. DISCUSSION	113
4.1 ÉLÉMENTS CLÉS DES PRATIQUES DE LECTURE ET RITUEL.....	113
4.2 NOUVEAUX QUESTIONNEMENTS.....	116
4.2.1 <i>Relations de proximité et d'intimité</i>	116
4.2.2 <i>Pratiques de l'amateur et l'attachement</i>	117
4.2.3 <i>La célébrité</i>	119
CONCLUSION	122
BIBLIOGRAPHIE	125
ANNEXES	128
GRILLE D'ENTREVUE THÉMATIQUE	129

Liste des figures

Figure 1. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 7 septembre 1963.....	9
Figure 2. « Une » <i>Échos Vedettes</i> semaine du 4 au 10 septembre 1983	10
Figure 3. « Une » <i>Échos Vedettes</i> 6 au 12 septembre 2003.....	11
Figure 4. « Une » <i>Échos Vedettes</i> 2 au 8 mars 2013.....	12
Figure 5. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 24 au 30 mai 2008.....	42
Figure 6. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 13 au 19 septembre 2008.....	43
Figure 7. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 20 au 26 juin 2009.....	44
Figure 8. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 5 au 11 décembre 2009	45
Figure 9. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 17 au 23 avril 2010.....	46
Figure 10. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 29 mai au 4 juin 2010.....	47
Figure 11. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 1 ^{er} au 7 mai 2010	48
Figure 12. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 7 au 13 août 2010.....	49
Figure 13. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 26 juin au 2 juillet 2010.....	50
Figure 14. Mots croisés du <i>Échos Vedettes</i> du 2 au 8 février 2013, page 50.....	53
Figure 15. Première page du télé-horaire du <i>Échos Vedettes</i> du 2 au 8 février 2013, page 29	54
Figure 16. Chronique hebdomadaire « Des vedettes et des pas mûres » de Mario Lirette. <i>Échos Vedettes</i> du 2 au 8 février 2013, page 52.....	86
Figure 17. Chronique hebdomadaire « Coup de cœur, coup de gueule, coudoncl ». <i>Échos Vedettes</i> du 2 au 8 février 2013, page 74	87
Figure 18. Une page de la section <i>Internationale</i> du <i>Échos Vedettes</i> du 22 au 28 septembre 2012, page 58.....	90
Figure 19. Exemple des nouvelles brèves du <i>Échos Vedettes</i> du 1 ^{er} au 7 décembre 2012, page 4... 94	
Figure 20. Exemples d'articles morcellés : article d'une page. <i>Échos Vedettes</i> du 2 au 8 février 2013, page 20.....	95
Figure 21. Exemples d'articles morcellés : article de trois pages. <i>Échos Vedettes</i> du 22 au 28 septembre 2013, page 7 à 9.....	96
Figure 22. Édition thématique : les artistes et la justice. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 14 au 20 mars 2009.....	99
Figure 23. Édition thématique : le séisme d'Haïti 2010. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 23 au 29 janvier 2010.....	100
Figure 24. Édition thématique : Noël. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 3 au 9 décembre 2011.....	101
Figure 25. Édition thématique : horoscope vacances. « Une » <i>Échos Vedettes</i> du 7 au 13 juillet 2012	102

Liste des annexes

Annexe 1 – Grille d’entrevue.....	129
-----------------------------------	-----

À ma grand-mère, Marie-Paule, à ma mère, Lise et à ma marraine, Lorraine, qui m'ont initiée à cette lecture. À ma fille, Zoé que j'ai initiée au Échos Vedettes. À celle avec qui je partage cette activité, Julie. Sans oublier celles qui ont partagés cette activité avec moi, Denise, Gisèle, Louise et Judith.

Remerciements

Après une pause « famille » de près de quinze ans qui sépare le début de la fin des mes études à la maîtrise, je suis fière de vous présenter le résultat d'efforts constants. Il va sans dire que ce mémoire n'aurait pu aboutir sans la contribution de plusieurs personnes que je tiens à remercier.

Merci à ma directrice de recherche Line Grenier pour sa grande générosité, sa patience, sa disponibilité et ses précieux conseils. Tu as su me guider tout au long de ce travail mais surtout tu m'as amenée à me surpasser afin que ce mémoire voit le jour.

Merci à Jean pour ton support de tous les jours, tes encouragements et ton amour.

Merci à Zoé, Lévis et Éloi simplement parce que vous êtes ce qui m'est arrivé de plus beau dans ma vie.

Merci à mes parents qui ont toujours cru en moi.

Finalement, merci aux lectrices du *Échos Vedettes* qui ont gracieusement acceptés de participer à ma recherche, j'ai eu beaucoup de plaisir à partager votre lecture de ce magazine à potins

Introduction

Échos Vedettes est le doyen des hebdomadaires populaires artistiques québécois. Il célèbre cette année ses 50 ans de publication. La longévité de cette publication représente un exploit en soi pour un média écrit surtout considérant que ce type de magazine et son lectorat sont assez régulièrement critiqués, sinon ridiculisés dans les médias en général :

As defined by the elite, the tabloids are the epitome of “trash” reading, (...). And if tabloids are trash, so are their readers. (Bird 1992, p.107)

Je suis, comme ma mère, ma tante et ma grand-mère, une lectrice du *Échos Vedettes*. Je me suis toujours posée des questions à propos de cette pratique de lecture qui ne semble pas refléter la femme que je suis, c'est-à-dire éduquée, critique face à ce qu'elle consomme et qu'on ne dupe pas facilement. L'intérêt personnel que je porte à ce sujet ne justifie pas nécessairement une recherche. Par contre, l'absence de recherche sur le sujet depuis plus de trente ans m'a convaincue qu'il était temps que la communauté scientifique se penche sur ce sujet ne serait-ce que pour mettre à jour certaines connaissances à propos de ce type de publication. Le choix du *Échos Vedettes* repose sur trois critères: a) la durée de vie de cette publication; b) contrairement à d'autres magazines populaires artistiques, il se consacre entièrement aux célébrités; et c) 95% du contenu concerne uniquement les vedettes québécoises.

Un des objectifs de ce mémoire est de mieux comprendre pourquoi on lit ce magazine. Les pratiques de lecture, la manière de lire, constituent la piste que je vais emprunter afin d'en apprendre davantage sur ce qui plaît aux lectrices, ce qui les intéresse et les attire dans cet hebdomadaire qui a « mauvaise presse ».

C'est à partir des pratiques de lecture de lectrices régulières du *Échos Vedettes* que je vais tenter de trouver des pistes qui vont m'aider à mieux comprendre ce qu'elles apprécient dans sa lecture. Deux caractéristiques motivent cette concentration vers le lectorat féminin de cette publication. Premièrement, elles constituent 80% du lectorat de cet hebdomadaire (PMB automne 2012). Ensuite, la lecture du *Échos Vedettes* est une pratique culturelle qui est généralement attribuée aux femmes (Fontaine, 1974 : 185).

Ce mémoire est composé de quatre chapitres. Le premier, la problématique et la conceptualisation tracent un portrait et l'historique du *Échos Vedettes* comme étant un objet de culture populaire où préjugés et enjeux de classes sont omniprésents. Les pratiques de lecture du quotidien sont abordées comme étant un système économique tripartite formé par le spatio-temporel, les relations sociales et le contenu. Les répertoires, c'est-à-dire comment les lectrices attribuent un sens à ce qu'elles lisent, la textualité ainsi que les photographies sont également examinés.

Dans le deuxième chapitre il est question de l'approche méthodologique qualitative et interprétative que j'ai adoptée pour ma recherche. L'entrevue semi-dirigée et l'observation participante sont les techniques utilisées pour la cueillette de données. La préparation, le recrutement des participantes par « boule de neige » et le déroulement des entrevues est ensuite discuté. La transcription des entrevues, le regroupement des données par thématiques et leur conceptualisation seront aussi expliqués. Pour terminer ce chapitre, je dresse un portrait de chaque participante à ma recherche.

L'analyse des données, qui consiste en de nombreux aller-retour entre la théorie, les concepts et les données des entrevues, compose le troisième chapitre de ce mémoire. L'analyse lève le voile sur trois états que l'*Échos Vedettes* prend pour les lectrices : la marchandise, l'objet et le contenu. Je vais rendre compte des pratiques de lecture des participantes pour le *Échos Vedettes*. Finalement, je tente de comprendre comment les économies de la lecture s'articulent dans la vie de tous les jours.

Le quatrième chapitre est consacré à la discussion qui a pour objectif de tenter de répondre aux questions qui ont orientées cette recherche dont la principale est : comment les lectrices lisent-elles *Échos Vedettes*? J'aborde cinq éléments clés des pratiques de lecture qui permettent de mieux comprendre cette pratique culturelle soit l'intimité, la proximité, l'attachement, les pratiques de l'amateur et la célébrité.

Au terme de cette recherche, je crois avoir jeté les bases d'une meilleure compréhension des pratiques de lecture de certaines lectrices du *Échos Vedettes*. Ces sont des pratiques culturelles de l'intimité du quotidien qui prennent la forme de rituels, auxquelles les lectrices sont attachées et qui relèvent de relations sociales féminines. Le sujet étant beaucoup plus vaste que ce que j'avais d'abord perçu, je vais proposer des pistes de recherches futures qui se sont dégagées de la présente recherche.

1. Problématisation et conceptualisation

Dans ce chapitre, je présente le magazine à potins *Échos Vedettes* et les pratiques de lecture qu'il engendre. La première partie s'attarde aux critères qui définissent cette publication issue de la culture populaire, à son histoire ainsi qu'aux préjugés dont il est l'objet. Cinq dimensions qui, à mon avis, sont particulièrement significatives en ce qui a trait aux pratiques de lecture de ce magazine sont au coeur de la deuxième partie. Dans un premier temps, je me penche sur les économies des pratiques de lecture de tous les jours qui s'articulent autour de l'espace-temps, des relations sociales et d'éléments textuels. Ensuite je me penche sur les répertoires de lecture à partir desquels les lectrices font sens de ce qu'elles lisent. Et le contenu visuel, c'est-à-dire les photographies, est la dernière dimension que j'aborde. Enfin, dans la troisième partie je développe la problématisation et les questions de recherche.

1.1 *Échos Vedettes, un magazine à potins*

Échos Vedettes est une publication hebdomadaire qui fait partie du paysage médiatique du Québec depuis maintenant 50 ans. Comment définir cette publication? Ils possèdent plusieurs points communs avec plusieurs types de publications. Est-ce un tabloïd, un journal ou un magazine? Pendant plusieurs décennies, *Échos Vedettes* a été imprimé sur du papier journal et avait le format tabloïd. D'ailleurs, il s'est longtemps proclamé « journal de vedettes ». Le seul point commun qu'il possédait avec une publication définie comme étant un journal était le papier. Depuis 2007, *Échos Vedettes* a adopté le format magazine et est maintenant imprimé sur papier glacé.

Tout en considérant que le tabloïd a été à l'origine un format de papier, selon Sparks (2000), le tabloïd se définit à l'aide de quatre critères : les sujets abordés, le traitement de la nouvelle, le genre journalistique et la structure visuelle. Les sports, les scandales et les divertissements populaires (*popular entertainment*) sont les trois catégories de sujets abordées par le tabloïd. Les nouvelles concernent les célébrités ou les gens ordinaires qui vivent des expériences extraordinaires. Elles sont toujours traitées sous l'angle de la vie personnelle, privée. On retrouve deux catégories de tabloïds, les quotidiens et les hebdomadaires. Les tabloïds quotidiens se concentrent sur l'actualité générale et les hebdomadaires sur les célébrités, les gens ordinaires, les histoires d'intérêts humains (*human interest stories*) et les nouvelles insolites. (Bird 1992)

Pour plusieurs journalistes et observateurs des médias, les textes publiés dans les tabloïds et autres publications similaires au *Échos Vedettes* relèvent du potin. Pour Pierre Sormany, le potin est l'expression journalistique « la plus limitée, la plus méprisée sans doute » (Sormany 2011 : 136). Il y a les potins inutiles et les potins justifiés. Le premier apporte peu aux lecteurs mis à part une vitrine sur la vie privée de célébrités et personnages connus du grand public. C'est une nouvelle qui est rapportée sans qu'aucune vérification ou mise en contexte ne soit effectuée.

Sormany qualifie le potin inutile de bavardage sans intérêts ou valeurs particulières. Le potin justifié se trouve entre autres sous forme de rumeur persistante, difficilement vérifiable, mais qui apporte une certaine richesse à des éléments d'information. Il donne une dimension insoupçonnée à une nouvelle qui touche les grandes sphères de l'actualité sociale, politique ou économique. S'il

contribue à une meilleure qualité d'information, le potin est justifié. (Sormany 2011 :138)

Ces deux types de potins ont une caractéristique commune : c'est un genre journalistique au sein duquel le contenu se présente comme une histoire, *storytelling* (Bird 2000 : 215) qui respecte le déroulement temporel des événements, inutiles ou justifiés, qu'il rapporte.

Joke Hermes définit, pour sa part, le magazine et ce, à partir du sens que les lecteurs accordent à cette lecture de tous les jours (Hermes 1995). Parmi d'autres catégorisation de magazine, elle distingue trois catégories de magazines : le magazine traditionnel qui prodigue des conseils pratiques, le magazine féministe qui traite des enjeux politiques, sociaux et économiques qui touchent particulièrement les femmes et le magazine à potins où il est question de la vie privée des célébrités. Qu'on soit lectrices ou non de magazines à potins, ce genre de publication suscite de fortes émotions, des passions, des sentiments profonds (Hermes 1995 : 121). Là où le magazine à potins se démarque, c'est qu'il est lu de deux façons : « sérieuse » (*serious*) ou « camp reading » (Hermes 1995 : 121).

Dans ses recherches, Hermes s'est rendu compte que la lecture de magazines à potins au sein de certaines communautés homosexuelles prend un sens particulier, avec moquerie et ironie qui tournent les événements au ridicule (Hermes 1995 :133), c'est ce qu'elle a qualifié de « camp reading ».

Les sujets généralement couverts par les tabloïds et ceux couverts par *Échos Vedettes* diffèrent au point où cela m'empêche de le définir comme étant un tabloïd : les gens ordinaires qui vivent des expériences de vie extraordinaires ainsi que les nouvelles insolites ne sont pas traités par le *Échos Vedettes*. Par contre, le

genre journalistique du tabloïd, le potin, est celui qui est privilégié par ce dernier. En fait *Échos Vedettes* semble posséder les caractéristiques que Hermes attribue aux magazines à potins, c'est-à-dire la vie privée des célébrités, les sentiments qu'il suscite ainsi que l'attribution de sens de cette pratique de lecture correspond aux mêmes caractéristiques que celles qui définissent le *Échos Vedettes*.

Le magazine à potins *Échos Vedettes* vit présentement, comme beaucoup de publications quotidiennes, hebdomadaires et mensuelles, des moments d'incertitudes sans précédent : des mises à pied massives, coupures budgétaires importantes et une baisse marquée du lectorat. L'attrait de l'internet et l'accessibilité à la même information, et ce sans frais, font sans doute partie des défis auxquels il est confronté. Selon le Centre d'Étude sur les Médias de l'Université Laval, le lectorat du *Échos Vedettes* a chuté de 64% en 7 ans, de 624 000 en 2003 à 224 000 en 2010 (CEM 2011 :7). Bien que particulières au *Échos Vedettes*, ces données illustrent bien la situation actuelle de plusieurs magazines populaires québécois.

Échos Vedettes a connu la plus importante baisse de lectorat de sa catégorie. De toute son histoire, le *Échos Vedettes* célèbre son 50e anniversaire en 2013, c'est la première fois que son avenir semble incertain.

La première édition du *Échos Vedettes* a été publiée le 26 janvier 1963 par Édouard Rémy et André Robert, deux journalistes vedettes de la presse à potins de l'époque. Selon Mario Fontaine, qui a publié en 1978 une étude au sujet de ce qu'ils appellent les journaux artistiques québécois, *Échos Vedettes* s'est rapidement forgé une réputation de qualité et de véracité (1978 : 24). Le traitement franc et authentique des potins ainsi que l'insertion d'un télé-horaire complet et gratuit apportent un grand succès à la publication. L'acquisition en 1969 du *Échos Vedettes* par le groupe

médiatique Quebecor relève, à la manière des histoires qu'il publie, du potin. Fiers du succès du *Échos Vedettes*, Rémy et Robert refusent catégoriquement de le vendre à M. Pierre Péladeau, propriétaire de Quebecor. Comme l'explique Fontaine, il va néanmoins réussir à s'en porter acquéreur :

Grisés par la réussite (le tirage atteint 109 965 exemplaires en 1968), les deux associés, qui juraient ne jamais vendre à Pierre Péladeau, acceptent une offre généreuse d'un homme d'affaires, et se départissent de la poule aux œufs d'or. Quelques jours plus tard, le titre passe à Quebecor : l'acheteur n'était en fait qu'un intermédiaire, un prête-nom de Péladeau. (Fontaine, 1978 : 24-25)

Très populaires dans les années 60, 70 et 80, les magazines à potins sont en fait présents depuis plus d'un siècle au Québec. C'est à partir de la fin du XIXe siècle qu'on trouve la trace de plusieurs publications consacrées à la vie artistique, littéraire, musicale et théâtrale du Québec qui sont, en quelque sorte, les précurseurs des magazines à potins tels que nous les connaissons aujourd'hui (St-Jacques et Lemire, 2005). Des publications, pour la plupart éphémères, telles que *Le Monde Illustré* (1884-1902), *La Rigolade* (1902), *La Vie artistique* (1905), *La Gaité canadienne* (1905) et *Le Taon* (1907-1910) représentent les balbutiements de la presse à potins au Québec. Au fil des ans, les sujets et les angles de couvertures sont restés sensiblement les mêmes : la vie de tous les jours des vedettes québécoises. À titre d'exemple, considérons quelques-uns des sujets abordés dans certaines parutions du *Échos Vedettes* publiées en 1963, 1983, 2003 et 2013 qui mettent en évidence la stabilité et la continuité des thèmes et angles de couverture de cette publication au fil des ans. En première page de l'édition du 7 septembre 1963, le magazine nous offre une visite dans la vie de trois nouveaux mariés, Marcel

Lefebvre, Tony Massarelli et Claude Gauthier puis il est question de Pierre Lalonde qui n'aurait retiré que 129\$ de la vente de ses disques.

Lalonde n'a retiré que \$129 de ses disques

ECHOS VEDETTES

VOL. I — No 33 7 SEPTEMBRE 1963 10¢

VISITES A TROIS NOUVEAUX MARIÉS

Marcel Lefebvre
(avec Nicole)

Tony Massarelli
(avec Rosie)

Claude Gauthier
(avec Suzanne)

Figure 1. « Une » *Échos Vedettes* du 7 septembre 1963

À la une de l'édition de 4 septembre 1983, on retrouve, entre autres, toute la vérité sur l'opération de Céline Dion, Luis De Cespedes est victime d'une faillite et Sophia Loren accepte l'invitation de Michel Jasmin.

552 102 2

HORAIRE TV GRATUIT **CONCOURS SUPER LOTO 10 CHANCES DE DEVENIR MILLIONNAIRE**

UN JOURNAL PRÉTEND QU'ELLE VA PERDRE LA VOIX

CÉLINE DION: TOUTE LA VÉRITÉ SUR SON OPÉRATION

ECHOS VEDETTES VOL. 21 NO. 36 75¢
Semaine du 4 au 10 septembre 1983

ON PARLE DE \$300,000 LUIS DE CESPEDES VICTIME D'UNE FAILLITE

EN PHOTOS LES PATHÉTIQUES

FUNÉRAILLES DU PÈRE LEGAULT

ACCOMPAGNEZ-LES À PARIS

RENÉ BARTALÉ SERAIT CONSACRÉ VEDETTE À LA TOUR EIFFEL

UN COUP DE MAÎTRE

SOPHIA LOREN ACCEPTE L'INVITATION DE MICHEL JASMIN

IL EST VENU SPÉCIALEMENT À MONTRÉAL POUR PRÉSENTER SON FILM L'AMOUR SECRET D'AZNAVOUR POUR EDITH PIAF

Ingrédients de source NATURELLE
FORATOL PLUS STIMULE LA SÉCRÉTION BILIAIRE DU FOIE
AGIT SUR 4 FONCTIONS ESSENTIELLES DE VOTRE DIGESTION
Distribué par **halut**

Exclusivement à base d'extraits de plantes médicinales
FORATOL PLUS tisane
STIMULE LA SÉCRÉTION BILIAIRE DU FOIE
AGIT SUR 4 FONCTIONS ESSENTIELLES DE VOTRE DIGESTION
Distribué par **halut**

(1 sachet fait 2 portions de tisane)

Figure 2. « Une » *Échos Vedettes* semaine du 4 au 10 septembre 1983

L'édition du 6 septembre 2003, le contrat de top modèle d'Audrey de Montigny, le fils de Richard Latendresse est né, la grossesse difficile de Sonia Vachon et la rentrée TVA font la une de cette édition du *Échos Vedettes*.

ÉCHOS
VEDETTES

QUEBECOR MEDIA
vol. 41 no 37
6 au 12 septembre 2003

40 ANS! TOUJOURS PL RDANT

Enceinte de 7 mois
Une grossesse difficile pour Sonia Vachon

Audrey de Montigny
En plus d'une carrière de chanteuse
Un contrat de top-modèle

Richard Latendresse père pour la 3^e fois
Son fils Thomas est né

La rentrée TVA
6 PAGES DE PHOTOS

VOL. 41 No 37
0 66093 35501 0
2,95\$
Prix de vente au public TTC
ISSN 1500-0000

Figure 3. « Une » *Échos Vedettes* 6 au 12 septembre 2003

À la une de l'édition du 2 au 8 mars 2013, le titre qui prédomine « Il y a de l'amour dans l'air » introduit la vie amoureuse d'Éric Lapointe, Ima et Andrée-Anne de l'émission de télé-réalité *Star Académie*.



Figure 4. « Une » *Échos Vedettes* 2 au 8 mars 2013

En tant que lectrice assidue, je peux d'ailleurs témoigner que cette publication a comme sujet exclusif la vie privée et professionnelle des vedettes. Les premières pages ne sont pas toujours composées de l'état de santé des vedettes du Québec, mais il est intéressant de constater la relative pérennité et la stabilité des thèmes abordés : l'amour (mariage, fiançailles, séparation, divorce, etc.), la santé (maladie, convalescence, guérison), le travail, la famille, les vacances, les décès et les naissances, les galas et récompenses, les anniversaires et les problèmes judiciaires.

Bien qu'ils fassent partie intégrante de notre paysage médiatique, on sait peu de choses des magazines à potins québécois. À ma connaissance, deux recherches se sont penchées spécifiquement sur ce phénomène au Québec. Le premier, *Les potineurs se racontent* de D'Astous, Coulombe, Ducharme et Émond publié en 1974, s'est concentré sur « les hebdomadaires populaires artistiques par et à travers ceux qui les font » (1974 : 3) c'est-à-dire les journalistes de ce type de publication au Québec. Cette recherche est basée sur les entrevues de dix journalistes d'hebdomadaires populaires artistiques et celle d'un membre de la direction d'une entreprise de cette presse. Le second, *Tout sur les p'tits journaux z'artistiques ou comment dormir avec le cœur qui palpite* de Mario Fontaine publié en 1978, a dressé un portrait général du milieu des journaux à potins québécois de l'époque et de son lectorat. Ces deux études offrent un portrait plutôt négatif de ces publications. Pour Fontaine, son propriétaire tirerait profit de l'aliénation de son lectorat. Au Québec, depuis plusieurs décennies, la presse à potins est principalement associée à la famille Péladeau. Pierre Péladeau est le fondateur de Québecor, une entreprise d'édition qui depuis est devenue une des plus importantes

et influentes entreprises médiatiques au Québec. Elle était jusqu'à tout récemment dirigée par Pierre-Karl Péladeau, fils du fondateur. Fontaine, conclut son étude en affirmant que ce type de publication « exploite (...) une catégorie de citoyens aliénés (...) sous les artifices d'un vedettariat bon marché. » (Fontaine 1978 : 230). Faire la lutte à Quebecor serait inutile, c'est plutôt, à son avis, une question d'équilibre des lecteurs et du développement de leur personnalité qu'il « conviendrait d'améliorer. » (Fontaine 1978 : 230) Les résultats de sa recherche et la perception globale qui en découle semblent reprendre une opinion généralement admise d'une partie de la population qui, encore aujourd'hui, croit que la presse à potins est futile et que son lectorat devrait être « élevé » vers des activités culturelles perçues comme étant plus légitimes. Les constats du travail de D'Astous, Coulombe, Ducharme et Émond sont les mêmes que ceux de Fontaine. La différence est qu'ils proviennent de ceux qui produisent ces publications. Les journalistes de ces hebdomadaires populaires artistiques ont peu de considération non seulement pour leur travail mais également pour leurs lecteurs comme le confie l'un d'eux: « le public auquel je m'adresse il est chromé, il est québécois. C'est un public ben pepsi, ben québécois, ben cave. » (1974 : 52-53).

Il semble que ce type de publication fait l'objet de préjugés depuis longtemps. Est-ce qu'ils font l'objet de préjugés depuis leur apparition? Les travaux actuels ne permettent pas de répondre à cette question.

Ces préjugés ne sont pas uniques au *Échos Vedettes* ou aux autres publications québécoises similaires. Dans *Inquiring Minds : A cultural study of supermarket tabloids* (1992), Elizabeth S. Bird a examiné les tabloïds publiés aux États-Unis,

particulièrement ceux qui sont vendus dans les supermarchés. Elle a relevé certains préjugés envers ces publications de 1960 à 1990. Cinq extraits vont illustrer les préjugés, trois extraits de l'étude de Bird qui relèvent certains préjugés états-uniens, suivis de deux extraits qui illustrent les préjugés entretenus envers les magazines à potins du Québec, extrait du livre de Mario Fontaine *Tout sur les p'tits journaux z'artistique ou comment dormir avec le cœur qui palpite* et du magazine de la Fédération des journalistes du Québec, le *Trente*.

Bird explique que dans les années 70, Keith D. Mano, un commentateur de droite et auteur connu, avait une perception plutôt précise des lectrices qui composent la majorité du lectorat des magazines populaires américains. Il s'attarde à ce qu'il croit être leur apparence physique ainsi que leur capacité de jugement en général :

America is a 300-pound woman. This woman has two dogs, two TVs, hypochondria, and no secondary education. Also she's broke, bored to tears, over 40 (her husband was once alcoholic, unfaithful, crippled, or laid off), and yet, despite all, she still believes in life after death. Got to be. She's the only person who'd buy *National Enquirer*. (Mano cité dans Bird, 1992 : 108).

Dans les années 80, John Waters, producteur de films, perçoit les lectrices des magazines populaires principalement à partir de traits comportementaux et physiques bien précis :

I'm convince that typical *Enquirer* readers move their lips when they read, are physically unattractive, badly dressed, lonely and overweight. Especially overweight. (Waters cité dans Bird, 1992 : 108)

À la fin des années 80, certains critiques semblent délaisser le physique des lectrices et se tournent plutôt vers une remise en question de l'éducation de ces dernières ainsi que leur capacité réflexive. Bird mentionne Harold Schechter,

professeur de littérature américaine à la City University of New York et auteur à succès qui croit que :

It seems safe to assume...that its [supermarket tabloids] regular readers are, by and large, people of distinctly narrow means and limited education. (Schechter cité dans Bird, 1992 : 108)

Les lectrices des magazines à potins du Québec font sensiblement l'objet des mêmes préjugés. À titre d'exemple, l'écrivain Claude Jasmin dans un billet qui date de la fin des années 70 décrit ainsi les journaux artistiques populaires québécois, leur lectorat et leur principal producteur, Quebecor et plus particulièrement de son fondateur, Pierre Péladeau :

Elle [la lectrice d'hebdomadaires à potins] est là, vieille, ridée, pauvrement vêtue, elle tient d'une main un gros pain tranché Weston, de l'autre, son vieux dollar fripé, le marchand lui donne sa pitance pour la semaine, sa drogue, un peu de « la vie des autres », les 5 hebdomadaires illustrés qu'elle lit avidement, qui font partie de son misérable rituel de la petite semaine, comme il y en a 52 par année. C'est pas cher, 52 petites piastres pour cette montagne de potins, de ragots, de rumeurs, de descriptions pathétiques, de racontars folichons, de petits scandales, tout cela forme 150 pages pleines de photos, 600 pages par mois, plus de 7000 pages chaque année. Merci, merci à vous Monsieur Péladeau! (Jasmin cité dans Fontaine, 1978 : 183)

En 2003, année qui marquait le 40^e anniversaire de publication du *Échos Vedettes*, dans le magazine de la Fédération des journalistes du Québec, le *Trente*, le billet *Star Acrimonia* de Stéphane Baillargeon, Fabien Deglise (tous deux du quotidien *Le Devoir*) et François Cardinal (du quotidien *La Presse*) critiquent le star system et le vedettariat qui fournissent le contenu du *Échos Vedettes* ainsi que le mode de traitement des nouvelles par ce dernier et questionnent la popularité de la publication:

Échos Vedettes fête son 40e anniversaire en 2003. Le doyen des journaux à potins du Québec a déjà vendu un total himalayen de 250 millions d'exemplaires. On répète, pour bien faire comprendre l'ampleur de la chose : 250 millions d'exemplaires! Les cancans tiennent sur des milliers et des milliers de pages illustrées. Les archives du journal comptent un bon million de photos. Il y a 10 ans, au 30e gâteau, l'hebdomadaire revendiquait déjà la publication en une de 1548 scoops, 903 mariages, 899 ruptures, 154 décès, 810 naissances, 244 galas, 3105ancements. (...) On ne chipote pas — ou si peu. On constate, c'est tout. Le nœud de cette affaire, c'est le nœud lui-même, le phénomène lui-même, ce couple célébrité-admiration. On peut le voir de mille et une manières : comme du voyeurisme malsain, le nouveau valium du peuple, la sève de notre mécanique commercialo-médiatique, une essentielle superficialité, le déversoir des fantasmes et des aspirations populaires, un cataplasme sur les plaies ouvertes par une vie moralement et psychiquement épuisante... La vedette concentre les grandeurs et les misères de notre époque. Tel est le star-system, telle est la société. Dis-moi qui tu adores, je te dirai qui tu es... (Le Trente, Vol.27, no. 4, avril 2003)

Les préjugés concernant les magazines américains semblent s'attarder surtout au lectorat. Ceux qui visent les journaux à potins du Québec ne se limitent pas au lectorat, mais critiquent également ceux qui publient ces magazines ainsi que leur sujet principal, la célébrité. Lorsqu'ils s'attardent au lectorat ce qu'ils interrogent c'est pourquoi les gens s'intéressent tant à la vie personnelle des célébrités? Que les médias en général puissent donner l'impression que les célébrités sont « des gens comme nous » est peut être une partie de la réponse à cette question. Mais qu'est-ce que la célébrité?

Depuis quelques décennies, la célébrité s'est démocratisée et est accessible à tous, mais les valeurs d'honneur et d'accomplissement ne sont plus à la base de ce phénomène (Braudy 1997). À titre d'exemple, Kim Kardashian. Une célébrité aux États-Unis en 2013 qui n'est ni chanteuse ni actrice, elle n'a jamais gagné de médaille olympique ou quelque concours qui soit, mais qu'une télé-réalité familiale, *Keeping up with the Kardashians*, a rendue célèbre. Cette dernière ne représente

pas la majorité des célébrités d'aujourd'hui, elle est plutôt le résultat de la transformation de la définition de célébrité. La célébrité contemporaine est une construction active de l'identité qui valorise les relations sociales et la communication. (Marshall 1997) Elle peut engendrer des débats, des évaluations, des modifications et le partage de valeurs. Elle n'est plus seulement un produit de consommation, un objet ou une image fabriquée, mais bien « an intimate doorway for connecting people ». (Holmes 2006 :3) La célébrité n'est pas le sujet central de ce mémoire, mais l'un des fils conducteurs qui, on le verra, permet de tisser des liens entre le lectorat, les pratiques de lecture et *Échos Vedettes*.

Au même titre que plusieurs autres produits issus de la culture populaire, *Échos Vedettes* est loin d'être le seul à faire l'objet de préjugés. Malgré leur succès populaire, certaines émissions de télé-réalité telles que *Star Académie*, *Occupation Double* et *Loft Story*, n'échappent pas aux préjugés. Est-ce qu'une majorité de produits culturels populaires font l'objet de préjugés? Qu'est-ce que la culture populaire? La culture populaire est, selon moi, un terrain de luttes entre les classes d'une société : « ...as a terrain of ideological struggle between dominant and subordinate classes ». (Storey 2001 :11) Dans ce cas, les préjugés envers certains produits culturels populaires font-ils partie d'une stratégie de dénigrement comme c'est souvent le cas lors de conflits? Les enjeux sous-jacents d'un produit culturel populaire révèlent ce à quoi il renvoie : à la consommation, aux valeurs, à l'identité et aux relations sociales d'une classe. *Échos Vedettes*, au même titre que d'autres produits culturels populaires, est un terrain de la lutte idéologique entre la Culture, dite légitime, savante, et la culture populaire dont les préjugés sont les symptômes.

Les luttes de classes et les préjugés permettent de mettre en perspective et mieux comprendre le contexte et les enjeux de cette publication.

Au départ, les préjugés envers ce type de publication et son lectorat étaient une grande préoccupation pour moi. Mais la grande majorité des recherches sur les magazines féminins et les tabloïds n'abordent pas leur objet d'étude à partir de ce point de vue. Elles ne condamnent ni ne vénèrent ces publications. Elles en tiennent compte, mais visent plutôt à mieux comprendre ce phénomène, en tout ou en partie. Par contre, ce corpus ne m'a pas donné de pistes suffisantes afin de tenter de répondre à ma question de départ : pourquoi est-ce que les femmes lisent *Échos Vedettes*? Rapidement, j'ai compris que répondre à cette question serait difficile : trop vague et trop vaste. Je devais préciser ma question. Je suis donc passée du « pourquoi » au « comment lit-on *Échos Vedettes*? ». À partir d'une meilleure compréhension des pratiques de lecture de ce magazine à potins, j'espère obtenir des pistes afin de cerner pourquoi il est lu depuis plus de 50 ans.

De la même façon que Graeme Turner (2004) et Catharine Lumby (1999) qui se sont intéressées à la célébrité et aux magazines populaires, je vais m'intéresser au *Échos Vedettes* comme étant un phénomène qui « makes sense in it's own terms » (Lumby 1999 : xvi). Au lieu de voir ce type de presse comme un signe de ce qui ne va pas dans les médias, comme une menace aux pratiques journalistiques dites légitimes ou encore comme des publications ordurières, ces chercheurs se sont concentrés sur la production et la consommation de la célébrité dans certains médias populaires. Vu le nombre restreint d'études québécoises qui se sont attardées au *Échos Vedettes* ou à d'autres publications similaires, ainsi qu'au laps

de temps qui sépare ces études et la présente (près de 35 ans), je crois qu'il est important de se pencher à nouveau sur le sujet. Aller au-delà de l'image que projettent ces publications, garder une ouverture d'esprit afin de comprendre ces publications pour ce qu'elles sont : de l'information et des images qu'un nombre significatif de gens consomment et apprécient. Je vais donc me concentrer sur ce que l'on fait avec cette publication, comprendre le *Échos Vedettes* dans ses propres termes c'est-à-dire dans les termes de celles qui se procurent et lisent cette publication, comprendre les pratiques de lecture qu'engendre ce magazine à potins.

1.2 *Les pratiques quotidiennes de lecture*

Qu'en est-il des pratiques de lectures d'un magazine populaire tel qu'*Échos Vedettes*? Trois recherches, issues du courant des *cultural studies*, ont suscité mon intérêt puisqu'elles se sont intéressées à la lecture ainsi qu'aux lectorats de magazines populaires, américains ou européens et ce, sans viser à les déprécier ou à les célébrer. Dans sa recherche *For enquiring minds : A cultural study of supermarket tabloids* (1992) au sujet de tabloïds que l'on retrouve dans les supermarchés, Elizabeth S. Bird s'est attardée à leur historique et aux contextes culturels dans lesquels ils s'insèrent. Elle a également étudié les relations entre les producteurs, les lecteurs et le texte de ce type de publications. De son côté, dans *Reading women's magazines : An analysis of everyday media use* (1995), Joke Hermes s'est attardée à l'utilisation des magazines féminins par les lecteurs néerlandais ainsi qu'aux répertoires utilisés pour « faire du sens ». Enfin Sofia Johansson, dans *Reading Tabloids : Tabloid newspapers and their readers* (2007), a examiné les pratiques de lecture des tabloïds britanniques le *Sun* et le *Daily*

Mirror. Elle a tenté de mieux comprendre la grande popularité de ce type de publication, ce que les lecteurs pensent des scandales publiés, de l'attrait des célébrités ainsi que dans quelle mesure les lecteurs font confiance à ces publications.

À la lumière de ces études, il est clair que les pratiques de lecture de ce type de publication sont ancrées dans le quotidien de ceux et celles qui les lisent. Ce sont des pratiques qui font partie de la vie de tous les jours et qui s'insèrent dans la routine quotidienne des lecteurs. J'ai donc orienté mes recherches vers les pratiques de lecture de tous les jours. Je vais définir ces pratiques de lecture principalement à partir d'un ouvrage : *Everyday Readers : Reading and Popular Culture* de Ian Collinson (2009) qui aborde la lecture de tous les jours d'un autre produit de la culture populaire : le livre, plus précisément du roman de fiction. Pour Collinson, au même titre que Bird et Hermes, les pratiques de lecture au quotidien ne sont pas déterminées par l'éducation du lecteur, elles ne sont pas le propre d'une catégorie de personnes ou d'une classe sociale en particulier. Ce sont des produits de culture populaire qui soulèvent des enjeux de classes ce qui n'est pas nécessairement le cas des pratiques dont ils sont l'objet. Dans la perspective de Collinson, les pratiques de lectures quotidiennes sont similaires dans les différentes classes sociales. Ainsi, cela suggère que même si le produit *Échos Vedettes* était associé à une classe particulière, les pratiques qu'il engendre et dont il est l'objet ne le serait pas. Et si elles permettent de comprendre comment un magazine comme *Échos Vedettes* est lu, ces mêmes pratiques caractériseraient aussi la lecture de romans, de journaux ou d'autres genres de magazines axés sur l'information.

1.2.1 Les économies de la lecture de tous les jours

Collinson conçoit les pratiques de lecture comme un système composé de trois économies interdépendantes : **l'économie spatio-temporelle**, **l'économie sociale** et **l'économie textuelle**. Abordons leurs propriétés à tour de rôle. L'économie spatio-temporelle fait référence aux endroits et aux moments, souvent précis et identiques où l'on pratique la lecture au quotidien. Cette économie permet la création d'un lieu culturel où le lecteur ou la lectrice est en mesure de se réapproprier l'espace et le temps. Que ce soit dans un lieu public ou privé, la lecture de tous les jours « *allows readers in a given location to transform it, albeit temporarily, into a 'place' partly of their own making.* » (Collinson 2009 : 55) Qu'en est-il du *Échos Vedettes*? Est-ce que les lectrices le lisent dans des espaces de la vie personnelle et privée ou dans des espaces de la vie publique? Qu'est-ce qui fait qu'elles lisent à un endroit plutôt qu'à un autre? La lecture de tous les jours s'effectue le jour ou le soir? Est-ce une pratique flexible dans le temps?

Comme la lecture est une activité que l'on pratique essentiellement seul et, en ce qui a trait au *Échos Vedettes*, le caractère supposément « léger » de son contenu, la lecture de tous les jours peut être perçue comme une activité essentiellement solitaire et sans portée sociale. Pourtant l'économie sociale de la lecture de tous les jours renvoie aux relations humaines liées à cette pratique : « The term social economy refers to the networks of local relationships within which everyday reading is practiced. » (Collinson 2009 : 57). L'auteur parle de « local relationships » qui sont des relations qui renvoient à l'espace de proximité sociale et à l'espace de sa propre communauté – celles où l'on vit et avec lesquelles on maintient un sentiment d'appartenance sociale basée sur la consommation partagée de la lecture. C'est

une activité apprise socialement qui possède une influence sur ceux qui la pratiquent. Les premières relations sociales liées à la lecture, dans l'enfance, sont familiales et c'est souvent par elles que la lecture est apprise. À l'âge adulte, donner et échanger des livres permet la création et l'entretien de relations sociales familiales ou amicales. Selon Collinson, la majorité des lecteurs font partie d'une communauté de lecture et d'échange de livres. Il est important de souligner que ces réseaux d'échanges et de dons sont spécifiques au genre (« gendered ») c'est-à-dire entre femmes ou entre hommes. Plus encore, il semble que les lecteurs de ces communautés d'échanges possèdent souvent le même niveau d'éducation ainsi que le même niveau de vie socio-économique. Est-ce que les pratiques de lecture du *Échos Vedettes* chez certaines lectrices ont été initiées lorsqu'elles étaient enfants? Est-ce que les lectrices s'engagent dans des relations sociales et les entretiennent en donnant ou échangeant le *Échos Vedettes*? Avec qui les lectrices du *Échos Vedettes* partagent-elles sa consommation et sa lecture?

L'économie textuelle ne se limite pas au contenu langagier; la mise en page et les photographies jouent un rôle important dans les pratiques de lecture du quotidien d'un magazine. La structure textuelle du livre, en général, surtout lorsqu'il est question d'un roman de fiction, diffère de celle du magazine : le format, le papier, la présentation, les conventions de lectures, etc. Dans la plupart des cas, la lecture d'un livre, surtout s'il est destiné à un public adulte, est linéaire. La mise en page et la structure textuelle sont sobres et offrent peu d'entrées et de sorties en cours de lecture. Le livre comporte généralement peu ou pas de photos. Une publication telle qu'*Échos Vedettes* est essentiellement composée de photographies et d'articles courts où la lecture peut se faire dans l'ordre ou le désordre et dont la présentation

visée à attirer l'attention, etc. Afin de comprendre les caractéristiques de l'économie textuelle d'un produit culturel populaire tel qu'*Échos Vedettes*, je me suis tournée vers les recherches de Brita Ytre-Arne *Women's magazines and their readers : The relationship between textual features and practices of reading* (2011) et de Philippe Marion *Petite phénoménologie de la photo-people* (2009).

Pour Ytre-Arne la lecture de tous les jours d'un magazine est une expérience médiatique multidimensionnelle que les lectrices apprécient particulièrement en raison de sa flexibilité textuelle et de la facilité avec laquelle elle s'insère dans les rituels du quotidien.

Media experiences can be physical, cognitive, emotional, social, individual, communicative, ephemeral or formative; they are rooted in everyday life as well as in society and culture, and can be closely intertwined with other aspects of human experiences and identities. (Ytre-Arne 2011 :3)

La structure textuelle des magazines féminins est répétitive et prévisible. L'auteure a entre autres identifié plusieurs entrées et sorties du texte et noté la division du texte en articles courts. En somme, la structure permet l'anticipation du plaisir que les lectrices peuvent retrouver semaine après semaine. Deux types de lectures sont liées au cadre textuel des magazines féminins: la lecture ritualisée et la lecture fragmentée. (Ytre-Arne 2011 : 94) La première relève d'un rituel, elle est synonyme de détente et elle est une récompense pour la lectrice. La pratique de lecture fragmentée, s'effectue « entre deux tâches » ou dans des moments libres¹.

¹ Il est intéressant de noter que ces deux catégories correspondent à deux des répertoires interprétatifs identifiés par Hermes qui seront abordés à la section 1.2.2 : facile à déposer et à reprendre (*easily put down*) et qui détend (*relaxation*).

Dans quelle mesure la structure textuelle du *Échos Vedettes* guide les pratiques de lecture des lectrices?

En ce qui a trait à l'étude de Marion sur la photographie *people*, on doit retenir que les photographies sont beaucoup plus que de simples images :

La photo *people* constitue une cristallisation privilégiée de ce lien avec ces célébrités proches et lointaines. Elle exacerbe sa capacité de révéler, de montrer, de désigner, tout en offrant une faculté d'arrêt, de contemplation possible sur papier plus ou moins glacé. Tout se passe comme si l'objectif avait arrêté le temps de la vie d'une vedette pour moi. Proximité visuelle centrée sur cette connivence, cet effet de familiarité que partagent aussi les rumeurs. Album médiatique éphémère familial, ouvert à la compulsion fragmentée et aux récits disséminés. (Marion 2009 : 176)

La structure visuelle et les photographies sont un signe d'authenticité et donnent un sentiment de proximité des vedettes aux lecteurs. Dans quelle mesure la structure visuelle est un support à la structure textuelle? Comment l'abondance de photographies organise-t-elle les pratiques de lecture de cette publication?

Le système économique tripartite proposé par Collinson met en évidence la complexité des pratiques de lecture d'un magazine tel qu'*Échos Vedettes*. Chaque système joue un rôle essentiel, mais est-ce qu'ils ont chacun la même importance? Comment s'articulent ces trois économies dans le cas des pratiques de lecture de tous les jours du *Échos Vedettes*?

1.2.2 Les répertoires de lecture

Joke Hermes a développé une série de répertoires qui permettent de déterminer ce à quoi les lectrices font appel afin de « faire sens » de ce qu'elles lisent. À l'étape de l'analyse de données recueillies lors de ses entrevues, comment cerner les

connaissances que les lectrices utilisent et auxquelles elles font appel afin d'attribuer un sens à ce qu'elles lisent. (1995 : 26) C'est à partir du concept « interpretative repertoire » de deux chercheurs en psychologie sociale, Jonathan Potter et Margaret Wetherell, qui définissent les répertoires comme étant « recurrently used systems of terms used for characterizing and evaluating actions, events and other phenomena ». (1987 : 149)

Les femmes qui ont participé à la recherche d'Hermes décrivaient la lecture de magazines au quotidien à partir de termes, d'expressions et de thèmes qu'elle a regroupés à l'intérieur de deux catégories : les répertoires descriptifs et interprétatifs. La première catégorie de répertoires expose comment les lectrices perçoivent cette pratique culturelle, qu'on peut facilement déposer et reprendre (*easily put down*) et qui détend (*relaxation*). Les lectrices décrivent la lecture des magazines féminins dans des termes qui permettent de comprendre qu'elles peuvent facilement en laisser et reprendre à tous moments la lecture sans perdre le fil ou que cette lecture représente des moments de détente et de relaxation. Ces deux répertoires décrivent l'expérience de la lecture de magazines féminins. La lecture de magazines féminins exige peu de ses lectrices et donne un sentiment de bien-être : « magazines will not capture us totally or carry us off, they are quite safe to read. » (Hermes 1995 : 34)

Les répertoires interprétatifs sont ceux qui démontrent le sens que les lectrices donnent à la lecture de ces publications (*meaningfulness*) (op.cit : 31). Il y a le répertoire des connaissances pratiques (*practical knowledge*) du quotidien comme des conseils pour les tâches ménagères, les critiques de spectacles ou encore les façons de faire des économies à l'épicerie. En plus de donner une certaine légitimité

à cette pratique de lecture, le répertoire des connaissances pratiques, dans l'acquisition de connaissances générales, de trucs et de conseils « does more than simply legitimate reading and buying women's magazines in terms of their practical use. It also furnishes readers with a temporary fantasy of an ideal self » (op. cit.: 39). Ce répertoire renvoie aux lectrices une image idéalisée d'elles-mêmes. La somme des connaissances acquises donnerait l'illusion que quoi qu'il arrive, à partir de ses lectures, la lectrice dispose de solutions ou de pistes afin de résoudre divers problèmes et situations de la vie quotidienne. Pour sa part, le répertoire de l'apprentissage émotionnel et de l'interconnexion des connaissances (*emotional learning and connected knowing*) trouve ses bases essentiellement dans les émotions et leur gestion.

Basically, the repertoire of connected knowing addresses crisis situations, (...). Respondents refer to (emotional) learning as a means of becoming less insecure, less frightened by all that may destroy the safe comfortable routine of their lives, their relationships, their confidence that they are doing 'the right thing'. (op.cit.: 45)

Ce répertoire nous renseigne sur les sentiments et comment réagir face à ces derniers. Il est utilisé afin d'en apprendre davantage au sujet de la vie et des émotions des autres ou encore afin de se rassurer ou d'apprendre à mieux connaître ses propres sentiments.

Hermes a distingué deux répertoires qui n'entraient pas dans les catégories précédentes et qui s'adressent à la lecture d'un type de magazines particulier : les magazines à potins. Ils sont en grande partie composés de photographies, accompagnés de textes courts et simples et de grands titres suggestifs (op.cit.: 5). Ceux-ci se déclinent en trois formes : les malicieux dont la publication prend souvent

la forme de railleries, les scandaleux, le nom le suggère, qui mettent l'accent sur les scandales, et les amicaux qui sont complaisants avec les vedettes (op.cit.: 119).

Échos Vedettes correspondrait à cette dernière définition du magazine à potins, selon Hermes. Les lectrices de magazines à potins font appel aux répertoires de la famille élargie (*extended family*) et du mélodrame (*melodrama*). Parler des vedettes comme si elles étaient des membres de leur famille, relève du répertoire de la famille élargie. Le répertoire du mélodrame est observable lorsqu'il est question de malheur, de sentimentalité, de sensationnalisme ou encore lorsque les lectrices ont l'impression que la vedette paie pour avoir tenté de s'élever au-dessus des autres. (op.cit.: 127)

Les magazines à potins, contrairement aux magazines féministes ou traditionnels, ont comme unique sujet les vedettes pour lesquelles les lectrices ressentent un réel attachement. C'est peut être également ce qui explique pourquoi ces deux répertoires sont particuliers aux magazines à potins. Les lectrices se réfèrent aux répertoires de la famille élargie et du mélodrame seulement à la lecture des magazines à potins sur les vedettes. Elles doivent ressentir une certaine familiarité avec les vedettes, ce qui serait difficile à imaginer avec les gens ordinaires. Dans le cas du répertoire du mélodrame, elles éprouveraient un certain plaisir à se vautrer dans le malheur des vedettes plutôt que dans ceux de parfaits inconnus.

Collinson s'est appuyé sur le travail d'Hermes afin de développer cinq répertoires relatifs aux pratiques de lecture de livres au quotidien. Malgré les différences entre le livre et le magazine à potins qui demeurent des pratiques de lecture de tous les jours, ces répertoires peuvent aussi aider à comprendre la lecture de magazine à

potins. Ce qui est intéressant c'est que Collinson pose un regard différent sur les sens que peuvent attribuer les lectrices à ce qu'elles lisent. Pour moi il est clair qu'Hermès a jeté les bases des répertoires, mais elle est restée très près des magazines. Les répertoires qu'elle a identifiés correspondent à la catégorisation des publications qu'elle a analysée. À titre d'exemple, un magazine traditionnel qui a comme principale fonction de donner des conseils d'ordre général ou ménager est lu avec le répertoire des connaissances pratiques. Collinson a développé ses répertoires en observant des catégories plus larges. Les répertoires de Collinson semblent avoir comme point de départ le lecteur alors que ceux d'Hermès semblent provenir des magazines. Est-ce que le livre permet une plus grande centralité du lecteur et ainsi le développement de répertoires qui sont plus près de ce dernier? Alors que dans le cas du magazine à potins, comme *Échos Vedettes*, ce sont les vedettes qui sont centrales?

Les cinq répertoires développés par Collinson sont le répertoire biographique, autobiographique, générique, intertextuel et historique. Le répertoire biographique est une articulation des connaissances au sujet du livre, du lecteur et de ce que ce dernier sait ou croit savoir au sujet de l'auteur :

« refer to readings that are negotiated in direct correspondence to the 'life of the author', but also to reading practices that use a conception, or knowledge, of an author as a triangulation point in framing the meaning. » (Collinson 2009 : 100)

Il y a le répertoire autobiographique où la lecture est effectuée à partir de l'expérience de vie du lecteur. Ce répertoire est particulier parce que propre à chacun et permet de faire du sens avec un minimum de connaissances, un « capital

culturel » minimal puisé dans les expériences personnelles du lecteur. Collinson le qualifie de répertoire de dernier recours. (Collinson 2009 : 109)

Le répertoire générique fait appel aux expériences de lecture d'autres livres similaires :

« Not simply reading against a fixed or objective pattern, reading generically requires the use of experience and knowledge gained from encounters with other similar books ». (Cobley 2011 : 214 cité dans Collinson)

Le répertoire intertextuel est la suite logique du répertoire générique et est en fait plus « naturel » à utiliser (2009 : 113). Il fait référence à un groupe de ressources diversifiées telles que des livres, des films, des expériences de vie, etc.

Pour sa part, le répertoire historique fait référence aux connaissances, aux représentations ainsi qu'à la culture historique du lecteur. Comme il est question de romans de fiction qui ne visent pas à éduquer ou informer les lecteurs sur des événements ou contextes historiques particuliers, mais plutôt divertir, certains chercheurs affirment que les lecteurs font appel à une représentation de l'histoire, l'histoire telle qu'ils l'imaginent. Ce que Fredric Jameson qualifie de « pop history »:

This historical novel can no longer set out to represent the historical past; it only « represent » our ideas and stereotypes about that past (which thereby at once becomes « pop history »). (Jameson 1991 : 25 cité dans Collinson 2009 : 120)

D'autres chercheurs tels que Alejandro Baer (2001) et Raphael Samuel (1994), qui ont travaillé sur la culture historique, croient au contraire que les lecteurs de romans de fiction peuvent acquérir une certaine culture historique (*historical culture*) et s'y référer.

Il est possible de penser qu'à la lecture d'un magazine tel que le *Échos Vedettes*, certains lecteurs se réfèrent, à titre d'exemple, au répertoire historique. Certains d'entre eux lisent cette publication depuis de nombreuses années et lisent en fonction des connaissances qu'ils ont accumulées en ce qui a trait à certaines célébrités et au vedettariat québécois en général, alors que d'autres lectrices vont plutôt faire appel au répertoire autobiographique, à leurs expériences de vie afin de donner un sens à ce qu'elles retrouvent dans cette publication. Qu'est-ce qui détermine le ou les répertoires que les lectrices utilisent afin de faire sens? Est-ce la publication, le sujet, les intérêts, les connaissances?

1.2.3 Contenus visuels ou centralité de la photographie

Philippe Marion s'est attardé à la photographie de la presse-*people* afin de comprendre pourquoi cette iconographie est centrale à cette presse. Les photographies, *people* ou autres, sont souvent considérés comme un gage d'authenticité qui entretient « l'illusion d'un réel brut (...) prélevé directement de la réalité ». (Marion 2009 : 163) La confiance accordée en général à la photographie lui confère un statut particulier qui fait en sorte que l'authenticité n'est pas questionnée : « ponctuer un évènement par cette expression signifie que la réalité est évidente, qu'elle se suffit à elle-même ». (*op.cit* : 162) Les photographies des vedettes dans la vie de tous les jours, aux prises avec les mêmes tracas que les lecteurs et qui leur font dire « ils sont comme nous » démontrent bien la proximitisation que la photographie confirme. Dans un magazine tel qu'*Échos Vedettes*, les photographies constituent-elles l'élément clé de l'authenticité de ce que le magazine présente? Les sentiments de proximité, par ressemblance ou par le rêve, et de familiarité que les

lectrices ressentent envers les vedettes (Marion 2009 : 176) sont cristallisés par les photographies du magazine.

Comment comprendre l'authenticité que les photographies confèrent au *Échos Vedettes*? L'authenticité est, dans le cas qui me préoccupe, une vertu sociale.

L'authenticité s'apparente à une ligne de conduite, à des critères, à un équilibre que la vedette doit projeter, un équilibre en accord avec la société.

To make sense of the social role of authenticity, we need to see that becoming authentic involves becoming more clear-sighted and reflective about the issues that face us in our current situation. These include questions about the kind of relationships that will foster and strengthen a free society, and the kinds of obligations we have to fulfill in order to qualify for citizens in that society...(Guignon 2004: 82)

Le manque d'authenticité est plus facile à identifier. Lorsqu'on perçoit l'inauthenticité, c'est qu'il y a eu, en quelque sorte, trahison, un manquement aux valeurs communes de notre société qui font référence au jugement et au bon sens (Guignon 2004 : 81). Elles doivent renvoyer à ce qui vaut la peine d'être atteint dans la vie, à un certain idéal de vie en concordance avec les traditions culturelles et sociales qui forment le tissu de nos croyances, engagements, sentiments et décisions (Guignon 2004 : 79). Comment les lectrices parlent-elles de l'authenticité à partir des photographies? Est-ce que l'authenticité des photographies est une préoccupation pour elles?

1.3 Questions de recherche

Il y a un réel écart entre ce que l'on sait sur ces pratiques et ce qu'il serait souhaitable de comprendre de cette activité culturelle populaire. L'attrait pour *Échos Vedettes*, les pratiques que les lectrices développent et le sens qu'elles attribuent à

ce qu'elles lisent sont méconnus. Mon statut de lectrice du *Échos Vedettes* ainsi que l'absence de recherches récentes à ce sujet m'ont amenée à m'intéresser aux lectrices et aux pratiques de lecture de tous les jours. Cette recherche veut comprendre le *Échos Vedettes*, dans les termes de celles qui l'utilisent régulièrement. Compte tenu de l'ensemble des éléments présentés jusqu'ici, voici les questions principales et secondaires qui guident ma recherche :

Quelles sont les pratiques de lecture des lectrices régulières du *Échos Vedettes*? Comment comprendre les économies dont ces pratiques sont de quelque manière le produit, et leurs articulations? Quelle en est l'économie spatio-temporelle ? Quel(s) rôle(s) jouent l'endroit et le moment où elles lisent dans leurs pratiques de lecture de ce magazine? Dans quelle mesure les relations sociales des lectrices constitutives de l'économie sociale donnent-elles forme à ces pratiques de lecture de tous les jours? Comment les structures textuelles et visuelles qui sont au cœur de l'économie textuelle, et notamment les photographies qu'elles organisent, orientent-elles les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes*? Et finalement, qu'est-ce qui détermine le ou les répertoires auxquels les lectrices font appel afin de faire sens?

2. Stratégie Méthodologique

Dans ce chapitre, il est question des choix méthodologiques qui m'ont permis d'étudier les pratiques de lecture du *Échos Vedettes* telles que présentées au chapitre précédent. Dans un premier temps, je vais aborder l'approche qualitative privilégiée pour conduire mon analyse. L'utilisation de l'entrevue semi-dirigée et l'observation participante avec prise de note se sont imposées comme outils de collecte de données. La construction de ma grille d'entrevue et le recrutement par « boule de neige » des participantes à mon étude seront ensuite discutés, suivi par le déroulement des entrevues, le processus adopté pour l'analyse de données recueillies, pour se terminer par un bref portrait des participantes. Je vais rendre compte de mon expérience personnelle de chercheuse alors que des éléments, autant théoriques que descriptifs, vont alimenter le recensement du travail avant, pendant et après le travail de terrain effectué dans le cadre de cette recherche.

2.1 Approche qualitative

Les méthodes qualitatives offrent, en général, une certaine flexibilité et une sensibilité particulière aux sujets et aux objets d'étude. Plusieurs approches méthodologiques qualitatives étaient envisageables afin d'explorer les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes*. Quelques outils, certains plus structurés et d'autres moins qui laissent une grande liberté aux participants, ont été envisagés à un moment ou à un autre. C'est à mi-chemin entre ces deux types de structures que j'ai fait mon choix : l'entrevue semi-dirigée. Selon Lorraine Savoie-Zajc (2003), l'entrevue semi-dirigée ressemble à une conversation animée par le

chercheur qui se laisse guider par le rythme et le contenu de l'interlocuteur tout en abordant les thèmes qu'il désire explorer.

Une de mes attentes, en ce qui concerne le choix d'outils méthodologiques, devait être de me permettre d'approfondir les connaissances sur les pratiques de lecture mais également de me donner une vue globale de cette activité. L'entrevue semi-dirigée est ce qui entraîne une coconstruction du phénomène à l'étude où chercheure et participantes, apprennent en collaboration. C'est ce que l'entrevue semi-dirigée me permet, soit d'expliquer, de comprendre, d'apprendre et, si possible, d'émanciper les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes*. Pour expliquer les pratiques de lectures je dois rendre explicite l'univers de l'autre (Savoie-Zajc 2003) en plus de m'intéresser à ce qu'elle discute mais également aux sous-entendus qui sont seulement visibles lors des entrevues. Les références culturelles et personnelles mettent en perspective leurs références à la vie de tous les jours et ainsi permettent une meilleure compréhension de cette pratique.

L'émancipation, dernier objectif poursuivi, enclenche une réflexion des personnes engagées dans la démarche scientifique. Aborder et approfondir certains thèmes peut provoquer une réflexion, une prise de conscience sur les pratiques de lecture du magazine en question et peut être même une transformation de cette pratique. C'est ce que Savoie-Zajc (2003) identifie comme la *fonction émancipatrice* de l'entrevue semi-dirigée.

L'entrevue semi-dirigée, nécessite la maîtrise de certaines habiletés et compétences qui vont mener à la réussite des entrevues et à une collecte de

données riche : la chercheuse est en quelque sorte l'experte qui doit installer un climat de confiance favorable aux échanges et également prévenir puis contourner les éventuels blocages communicationnels que certains interlocuteurs peuvent vivre lors de l'entrevue. La facilité qu'a la chercheuse d'entrer en relation avec ses interlocutrices, son écoute, sa compréhension, sa sensibilité et son respect, son habileté à guider l'entrevue, à clarifier les propos de l'interlocuteur contribuent à une collecte de données efficace, abondante et réussie.

L'entrevue semi-dirigée répondait à toutes mes considérations, je me sentais confiante et habilitée à conduire ce type d'entrevue. Je pouvais maintenant me concentrer à l'élaboration de ma grille d'entrevue.

2.1.1. Grille d'entrevue

J'ai bâti ma grille d'entrevue autour de trois thèmes; le magazine, la lectrice et les pratiques de lecture². Pour chaque thème, quelques questions ont été développées afin que l'entrevue permette d'en explorer différentes facettes. Les sous-thèmes de l'histoire de la lectrice, de la consommation et de la production, des rituels et du contenu ont été induits par ma propre expérience de lectrice et par les dimensions du phénomène prises en compte dans la problématisation. À titre d'exemple, je voulais savoir qu'est-ce que le magazine représente pour la lectrice, comment elle l'acquiert, qu'est-ce qu'elle en fait lorsqu'elle en a terminé la lecture. Qu'est-ce qu'elle apprécie dans le magazine *Échos Vedettes* et ainsi de suite. Les questions devaient demeurer le plus ouvertes possible tout en invitant la lectrice à répondre et porter son attention sur un sujet particulier de son expérience de ce

² Voir la grille d'entrevue en annexe 1, à la page 135

type de lecture. La grille d'entrevue est construite afin qu'à tout moment il soit possible de suivre une piste différente, imprévue et proposée par la lectrice pour ensuite reprendre le fil de l'entrevue là où elle a été laissée. Tout en m'offrant un cadre, afin de toucher tous les thèmes relatifs à mon sujet, je pouvais facilement sortir de ce cadre et suivre des pistes que je n'avais pas envisagées. La flexibilité de ma grille d'entrevue s'est avérée d'une grande utilité.

Dès la première entrevue, je me suis rendu compte que, en ce qui a trait aux pratiques de lecture, en plus des questions, il était absolument nécessaire de procéder à une séance de lecture avec les lectrices. Voir comment elles lisent, qu'est-ce qu'elles lisent, mais surtout observer comment, dans le cadre de l'entrevue, elles lisent l'*Échos Vedettes*.

L'observation participante avec prise de notes devenait le second outil méthodologique que j'allais utiliser. Je les regardais lire un ou plusieurs exemplaires du *Échos Vedettes*. Comment prennent-elles le magazine dans leurs mains? Qu'est-ce qu'elles regardent en premier, la page couverture ou une autre section? Dans quel ordre lisent-elles? À quoi s'attardent-elles? Certaines d'entre elles commentaient leur lecture. Je prenais des notes pendant l'entrevue et j'ajoutais des détails de retour chez moi après l'entrevue. À partir du moment où j'invitais les lectrices à lire, un ou plusieurs exemplaires de ce magazine, j'avais toujours l'impression d'assister à un moment de « vérité »³. C'est-à-dire que, avant la lecture du magazine, les lectrices répondaient avec une grande générosité à mes questions, mais discuter de gestes du quotidien dans le cadre d'une entrevue

³ Le déroulement précis de cette portion de l'entrevue est décrit à la section 2.1

peut, sans que l'interviewée en ait l'intention ou même conscience, modifier, réduire ou amplifier l'importance des pratiques au centre de la recherche. J'avais l'impression de voir la lectrice et ce qu'elle fait lors de la lecture du *Échos Vedettes* à travers moins de filtre ou d'interprétation. La plupart des lectrices remarquaient, pour la première fois, comment elles lisent ce magazine et leurs habitudes qui entourent sa lecture. Cet exercice a été, pour certaines, une découverte de leurs habitudes de lecture auxquelles elles n'avaient jamais prêté autant d'attention. Comme je l'ai mentionné plus tôt et c'est ce que cet exemple démontre, l'entrevue semi-dirigée a, pour certaines lectrices, eu une fonction émancipatrice. Cette émancipation n'a pas provoqué de changements majeurs dans leurs pratiques mais plutôt une prise de conscience. C'est également le moment où j'ai senti le plus d'honnêteté chez les lectrices. Le fait d'être une lectrice de ce magazine moi-même m'a donné l'impression que cela rassurait les participantes. Comme si, étant une lectrice moi-même, elles ne risquaient pas d'être jugées par une « non-initiée ». Ma sensibilité à ce sujet a semblé donner confiance aux lectrices interviewées. J'ajouterais que j'ai senti qu'entre les lectrices et la chercheuse il y avait une certaine complicité féminine de la part de femmes qui pratiquent une activité particulière qui relève du quotidien.

2.1.2. Recrutement des participantes

La sélection des participantes à ma recherche s'est effectuée à partir de la technique « boule de neige » (Gauthier, 2009) qui consiste à recruter quelques participants qui vont constituer le noyau et par la suite demander à ces personnes si elles peuvent recommander d'autres participants qui correspondent aux critères

de sélection de la recherche. Cette technique permet également d'établir les relations entre les participantes, ce qui dans le cas de ma recherche est très intéressant et pertinent :

L'échantillonnage en boule de neige (*snowball sampling*) est une technique qui consiste à ajouter à un noyau d'individus (des personnes considérées comme influentes, par exemple) tous ceux qui sont en relation (d'affaires, de travail, d'amitié, etc.) avec eux, et ainsi de suite. Il est alors possible de dégager le système de relations, existant dans un groupe, ce qu'un échantillon probabiliste classique n'aurait pas permis de découvrir. (Gauthier, 2009 : 266)

Les participantes sélectionnées devaient répondre à deux critères : être une femme et lire régulièrement le magazine à potins *Échos Vedettes*.

J'ai fait appel à quatre réseaux de contacts pour recruter des participantes. Dans mon entourage immédiat, j'ai abordé des femmes en personne, par téléphone ou encore par courriel afin de voir si elles étaient des lectrices du magazine en question et si elles connaissaient des femmes qui lisent cette publication. Dans ce premier réseau, cinq femmes répondaient aux critères de ma recherche, ma mère, ma marraine, une connaissance puis une amie et la mère de cette dernière. Par souci d'objectivité, la candidature de ma mère n'a pas été retenue. La proximité, les liens et les sentiments qui nous unissent ne me permettent pas, ou difficilement, la distance nécessaire dans le cadre de cette recherche. Lorraine, ma marraine, Gisèle, une connaissance et Julie, une amie, ont été choisies afin de participer à ma recherche. La mère de Julie, au moment des entrevues, était malade et n'a pas pu participer à ma recherche.

Le second réseau de contacts auquel j'ai fait appel, par courriel, aux membres du Laboratoire de recherche Culture Populaire, Connaissances et Critiques (CPCC)

du département de Communication de l'Université de Montréal, laboratoire dont je fais partie. Une collègue m'a ainsi référé trois lectrices du *Échos Vedettes*, Denise qui est en fait la grand-mère de cette collègue, puis Judith une des ses amies, ainsi que la mère de cette dernière, Louise.

Deux autres réseaux ont été utilisés, mais en vain : un envoi de courriels à tous les parents de l'école et du CPE (Centre de la Petite Enfance) que fréquentent mes enfants ainsi qu'un envoi de courriels à tous les contacts d'un ami courtier immobilier. J'ai eu quelques réponses à ces envois, mais c'était surtout pour me suggérer des pistes afin de recruter des lectrices. À titre d'exemple, une dame me conseillait d'entrer en contact avec la publication afin d'avoir les coordonnées d'abonnées de cet hebdomadaire, en spécifiant qu'elle ne lisait pas le magazine en question.

Au total, six lectrices régulières du *Échos Vedettes* ont participé à ma recherche. Trois d'entre-elles ont été recrutées dans mes propres réseaux et les trois dernières à l'aide de la technique « boule de neige ». Étant donné le petit nombre de participantes, la recherche que j'ai réalisée ne prétend pas à d'autre visée que l'exploration. Mais comme on le verra, la diversité de leurs pratiques a néanmoins permis d'en identifier l'hétérogénéité.

2.2 Entrevues

C'est entre les mois de mars et août 2010 que j'ai procédé aux entrevues : cinq individuelles et une avec deux participantes. Pour des raisons de disponibilité, Louise et Judith ont été interviewées en présence l'une de l'autre. C'est également la seule entrevue où une personne qui ne participait pas à ma recherche était présente, le conjoint de Judith. Les entrevues, d'une durée moyenne de quarante-

cinq minutes chacune, ont été enregistrées pour faciliter la transcription et l'analyse. La prise de notes systématique, effectuée pendant et après l'entrevue, des observations effectuées tout au long des entrevues et lors de la lecture d'un ou plusieurs exemplaires du *Échos Vedettes* constituent la seconde partie des données recueillies.

Deux exemples de notes que j'ai prises, la première dans le cadre de l'entrevue de Denise et l'autre lors de l'entrevue de Judith et Louise :

On parle des changements de papier depuis dix ans, de format et de mise en page, mais pas en profondeur, seulement ce qu'elle se rappelle, mais ça ne change absolument rien à sa perception ni à sa manière de voir et utiliser le *Échos Vedettes*. (Denise, note entre la question 20 et 21)

Lorsque je suis arrivée chez Judith, elles [sa mère et elle] commençaient leur souper. Nous avons donc discuté avant même que débute l'entrevue. Les informations qui m'ont semblées pertinentes ont été à nouveau abordées lors de l'entrevue. Le conjoint de Judith était présent et participait activement à la discussion qui a précédé l'entrevue. (Judith et Louise, note avant de commencer l'entrevue)

Afin de voir comment les lectrices lisent, mais également afin de ne pas être prise au dépourvu advenant le cas où une lectrice n'avait pas au moment de l'entrevue un exemplaire du *Échos Vedettes*, j'ai pris soin d'avoir avec moi un exemplaire de six éditions différentes du magazine choisis au hasard, et qui représentaient certaines particularités de la publication (des thèmes comme l'amour et la maladie, d'éditions précises telles que celles de galas, etc.). L'édition de la semaine courante (afin de voir si elles lisent régulièrement et avec quelle assiduité), une autre édition qui datait de plus six mois et quatre éditions de deux années différentes à un an d'intervalle chacune. À titre d'exemple, si l'entrevue avait lieu le

15 mars 2010, j'avais l'exemplaire courant et un autre exemplaire de 2010, deux éditions différentes publiées en 2009 et deux éditions différentes de 2008.

Une Québécoise entre dans la famille royale
L'album photos du mariage d'Autumn Kelly et du petit-fils de la reine Élisabeth

Vol. 46 Ms 22 | 24 au 30 mai 2008

Échos Vedettes 45 ans

SANTÉ, BEAUTÉ, MINCEUR

15 vedettes dévoilent leurs trucs

RICARDO
en deuil de sa mère
«C'est très difficile pour lui»
- Brigitte, sa femme

Confidences d'un futur marié
ALAIN ZOUVI
«Je me suis mis à genoux et je lui ai demandé sa main»

«J'adore la nourriture végétarienne»
- Josée Lavigne

«30 minutes d'exercice tous les jours»
- Chantal Lacroix

«Je fais du tapis roulant 4 à 5 fois par semaine»
- Guylaine Tremblay

Messagerie Dynamique 22
7 7813 01797 7

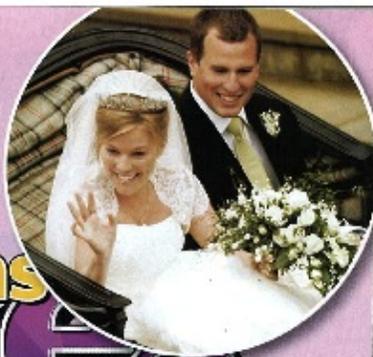
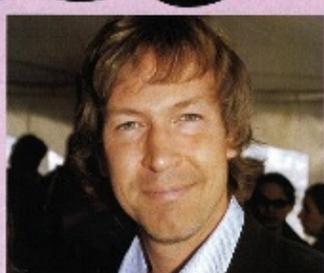
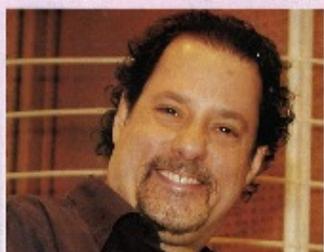
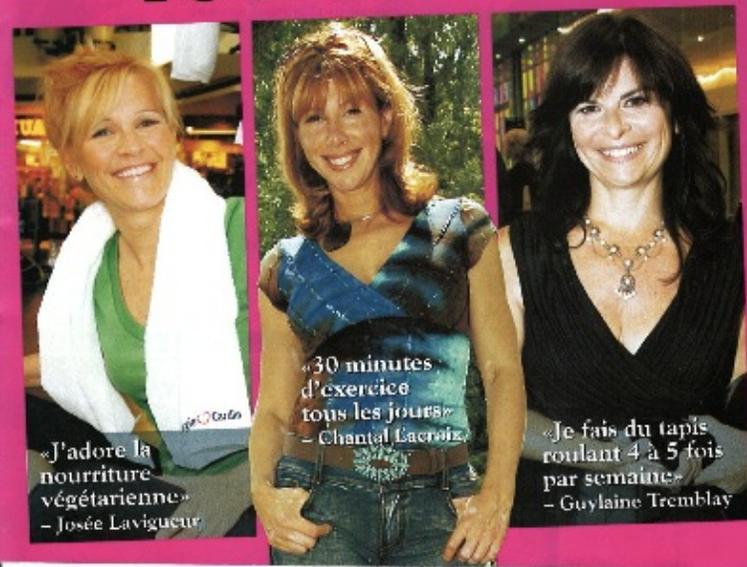





Figure 5. « Une » *Échos Vedettes* du 24 au 30 mai 2008



Figure 6. « Une » *Échos Vedettes* du 13 au 19 septembre 2008



Figure 7. « Une » *Échos Vedettes* du 20 au 26 juin 2009



Figure 8. « Une » *Échos Vedettes* du 5 au 11 décembre 2009

Supplément **International**
CAHIER 20 PAGES
VOIR À L'ENDOS

Vol. 48 No 17 | 17 au 23 avril 2010

Échos Vedettes

SEULEMENT **2.99\$**

LES ENFANTS CHERIS DES STARS

Les amours d'Éric Lapointe

Marie-Claude Savard en deuil de sa mère

Séparation pour Jean-François Plante

AMOURS • SÉPARATIONS • DRAMES • ENFANTS...

50 POTINS du PRINTEMPS

Mariage pour Gino Quilico

FRANÇOIS MASSICOTTE ET BIANCA, FUTURS PARENTS

Pénélope McQuade quitte Salut, bonjour! week-end

GRATUIT
TÉLÉ-HORAIRE
CAHIER DÉTACHABLE

Metropolis Communications

#110 2388

1 800 363-6179

11881010

Figure 9. « Une » *Échos Vedettes* du 17 au 23 avril 2010



Figure 10. « Une » *Échos Vedettes* du 29 mai au 4 juin 2010

GALA ARTIS 2010

Vol. 48 No 19 | 1^{er} au 7 mai 2010

UNE SOIRÉE D'AMOUR ET D'ÉMOTION

Échos Vedettes

SEULEMENT 2,99\$

MARINA ORSINI
Sa mère est malade

RETROUVAILLES DES EX
Entrevues avec VÉRONIQUE
CLOUTIER et PATRICK HUARD

Nouvelle
conjointe pour
GREGORY CHARLES

ANNE DORVAL
séparée

AMOURS • SANTÉ • PROJETS • MODE

TOUS LES
POTINS
DU GALA

Le courage de
MARIE-CLAUDE
SAVARD

GRATUIT
TÉLÉ-HORAIRE
CAHIER DÉTACHABLE

Figure 11. « Une » *Échos Vedettes* du 1^{er} au 7 mai 2010



Figure 13. « Une » *Échos Vedettes* du 26 juin au 2 juillet 2010

Ces derniers exemplaires, moins récents, visaient surtout à voir si les lectrices se souvenaient de ces éditions et comment elles s'en souvenaient si c'était le cas.

Dans le groupe d'exemplaires que j'apportais, il y avait une édition spéciale « gala », une édition au sujet du décès d'un artiste et une autre où un thème – à titre d'exemple l'amour – était en page couverture, dans le but de voir qu'est-ce que les lectrices souligneraient à la vue de ces exemplaires.

Je ne donnais qu'une consigne de départ lors de la lecture du magazine, soit de faire comme elles en ont l'habitude, autant que possible. La majorité d'entre elles, tout en lisant, décrivaient la lecture qu'elles faisaient et en discutaient en même temps. Certaines d'entre elles en profitaient pour me poser des questions sur mes propres pratiques de lecture, comme si elles tentaient de valider leurs pratiques. Je les rassurais sur leurs pratiques qui, leur disais-je, ne sont ni bonnes ou mauvaises, simplement variées, différentes :

Tu vois dans l'International, ça, c'est Lourdes (fille de Madonna), je me souviens quand elle l'a eue... Même Demi Moore avec sa fille. Toi est-ce que tu lirais de même? [Oui, moi c'est le samedi matin... et moi je le passe...] (Lorraine, question 41)

Quand est venu le temps de fixer les rencontres pour les entrevues, j'ai laissé à chaque lectrice le choix du moment et surtout de l'endroit où elles se sentaient le plus à l'aise, tout en offrant la possibilité d'effectuer l'entrevue au local du Laboratoire CPCC à l'Université de Montréal. Quatre des lectrices ont plutôt opté de se prêter à l'entrevue chez elle. Louise qui habite la banlieue de Montréal préférait que notre rencontre se passe chez Judith, sa fille, dans le cadre d'une de ses visites chez cette dernière. Une autre a eu lieu dans un camping, où une participante passe près de la moitié de l'année (avril à septembre), elle considère ce lieu comme sa maison d'été.

Julie, mon amie, a été la première à être interviewée. Compte tenu de notre amitié et de notre familiarité, cette entrevue m'a demandé peu d'efforts. Elle a répondu à toutes mes questions sans censure apparente. L'entrevue s'est déroulée dans sa cuisine, l'endroit où elle lit *Échos Vedettes*.

La seconde entrevue, avec ma marraine, Lorraine, s'est également très bien déroulée. Fait intéressant, quand est venu le temps de voir comment elle lit, j'avais oublié mes exemplaires du *Échos Vedettes* et elle n'en avait pas chez elle. Toutes les deux nous sommes parties afin de nous procurer un exemplaire. Nous nous sommes rendu à l'épicerie où elle fait ses emplettes toutes les semaines. Il n'y avait plus d'exemplaires du *Échos Vedettes*. Nous nous sommes ensuite dirigées à la pharmacie puis vers un dépanneur, il n'y avait plus d'exemplaire du magazine à ces endroits. Finalement, nous sommes arrêtées à une station-service où elle trouve habituellement le magazine. Il ne restait que deux exemplaires de la plus récente édition du *Échos Vedettes*. Cette entrevue m'a donc également permis de voir le circuit de consommation que Lorraine suit afin de se procurer ce magazine.

Denise est la troisième lectrice que j'ai interviewée. Au moment de fixer la rencontre pour l'interview, Denise m'a affirmé qu'elle ne serait pas utile pour ma recherche parce qu'elle ne lit pas ce magazine à potins, elle l'achète seulement pour les mots croisés et pour le télé-horaire.

N° 1639 mots croisés

PAR NICOLE HANNEQUART

Horizontalement

- Elle a sa photo au centre de la grille – Prénom de la chroniqueuse d'*Intoman* – Initiales du comédien Dupuis.
- Prénom de l'interprète de Réjanne dans *Yamaska* – Qui appartient au caractère fondamental de quelqu'un – Prénom de l'interprète de Sylvain dans *Caméra café* – Prénom de la chanteuse Claude.
- ... Kidman – Souïl – Entre les lacs Huron et Ontario – Rôle de Denise Gagnon dans *L'Auberge du chien noir*.
- Elle appartient à la famille des labiées – Son prénom est Yves – Dans le titre d'une émission animée par Errol Duchaine – Chevalier bien connu – Il excelle dans une activité.
- Traverse un lieu en tous sens – Grand dadaïs – Saule à rameaux jaunes – Il se forme à la suite d'une inflammation.
- Huître – Peuple de langue bantoue – Indique que l'on attend une réponse – Règle graduée portant un instrument de visée.
- Périodes historiques – Venu au monde – Qui existe véritablement – ... Desjardins – Quiconque.
- Qui est bourré – Excréments des bovins.
- Qui a commencé à exister – Démenti – Périodes de trois mois – Initiales de l'interprète de Benoît dans *Les Parent*.

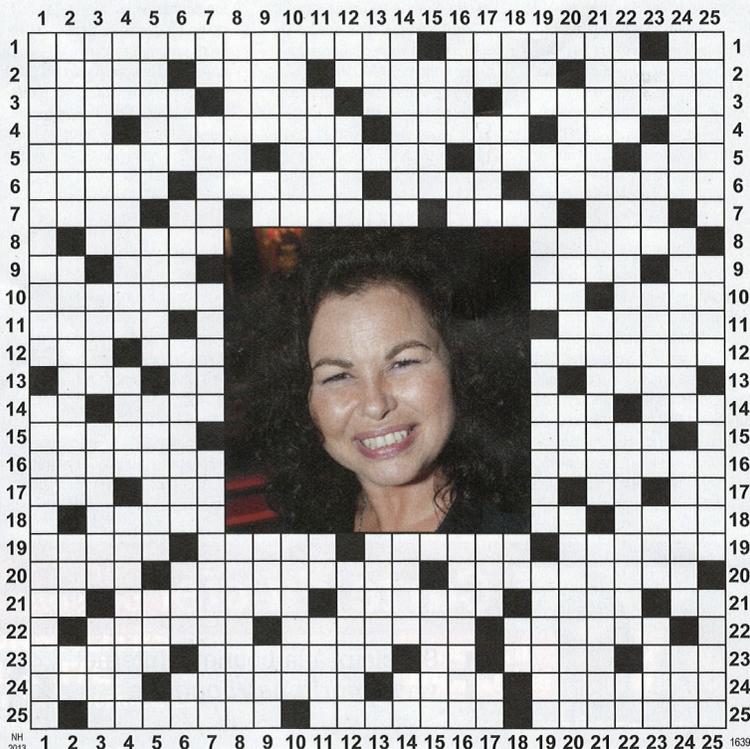
- Rangés sur une ligne droite – Sauf – Vin mousseux (... spumante).
- Replace – Catherine-Anne ...
- Moyens de défense anti-aériens – Ville des Pays-Bas – S'affaiblit.
- Rôle de Jonathan Lajoie dans *L'Auberge du chien noir* – Article espagnol – Faire partie (de).
- Infinitif – Morceau de volaille cuite – Semblable – Volcan actif.
- Reda, dans *Tactik* – Il chante *La Bitt à Tibi* (son prénom).
- Harcelé de demandes importunes – Scandalisées.
- Distinct – D'un verbe sign. causer un dommage à – Un des points collatéraux – Démonstratif.
- Mouvements de foules – Initiales

- de celle qui anime *Alors on jase!* avec Joël Legendre – animateur d'*Accès illimité*.
- Dans le purin – Sur la mer Baltique – Qui couve – Architecte italien né en 1512.
- Manière de voir – Faculté de deviner – Relatives à un os du bras.
- Supposition – Il anime *On connaît la chanson* – Il a fondé en 1948 la Cinéma-thèque suisse – Mesure – Initiales de l'auteur de l'opéra *Le roi d'Ys*.
- Donne de petits baisers – Aptitude à se souvenir des mélodies – Rôle de Denyse Émond (Ti...).
- Témoigna une admiration passionnée à quelqu'un – Sans restriction – Initiales de la

- comédienne Lachapelle – Voix de femme la plus grave – Besace.
- Paolo ... – Appareil orthopédique – Indigne – Travestisme.
- Étourdies – Considérer ce qu'on désire comme capable de se réaliser – Louche.

Verticalement

- Philippe, dans *Yamaska* – Se dit d'un métier où quelqu'un se développe dans toutes ses potentialités.
- Luc, dans *L'Auberge du chien noir* – Enflammé – Simon Durivage y anime *Le club des ex* – Dans la gamme.
- Particules – Il est employé contre les dépressions – Région administrative du Québec – Pompées.



Retournez ce coupon avec la grille à :

ECHOS VEDETTES MOTS CROISÉS

C.P. 3130, succursale Lapierre, LaSalle
(Québec) H8N 3H3 N°: 1639

Nom:

Prénom:

Adresse:

Ville:

Code postal:

Téléphone:

Le tirage du concours Mots croisés N° 1639
aura lieu le 28 février 2013. Prévoir de 4 à 6 semaines
pour la réception du prix.

Figure 14. Mots croisés du *Échos Vedettes* du 2 au 8 février 2013, page 50

**TÉLÉ-
HORAIRE** *cahier complet détachable*



PHOTO PRODUCTION

Accès illimité
POUR EN SAVOIR
ENCORE PLUS!

Il y a quelques mois, Marie-Mai et Céline Dion ont fait l'objet d'émissions spéciales à TVA. En parallèle, on nous a présenté *Accès illimité*, qui nous a permis d'en apprendre plus sur ces chanteuses. Le concept a beaucoup plu, et on a eu l'idée de répéter l'expérience avec une foule d'artistes appréciés du public québécois. Ainsi, on découvrira le quotidien de ces personnalités et on sera témoins de moments privilégiés dans le processus de création de leurs œuvres. De plus, on aura la chance de vivre une partie des émotions avec lesquelles ces vedettes doivent composer ou encore les défis qu'elles ont à relever.

L'animation d'*Accès illimité* a été confiée à Anouk Meunier et à Jean-Philippe Dion. Parmi les artistes qui nous ouvrent la porte de leur univers, il y a Véronic DiCaire, Roch Voisine et Garou. À voir le jeudi, à 19 h, à TVA.

FRANCIS BOLDUC

ÉCHOS VEDETTES | 29

Figure 15. Première page du télé-horaire du *Échos Vedettes* du 2 au 8 février 2013, page 29

Je n'avais pas envisagé d'autres pratiques que celles qui s'apparentent à la mienne, c'est-à-dire où les mots croisés et le télé-horaire n'ont pas leur place ou ne l'ont que de manière vraiment secondaire. Je me suis trouvée privilégiée d'avoir, par hasard, une participante dont les pratiques diffèrent. J'ai dû la convaincre que sa participation était importante, peu importe qu'elle lise ou non. Elle me permettrait de rendre compte de l'hétérogénéité insoupçonnée de la lecture du *Échos Vedettes*. Il est à noter que Denise était la première femme que j'interviewais que je ne connaissais pas personnellement. Elle a été généreuse et a grandement collaboré à la cueillette de données riches par leur diversité.

Louise et Judith ont été interviewées en présence l'une de l'autre, chez cette dernière, le même soir. Comme toutes les lectrices, Judith et Louise ont offert leur pleine collaboration à ma recherche. L'entrevue devait être individuelle, mais à mon arrivée elles soupaient et nous avons commencé à discuter et l'interaction entre les deux me semblait assez intéressante pour poursuivre l'entrevue de la même façon. Je posais les questions et chacune répondait à tour de rôle. Le conjoint de Judith était présent lors de cette rencontre. Pendant l'entrevue dans une pièce attenante à la cuisine, il a lu chaque exemplaire du *Échos Vedettes* que j'avais apporté. À quelques reprises, lorsqu'il rapportait un exemplaire afin d'en prendre un autre, il a fait des commentaires sur les vedettes, sur sa façon de lire ce magazine, etc. Je n'ai pas tenu compte de ses propos, mais j'ai été témoin de ses impressions, de l'interaction entre lui et Judith et Louise en rapport avec la lecture du *Échos Vedettes*. Il m'a semblé tout aussi intéressé à ce magazine, mais dans ses commentaires, on ressentait facilement un amusement et de l'ironie par rapport à sa lecture du *Échos Vedettes*.

Gisèle est la dernière lectrice que j'ai interviewée. Elle était contente de participer à ma recherche, mais se demandait bien pourquoi j'avais choisi ce sujet d'étude.

Malgré des questions ouvertes, courtes et neutres, à plusieurs reprises j'ai reformulé, résumé, fait de la rétroaction, Gisèle répondait souvent en peu de mots.

Un peu comme si elle avait l'impression que ce qu'elle avait à dire relevait de l'évidence. C'est la seule entrevue avec laquelle j'ai éprouvé de la difficulté.

Après seulement cinq entrevues, j'ai réalisé que je ne maîtrisais peut-être pas encore tout à fait les techniques d'entrevues qu'une chercheure acquiert au fil du temps. Par contre, j'ai beaucoup apprécié le contact avec les lectrices et elles ont toutes été d'une grande générosité envers moi et ma recherche.

2.3 Analyse

Après chaque entrevue, je complétais ma cueillette de données en notant mes impressions, intuitions et réflexions sur le déroulement de l'entrevue, puis certaines observations, apprentissages et prises de conscience qui en ont découlé. Voici quelques impressions notées suite à l'entrevue avec Denise puis avec Gisèle :

Denise parle de l'*Échos Vedettes* en deux termes, ou presque, téléhoraire et mots croisés. Elle connaît les nouvelles avant d'acheter ce magazine, dans le cadre d'une émission radiophonique qui résume ce que les magazines artistiques populaires hebdomadaires publient. Elle regarde les photos et les grands titres, mais affirme que ça se limite à ça. Elle connaît bien l'actualité artistique du Québec. Elle semble, malgré la particularité de sa pratique, engagée dans cette dernière, elle a hâte de voir qui est la vedette dans les mots croisés. Elle le fait en plusieurs fois afin d'avoir quelque chose à faire si elle n'a pas de visite prévue pour la fin de semaine, pour ne pas s'ennuyer. (Notes prises après l'entrevue de Denise)

Lectrice fidèle, ses pratiques semblent plutôt classiques, du début à la fin, ce qui l'intéresse le plus en premier et le reste par la suite. Elle

n'a jamais remarqué les chroniques hebdomadaires, ne regarde pas la section « Internationale ». Elle est au courant de ce qui se passe dans la vie d'une grande partie des vedettes du star-system québécois. Elle semble très attachée à tout ce qui touche les vedettes d'ici, connaît peu ou pas du tout les vedettes internationales. (Notes prises après l'entrevue de Gisèle)

Rapidement, je produisais un verbatim, une transcription mot à mot de l'entrevue, sans tri ni censure. Malgré toutes les précautions, les notes et les efforts afin de rendre sur papier le contexte de l'entrevue, il ne faut pas oublier que cette méthode dont résulte une grande quantité de données a comme limites l'espace et le temps de l'entrevue, le ici et maintenant. Comme le mentionne Savoie-Zajc :

Autrement dit, l'expérience de la personne dépasse largement son discours sur celle-ci. Il faut donc se garder de réifier les idées et de camper de façon définitive l'interlocuteur dans le portrait qu'il a donné de sa réalité au cours de l'entrevue. (Savoie-Zajc 2003, p.312)

Une fois les entrevues transcrites, j'ai suivi mon intuition, parfois un peu floue, et j'ai entrepris de décortiquer les données à partir de mots clés et d'éléments thématiques qui revenaient souvent dans les propos mêmes des participantes. Ainsi, j'ai dégagé 35 mots clés/éléments thématiques de codage qui vont de la consommation à l'horoscope, des souvenirs aux vedettes québécoises, du contenu aux préjugés. Concrètement, chaque thème avait sa propre couleur. À la fin de cette première étape, les entrevues ressemblaient à des arcs-en-ciel, un passage pouvait contenir autant de couleurs que les éléments thématiques qui étaient abordés. La deuxième étape de codage a consisté à regrouper les éléments identiques ou qui couvraient les mêmes idées. J'ai regroupé les extraits de verbatim sous deux grandes catégories selon qu'ils renvoyaient au magazine lui-même ou aux pratiques de lecture.

À ce stade de l'analyse, il est apparu pertinent de considérer que le magazine avait trois identités lors des entrevues : la marchandise, l'objet et le contenu. Selon les lectrices, selon les moments de sa vie utile, l'*Échos Vedettes* possède différentes caractéristiques et rôles. Le magazine est non seulement un objet de consommation qu'elles achètent et/ou reçoivent et qui fait partie d'une panoplie de produits qu'elles consomment dans la vie de tous les jours. Il est également un objet du quotidien qui s'insère dans les habitudes, dans les espaces et dans la vie sociale des lectrices. C'est sous forme de contenu que ce magazine est le plus reconnu par ses lectrices : les vedettes québécoises. Hermes affirme dans son étude que les magazines féminins sont lus beaucoup plus pour leur adaptabilité à la vie quotidienne que pour les sujets qu'ils traitent. (Hermes 1995 : 34), Mon expérience de lectrice contredit cette dernière, je lis l'*Échos Vedettes* pour son contenu et je ne crois pas être la seule lectrice à penser ainsi.

C'est à partir des trois concepts de l'économie de la lecture de tous les jours que j'ai procédé à l'analyse des pratiques de lecture : l'espace-temps, le social et le texte. Sous l'espace-temps j'ai regroupé les thèmes relatifs aux endroits et aux moments de lecture. L'économie sociale regroupe l'impact social et les réseaux sociaux de ces pratiques. Trois structures encadrent l'économie textuelle : la structure textuelle, la structure narrative et la structure visuelle. C'est l'articulation des éléments de ces économies qui vont m'aider à mieux définir et comprendre les pratiques de lecture des lectrices du magazine à potins *Échos Vedettes*.

Le passage des données organisées dans des catégories à la recherche de liens m'a demandé plus de travail, mais m'a apportée beaucoup de satisfaction en tant

que chercheuse en formation. Démêler les similitudes et différences au sein et entre les catégories, de nombreux aller retour entre le concret et l'abstrait, entre le terrain et la théorie, m'a permis de passer du portrait empirique de pratiques particulières à leur description conceptuelle.

2.4 Portraits de lectrices

Les participantes à mon étude sont assez différentes les unes des autres. Si elles habitent principalement la grande région de Montréal, leur âge varie entre 27 et 80 ans. Elles sont toutes francophones et natives du Québec. Certaines habitent seules, d'autres avec leur conjoint et/ou leurs enfants. Elles travaillent ou ont déjà travaillé dans différents domaines : dans les services à la petite enfance, dans l'immobilier et dans une société d'État. Les conditions socio-économiques varient d'une lectrice à l'autre selon qu'elles sont à la retraite, seule ou en couple ou selon de leur situation familiale. Les lectrices régulières ne font pas toujours l'achat du magazine sur une base hebdomadaire. Elles n'apprécient pas toutes les mêmes choses de ce magazine. La majorité d'entre elles lisent selon un rituel éprouvé, mais dans différents lieux et à différents moments de la journée.

Je juge pertinent de dresser un portrait sommaire de ces femmes en tant que lectrices du *Échos Vedettes* qui se sont généreusement prêtées à une entrevue. Au besoin, afin de préserver leur anonymat, j'ai modifié certaines informations quant à l'une ou l'autre des facettes de l'identité ou des conditions de vie des participantes.

JULIE

Elle est la seule lectrice interviewée qui a souligné son ambivalence envers l'*Échos Vedettes*. Elle aime se tenir au courant de l'actualité artistique populaire, mais d'un autre point de vue, elle avoue que ce type de lecture n'est pas très intellectuel et fait l'objet de préjugés tenaces, même pour une lectrice régulière. Cette publication fait partie de sa vie depuis son enfance. Petite, sa mère l'envoyait l'acheter au dépanneur puis, dans la cuisine, elle le lisait à voix haute pour sa mère qui préparait les repas. Julie a 36 ans, elle et son conjoint possèdent et habitent avec leurs deux enfants dans la maison de son enfance. Encore aujourd'hui l'*Échos Vedettes* trouve sa place dans la cuisine.

Pour elle, les photos sont plus importantes que les articles. Elle lit les grands titres et les bas de vignette des photos puis a l'impression d'avoir tout compris. Lorsqu'un sujet, à titre d'exemple le décès de Michael Jackson, revient pendant plusieurs semaines, elle perd de l'intérêt et a l'impression qu'on prend les lecteurs pour des nigauds. Elle n'aime pas les éditions où il est abondamment question des émissions de télé-réalité diffusées au réseau de télévision qui fait partie du même conglomérat médiatique qu'*Échos Vedettes*. Elle a l'impression que c'est de la publicité qui s'apparente à de la propagande. Cette publication, comme elle le dit, « c'est ma mère ». C'est elle qui a initié Julie à sa lecture, c'est elle qui lui donne ses exemplaires après les avoir lus et ses souvenirs sont tous reliés à elle. Depuis l'entrevue, la mère de Julie est décédée. Et comme elle l'avait mentionnée, « je ne l'achèterais pas si ma mère ne me le donnait pas », Julie ne lit plus l'*Échos Vedettes* sauf en de rares occasions.

LORRAINE

Lorraine lit l'*Échos Vedettes* depuis son adolescence, ce qui correspond aux débuts de cette publication. C'est sa mère qui achetait le magazine et elle a continué à se le procurer par la suite. Cet hebdomadaire lui rappelle sa jeunesse et les vedettes de cette époque. Elle aime bien découvrir et apprendre à connaître les vedettes plus jeunes, mais ce qu'elle veut par-dessus tout c'est être au courant de ce qui se passe dans le milieu artistique populaire québécois. Elle est une lectrice régulière de ce magazine qui ne l'achète toutefois pas chaque semaine.

Lorraine a 63 ans, elle vit avec son conjoint dans un condo qui leur appartient, en banlieue sud de Montréal. Lorraine n'a pas d'enfant. Elle travaille quelques jours par semaine dans une agence immobilière. Pour elle, les vedettes québécoises sont des personnes « comme tout le monde ». Elles ne sont pas différentes du reste de la population, elles vivent des événements de la vie quotidienne comme elle et c'est ce qu'elle apprécie. Les vedettes internationales l'intéressent moins, « elles ne nous ressemblent pas », dit-elle. Elle ne partage pas ce magazine et le recycle lorsqu'elle a terminé sa lecture. Ses pratiques de lecture sont routinières, elle lit au salon le soir selon ses intérêts et dans l'ordre proposé par le magazine. Elle se procure cette publication à peu près toutes les deux semaines, selon les sujets en page couverture. Les vedettes en page couverture sont importantes pour elle. Si elle n'aime pas une vedette et qu'elle se trouve en page couverture, elle n'achète pas le magazine.

DENISE

Pour Denise, l'*Échos Vedettes* est un « passe-temps » dans lequel la lecture des articles semble tenir un rôle secondaire. Elle se procure ce magazine chaque semaine à la pharmacie ou à l'épicerie après avoir coiffé sa sœur le vendredi matin. Elle achète l'*Échos Vedettes* d'abord et avant tout pour le télé-horaire et les mots croisés. À son retour à la maison, à l'heure du midi, elle lit les gros titres et regarde les photos. Puis le soir, elle fait de petits bouts de mots croisés en prenant bien soin de ne pas le terminer avant dimanche « au cas où je n'aurais pas de visite ».

Denise a 80 ans, elle est veuve, elle vit seule dans le même appartement qu'elle loue à Montréal depuis plus de 25 ans. Elle a trois enfants et plusieurs petits enfants qui lui rendent régulièrement visite. Elle mène une vie active et autonome. Elle fait ses courses et visite sa sœur régulièrement. À titre d'exemple, elle me confiait lors de l'entrevue que c'était la première année qu'elle ne lavait pas elle-même les murs, les plafonds et les fenêtres de son appartement! Denise aime beaucoup faire des mots croisés parce que selon elle « ça nous instruit et ça nous tient à jour ». C'est un « passe-temps » auquel elle s'adonne depuis plus d'une vingtaine d'années, en fait depuis qu'elle est seule, que son mari est décédé et que ses enfants ont quitté la maison. Pour elle, tout ce qui entoure *Échos Vedettes* est très routinier, chaque semaine, toujours à peu près au même moment et aux mêmes endroits. Elle détache et conserve le télé-horaire puis échange ce magazine avec sa sœur contre les mots croisés de *La Presse*. Denise ne lit pas les articles du magazine parce qu'elle écoute une émission de radio où l'on discute de ce qui est publié dans les magazines à potins avant qu'ils soient en kiosque. Elle sait donc, avant d'acheter

son exemplaire, les sujets qui y sont abordés. Elle préfère *Échos Vedettes* aux autres magazines pour le télé-horaire, que les autres n'ont pas.

LOUISE

Louise a été initiée au *Échos Vedettes* par sa belle-mère. Au décès de cette dernière, elle a pris la relève et se procure cet hebdomadaire depuis plusieurs années maintenant. Le parcours des exemplaires de Louise, à l'époque de sa belle-mère et encore aujourd'hui, est fascinant. Louise recevait ce magazine de sa belle-mère puis après l'avoir lu, elle le donnait à sa propre mère qui, elle, le donnait à ses sœurs qui passaient l'été près d'un lac. À la fermeture des chalets d'été, elles donnaient ces exemplaires à la bibliothèque de la municipalité pour les gens de l'endroit. Chaque exemplaire pouvait facilement être lu par une dizaine de personnes. Aujourd'hui, Louise lit son magazine et ensuite elle le laisse à la salle de bains afin que ses invités puissent le lire. Elle accumule ses exemplaires puis les donne à Judith, sa fille qui, elle, les donne à une amie. On peut penser que plus ou moins cinq personnes lisent les exemplaires de Louise. Des six lectrices interviewées, les exemplaires de Louise sont probablement ceux qui ont la plus grande circulation et qui sont lus par le plus grand nombre de personnes.

Louise a 56 ans, elle habite avec son conjoint dans une maison unifamiliale qui leur appartient, en banlieue nord de Montréal. Elle est nouvellement retraitée d'un emploi dans un Centre de la Petite Enfance (CPE). Elle est la mère de Judith, une autre participante à cette recherche. Louise lit *Échos Vedettes* depuis plus de vingt-cinq ans. Plusieurs personnes de son entourage partagent son goût pour cet hebdomadaire, sa fille, sa belle-sœur et sa nièce notamment. Ce magazine, c'est sa

lecture, avant de dormir, qu'elle effectue dans son lit. Cette lecture fait partie de sa routine quotidienne. Ce qu'elle apprécie le plus ce sont les petits articles, qui sont faciles et rapides à lire avant de dormir.

JUDITH

Ses premiers souvenirs du *Échos Vedettes* remontent à ses 10 ans alors qu'elle était en visite chez sa grand-mère où il y avait toujours un ou plusieurs exemplaires de ce magazine sur la table du salon. Judith a 27 ans, elle habite dans un appartement qu'elle et son conjoint louent à Montréal. Judith n'a pas d'enfant et elle travaille pour une société d'État. Elle n'achète pas *Échos Vedettes*, c'est sa mère, Louise, qui lui donne les exemplaires dont elle a terminé la lecture. Elle-même, donne ses exemplaires à une amie lorsqu'elle a terminé sa lecture.

Ce qui distingue le plus Judith, par rapport aux autres lectrices interviewées, c'est l'espace où elle lit : la salle de bains. C'est le seul endroit chez elle où elle lit. Elle lit parfois des bandes dessinées et a d'ailleurs souligné que, pour elle, la lecture du *Échos Vedettes* ressemble à la lecture d'une bande dessinée. Sa lecture est étroitement liée à ce qu'elle regarde à la télévision. À titre d'exemple, Judith a beaucoup aimé l'émission de téléréalité québécoise *Loft Story* et a conservé les exemplaires où il était abondamment question de cette émission, qui lors de l'entrevue, datait de plus de deux ans. Elle suit avec assiduité l'émission de téléréalité française *Pékin Express* et aimerait beaucoup retrouver les participants dans *Échos Vedettes*. Pour elle, la lecture de cette publication lui donne quelque chose à discuter lorsqu'elle se retrouve entre amis et elle affirme que, souvent, elle

en sait plus au sujet des vedettes que ses amis qui ne lisent pas ce type de magazine.

GISÈLE

Gisèle est une lectrice fidèle aux vedettes. Elle aime savoir ce qui se passe dans la vie des artistes, avoir des nouvelles des artistes. Elle achète le magazine qui publie la ou les nouvelles qui suscitent son intérêt. Habituellement, son cœur balance entre l'*Échos Vedettes* et le *7 jours*. La lecture de ce type de magazine fait partie de ses habitudes depuis longtemps. Elle ne l'achète pas à chaque semaine, mais néanmoins régulièrement. Elle achète seulement lorsqu'elle a terminé la lecture de la dernière édition qu'elle s'est procurée et seulement si elle voit la suivante dans un des endroits où elle fait ses courses hebdomadaires.

Gisèle a près de 70 ans. Elle est à la retraite et vit avec son mari en banlieue sud de Montréal dans une maison unifamiliale dont ils sont les propriétaires. Elle a une fille et plusieurs petits-enfants qu'elle fréquente régulièrement. Elle est une adepte du camping et adore la musique country québécoise. Elle lit dans les principales pièces de sa maison ou de sa roulotte et à tous moments de la journée. Elle préfère lire le soir, mais cela dépend du temps dont elle dispose. Dans un premier temps, elle lit ce qui suscite son intérêt puis elle revient au début du magazine et lit ce qu'elle n'a pas lu dans l'ordre proposé par le magazine. Les vedettes et « ce qui leur arrive » orientent et organisent sa lecture. Il arrive qu'elle prête son *Échos Vedettes* à une amie, mais comme elle dit elle-même « c'est plutôt rare ». Elle conserve ses exemplaires longtemps et les jette lorsqu'elle en a trop.

3. Analyse

Dans ce chapitre j'analyse le *Échos Vedettes* et les pratiques de lecture qu'il suscite chez les lectrices qui ont participé à cette recherche. J'explore comment s'articulent ces pratiques ainsi que le sens que les participantes attribuent à cette lecture de tous les jours. Ce magazine « à potins » est perçu et approprié de manières différentes par les lectrices selon les moments, son rôle et son utilisation. Comme on le verra, les entrevues ont fait ressortir les modalités d'existence du magazine en tant que marchandise, objet et contenu. Ces « états » seront abordés à tour de rôle afin d'introduire l'économie particulière dont ils participent et servent de point d'entrée sur différentes dimensions des pratiques de lecture du *Échos Vedettes*. Je décris ces pratiques de lecture, j'établis les liens entre les composantes de cette activité et fais ressortir certains éléments particulièrement intéressants que je n'avais pas envisagés au départ de la recherche.

3.1 Les économies de la lecture de tous les jours

Comment cela se passe lorsque vous vous installez pour lire le *Échos Vedettes*?

Je m'installe au salon et je lis, tranquille. (Lorraine, question 15)

(...) quand elle [sa mère] me les donne, ce sont mes revues de salle de bains. Le seul endroit où je les lis, c'est dans la salle de bains. J'ai un petit « rack » dans la salle de bains et elles restent là. (Judith, question 9)

Je les laisse sur ma table de chevet et le soir avant de dormir, je le feuillète, je lis des articles et je le remets sur ma table de chevet. (Louise, question 11)

Je lis à la table de cuisine, c'est ici que je suis bien, il fait plus clair. Le soir vers 4h ou 4h30, je fais quelques mots [du mots croisés] en attendant que le souper soit prêt. (Denise, question 15)

Je peux le lire le soir quand j'ai du temps libre. Parfois, c'est l'après-midi et s'il fait beau, je vais m'asseoir à l'extérieur. C'est quand j'ai du temps libre, mais la plupart du temps c'est le soir. (Gisèle, question 13)

Je n'ai pas de temps fixe, c'est quand ma mère me donne des magazines. Je reviens le soir et je vais m'installer ici à la table pendant que les enfants vont regarder la télévision ou quand il n'y a personne à la maison. (Julie, question 6)

Comme on l'a vu, les pratiques de lectures reposent sur une économie à trois volets décrite par Collinson en termes d'économie spatio-temporelle, sociale et textuelle. C'est sous cet angle que j'analyserai les réponses que m'ont fournies les participantes dont je tente de comprendre les pratiques de lecture du *Échos Vedettes*.

3.1.1 L'économie spatio-temporelle

Donc vous observez une sorte de rituel?

Je le feuillète. Je fais mon ouvrage. Le soir vers 4 h, 4 h 30, en attendant le souper je vais faire quelques mots. Je ne veux pas trop en faire, je veux m'en garder pour le samedi et le dimanche. (Denise, question 12)

Comment ça se passe lorsque tu as le *Échos Vedettes*?

Je dirais que c'est comme un petit temps où « pouf » je ne pense à rien. Pour toutes ces lectures-là, le *Échos Vedettes*, le *Lundi*, le *Coup de Pouce*, le *7 Jours*, je m'installe ici [dans la cuisine] et je vais me prendre quelque chose à boire. Parfois c'est un verre de vin. Tu sais, je trouve que je décroche. Je lis tout ça, je lis les gros titres, les articles puis je le laisse là. Le lendemain en déjeunant je vais le reprendre et je vais lire ce que je n'ai pas eu le temps. (Julie, question 5)

Pour les participantes à ma recherche, ce magazine à potins est un objet qui a sa place dans leur vie privée, dans l'intimité de leur maison et qui est synonyme de routine, de relaxation et d'évasion.

Aucune ne le lit dans un endroit public. Il semble que l'objet *Échos Vedettes*, comparativement à ses concurrents, le *Lundi*, *La Semaine* ou le *7 Jours*, fait l'objet de préjugés de classe. Pourtant elles lisent toutes plusieurs magazines populaires et parfois dans des endroits publics. C'est l'impression que Julie a exprimée dans le cadre de l'entrevue, avouant avoir des préjugés envers le *Échos Vedettes* lorsqu'il se trouve dans un lieu public :

As-tu déjà vu le *Échos Vedettes* dans un endroit public?

Non. Peut être chez la coiffeuse et je ne l'ai pas pris en premier. J'avoue, c'est un peu gênant de prendre cette revue-là dans une salle d'attente. C'est plus un autre magazine que je vais prendre. Comme le *Paris Match*, mais le *Échos Vedettes*, je vais avoir l'air d'une « tante » qui veut lire des potins. (Julie, question 26)

Comment expliques-tu ça?

Je dirais que c'est comme si le *Échos Vedettes* c'est pour une certaine classe sociale, même si tout le monde le lit. Ça ne fait pas très intellectuel de lire ça. Il y a des préjugés autour de ce magazine. Mais je l'ai pris après, je me sentais à l'aise après quelques minutes. (Julie, question 27)

Du point de vue des autres lectrices interviewées, lorsqu'elles en discutent, l'objet⁴ et ce qu'il signifie relèvent de leur vie quotidienne, pas d'une classe sociale que ce produit culturel révélerait. Et pourtant, tout ce qui entoure cet objet, l'espace et le temps qu'il occupe, les rituels dont il fait partie, sa vie utile et sa circulation, permettent d'entrevoir certains signes de classe tels que l'éducation et le niveau de vie. Julie est la seule lectrice à avoir abordé cette question de classe.

Est-ce que le *Échos Vedettes* est un type de lecture qui se lit en public?

⁴ Je me suis librement inspirée des travaux de Baudrillard (1969) (1972) afin de définir l'objet *Échos Vedettes*.

Je pense que non. Dans le métro, non. Je ne pense pas. (Julie, question 28)

Est-ce que tu jugerais les gens qui lisent le *Échos Vedettes* en public?

Oui, complètement. Moi, je ne fais pas partie de cette catégorie de gens. Il me semble que je ne réponds pas au profil de la lectrice du *Échos Vedettes*. Ma mère, elle ne serait pas gênée de lire dans le métro ou ailleurs. (Julie, question 57)

Qu'elles en soient conscientes ou non, qu'elles en tiennent compte ou non, les lectrices savent qu'*Échos Vedettes*, et son lectorat, font l'objet de certains préjugés qui lient ce magazine à un groupe d'individus, à une classe sociale. Il demeure que cet objet ne se trouve pas en public. Les lectrices ne le cachent pas, mais elles n'en font pas la promotion en dehors de leur vie privée. Sans s'en rendre compte, elles réagissent peut-être à la signification sociale de ce magazine et plutôt que de s'en priver, elles en ont fait un objet qui trouve sa place à la maison.

Aucune participante ne passe de longs moments à lire l'*Échos Vedettes*. C'est une pratique de lecture qu'elles effectuent en plusieurs moments assez courts. Le temps n'est pas recherché en terme de quantité, mais plutôt en terme de qualité; il s'insère facilement dans une routine, ne dérange pas et permet de profiter d'un petit plaisir, avant de dormir, à la salle de bains, au salon ou à la cuisine. Denise illustre bien cette lecture par petits moments qui dit consommer ce magazine à petites doses afin de « s'en garder jusqu'au dimanche ».

Ce qui semble demeurer constant pour les participantes c'est le confort recherché pour lire l'*Échos Vedettes*. Bien sûr, les standards de confort d'une lectrice à l'autre peuvent différer et à partir de là, offrir des pistes d'explication en ce qui a trait à la multitude d'espaces privés où est lu ce magazine. La lecture de tous les jours ferait

en sorte que les lectrices s'approprient l'espace et façonnent ainsi l'expérience des lieux où elles lisent :

By creating such 'reading places', readers actually construct their everyday cultural worlds because reading transforms their experiences of particular social spaces. In the domain of the home and in the crush of public transport, reading marks the space as what Wise calls 'a place of 'confort' (Wise 2000: 297). (Collinson 2009: 55).

Les participantes à cette étude lisent l'*Échos Vedettes* dans des espaces précis.

Lorraine lit dans le salon, Judith lit dans la salle de bains, Louise lit dans sa chambre alors que Denise et Julie lisent dans la cuisine. Gisèle ne mentionne pas d'endroit préféré, mais lit chez elle, dans l'intimité de son domicile. En plus de lire dans un lieu fixe, cinq d'entre elles, Louise, Denise, Lorraine, Julie et Gisèle, lisent à des moments prédéterminés. Louise lit le soir avant d'aller dormir, Denise lit en fin d'après-midi et Lorraine, Julie et Gisèle lisent le soir.

Ce n'est pas sans raison que ces pratiques de lecture occupent des espaces et des moments prédéterminés. Ils semblent garantir le minimum de confort et de tranquillité nécessaires à cette activité. Ils apparaissent comme des régulateurs de pratiques de lecture qui assurent aux lectrices le bon déroulement et une certaine constance des conditions de base de cette expérience et du plaisir qu'il procure. La recherche de ces deux conditions explique, peut-être en partie, pourquoi les lectrices de ce magazine lisent seulement dans l'intimité de leur domicile. Trouver un endroit confortable et des moments tranquilles au travail, dans les transports en commun ou tout autre endroit public s'avèrerait plutôt difficile : la lectrice n'a aucun contrôle sur la présence de gens, peu ou pas de contrôle sur le confort, peu ou pas de contrôle sur la tranquillité et est soumise à l'irrégularité de moments disponibles.

Compte tenu des préjugés dont j'ai parlé dans le cadre de ma problématique, on peut aussi comprendre que lire en public exposerait, probablement, les lectrices aux jugements des collègues et autres personnes autour d'elles dans ces lieux publics. Bien qu'aucune des participantes à ma recherche ne lit ce magazine en public, cela ne veut pas dire qu'aucune lectrice du *Échos Vedettes* ne le lit en public. Il serait d'ailleurs intéressant de se pencher sur la lecture de ce magazine à potins dans des lieux publics.

Ce qui surprend lorsqu'il est question des espaces de lecture des participantes, c'est leur variété. Tous les espaces domestiques de la vie privée sont mis à profit. Le salon et la cuisine sont ceux auxquels je m'attendais et de fait, ce sont ceux qui rassemblent le plus grand nombre de lectrices. On peut attribuer à chaque espace une signification particulière et imaginer que chacun de ces endroits permet une expérience différente selon ce que la lectrice recherche comme contexte pour cette activité.

Ainsi la cuisine au Québec, à une certaine époque et dans certains milieux encore aujourd'hui, tend à symboliser la femme et son rôle autant dans la famille que dans la société. C'est également un espace auquel elle est encore associée et où elle a longtemps été confinée. Dans *L'espace domestique : pour une géographie de l'intérieur*, Jean-François Stazak affirme que l'espace domestique est probablement celui où la question du genre se distingue le plus :

La géographie des genres (*genders*) l'illustre bien : l'espace domestique est sans doute celui où la dimension spatiale du genre est la plus claire et la plus déterminante, à cause de la réclusion de la femme au foyer et parce que c'est dans la cellule familiale que s'expriment d'abord les relations homme/femme. (Staszak, 2001: 357)

L'espace domestique, et plus encore lorsqu'il est question de la cuisine, est associé à la femme, à ce qu'on attend d'elle pour le bien-être de sa famille et de la société. Historiquement et sur de longues périodes, tout était mis en œuvre afin que les femmes conservent et soient limitées à leur rôle dans l'espace domestique. Longtemps, les discours des biens pensants, religieux, politiciens et philosophes visaient à maintenir les femmes dans un état de servitude et de les convaincre du bonheur qu'elles peuvent tirer de ce rôle. Dans le cadre d'une recherche sur le quotidien des Québécoises au début du 20^e siècle, *L'éducation familiale et la valorisation du quotidien des femmes au XX^e siècle*, Jocelyne Mathieu fait la description du bonheur inscrit dans la définition des sciences ménagères au 19^e siècle :

Le bonheur dans la famille vient, en effet, presque exclusivement de la femme, à qui est confié le gouvernement de ce petit royaume intérieur; les autres membres y apportent du dehors les éléments du bien-être, mais sans son secours ces éléments resteraient improductifs. (Mathieu, 2003 : 149)

L'histoire de l'espace domestique au Québec et au Canada est indissociable de l'histoire et de l'évolution de la femme. Il n'est donc pas surprenant d'apprendre que ce soit principalement les femmes qui aient subi les conséquences, positives comme négatives, des changements dans la configuration des espaces domestiques. C'est ce que Peter Ward affirme dans *A History of Domestic Space : Privacy and the Canadian Home* publié en 1999 qui explore l'histoire et l'évolution des habitations canadiennes depuis sa fondation :

First, wherever and whenever the separation of the kitchen from the rest of the house occurred it had an especially important impact on women. As long as family life centred on this room, women remained at its heart even as they worked. In fact, the kitchen was a woman's

domain and the informal authority governing the kitchen was hers. But as it shrank and became a more specialized space, the focus of family life moved elsewhere in the home. This process tended to isolate the housewife from the rest of the household. (Ward 1999: 77)

Au cours de la décennie qui a suivi la fin de la Deuxième Guerre mondiale, la configuration de la cuisine a été revue. Les femmes se retrouvaient maintenant seules dans cette pièce alors que la famille était dans une autre pièce. Peu importe l'époque, les changements effectués dans les espaces du domicile affectent la vie des femmes. Quoique visant à servir les intérêts des femmes, certains changements ont eu pour effet de les isoler davantage.

Est-ce que l'histoire des femmes au Québec et leurs relations complexes avec cette pièce de l'espace domestique donnent des pistes afin d'expliquer pourquoi Julie et Denise lisent *Échos Vedettes* dans la cuisine? La première lit ce magazine dans cette pièce depuis son enfance et est étroitement liée à la relation avec sa mère. En ce qui concerne Denise, en raison de son âge, 80 ans, elle a probablement vécu une grande partie de sa vie adulte à remplir son rôle de mère et d'épouse dans cette pièce. Denise lit *Échos Vedettes* seulement depuis qu'elle vit seule. Elle pourrait lire dans une autre pièce de son appartement. Comment comprendre que la lecture de ce magazine à potins se lit plus souvent dans la cuisine qu'ailleurs chez les lectrices? Est-ce que c'est le temps, fractionné en plusieurs petits moments, qu'elles accordent à cette lecture qui fait de la cuisine le meilleur endroit pour le lire?

Des débuts de la colonie jusqu'aux années 50, le salon a été, pour sa part, un espace domestique qui servait surtout à recevoir et était probablement l'espace le plus public de la maison. Selon les classes sociales, un ou deux éléments essentiels formaient le cœur de cet espace : le foyer et, pour les bourgeois, souvent le piano

ou un autre instrument de musique. Le premier pour rassembler et l'autre pour divertir. C'était également la pièce où il était permis et même requis de se représenter aux autres, aux gens qui étaient reçus :

Like a museum exhibit under glass, it displayed the family to the outside world through its material possessions: its links with the past through family portraits, its wealth through its furnishings, its refinement through books, pictures, *objets d'art*, and musical instruments. (Ward 1999: 62)

Le salon a également ceci de particulier qu'il en existe plusieurs configurations : il y a le boudoir, le cabinet et la salle familiale, (*parlour, sitting room, front room* et *living room*). Lorsque l'espace était suffisant, il n'était pas rare qu'une maison possède deux salons (ou deux pièces à usages multiples), un pour accueillir les visiteurs et un pour les activités familiales de tous les jours. Le contexte socio-économique de l'après-Deuxième Guerre ainsi que l'apparition de nouvelles technologies, premièrement la radio, puis le téléviseur jusqu'à l'ordinateur, ont en moins d'une décennie, modifié le salon tel que connu jusque-là. Le point central de rassemblement du salon est maintenant un ou plusieurs appareils électroniques voués au divertissement. Le foyer et le piano ne sont plus au centre de cet espace et ont par conséquent disparu du salon (Ward 1999 : 34).

Lorraine est la seule qui lit *Échos Vedettes* au salon et il semble que c'est surtout pour le confort que lui procure cette pièce. Elle possède un téléviseur, mais comme elle vit seule, elle n'a pas à partager cet espace avec d'autres comme Julie qui, elle, se retrouverait avec son conjoint et ses enfants si elle lisait dans le salon. Le salon est également une pièce où tous les membres de la famille peuvent se retrouver. Comme le téléviseur est généralement au salon, la tranquillité de cette pièce, pour la

lecture, n'est peut-être pas toujours au rendez-vous à moins de vivre seule ou en couple. Le salon a également ceci de particulier, en comparaison à la cuisine ou aux autres espaces de lecture de la vie privée, c'est un espace convivial où différentes formes de divertissement, dont la lecture, ont leur place.

En ce qui a trait à la chambre à coucher, c'est un espace qui répond peut-être le mieux aux conditions de confort et de tranquillité. Comme tous les espaces domestiques, la chambre a connu une évolution. En Amérique du Nord, ce n'est qu'au 19^e siècle que la chambre a fait son apparition dans la maison, pour les parents puis pour les grands-parents et finalement pour les enfants. Aujourd'hui, ce sont souvent des pièces dotées d'une grande autonomie avec un téléviseur, une radio, un ordinateur, une table de travail et parfois une salle de bain et un canapé :

The rooms themselves offer a separate place for schoolwork, and often include radios, television and phones among the many electronic gadgets once available only centrally within the house. The bedroom has become every adolescent's private domain, decorated to her tastes, maintained to her standards of order and cleanliness. (Ward 1999 : 88)

En plus d'être un espace confortable, accessible et privé, la chambre peut également être considérée comme un espace culturel :

For the readers, the bedroom is certainly a significant cultural space. Bedroom readers have a high degree of control over their own reading practice as a consequence. (Collinson 2009 : 46)

Les espaces domestiques, comme les espaces publics, sont des lieux de consommation culturelle. On ne fait pas que dormir ou lire dans une chambre, on peut également, entre autres, écouter de la musique ou des films. Ces pratiques culturelles forment ce qui a été qualifié de « bedroom culture », entre autres par

Sarah-Louise Baker qui a étudié la consommation musicale populaire et « la culture de la chambre » chez les préadolescentes. Dans *Pop into the bedroom : Popular Music in Pre-Teen Girls' Bedroom Culture* (2004), elle démontre que la « bedroom culture » trouve sa source à l'adolescence et affirme que cette culture persiste, chez certaines, tout au long de la vie.

Louise lit *Échos Vedettes* dans sa chambre, juste avant d'aller dormir. La chambre à coucher semble être l'endroit où elle a le plus de contrôle sur son espace, sur le temps, sur le confort et sur les gens qui s'y trouvent. Cette pratique pourrait peut-être s'inscrire dans la culture de la chambre à l'âge adulte? Dans le même sens est-ce que la lecture du *Échos Vedettes* dans la cuisine, par exemple par Denise et Julie, peut-elle être une « culture de la cuisine »? Est-ce que certaines pratiques culturelles peuvent donner lieu à une culture de l'endroit où elles sont pratiquées?

Le dernier espace de lecture que je souhaite aborder, la salle de bains, tend à confirmer ce que Collinson affirme, soit que la lecture modèle les espaces. Judith lit *Échos Vedettes* uniquement dans la salle de bains. Le confort de la salle de bains est relatif et souvent minimal. Par contre, cet espace peut offrir une tranquillité et un temps d'arrêt certain. Si le confort est préférable, mais non essentiel, pourquoi les lectrices choisissent-elles un endroit particulier où lire ce magazine à potins? Les espaces de lecture, qui relèvent de la vie privée, offrent aux lectrices une certaine récurrence des moments où elles auront l'occasion de lire cette publication.

L'espace et le temps facilitent la lecture du magazine dans la vie de tous les jours. Le meilleur exemple est donné par Denise qui lit dans la cuisine en fin d'après-midi alors qu'elle attend que son souper soit prêt. Si cela s'avère, Judith qui vit seule

avec son conjoint pourrait lire son magazine n'importe où chez elle. Elle lit peut-être dans la salle de bains par manque de temps, cette pratique de lecture s'arrime bien avec les moments où elle se trouve dans cette pièce.

La salle de bains possède également un statut particulier pour Louise qui laisse les exemplaires qu'elle a lus à cet endroit afin que les gens qui lui rendent visite aient accès. Est-ce que c'est le type de lecture qui « exige » ou dirige la lectrice vers l'endroit où elles (ou leurs invités) vont lire ce magazine? Plus le temps consacré à la lecture est long, comme lors de la lecture d'un livre, plus le confort physique doit être important. C'est peut-être là la différence entre la lecture de tous les jours de livres et de magazines, le confort physique. Pour en revenir à Judith, comme elle ne passe pas des heures à la fois dans la salle de bains, le confort est probablement moins important que lorsqu'elle lit un livre. Il semble que les lectrices peuvent facilement passer seulement quelques minutes à la fois à lire ce magazine, et ce sans perdre le fil ni l'intérêt.

Là où Collinson a, selon moi, vu juste, peu importe le type de lecture, que ce soit un magazine ou un livre, c'est que l'espace et le temps mettent en place les fondements de la ritualisation des pratiques de lecture, en l'occurrence celles des lectrices du *Échos Vedettes*. Le fait de retourner au même endroit à des moments identiques, semaine après semaine, à la recherche du même plaisir, contribue au rituel que les lectrices mettent en place, recherchent et répètent en lisant ce magazine à potins.

3.1.2 L'économie sociale

Le premier contact qu'ont les lectrices avec *Échos Vedettes* l'est à titre de marchandise. Non seulement quelque chose qui s'achète et se vend, mais plus encore, qui fait partie des circuits de consommation des lectrices qui se procurent cette publication. En tant que réseaux d'échanges, les circuits de consommation sont, en fait, des itinéraires composés de détaillants que les lectrices ont l'habitude de visiter afin de se procurer un ensemble de denrées courantes telles que nourriture, produits de soins personnels, essence, etc. Deux particularités définissent ces circuits de consommation : on peut les qualifier de « tous les jours » et de proximité. Comme c'est le cas pour bon nombre de produits de consommation de la vie quotidienne, *Échos Vedettes* ne possède pas un statut particulier. Les lectrices ne parcourent pas de grandes distances ou ne se rendent pas au centre-ville afin de l'acheter, elles l'achètent d'un des détaillants de leur circuit de consommation habituel. Plusieurs achètent cette marchandise, qui fait partie de leur vie quotidienne, une fois par semaine. *Échos Vedettes* se trouve à l'état de marchandise à travers les transactions qui en organisent, en l'occurrence, l'achat. Ainsi, Denise se procure ce produit de consommation toutes les semaines et observe un rituel précis qu'elle entretient depuis plusieurs années :

Comment l'Échos Vedettes arrive chez vous?

J'arrête l'acheter à l'épicerie, au Métro, ou à la pharmacie, le vendredi matin après avoir été coiffer ma sœur. (Denise, question 9)

Sans avoir une routine aussi précise, Louise se procure habituellement le magazine à toutes les semaines dans l'un ou l'autre des lieux où elle fait ses achats :

Avez-vous des habitudes d'achat : au même endroit, le même jour?

Pas du tout. Quand ça adonne, quand je vais à l'épicerie si je vois qu'il y en a un que je n'ai pas, je l'achète. À la caisse en passant si je le vois, mais je ne fais pas de détour pour ça. Si ce n'est pas aujourd'hui, ça sera demain et s'il n'y en a plus, ce n'est pas plus grave. Habituellement, j'arrive à mettre la main dessus chaque semaine. (Louise, question 12)

La proximité est la seconde caractéristique des circuits de consommation au sein desquels *Échos Vedettes* a sa place. Les lectrices se procurent ce magazine comme marchandise près d'où elles le consomment. Prenons le cas de Lorraine. Il y a quelques années, elle se rendait à son chalet chaque fin de semaine. Elle achetait *Échos Vedettes* à la même fréquence qu'aujourd'hui, aux deux semaines, mais pas dans le quartier où se trouve sa résidence principale, mais dans un des commerces du village où était situé son chalet.

Est-ce que tu l'apportes avec toi?

Quand j'avais mon chalet, je l'achetais là-bas, je ne le transportais pas. (Lorraine, question 45)

En plus de faire une transaction monétaire (achat), certaines lectrices offrent cette marchandise lorsqu'elles en ont terminé l'utilisation. Ces relations sociales d'échange relèvent de leurs réseaux sociaux, dans ces cas-ci, familiaux ou amicaux. Les lectrices qui donnent ce magazine après sa lecture le font soit à un membre de leur famille proche ou à une amie. Des six lectrices qui ont participé à ma recherche, trois échangent *Échos Vedettes* : deux l'échangent avec un membre de leur famille et une l'échange avec une amie.

Ce qui rend encore plus intéressante cette marchandise, ce sont les relations sociales, entre femmes exclusivement, qu'elle engendre et entretient. Les lectrices

acquièrent, consomment puis, dans certains cas, échangent l'*Échos Vedettes* par l'entremise de leurs réseaux familiaux et amicaux. Toujours entre femmes, l'échange de ce magazine se produit soit entre mères et filles, entre sœurs ou entre amies.

Quand tu as terminé la lecture qu'est-ce que tu fais avec les *Échos Vedettes*?

Je les donne à Judith, ma belle-fille et ma belle-sœur aussi aiment beaucoup ça. (Louise, question 8)

Je les accumule moi aussi et quand j'en ai une bonne petite pile, je les donne à mon amie Fanny. (Judith, question 7)

Je détache le Télé-horaire et je le donne à ma sœur qui elle me donne les mots croisés de *La Presse* et du *Lundi*, c'est un échange. (Denise, question 10)

En ce qui a trait aux lectrices interviewées qui reçoivent cette publication, Judith et Julie, elles la reçoivent de leur mère.

Comment le *Échos Vedettes* arrive jusqu'à toi?

C'est ma mère qui l'achète. Quand elle a fini de les lire, elle me les donne. Quand on se voit, habituellement, elle me donne toujours 7 ou 8 magazines [pas uniquement *Échos Vedettes*]. (Judith, question 6)

Lorsque je vais chez ma mère, elle me donne une pile de magazines. Souvent, ce ne sont pas ceux de la semaine, ce sont ceux de l'autre semaine d'avant. Je pars avec et je les emmène chez moi. (Julie, question 3)

Il est possible d'envisager que ces lectrices participent par l'entremise du *Échos Vedettes* à un échange symbolique (sentiments ou autres) avec la personne qui offre cette marchandise. Elles gagnent accès à cette marchandise, non pas dans leur circuit de consommation, mais à l'intérieur de leur réseau social. Je considère qu'*Échos Vedettes* possède le statut de marchandise pour toutes les lectrices,

qu'elles achètent ou reçoivent ce magazine à potins, il est une marchandise contre laquelle il y a un échange monétaire ou autre, par exemple de bons sentiments.

On pourrait croire que ces pratiques de lecture n'ont aucune portée sociale.

Pourtant, certains chercheurs démontrent le contraire. Colin Sparks et John Tulloch dans *Tabloids Tales : Global Debates over Medias Standards* publié en 2000, abordent les travaux d'Helen McGill-Hugues qui portent sur la nature et le rôle du « human interest » dans la presse commerciale aux États-Unis. Bien que ces travaux datent de 1940, ils démontrent le contraire soit que la lecture de tous les jours permettrait une certaine conscientisation politique et sociale :

For Hugues, there was no contradiction between the domination of the newspapers by the values of the human interest story and the function of political education. On the contrary, the immediacy of coverage centered on the individual personality was a powerful mechanism for involving the masses who might otherwise be indifferent to the abstract issues of political life. (Sparks and Tulloch 2000: 20)

Ytre-Arne croit également que la lecture de tous les jours de magazines féminins s'insère probablement dans une perspective culturelle et sociale plus large qu'il n'y paraît:

Regular readers value women's magazine reading as a relaxing ritual that holds a specific place in the structure of everyday life, and they appreciate the properties of the print magazine medium as particularly suited to such reading rituals. However, readers also engage in critical evaluations of women's magazine texts. Sometimes women's magazines fail to live up to readers' expectations, but mainly regular readers experience women's magazines as relevant – to their everyday lives and to their conceptions about their own lives. Furthermore, these experiences are relevant to society in a broader sense, as women's magazine reading can be understood as one of several possible resources for relating one's personal life to a greater social and cultural community. (Ytre-Arne, 2012 : iii)

Le goût de la lecture, en général, trouve sa source dans l'enfance, à l'intérieur de la famille. Collinson affirme que les premières expériences de lecture se vivent avec des membres de notre famille alors même que nous ne savons pas lire.

It would be remiss not to at least outline the first social relationship within which readers find themselves: reading within the family. (Collinson, 2009 : 59)

L'initiation et une certaine formation se poursuivent tout au long de notre éducation. En dehors de ces cadres, il y aussi les cercles d'amis et collègues à travers lesquels nous pouvons échanger, lire, discuter, découvrir, évaluer, interpréter et recommander ce que nous lisons. L'économie sociale des pratiques de la lecture implique donc, dès ses débuts, des membres de notre famille et des gens qui nous entourent. En plus de traiter de sujets, de près ou de loin, qui nous touchent, qui nous informent et qui parlent de nous en tant que société :

... everyday readership as formed by social economy of reading (...) is a highly social activity, learned and performed within specific social relationships. (Collinson, 2009 : 125-126)

Johansson affirme également que la lecture de tous les jours de magazines ou de tabloïds est habituellement initiée par la famille :

Partly, peers and parents were seen to be influential in creating the initial awareness of a paper. (Johansson 2007 : 22)

Quatre des lectrices interviewées ont eu leur premier contact ou ont été initiées au *Échos Vedettes* par l'entremise de leur mère, belle-mère ou grand-mère. En plus d'être initiée ou apprise dans la famille, cette pratique de lecture semble se transmettre d'une femme à une autre.

Ma mère achetait l'*Échos Vedettes* quand j'avais 17 ou 18 ans. Je pense qu'on feuilletait plus pour voir les photos que d'en faire la lecture. (Lorraine, question 4)

Quand j'étais petite, chez ma grand-mère, il y avait toujours un exemplaire du *Échos Vedettes* sur la table du salon. Je devais avoir environ 10 ans. (Judith, question 3)

Pour moi aussi, sa grand-mère [celle de Judith] était ma belle-mère. Au petit dépanneur du coin, elle le faisait toujours mettre de côté. Chaque semaine, le *Échos Vedettes* et le *7 Jours*, (...), elle voulait être certaine d'avoir ses revues toutes les semaines. Souvent, elle m'envoyait chercher ses revues au dépanneur. (Louise, question 3)

Moi, ma mère me donnait, le samedi matin, les sous pour que j'aie acheter l'*Échos Vedettes* au dépanneur. Tous les samedis, c'est le samedi que ça sortait, en tout cas je pense que oui, ou le vendredi soir, je ne sais plus. (Julie, question 2)

Est-ce que d'autres activités culturelles circulent dans des réseaux sociaux de genre qui sont amicaux ou familiaux? À titre d'exemple, un magazine pour hommes? De la musique classique?

Denise et Gisèle ne semblent pas avoir été initiées à la lecture de cette publication par des femmes, mais les partagent ou en discutent avec des femmes de leur entourage. C'est, du début à la fin, de la marchandise, au contenu jusqu'à la façon dont certaines le donnent ou l'échangent, une activité sociale qui est apprise, qui a un impact et qui peut être transmise de femme en femme.

3.1.3 L'économie textuelle

Le *Échos Vedettes* à l'état de contenu se définit principalement par la familiarité qu'éprouvent les lectrices en regard de ce dont il y est question, par les photographies des vedettes dont les pages du magazine sont remplies et par le traitement des nouvelles sous l'angle humain, la *human interest story*. Ces éléments du contenu font partie des principales motivations qui incitent les lectrices à lire ce

magazine à potins. Lorraine explique bien dans l'extrait qui suit qu'à son avis les vedettes du *Échos Vedettes* sont comme tout le monde et c'est pour cette raison qu'elle lit ce magazine :

L'as-tu toujours lu de cette façon [du début à la fin]?

Ça n'a rien avoir avec le vedettariat, ce sont des gens comme les autres. Et tu te rends compte qu'ils sont comme tout le monde. (Lorraine, question 61)

Ce n'est pas comme le *People* [magazine traditionnel américain où on retrouve des célébrités] avec des vedettes comme Britney Spears ou Brad Pitt?

Non, je n'aime pas ça. Pas d'intérêt. J'aime les personnalités publiques comme nous. (Lorraine, question 62)

Il semble qu'elles connaissent toutes très bien les vedettes qui composent le *star system* québécois qu'on retrouve dans la publication. Également, comme le mentionnent Gisèle et Lorraine, *Échos Vedettes* leur fait découvrir de nouvelles personnalités :

Moi je veux avoir des nouvelles des artistes. Il y en a que je connais et il y en a que je ne connais pas. Mais à force de les voir et de lire à leur sujet, j'en viens à les connaître. (Gisèle, question 2)

Oui, tu leur découvres d'autres talents. Elle, Marilou Wolfe, depuis que j'ai commencé à suivre l'émission Musée Éden, je la trouve pas mal bonne. Avant, je ne la connaissais que comme la blonde de Guillaume Lemay-Thivierge. (Lorraine, question 59)

En plus de la familiarité, le « human interest story » (McGill-Hugues cité dans Sparks et Tulloch, 2000: 20) donne l'impression aux lectrices de connaître la vie personnelle des vedettes qui ne seraient pas des intouchables épargnés par les événements heureux ou malheureux de la vie. Ce type de traitement de la nouvelle apporte un éclairage intimiste sur la vie des vedettes.

Qu'est-ce qui fait que vous achetez le *Échos Vedettes*?

C'est ce qui c'est pas passé. Pour savoir qu'est-ce qui arrive aux artistes. Par exemple, s'il y en a un qui a le cancer, s'il y a une femme qui est enceinte, je veux être au courant de ce qui se passe. Comme elle [Pénélope McQuade], elle a eu un gros accident et j'étais curieuse de savoir comment ça s'est passé. (Gisèle, question 7)

Est-ce que tu as des vedettes préférées?

Oui, Véronique Cloutier, je veux toujours en savoir plus, je trouve qu'elle est secrète. Ceux qu'on voit moins, j'ai l'impression que j'en apprends sur eux. (Julie, question 45)

Les lectrices ont, chacune à leur manière, une façon bien personnelle de percevoir le contenu de cette publication. Pour Lorraine c'est un peu comme un rappel ou un compte rendu des vedettes de sa jeunesse. Pour Louise, ce sont des articles courts qui demandent peu de concentration. Quant à Judith, c'est un contenu qui lui permet d'en savoir plus que les autres sur les vedettes qui lui donne quelque chose à raconter ou discuter. Comme elle sait les nouvelles à l'avance qu'elle apprend à la radio, pour Denise le contenu c'est les mots croisés, le télé-horaire et les photos. Gisèle veut se tenir au courant des derniers événements de la vie de tous les jours de ses vedettes préférées. Pour Julie, c'est un contenu léger qui lui permet de décrocher.

En tant que contenu, le magazine ne signifie pas la même chose pour toutes les lectrices. Certaines connaissent les journalistes, les noms des chroniques et chroniqueurs, etc. Pour elles, le contenu est précis et identifiable. Louise est une de ces lectrices :

J'adore ce que Mario Lirette écrit puis je lis les « Coup de cœur, Coup de gueule ». Le reste je lis page par page. Il y a des articles qui sauteraient que je ne me rendrais pas compte. Mais ces deux-là y sauteraient, ça me dérangerait. (Louise, question 18)

Promotion

Des vedettes et des pas mûres

par Mario Lirette



C'est pas Losique!

Je ne sais pas si c'est moi qui délire, mais dites-moi ce qu'Anne-Marie Losique s'est fait au visage? Elle qui, il y a une ou deux années à peine, était quand même assez jolie, a aujourd'hui l'air de la femme du Joker dans *Batman*. Peut-être trouvez-vous que je commence 2013 assez raide, mais je n'en reviens tout simplement pas des ravages du Botox sur nos femmes. Mais qu'est-ce qui leur passe par la tête, bon Dieu? La recherche de la fontaine de Jouvence, de tout temps, a été ponctuée de rêves et de fantasmes. Mais remplacer cette eau au pouvoir magique par une seringue au pouvoir destructeur, faut le faire!

J'imagine que, comme moi, Anne-Marie est en mesure de comparer avant et après. Laissez-moi vous dire que si elle trouve ça mieux qu'avant, eh bien, on ne vit pas sur la même planète! Je ne veux pas avoir l'air de m'acharmer sur elle particulièrement, moi qui écrivais en juillet 2008 qu'elle se mettait trop, beaucoup trop de gloss sur les lèvres, mais il y a beaucoup d'autres manières d'être belle. Bien sûr, elle a une image à protéger – mais à quels risques, jusqu'à s'atrophier personnellement? Ça ressemble plus à de l'autodestruction qu'à de l'évolution. Je ne suis pas plasticien et je ne veux pas parler à travers mon chapeau, mais le Botox ne peut pas faire à tout le monde. C'est comme le chandail bedaine. Je te le déconseille si tu as l'air de Bébé Papillon (strip-teaseuse québécoise des années 70 qui pesait 125 kilos), quoique certainement moins dangereux.

J'ai lu quelque part que le Botox reste dangereux, qu'il peut causer des dommages s'il est mal utilisé. Mais pourquoi vouloir changer à tout prix ce qui est naturellement beau? Anne-Marie Losique, on le sait, aime choquer. Elle en a le droit, mais elle n'est pas obligée pour autant de se blesser.

En 2013, plus rien n'arrête le monde: tatouage intégral, piercings à la langue, aux mamelons et même ailleurs, implantation d'objets sous la peau dans le but de modifier volontairement le corps, division de la langue pour qu'elle soit fourchue et ressemble à celle d'un serpent venimeux, etc. Quand j'étais petit, on voyait à la télévision des reportages sur des tribus éloignées de Papouasie ou d'Amazonie. On les trouvait primitifs avec leur attirail, leurs anneaux dans le nez et leurs os traversant les oreilles, sans parler de leurs rites bizarres et souvent dégradants à nos yeux de Nord-Américains soi-disant modernes. C'était dans les années 50 et 60. Il faut croire, aujourd'hui, qu'ils n'étaient pas si primitifs que ça. Je dirais même peut-être qu'ils étaient en avance sur leur temps.

Le moment est-il venu pour nous de retourner à l'âge de pierre, de revivre en tribus, de s'automutilier, de porter des boucles d'oreille démesurément grandes, tout ça au nom de la liberté d'expression? Ce n'est pas à moi de me prononcer sur cette question. Chacun fait ce qu'il veut de son corps. Mais pour certains, c'est la meilleure façon de s'exprimer, comme quand les mots manquent. Peut-être qu'Anne-Marie Losique ne peut tout simplement pas s'exprimer correctement avec de simples mots? Peut-être qu'elle a trouvé ce moyen pour nous dire quelque chose? Quelque chose comme «je ne suis pas bien dans ma peau».

C'est malheureux, tout de même. Cette femme semble très bien réussir en affaires, elle qui a fondé il n'y a pas si longtemps une chaîne de télévision qui semble avoir du succès. Chère Anne-Marie, je t'aime bien, tu le sais, mais je t'en prie, n'altère plus ta beauté. Celle qui réside dans ton cœur. Ce serait «illosique» et malheureux! (Petit jeu de mots pour détendre l'atmosphère.)



Figure 16. Chronique hebdomadaire « Des vedettes et des pas mûres » de Mario Lirette. *Échos Vedettes* du 2 au 8 février 2013, page 52

Coup de cœur Coup de gueule coudon!

Downton Abbey, à la hauteur des attentes

Actuellement diffusée à Radio-Canada, le samedi à 20 h, la version française de la première saison de *Downton Abbey* remplit vraiment ses promesses. L'action de cette série d'époque typiquement britannique se déroule vers 1910 et met en scène la famille Crawley et ses domestiques, qui habitent le fameux manoir du titre. Cette belle production jouit d'une excellente distribution, et plusieurs de ses personnages sont fort attachants. Tournée dans le décor naturel de la campagne anglaise, cette série séduisante rappelle les conventions sociales d'une époque pas si lointaine. Pour ceux qui voudraient voir la version originale, l'ensemble des trois saisons est déjà offert en coffret DVD. En ce moment, le réseau PBS en diffuse par ailleurs la troisième saison.



LOUISE JALBERT
louise.jalbert@echosvedettes.ca

Une violence de haut calibre à la télé



La série policière *19-2* a créé l'événement cette semaine avec son premier épisode de la nouvelle saison. Une tuerie dans une école secondaire est forcément un sujet sensible! Certains ont remis en question la pertinence de ce scénario, et les commentaires pour ou contre ont été nombreux sur les réseaux sociaux. Chose certaine, à voir tous les échanges

d'idées et d'impressions que cette émission a suscitées, on se dit que cette violence était calibrée pour un large public. Dans un autre registre, *Trauma* montre des images parfois insoutenables, et il faut bien admettre que cela sert les cotes d'écoute de l'émission. On importe souvent de la violence dans des séries produites ailleurs, mais il est rare qu'elles soient tournées chez nous. Dans un contexte de concurrence, il semble incontournable de produire ici des séries dramatiques qui «brassent la cage». Dans le cas de *19-2*, il s'agit au moins d'une violence de haut calibre.

LOUISE JALBERT
louise.jalbert@echosvedettes.ca

Le retour à l'ère de glace

Alors qu'on se prépare à réaliser un remake de *La guerre des tuques* en 3D, voilà que nous apprenions récemment que le réalisateur Sylvain Archambault (*Piché: Entre ciel et terre*) a le projet de tourner l'année prochaine un film sur la crise du verglas de 1998. Les acteurs – Emmanuel Bilodeau, Sébastien Huberdeau, Gilbert Scotte et compagnie – se donneraient la réplique dans ce long métrage relatant l'une des plus grandes catastrophes naturelles ayant touché le Québec. Le problème, c'est que je ne me sens pas plus interpellé par le fait de regarder un classique refait en 3D que de voir au grand écran une bande de sinistrés privés d'électricité qui se réchauffent devant une génératrice. Est-ce moi où ces deux projets manquent-ils cruellement d'originalité? Ces dernières années, le Québec brille à l'étranger grâce à des films d'auteurs originaux qui vont de l'avant, tels que *La grande séduction*, *Incendies*, *Starbuck* et *Monsieur Lazhar*. Il serait donc préférable de continuer à privilégier la nouveauté et la créativité, plutôt que de se tourner sans cesse vers le passé en subventionnant des projets comme un remake pour la télé des *Belles histoires des pays d'en haut* qui pourrait voir le jour à Radio-Canada.

VICTOR-LÉON CARDINAL
victor-leon.cardinal@echosvedettes.ca

Vous avez un scoop ou une nouvelle? Vous voulez tout connaître sur l'actualité artistique? Suivez-nous sur [facebook.com/echosvedettes](https://www.facebook.com/echosvedettes) et twitter.com/echosvedettes

145, rue Saint-Pierre, bureau 104, Montréal (Québec) H2Y 2L6 Tél.: 514 528-7111 • 1 800 650-5997 • Fax: 514 528-1756 Courriel: redaction@echosvedettes.ca **ADMINISTRATION** PRÉSIDENT: Jocelyn Poirier VICE-PRÉSIDENT, FINANCES ET OPERATIONS: Frédéric Poussard VICE-PRÉSIDENTE, MARQUES ET CONTENUS: Véronique Lettre ÉDITRICE: Sylvie Bourgeault ADJOINTE ADMINISTRATIVE: Sylvie Loranger DIRECTRICE, FINANCES ET COMPTABILITÉ: Annie Dubé **REDACTION** RÉDACTRICE EN CHEF: Lise Viau ADJOINTE À LA RÉDACTION: Andréanne Blanchard JOURNALISTES: Francis Bolduc, Jean-François Brassard, Normand Cusson, Louise Jalbert, Carole Ménard CORRECTRICE: Isabelle Maes ARCHIVISTE / COORDONNATRICE AU TÉLÉ-HORAIRE: Armande Piette **PRODUCTION** DIRECTRICE GÉNÉRALE DE L'ATELIER / PRODUCTION: Hélène Leblanc DIRECTRICE DE LA PRODUCTION ET DIRECTRICE ARTISTIQUE: Caroline Collin INFOGRAPHISTES: Josée Bergevin, Réal Pharaud **PHOTO** DIRECTRICE, SERVICE CLIENTÈLE ET RESSOURCES MATÉRIELLES: Danièle Jasmin CHEF ARCHIVISTE: Line Bouffard RESPONSABLE, NÉGOCIATION DES DROITS D'AUTEUR: Mélanie Turcotte RECHERCHEUR AU CONTENU VISUEL: Emmanuelle Neault SUPERVISEUR, SERVICE PHOTOS: Domenica Rendina COORDONNATRICE, SERVICE PHOTOS: Hélène Truchon **Diffusion et Marketing** VICE-PRÉSIDENTE: Marie-Claude Fichault DIRECTRICE, MARKETING ET DIFFUSION: Marie-Eve Santerre DIRECTEUR DE L'ABONNEMENT: Ghislain Lavery CHEF MARKETING COMMUNICATION ET PROMOTION: Sophie Houle **Ventes publicitaires montréal**: 514 878-7000 DIRECTRICE, VENTES ET DÉVELOPPEMENT: Christine Ducharme (christine.ducharme@tvpublishations.com) ADJOINTE: André Veilleux COORDONNATRICE, DÉVELOPPEMENT DES VENTES: Véronique Leblanc DIRECTRICE, VENTES NATIONALES, SOLUTIONS CONVERGENTES, PROVINCE DE QUÉBEC: Caroline Gagnon (caroline.gagnon@tvpublishations.com) 514 598-3976 **Québec et régions**: 418 688-0530 Téléc.: 418 688-0413 CHEF DE PRODUITS: Sylvie Bruneau **toronto**: 416 947-2397 Téléc.: 416 947-2152 DIRECTEUR, SOLUTIONS D'AFFAIRES: Bryan Hamberg **Coordination publicitaire** CHEF D'ÉQUIPE: Chantal Fortin COORDONNATRICE: Charlene Lévesque Service de préimpression effectué aux ateliers d'Échos Vedettes. Imprimé par Imprimerie Solisco Inc. située au 120, 10e Rue, Scott (Qc) G0S 3G0 **PUBLICATION** *Échos Vedettes* est publié par TVA Publications inc. dont le siège social est situé au 1600, boul. de Maisonneuve Est (Québec) H2P 4P2. Les bureaux d'affaires d'Échos Vedettes sont situés au 145, rue Saint-Pierre, bureau 104, Montréal (Québec) H2Y 2L6. Tél.: 514 528-7111. Les opinions émises par nos chroniqueurs n'engagent en rien la responsabilité de la publication *Échos Vedettes*. «Les salariés de la rédaction, les journalistes, les photographes et les infographistes sont syndiqués et affiliés à la FNC-CSN.» Dépôt légal Bibliothèque nationale du Québec et Bibliothèque nationale du Canada ISSN 0844-1111. Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada par l'entremise du Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) pour nos activités d'édition. **DISTRIBUTION** Distribué par Messageries Dynamiques, situé au 900, boul. Saint-Martin O., Laval (Québec) H7S 2K9. Tél.: 450 663-9000 **Service à la clientèle et abonnements** Pour vous abonner, téléphonez sans frais au 1 866 225-5855. **Prix des abonnements réguliers (Taxes en sus)**: CANADA 52 numéros (1 an): 89,44 \$ TTC ÉTATS-UNIS 52 numéros (1 an): 235,04 \$ AUTRES PAYS 52 numéros (1 an): 380,64 \$ Service de distribution par camelot dans les secteurs desservis. Faites parvenir vos nom, adresse et chèque ou mandat-poste à l'ordre de: *Magazine Échos Vedettes* 900, boul. Saint-Martin Ouest, Laval (Qc) H7S 929. Courrier de deuxième classe. Enregistrement 1317. ISSN 0844-1111

TVA
Publications

B
La Voie d'Échos Vedettes
est certifié par ABC

P M B

Figure 17. Chronique hebdomadaire « Coup de cœur, coup de gueule, coudon! ». *Échos Vedettes* du 2 au 8 février 2013, page 74

À l'opposé, Judith et Julie lisent, mais demeurent générales et au gré de ce qui suscite ou non leur intérêt:

Connais-tu les chroniques du *Échos Vedettes*?

Je ne savais même pas que Mario Lirette écrivait là dedans! Mais « Coups de cœur, Coups de gueule » j'aime ça. (Judith, question 20)

Est-ce que tu lis la chronique « Coups de coeur, coups de gueule, coudonc! »?

Je ne pense pas. Sûrement que je la lis, mais je ne porte pas attention à savoir que c'est quelque chose qui revient tout le temps. (Julie, question 37)

Comme il en a été question au premier chapitre, il est impossible d'aborder le contenu d'un magazine comme *Échos Vedettes* sans parler des photos. Aussi importantes que les articles dans ses pages. Un tel magazine ne peut exister sans avoir une quantité importante de photographies. De concert avec les vedettes, les photos suscitent l'intérêt des lectrices que ce soit en page couverture ou lorsqu'elles accompagnent les articles à l'intérieur du magazine.

Est-ce que les photos sont importantes lorsque tu lis le *Échos Vedettes*?

Oui, les photos sont plus importantes que les textes. Je lis le titre, je regarde la photo et j'ai l'impression que j'ai tout compris. C'est sûr, du beau monde j'aime ça. Je regarde comment ils sont habillés. (Julie, question 18)

Est-ce que tu lis les articles qui n'ont pas de photo?

Non. La photo, ça va m'accrocher pour le lire. Un article pas de photos, je ne le lirais pas. (Julie, question 38)

Certaines lectrices comme Lorraine considèrent que plus il y a de photos en page couverture, plus le magazine vaut la peine d'être lu.

Les photos, est-ce qu'elles sont importante pour toi?

Oui, s'il y en avait seulement une, mais cette semaine [dans l'exemplaire que nous avons lu ensemble lors de l'entrevue] il y en a 5 pour le même prix. (Lorraine, question 46)

Le contenu de ce magazine à potins est composé de vedettes qui leur sont très familières, qu'elles connaissent bien et qu'elles voient régulièrement dans différents médias. Il serait sans intérêt pour elles s'il n'y avait pas de photographies. Ce sont les événements de la vie, le « human interest story » qui sont à la base de ce qu'elles apprécient dans *Échos Vedettes*.

Quand je l'achète, je l'ouvre et je fais du repérage. Ça dépend aussi de la personne qui est sur la page couverture. Si c'est quelqu'un que je trouve intéressant, je vais avoir hâte de lire et je vais lire les articles plus en profondeur. Puis si je passe à autre chose, je vais revenir lire ce qui m'intéresse et que je n'ai pas eu le temps de lire. (Lorraine, question 40)

Je commence ma lecture par la dernière page. Je viens lire ça [*Coups de cœur, coups de gueule, coudonc!*], pis ça [*Des vedettes et des pas mûres*]. J'adore ce que Mario Lirette [animateur connu qui a une chronique hebdomadaire] écrit. Après, je repars du début, des fois j'arrête à l'horoscope. Le reste je lis page par page. (Louise, question 18)

Moi je regarde longtemps la page couverture puis je regarde chaque article. Je le feuillète toujours de la première page jusqu'au télé-horaire. Ensuite, je le retourne et je lis de la dernière page du magazine à la dernière page du télé-horaire. (Judith, question 23)

Je me dépêche et je range ce que j'achète en même temps puis je le feuillète jusqu'à la grille [mots croisés] afin de voir quel artiste [la photo] est au centre. Des manières de petits vieux! Le reste du temps, je le feuillète, je fais mon ouvrage. (Denise, question 11)

Au début, si je suis curieuse je lis ce qui m'intéresse, je vais aller voir un peu plus loin et je reviens au début. (Gisèle, question 23)

J'aime ça feuilleter l'Échos Vedettes pour voir ce qui peut m'intéresser. Les petites rubriques comme les « Stars » d'Hollywood [International] c'est ce que je lis en premier. (Julie, question 9)

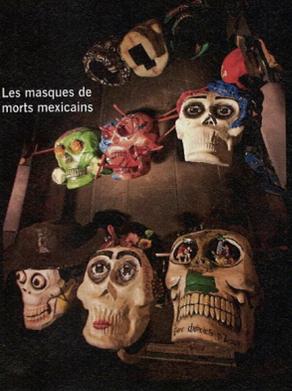
International
PAR NORMAND CUSSON



Chris Brown et la culture mexicaine

Si vous croyez discerner dans le nouveau tatouage de Chris Brown le visage tuméfié d'une femme, genre Rihanna après avoir été battue, c'est que vous ne connaissez pas la culture mexicaine... En effet, a répondu Brown quand on le lui a fait remarquer, l'œuvre reproduit des figures de morts, des genres de masques funéraires qu'on sort au 1^{er} novembre pour le jour des Morts (*Día de los Muertos*).

Les masques de morts mexicains



SHAKIRA POURSUIVIE PAR SON EX

Ils n'ont jamais été mariés, mais Shakira et Antonio de la Rúa ont vécu ensemble 11 ans. Antonio dit avoir quitté sa carrière de publicitaire pour devenir le gérant de sa compagne. En foi de quoi, monsieur réclame maintenant une partie de la fortune de Shakira, qui pourrait atteindre 250 millions! La poursuite étonne, d'abord parce qu'elle émane du fils de l'ex-président de l'Argentine, Fernando de la Rúa, et ensuite parce que le couple est séparé depuis deux ans. Shakira est avec le footballeur Gerard Piqué depuis lors. Est-ce l'annonce de la possible grossesse de la chanteuse qui a ravivé de vieilles plaies chez Antonio? C'est à suivre.



Gerard Piqué



Antonio et Shakira, le 20 décembre 2009, trois semaines avant d'annoncer leur séparation.

Les vrais problèmes de Kathy Bates

Kathy Bates a renoncé à sa participation au film *The Young and Prodigious Spivet* à la toute veille du tournage qu'entreprenait à Montréal Jean-Pierre Jeunet (*Le fabuleux destin d'Amélie Poulain*). L'actrice avait évoqué des raisons de santé, sans préciser. On vient d'apprendre que la dame avait une tristement bonne raison: Bates vient de subir une double mastectomie! La vedette de *Misery* et de *Dolores Claiborne* a déjà survécu à un cancer des ovaires en 2003 et a tourné par la suite une vingtaine de films. Encore cette fois, elle s'estime sortie du pétrin. Bates a toujours hésité à s'identifier comme « survivante », de peur d'être étiquetée. Elle se dit cependant consciente des privilèges de son statut de célébrité dans le système de santé américain, et elle entend se battre pour l'accessibilité aux soins.



LES BÉBÉS, MOINS PAYANTS QU'AVANT?

Y a-t-il crise dans l'industrie des bébés de stars américaines? Même avec les photos du bébé de Nicole «Snooki» Polizzi en couverture, le magazine *People* a vendu un peu moins que son million habituel d'exemplaires hebdomadaires. On estime que la publication a payé entre 250 000 \$ et 300 000 \$ pour les photos de Lorenzo Dominic, né à peine six jours plus tôt. On dira que Snooki (*Jersey Shore*) n'est pas Angelina Jolie, mais d'autres récents bébés de *people* comme Jessica Simpson n'ont rien cassé non plus.



Figure 18. Une page de la section *Internationale* du *Échos Vedettes* du 22 au 28 septembre 2012, page 58

Qu'est-ce qui détermine, oriente et organise les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes*? Chaque lectrice lit cette publication à sa manière et elles semblent toutes avoir leur propre perception de ce magazine. Ce qui me porte à croire que les pratiques de lecture sont propres à chacune. Certaines parlent de repérage, d'autres de la page couverture, quelques-unes semblent ignorer l'ordre déterminé par le magazine, d'autres évitent certaines sections, une accorde une grande importance à la grille des mots croisés, les petits articles et les photos sont au centre des pratiques de lecture d'une autre. Comment trouver le fil conducteur des pratiques de lecture alors qu'elles semblent influencées par ou dirigées vers des éléments totalement différents l'un de l'autre? Lorsqu'on regarde de plus près, il est clair que les lectrices parlent, dans ces extraits, d'éléments qui constituent la structure textuelle, visuelle et narrative du magazine.

Pour Ytre-Arne, c'est au niveau de l'expérience médiatique du contenu des magazines féminins, les relations entre les caractéristiques textuelles et la lecture de tous les jours, qu'il est possible de trouver des pistes afin de répondre aux questions d'orientation et d'organisation des pratiques de lecture d'un magazine tel qu'*Échos Vedettes*. Elle a repéré trois éléments de la structure du contenu des magazines féminins qui peuvent expliquer comment le texte organise et oriente les pratiques de lecture. Il s'agit de la répétition d'éléments textuels, d'une multitude d'entrées et de sorties du texte ainsi que la capacité du texte à encourager la lecture dans le futur. La répétition de certaines sections (*fixed sections*) telles que rubriques et chroniques hebdomadaires (*columns*) ainsi que l'utilisation fréquente de grands titres, d'amorces et de légendes expliquerait pourquoi les magazines féminins sont considérés comme des sources fiables de divertissement.

This might explain why women's magazines were considered a more reliable form of entertainment than novels: regular readers can trust their magazine to provide approximately the same pleasure as last week, therefore it is relatively safe to rely on women's magazines for a relaxation ritual. Readers know that their favourite column will appear, that it will be recognizable in form but fresh in content, and that it will probably give them the same pleasure as last week. (Ytre-Arne, 2011 : 223)

Dans l'extrait qui suit, Louise fait référence à l'anticipation du plaisir qu'*Échos Vedettes* lui procure. Elle débute sa lecture par deux chroniques hebdomadaires « Coups de cœur, coups de gueule, coudonc! » puis « Des vedettes et des pas mûres ». Elle affirme également que si une ou ces deux rubriques ne se trouvent pas dans une édition du magazine, elle est déçue :

Le reste, je lis page par page. Il y a des articles qui sauteraient, je ne m'en rendrais pas compte. Mais, ces deux-là [Coups de coeur, coups de gueule, coudonc! et Des vedettes et des pas mûres] quand elles ne sont pas là, je les cherche : Ha, Mario [Mario Lirette l'auteur de Des vedettes et des pas mûres] n'est pas là cette semaine? Oh, non, pas de coups de cœur ou de gueule cette semaine? Même, quand ils donnent un coup de gueule, j'essaie de voir s'ils ont raison. Des fois, ce sont des choses dont j'ai eu connaissance, en rapport avec une émission que j'écoute ou quelque chose qui s'est passé à la télévision. (Louise, question 20)

Le magazine féminin offre une multitude d'entrées et de sorties au texte, articles coupés en petites sections, les photos, la mise en page, bref tous les éléments qui permettent aux lectrices d'arrêter à tous moments la lecture pour la reprendre ensuite, au même endroit ou ailleurs. Citant Grisprud, Ytre-Arne soutient que ces entrées et sorties sont une des principales caractéristiques de ces magazines féminins :

It is rarely necessary to read magazines in a specific order, and the word 'magazine' originally refers to a warehouse or a storage facility; magazines contain a variety of elements (Grisprud 1999 cité dans Ytre-Arne, 2011 : 223)

L'adaptabilité des pratiques de lecture selon les goûts et intérêts de chacune se trouverait, en partie, dans des stratégies textuelles qui font en sorte que les articles paraissent courts, accessibles et demandent peu d'efforts.

Lire l'*Échos Vedettes* n'engage à rien, je n'ai aucun sentiment. Ça finit quand moi je décide. Je peux choisir l'ordre, c'est un moment d'évasion, de détente. (Julie, question 54)

Je ne lis pas un article de A à Z. Souvent, je vais commencer en plein milieu pour ensuite recommencer là. C'est vraiment n'importe quoi, brouillon. Je lis toujours comme ça, pour tous les magazines, comme le *Châtelaine*, je vais commencer par la fin. Je n'ai pas d'ordre quand je lis. (Julie, question 40)

Une telle structure textuelle est composée en majorité de petits articles, peu d'articles d'une page ou plus.

6 NOUVELLES DE LA SEMAINE

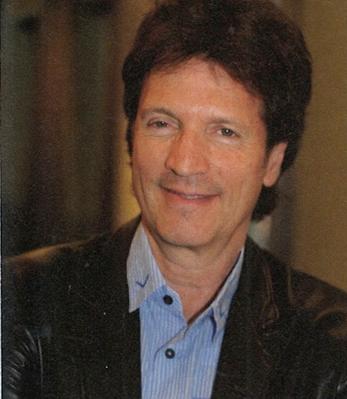



PHOTO: VALÉRIE BLUM

PHOTO: MICHEL CASCHÉ

1 CLAUDE MEUNIER et VIRGINIE COOSSA

En amour?

Il y a quelques semaines, nous vous annoncions tour à tour les séparations de Claude Meunier et de Virginie Coossa. Eh bien, selon nos sources, les deux nouveaux célibataires se fréquenteraient depuis quelque temps. On sait qu'ils partagent une passion commune pour le tennis. Ils auraient fait connaissance durant la Coupe Rogers, événement auquel ils prennent part chaque année. L'auteur d'*Adam et Ève* et l'animatrice du *Trésor en moi* ont été vus, il y a quelques semaines, magasinant au IKEA de Montréal. La jeune femme a également été aperçue alors qu'elle sortait de la nouvelle maison de l'auteur, à Montréal. Et ils multiplient les sorties ensemble au restaurant. Les représentants des deux artistes nous ont dit n'avoir aucun commentaire à faire sur le sujet.

Rappelons que Virginie a un fils, Léo, qui a deux ans. Elle a passé 12 années avec le père de l'enfant, l'homme d'affaires François Bazinet. Quant à Claude, il sort d'une relation de 17 ans avec son agente, Marie-Claude Goodwin. Le couple, qui s'était marié en 1997, a deux fillettes âgées de 11 et 12 ans et demi. Il les a adoptées au Vietnam alors qu'elles étaient encore toutes petites. L'homme de 61 ans a également une fille aujourd'hui âgée de 26 ans, issue d'une précédente union.

SABIN DESMEULES

2

MARIE-ÉLAINE THIBERT

Sa petite Marie-Félix est née

C'est le 24 novembre que Marie-Élaine Thibert a donné naissance à un bébé de 7 lb 7 oz prénommé Marie-Félix. Notons qu'il s'agit du premier enfant de la chanteuse, mais du deuxième de son conjoint de longue date, le musicien Rémy Malo, également père d'un jeune garçon de neuf ans issu d'une autre relation. C'est dans un communiqué que les nouveaux parents ont déclaré aux médias: «Nous sommes des plus heureux! Nous tenons à remercier tous ceux qui nous ont fait parvenir des messages de félicitations et d'amitié.»

Cette naissance survient alors que Marie-Élaine dévoilait récemment une chanson en lien avec la Fondation Rêves d'enfants, dans laquelle elle s'implique depuis plusieurs années. Le texte de cette pièce, intitulée *Tant que tournera la planète*, est signé par Wilfred LeBouthillier. Pour l'instant, la nouvelle maman prévoit profiter pleinement des prochains mois pour se reposer et s'occuper de sa famille agrandie.

VICTOR-LÉON CARDINAL



PHOTO: VALÉRIE BLUM

3



JEAN-MARC PARENT

Des pierres aux reins

PHOTO: MICHEL CASCHÉ

Samedi dernier, les fans de Jean-Marc Parent de la ville de Saguenay ont essayé une grande déception, mais ce n'est probablement rien en comparaison des vives douleurs que l'humoriste a ressenties. En effet, la représentation du spectacle *Torture* qu'il devait donner au Théâtre du Palais municipal de La Baie a dû être reportée, Jean-Marc souffrant de pierres aux reins. C'est dans la nuit de vendredi à samedi qu'il a dû être hospitalisé d'urgence.

Ce n'est pas la première fois qu'il en souffre, et il a même déjà écrit un numéro sur cette mésaventure. «C'est le sommet de la douleur», disait-il en 2007.

Le lundi 26 novembre, au moment où nous mettions sous presse, il espérait encore que les pierres soient évacuées de façon naturelle afin d'éviter une opération. On apprenait aussi que le spectacle d'abord prévu le 24 novembre sera reporté au 18 décembre. Les détenteurs de billets verront sans doute leur attente récompensée par un nouveau numéro de ce prodigieux conteur!

JEAN-FRANÇOIS BRASSARD

Figure 19. Exemple des nouvelles brèves du *Échos Vedettes* du 1^{er} au 7 décembre 2012, page 4

Les articles plus longs sont « brisés » en plus petites unités, des encadrés, des citations, des amorces, des bas de vignettes, des photographies, etc.

PHOTO: VIA PUBLICATIONS / JULIEN FAUCIERE

Bien discipliné pour jouer dans *Orange mécanique*

MAXIME LE FLAGUAIS EST «ENTRÉ AU COUVENT»

PHOTO: VINCE GIMP / JOCELYN MARLETTE

Danny Gilmore, Roger La Rue, Maxime Le Flaguais et Félix-Antoine Tremblay dans une scène de la pièce *Orange mécanique*.

Nouvellement célibataire

Le soir de la Saint-Valentin, Maxime Le Flaguais sera sur la scène, à jouer le vilain. Mais le comédien n'a plus de Valentine à séduire. «Ma blonde et moi, on n'est plus ensemble depuis deux mois. On a rompu, nous confie-t-il. On est restés en super bons termes.»

Rappelons que l'homme formait officiellement un couple avec l'actrice Sarah-Jeanne Labrosse depuis 2011. Les ex s'étaient connus en participant au tournage du film *Piché: Entre ciel et terre*, en 2009. On les voyait souvent ensemble, depuis, sur les tapis rouges, mais ils assuraient n'être que des amis. Ce n'est qu'en juillet 2011, lors d'une première de film, qu'ils nous avaient finalement confirmé être amoureux. Leur histoire aura donc duré un peu plus d'un an.

Vous pouvez lire l'entrevue avec Sarah-Jeanne Labrosse dans notre section Télévision, en page 27.

les répétitions des chorégraphies de scènes de violence, je rentre chez nous, je prends un bain puis je m'effondre parce que je suis mort!» L'acteur, qui prend sa participation à la pièce très au sérieux, s'est donc quelque peu remis en forme. «J'ai arrêté de boire le 1^{er} janvier. J'ai bu pas mal avant les fêtes et pendant la période des fêtes, mais je n'ai pas bu une goutte en 2013», assure-t-il. Et il fait des arts martiaux quotidiennement. «J'ai commencé il y a environ six mois. Avant, j'en faisais peut-être une ou deux fois par semaine mais, ces derniers temps, je me suis mis à en faire tous les jours. Je fais des routines de 30-40 minutes chez nous. C'est du Nei Gong, ça ressemble un peu à du Chi Kung (Qi Gong)... Ce sont des mouvements répétitifs, des positions statiques... Ça m'aide vraiment.» **SABIN DESMEULES**

les 12 et 13 avril, ainsi qu'à la Salle Maurice-O'Bready de Sherbrooke le 24 avril.

Max a de gros souliers à chauffer. «Mon père avait 21 ans quand c'est sorti, c'est une œuvre de sa génération. Et mon frère a vraiment tripé fort là-dessus; il avait le chapeau melon et la canne du personnage quand il était adolescent. Quand je leur ai dit que j'allais jouer Alex, ils ont capoté!»

FINI, L'ALCOOL!

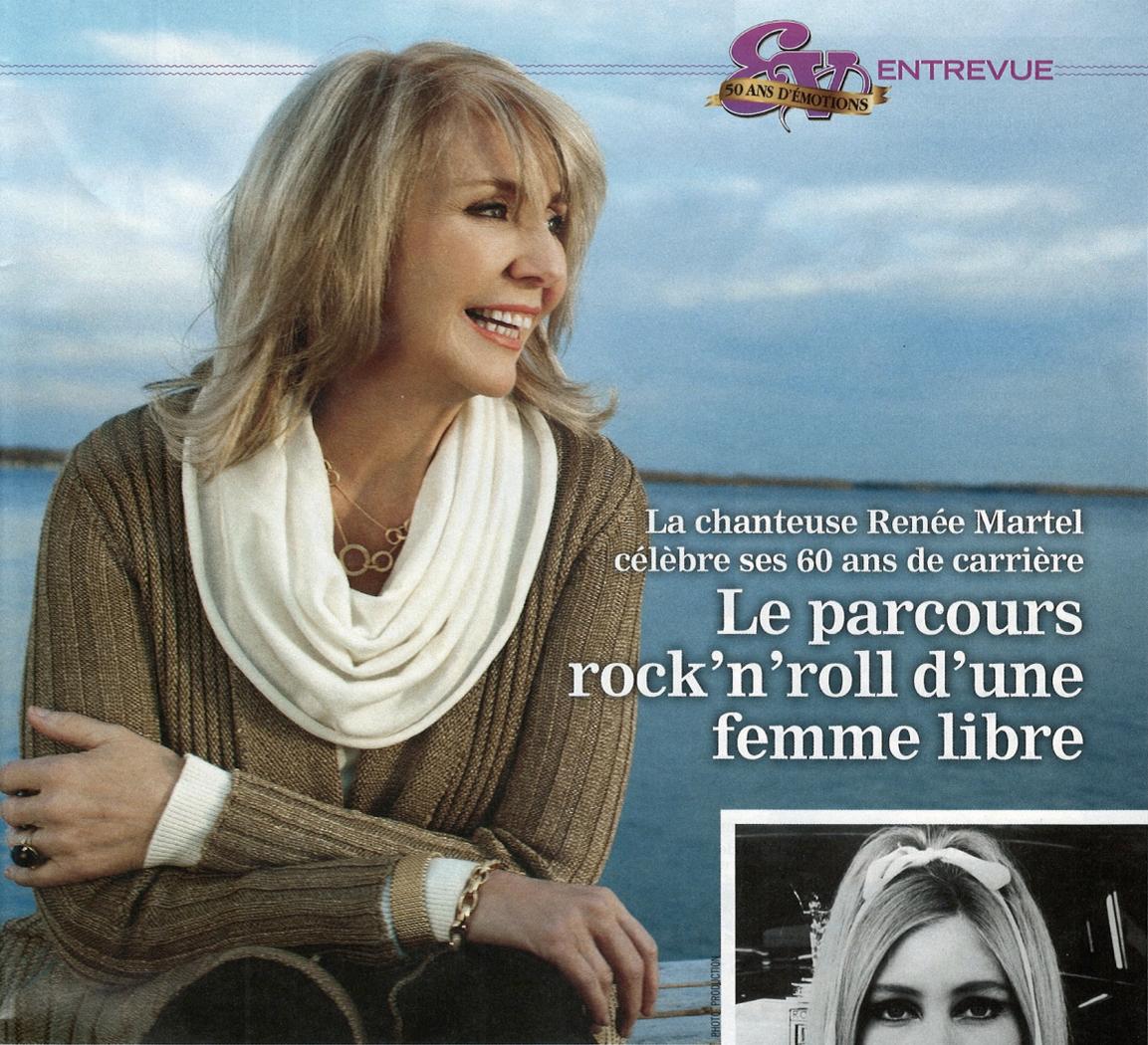
Il s'agit d'un rôle très demandant physiquement. «C'est un gros défi. Il y a des scènes où je me fais "barouetter". C'est quelque chose! Après

les PROCHAINES SEMAINES NE SERONT PAS FACILES POUR MAXIME LE FLAGUAIS. LE JEUNE HOMME DOIT SE PLIER À UNE DISCIPLINE DE FER POUR TENIR LE RÔLE PRINCIPAL DE LA PIÈCE *ORANGE MÉCANIQUE*...

Tous ceux qui ont vu le film-culte de Stanley Kubrick *Orange mécanique* savent à quel point Maxime Le Flaguais relève un gros défi en acceptant de camper le vilain Alex, dans l'adaptation théâtrale de l'œuvre tirée d'un roman d'Anthony Burgess. «Ne vous attendez pas à voir le film en pièce de théâtre parce que vous allez être déçus», nous met d'abord en garde l'acteur. Cette adaptation québécoise d'Alexandre Goyette, mise en scène par Véronique Marcotte, sera jouée à l'Olympia de Montréal du 13 au 16 février, à l'Impérial de Québec du 20 au 23 février, au Théâtre du Casino du Lac-Leamy, à Gatineau,

20 | 2 au 8 février 2013

Figure 20. Exemples d'articles morcellés : article d'une page. *Échos Vedettes* du 2 au 8 février 2013, page 20



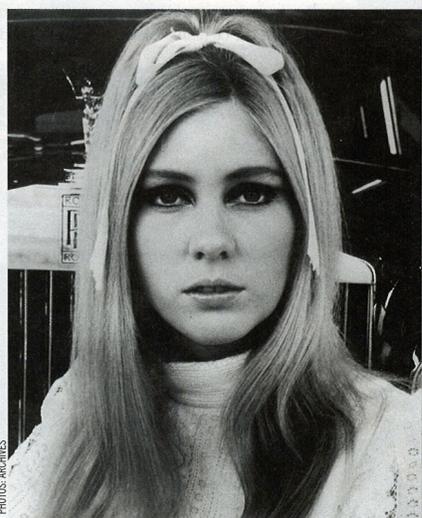

ENTREVUE

La chanteuse Renée Martel célèbre ses 60 ans de carrière
Le parcours rock'n'roll d'une femme libre

À 65 ANS, LA REINE DU COUNTRY RENÉE MARTEL CÉLÈBRE SES 60 ANS DE CARRIÈRE. C'EST 10 BOUGIES DE PLUS QUE LE MAGAZINE ÉCHOS VEDETTES, QUI FÊTE SON CINQUANTIÈME ANNIVERSAIRE. L'OCCASION ÉTAIT EN OR DE SOULIGNER EN GRAND CET ÉVÈNEMENT!

À 17 ans, Renée Martel rêvait de se marier, d'avoir des enfants et de vivre dans une maison, dans un rang en campagne. Même si elle chantait depuis l'âge de cinq ans, faire carrière dans le show-business ne figurait pas dans sa liste et pourtant, des décennies plus tard, elle est toujours présente et célèbre ses 60 années de vie artistique. Certes,

son parcours a connu bien des remous. Consciente d'avoir mené une vie assez rock'n'roll, elle admet avoir acquis plus de sagesse avec le temps. Les thérapies pour régler son alcoolisme et les quelques rechutes lui ont ouvert les yeux. «Je pense que je suis plus sage qu'avant, mais j'ai toujours dit que j'étais comme ma mère et que je souffrais de douce folie.»



PHOTOS: ARCHIVES

La photo ci-dessus a une signification particulière pour Renée, qui avait 17 ans à l'époque, car elle représente sa première pochette d'album: *Liverpool*.

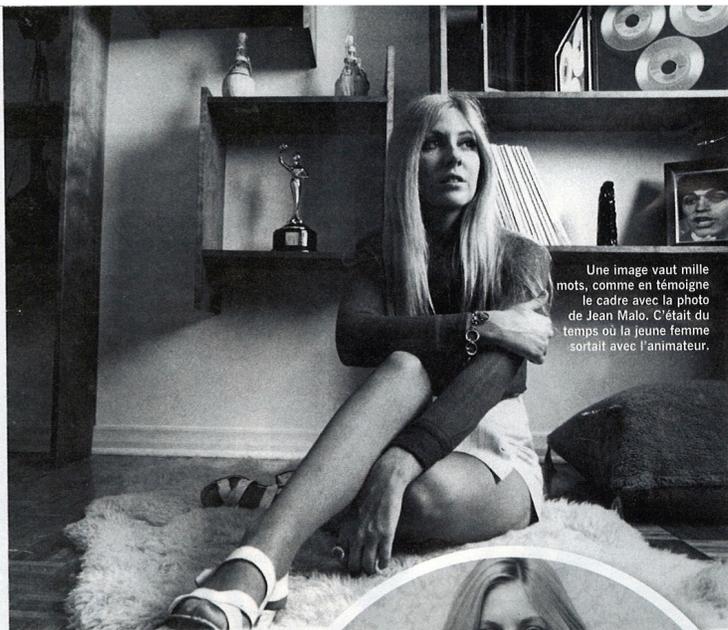
Échos Vedettes 7

Figure 21. Exemples d'articles morcellés : article de trois pages. *Échos Vedettes* du 22 au 28 septembre 2013, page 7 à 9

UNE FEMME LIBRE

Quatre ans après que son amoureux Bruno Martin s'est enlevé la vie, la poussière est enfin retombée et Renée affirme avoir cheminé à travers cette dure épreuve. «Il y a des matins où je me levais et je me disais: "Je ne me coucherai pas ce soir parce que je vais être morte." Puis, je me couchais le soir et je me disais: "Je ne me lèverai pas demain matin parce que je vais mourir cette nuit." C'a duré trois ans», confie-t-elle. De thérapie en thérapie avec un psychiatre et un psychologue spécialisé avec les endeuillés du suicide, la chanteuse a fini par tourner la page. «Ça fait un an que c'est correct. Depuis le mois d'octobre l'année passée, tout s'est placé et mon deuil est fait... Je vois encore mon psychiatre parce que je trouve que c'est important d'avoir un suivi. Combien de temps, je ne le sais pas. Quand je n'en aurai plus de besoin, je le sentirai.» Aujourd'hui, Renée est de plus en plus épanouie et libre. Elle vit seule avec son chat et ne s'en plaint pas. «S'il arrivait quelqu'un dans ma vie, je n'haïrais pas ça, mais ça serait plus un compagnon de vie avec qui je vis des belles affaires. Je ne sais pas si je serais capable de revivre avec un homme», avoue-t-elle, avec le recul.

Le titre de sa tournée, *Une femme libre*, qu'elle amorcera véritablement en janvier, ne pouvait pas mieux lui convenir. La chanteuse vit de beaux moments côté professionnel et considère avoir toujours été choyée sur ce plan. «Soixante ans plus



Une image vaut mille mots, comme en témoigne le cadre avec la photo de Jean Malo. C'était du temps où la jeune femme sortait avec l'animateur.

tard, je commence une tournée. J'ai déjà 30 spectacles qui sont confirmés et partout où je vais, je fais salle comble. C'est un cadeau du ciel.» Son récent disque lui vaut d'ailleurs une nomination dans la catégorie Meilleur album country au prochain gala de l'ADISQ. Elle a également chanté une pièce sur le nouvel opus des Trois Accords, qui sortira en



Bébé Dominic dans les bras de sa maman. Aujourd'hui, il a 38 ans et il est musicien pour sa mère. «Ça fait cinq ans qu'il est mon batteur, et c'est merveilleux!»

Elle recevait des mains d'Art Young, des Disques Trans-World, un disque d'or pour avoir vendu 200 000 exemplaires de son 45 tours *Un amour qui ne veut pas mourir*, sorti en 1972. Renée a conservé précieusement cette récompense chez elle.

À la fin des années 70, Patrick Norman et elle ont coanimé l'émission *Patrick et Renée*, sur les ondes de CFTM et de TVA. «Ça fait plus de 30 ans que je chante avec lui. Et je pense que je vais continuer à le faire jusqu'à la fin de ma vie.»





On peut également réunir plusieurs petits articles sous un même thème, à titre d'exemple, Noël chez les artistes, les problèmes judiciaires des artistes, etc. Ainsi,

certaines éditions du *Échos Vedettes* consacrent la une et plusieurs pages du magazine à un thème particulier. J'ai choisi quatre exemples de pages couvertures qui illustrent certaines thématiques abordées par ce magazine à potins.

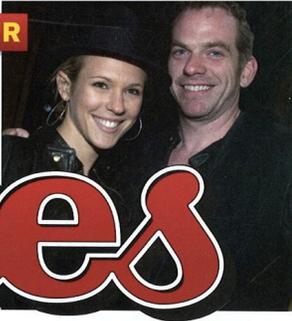


Figure 22. Édition thématique : les artistes et la justice. « Une » *Échos Vedettes* du 14 au 20 mars 2009

QUEBECOR Médias

Vol. 48 No 5 | 23 au 29 janvier 2010

**IL DÉMENT LA RUMEUR
PAS DE FIANÇAILLES
POUR LORIE ET GAROU**



Échos Vedettes



«Je vois la misère dans les rues»
– Philippe Fehmiu, en direct de Port-au-Prince

**À LA SUITE DU SÉISME D'HAÏTI
PLUSIEURS DE NOS
VEDETTES VIVENT DES
HEURES D'ANGOISSE**



«Mon père dort dans sa voiture»
– Angelo Cadet



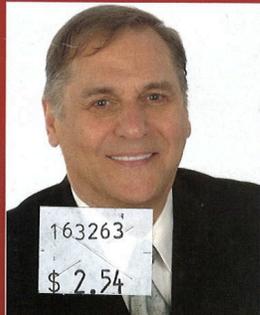
«Je suis sans nouvelles de mes frères et sœurs»
– Mélanie Renaud

L'EX-CHEF CUISINIER DE SALUT, BONJOUR! ACCUSÉ D'AGRESSION SEXUELLE



SON AVOCAT NOUS PARLE «FRANÇOIS EST ASSOMMÉ»

IL VIT DES MOMENTS DIFFICILES



**MICHEL JASMIN
«C'EST MON TRAVAIL QUI ME SAUVE LA VIE»**

Vol 48 #05

0 15

7 88313 01797 7

163263

\$ 2.54

110 298

Messages Dynamiques

Figure 23. Édition thématique : le séisme d'Haïti 2010. « Une » *Échos Vedettes* du 23 au 29 janvier 2010



Figure 24. Édition thématique : Noël. « Une » *Échos Vedettes* du 3 au 9 décembre 2011

ÉCHOS VEDETTES

QUÉBECOR

AMOUR, ARGENT, VOYAGES... DÉCOUVREZ VOTRE HOROSCOPE VACANCES

+ LES PRÉDICTIONS POUR 12 VEDETTES

MITSOU SERAIT LA FUTURE COANIMATRICE DE SÉBASTIEN BENOIT

VICTIME D'UNE ATTAQUE À 88 ANS ADIEU GUILDA!

International SA VIE, SES FEMMES, SON ŒUVRE... DÉCOUVREZ LE VRAI JOHNNY HALLYDAY

Vol 50 No 28 | 7 au 13 juillet 2012
TVA Publications
MD 3,15\$ (110)
7 8 3 1 3 0 3 0 1 2 9
2 8
82# 05 07#

Figure 25. Édition thématique : horoscope vacances. « Une » *Échos Vedettes* du 7 au 13 juillet 2012

Ce qui importe c'est que les articles apparaissent courts et accessibles. Cette stratégie textuelle permet aux lectrices de lire ce magazine comme elles le veulent, quand elles le veulent, dans l'ordre qui leur convient, selon leurs goûts. Laisser la lecture à tous moments, peu importe où elles sont dans le magazine et reprendre la lecture où elles l'ont laissée ou encore ailleurs. Cette caractéristique du magazine féminin en général a été soulevée pour la première fois par Hermes qui parle de « easily picked up and put down » :

Women's magazines constitute a genre that does not make demands: they can easily be picked up and put down again. Since, as readers, we know magazines will not capture us totally or carry us off, they are quite safe to read. (Hermes, 1995 : 34)

Laisser et reprendre le magazine est une particularité des pratiques de lecture de magazines que leurs structures textuelles engendrent. Toutes les participantes laissent et reprennent la lecture du *Échos Vedettes*. Louise qui lit tous les soirs avant de dormir, Judith qui lit à la salle de bains, Gisèle qui lit à des moments libres et Denise lit en attendant son souper. Lorraine et Julie aussi :

Si je comprends bien, tu peux le laisser et le reprendre, le relire à différents moments?

Oui, si je suis dérangée, par exemple si le téléphone sonne ou si quelqu'un arrive, je vais le mettre de côté et continuer ma lecture plus tard. (Lorraine, question 31)

Oui et quand je le reprends, je prends plus mon temps de lire un article puis je vais en sauter deux trois et continuer plus loin. (Julie, question 10)

Contrairement à ce qu'Hermes affirme, les lectrices qui ont participé à ma recherche ne m'ont pas semblé être motivées en premier lieu par l'adaptabilité du magazine, mais bien par le contenu. L'adaptabilité des pratiques de lecture est importante mais elle n'est pas la principale motivation des participantes à ma

recherche. Certaines ont abordé la longueur des articles et ce qu'elles préfèrent, mais lorsqu'il est question de l'*Échos Vedettes*, c'est le contenu qui représente la première préoccupation des lectrices.

J'avoue, il y a des artistes vers qui je suis plus attirée. Si en page couverture c'est Véronique Cloutier, Céline Dion, ou d'autres vedettes que j'aime, je vais lire. (Julie, question 11)

Tu vois comme celui-là [exemplaire qu'elle avait dans les mains], ce qui va m'intéresser c'est Marie-Claude Savard, Pénélope McQuade, lui [Claude Dubois] il me tape sur les nerfs, et puis celui-là, je ne le connais presque pas. François Massicotte, je crois que je vais le lire. Les 50 potins du printemps OK. (Lorraine, question 34)

J'aime Patricia Paquin, Gilles Latulipe je le connais, mais pas plus qui faut. Elle je la suis, Occupation Double, ils s'aimaient pis finalement ils sont partis chacun de leur bord. (Gisèle, question 25)

L'adaptabilité des pratiques de lecture est essentielle afin de s'insérer dans le quotidien. Pour Ytre-Arne c'est le contenu qui motive la lecture de magazines :

However, while my findings support the idea that adaptability matters, they also suggest that content and meaning matter a lot more. (Ytre-Arne, 2011 : 220)

Le dernier élément structurel qui organiserait et orienterait les pratiques de lecture concerne ce qui permet d'anticiper la lecture d'une édition future du magazine.

Dans le cas du magazine *KK* étudié par Ytre-Arne, un peu partout à l'intérieur du magazine des « teasers » encouragent les lectrices à lire dans une édition à venir un article sur un sujet précis, sur des dossiers qui vont être publiés sous peu, dossier santé par exemple, etc.

A number of visual elements and cross-references throughout the magazine provided hints about other content. Overall, as these metatexts encouraged readers to look forward, anticipation and expectations might become integral aspects of the reading experience. (...) This might explain why readers found women's magazine reading to be suitable as a reward : the texts of women's

magazines such as *KK* are structured in order to form expectations about future reading pleasure. (Ytre-Arne, 2011 : 224)

En ce qui concerne l'*Échos Vedettes*, on ne retrouve pas, du moins récemment, ce type de « teaser » qui encourage la lectrice à lire une édition future. Si on peut les qualifier ainsi, les « teasers » utilisés dans le magazine à potins qui m'intéresse actuellement, se retrouvent en page couverture afin de lire un article à l'intérieur. Par contre, les lectrices régulières sont encouragées à lire ce magazine dans le futur parce qu'elles savent qu'elles vont trouver généralement le même plaisir semaine après semaine. La stabilité de la structure ainsi que le renouvellement du contenu hebdomadaire, assurent aux lectrices le même plaisir, la personnalisation, la flexibilité et la ritualisation de leurs pratiques de lectures.

En plus d'être orientées et organisées par la structure textuelle, les pratiques de lecture du *Échos Vedettes* semblent obéir, à une hiérarchie, à un ordre de priorités. Cette hiérarchie est, pour moi, la suite logique du « easily picked up and put down ». Il y a la première lecture qui consiste à feuilleter le magazine et faire du repérage pour des lectures subséquentes et pour certaines cette première lecture englobe la lecture des petites rubriques du début du magazine et de la section internationale qui sont composées uniquement de petits articles. Il semble que certains articles, certaines sections sont lus à des moments ou dans un ordre prédéterminé. En plus d'une première lecture, les participantes effectuent plusieurs autres lectures, 2^e et 3^e selon chacune.

En premier, je l'ouvre et je fais du repérage. Ensuite, si je passe à autre chose c'est sûr que je vais revenir lire ce qui m'intéresse.
(Lorraine, question 40)

Souvent, je lis en deux temps et deux rythmes. La première fois, je suis très rapide, tac tac tac. La deuxième fois, je vais recommencer pour voir ce que je n'ai pas lu. Si je n'ai pas eu le temps, c'est dans les jours suivants. (Julie, question 11)

Cette hiérarchisation du contenu n'est pas particulière aux pratiques de lecture du *Échos Vedettes*. D'autres pratiques culturelles suivent une forme d'organisation, flexible et propre à chacune. À titre d'exemple, l'écoute d'un nouveau CD de musique, jouer à des jeux vidéos, lire de « beaux » livres et quantité d'autres pratiques culturelles où le consommateur a la liberté de décider comment il désire écouter, jouer et lire rend possible un classement hiérarchique du contenu, une flexibilité et ainsi des pratiques propres à chacun.

Comme je l'ai discuté dans le chapitre de problématisation, il est impossible de passer sous silence la structure visuelle qui est probablement la caractéristique qui distingue les magazines à potins par rapport à d'autres types de publications, les photographies. L'article de Phillippe Marion, *Petite phénoménologie de la photo-people*, a contribué au développement de cette section de l'économie textuelle des pratiques de lecture. Pour lui, on l'a vu, la photographie *people* est le moteur narratif, informatif et descriptif des magazines où personnalités publiques et vedettes sont l'unique sujet (Marion, 2009 : 161).

Dans les extraits qui suivent, Louise et Lorraine illustrent bien l'importance et les rôles que jouent les photographies comme moteur du *Échos Vedettes* :

[Louise aborde les lendemains de galas] Ça, les lendemains de galas, ça, j'aime ça regarder ça. Il y a plusieurs pages, moi je regarde les robes, je fais ma critique de mode. (Louise, question 29)

Quand tu l'achètes, as-tu hâte de le lire?

Ça dépend qui est sur la page couverture. Si c'est quelqu'un que je trouve intéressant, je vais plus avoir hâte de le lire et je vais lire les articles plus en profondeur. (Lorraine, question 20)

Comment expliquer l'importance de la photographie et les rôles qu'elle a pour les lectrices de ce magazine? Depuis son apparition au 19^e siècle, la photo porte en elle une qualité documentaire; elle est une preuve de vérité, elle atteste la vérité. Il n'y a pas que dans la presse à potins que la photo possède cet attribut. On confirme ou valide également, dans le cadre de certains événements sportifs, le gagnant à l'aide de la « photo-finish ». C'est la photo qui détermine, incontestablement, qui est le vainqueur (Marion, 2009 : 162).

Sans avoir abordé la véracité a proprement dit, Louise considère que ce n'est pas important de savoir si ce qui est publié est vrai ou non :

Quand je suis trop fatiguée pour prendre un bouquin, qui me demande plus de concentration, j'embarque dans ces revues-là avec des articles qui sont courts et souvent anodins. Ce n'est pas important de savoir si c'est vrai ou pas. Ça fait quelque chose de court à lire. (Louise, question 6)

Aucune autre lectrice n'a abordé le sujet de la véracité de ce qui est publié dans *Échos Vedettes*. J'ai eu l'impression que cela n'a jamais été une préoccupation pour les lectrices. Il serait probablement facile, pour une lectrice régulière, de débusquer un leurre, si leurre il y a. Les lectrices ne sont pas dupes, elles ne se laisseraient pas bernier aussi facilement que certains voudraient bien le croire. Ce qui importe plus que la véracité pour les lectrices, c'est l'authenticité. Que les

émotions, les vedettes dont il est question sont ou aient l'air vrai, donc soient authentiques.

La photographie est le gage de l'authenticité de ce qui est publié dans les magazines populaires. Le statut de « preuve » de la photographie en général est parfois difficile à remettre en question, même pour des lectrices qui ne sont pas faciles à tromper :

Si les lecteurs semblent de plus en plus informés des trucages et manipulations potentiels (...), la « preuve » photographie, la photographie-*people*, à l'instar de la photo de presse traditionnelle, se plaît à officier comme la reconnaissance et la validation de la présence d'un personnage en un tel endroit, dans un tel état, dans une telle situation, en telle compagnie. (Marion, 2009 : 162)

La mise en valeur lors de la disposition graphique accorde encore plus de crédibilité à la photographie (Marion, 2009 : 166).

Il attribue à la photographie *people* deux rôles de proximation, l'une par le rêve et l'autre par ressemblance. Le rôle de *proximation par le rêve* :

D'un côté les clichés de célébration euphorique qui invitent le lecteur à participer au rêve inaccessible des réussites dorées, celle des *people* en tant qu'élite. (Marion, 2009 : 175)

Comme elle aime beaucoup les lendemains de galas et en profite pour faire des critiques de mode (Louise, question 29), la proximation par le rêve est probablement celle que Louise préfère.

Le second rôle de la photographie *people*, la *proximation par ressemblance* :

De l'autre, des images nous montrent des célébrités aux prises avec les difficultés de la vie, l'envers du décor, les contrariétés du quotidien, la vie normale au jour le jour. (Marion 2009 : 175)

Lorraine accorde beaucoup d'importance à ce qui lui ressemble :

Ce sont des évènements que tout le monde peut vivre. Pour moi, c'est comme pour les gens ordinaires, ils sont comme tout le monde. Il y a des gens intéressants et qui ont du talent. Et d'autres personnes qui sont là, mais qui n'ont pas de talent. J'aime les personnalités publiques comme nous. (Lorraine, question 58)

La concrétisation des liens entre les lecteurs et les vedettes dont traitent les magazines à potins s'opère, entre autres, par la photographie *people* :

La photo-*people* constitue la cristallisation privilégiée de ce lien avec les célébrités proches et lointaines. Elle exacerbe sa capacité de révéler, de montrer, de désigner, tout en offrant une faculté d'arrêt, de contemplation possible sur papier plus ou moins glacé. Tout se passe comme si l'objectif avait arrêté le temps de la vie d'une vedette pour moi. (Marion 2009 : 176)

Judith, qui reçoit habituellement l'*Échos Vedettes* de sa mère, a acheté à quelques reprises ce magazine. Ce qui a motivé Judith à acheter ces éditions du magazine, plutôt qu'attendre que sa mère lui donne, révèle la cristallisation du lien qu'elle entretient avec certaines célébrités :

Moi, la seule fois que j'ai acheté un magazine, c'est que sur la page couverture c'était *Loft Story*. J'aimais vraiment cette émission-là et quand il y avait des trucs au sujet de *Loft Story*, j'achetais. Je les ai conservés, j'en ai encore et ça fait plus de deux ans. (Judith, question 13)

Habituellement, elle attend que sa mère lui donne ce magazine, mais le lien avec *Loft Story* et les « participants-célébrités » de cette émission de télé-réalité ont fait en sorte qu'elle a acheté ces éditions sur-le-champ.

Marion a abordé plusieurs autres éléments qui caractérisent la photographie *people*. Il distingue deux types de photos *people* : volées et négociées. Les premières sont des photographies qui sont dérobées [par exemple par les paparazzis] dans l'espace privé de la célébrité. Celles qui procèdent d'une

négociation, d'un contrat, d'une concession, d'une stratégie de cocélébration dont elles affichent volontiers les indices. Bien que je n'ai pas réalisé de recherches rigoureuses à ce propos, ma familiarité avec l'offre des magazines à potins du Québec m'incite à dire que la première ne se trouve qu'en de très rares occasions dans les magazines à potins d'ici. La vaste majorité des photos qui sont publiées dans les publications québécoises relèvent d'un accord entre la vedette et le magazine. Un autre type de photographies *people* abordée par Marion consiste en la *peoplisation* du politique plutôt absente des magazines à potins d'ici comparativement aux publications européennes.

Pour les participantes, les photographies servent de repères, dans le temps et aussi afin de déterminer si elles ont lu ou non un exemplaire en particulier. Julie explique comment, à la vue d'une page couverture, elle sait si elle a lu l'édition en question.

Tu vois, celui-là, je l'ai déjà lu. Je le sais simplement à partir des photos. Mais le texte, j'avoue, je pourrais le relire. Je n'ai aucune mémoire. Je pourrais les garder et les ressortir après six mois. (Julie, question 17)

Denise a soulevé une facette des pratiques de lecture que je n'avais pas prévue.

Le *Échos Vedettes* c'est un passe-temps, mais pas pour les nouvelles [des artistes]. Le jeudi matin, au 101,5 à la radio, ils parlent de tout ce qu'il va y avoir dans les magazines. C'est pour ça que je ne lis pas, je sais ce qui va paraître dans les magazines. C'est pour ça que je vous dis que c'est pour mes mots croisés et pour le télé-horaire! Tant qu'à acheter les autres télé-horaires, avec l'*Échos Vedettes* au moins je m'amuse avec mes mots croisés. Je le feuillète, je regarde les photos, après ça j'ai hâte d'arriver aux mots croisés. (Denise, question 4)

Elle affirme ne pas lire ce magazine, seulement le feuilléter, lire les grands titres, regarder les photos, faire les mots croisés et utiliser le télé-horaire. En plus d'être

la seule à affirmer ne pas lire, elle est la seule à faire les mots croisés et la seule à utiliser le télé-horaire. Cette utilisation particulière du *Échos Vedettes* demeure une pratique de lecture. Elle relève peut-être un peu plus de l'intertextualité médiatique, mais ne diffère pas nécessairement tant que ça des pratiques, peut-être plus conventionnelles, des autres participantes. L'intertextualité médiatique dans le cas présent est également au cœur de cette activité puisque les vedettes que les lectrices suivent dans cette publication, elles les suivent également à la télévision, au cinéma, à la radio et même sur internet. Ce qui est certain c'est qu'elle trouve autant de plaisir dans cette activité culturelle que les autres lectrices. Cette pratique de lecture relève de l'utilitaire (le télé-horaire) et du plaisir (de faire les mots croisés) qu'elle fait également avec les mots croisés du quotidien *La Presse* que sa sœur lui échange contre l'*Échos Vedettes*. Marion parle d'intertextualité comme étant de « l'intericonicité » :

C'est cette intericonicité (...) qui entretient cette base authentifiante de « déjà vu », le tout formant le sédiment dans notre paysage et notre mémoire médiatique. (Marion 2009 : 161)

L'intericonicité est la reconnaissance d'une image connue dans une nouvelle image. Cette nouvelle image peut se trouver dans un ou plusieurs médias, d'où la notion d'intertextualité. L'intertextualité médiatique, voir la même image ou des images différentes de la même vedette dans différents médias renforce la photographie-*people* :

Que l'on n'ait jamais rencontré réellement le personnage médiatique en question – ce qui est le cas la plupart du temps – ne pose en rien problème, tant la circulation et le renvoi généralisé des images nous créent des systèmes de cohérence forts et efficaces. (Marion 2009 : 161)

Ainsi, l'iconographie-*people* est composée par les photographies et images de tous les médias, c'est ce qui permet l'élaboration d'un « album médiatique éphémère, mais familier, ouvert à la compulsion fragmentée et aux récits disséminés ».

(Marion, 2009 : 176)

Voir les mêmes vedettes dans une ou plusieurs émissions à la télévision, au cinéma, dans les journaux et magazines, l'intertextualité médiatique, renforce l'impression de familiarité des vedettes pour les lectrices du *Échos Vedettes*. Si on considère que ces « albums médiatiques » se forment et s'échelonnent sur de longues périodes de temps, l'iconographie-*people* et les histoires de vies des vedettes donnent l'impression que les vedettes sont comme des membres de la famille des lectrices.

À la lumière de l'analyse, les pratiques de lecture des lectrices du *Échos Vedettes* relèvent d'un système formé de trois économies distinctes et interdépendantes qui permettent la ritualisation de la lecture. Cette activité est apprise et transite dans des réseaux familiaux et amicaux de femmes. Les structures offrent une flexibilité à ces pratiques qui assurent aux lectrices du plaisir et une envie d'y revenir semaine après semaine.

4. Discussion

Les pratiques de lecture ne se limitent pas aux moments où les lectrices lisent le magazine à potins *Échos Vedettes*. Ces pratiques, ancrées dans le quotidien, débutent bien avant que les lectrices en fassent l'acquisition et se poursuivent jusqu'à la fin de la vie utile du magazine pour elles, jusqu'au moment où elles en disposent. La discussion va porter sur ce que l'analyse a révélé mais également sur les questions qu'elle soulève : les éléments clés des pratiques de lecture, la proximité et l'intimité qui traversent ses pratiques, la lecture du *Échos Vedettes* comme étant une pratique qui relève de l'amateur et de l'attachement puis de la célébrité qui n'avait, jusqu'ici, été abordée que très sommairement. Je vais conclure ce chapitre par la nouvelle compréhension que j'ai développée au sujet des pratiques de lecture de certaines lectrices du magazine à potins *Échos Vedettes*.

4.1 Éléments clés des pratiques de lecture et rituel

L'analyse a fait ressortir plusieurs éléments mais quatre se sont distingués : les relations sociales, les répertoires, la photographie et la ritualisation. À la lumière de ce que j'ai abordé dans le cadre de la problématique, les relations entre femmes au sein de réseaux familiaux et amicaux constituent l'essentiel des pratiques de lecture de tous les jours pour les participantes à ma recherche. C'est une marchandise que la moitié d'entre elles partagent avec des femmes de leurs réseaux. L'initiation à cette pratique de lecture et son apprentissage s'effectuent entre femmes, souvent à l'intérieur de la même famille, par exemple de mère en fille. Le contenu, pour certaines lectrices, suscite des discussions avec les femmes de leurs réseaux. Leurs relations à l'espace domestique, notamment avec la cuisine, est composé de pièces

dont quelques-unes sont particulièrement associées aux femmes et sont également les seuls endroits où elles lisent ce magazine à potins.

Ce constat soulève la question de genre qui est liée à cette pratique de lecture du quotidien. Par exemple, est-ce que les sujets abordés par ce magazine à potins le sont à partir d'un point de vue féminin? Il serait intéressant de faire une analyse de contenu du magazine afin de déterminer si on retrouve un plus grand nombre d'articles sur les vedettes féminines et sur des sujets qui touchent plus particulièrement les femmes.

Je m'attendais à ce que les répertoires « exclusifs » aux magazines à potins, c'est-à-dire les répertoires de la famille étendue et du mélodrame, dominant le discours des participantes. Cela n'empêche pas certaines lectrices de se référer à d'autres répertoires. Par exemple, le répertoire autobiographique. Une majorité de lectrices donnent un sens à ce qu'elles lisent dans *Échos Vedettes* à partir de leurs propres expériences de vie. D'autres se réfèrent au répertoire historique, de leur propre histoire et ainsi que de celle de la ou des vedettes dont il est question. Et le répertoire intertextuel, qui fait appel à la présence des vedettes dans d'autres médias comme la télévision, la radio ou l'internet, que les lectrices relient à ce qu'elles lisent. Selon moi, les lectrices ne se limitent pas aux répertoires développés par Hermes, même s'ils constituent un bon point de départ et demeurent pertinents. Collinson a ajouté une nouvelle diversité aux répertoires et on peut se demander si de futures recherches n'en développeraient pas elles aussi de nouveaux. À mon avis, une combinaison de caractéristiques relevant de l'économie textuelle, de contextes culturels, sociaux et économiques, notamment, dans lesquels vivent les

lectrices entre autres en tant que consommatrices et membres de communautés interprétatives distinctes désignent le ou les répertoires nécessaires afin de donner un sens à ce qui est lu. Selon la publication, la lectrice détermine, sans même s'en rendre compte, le ou les répertoires auxquels elle doit se référer. À l'inverse, les répertoires des « gossip magazines » peuvent être utilisés dans d'autres pratiques. Donner une signification à la lecture d'un quotidien tel que *Le Journal de Montréal* ou l'écoute de certaines émissions de télévision peut exiger l'appel de ces derniers.

Je ne pouvais passer outre la centralité de la photographie dans cette publication. C'est ce qui oriente les pratiques de lecture des lectrices à l'état de marchandise, les photographies sont importantes, ce sont elles, pour certaines lectrices, qui déterminent si elles achètent ou non la publication. Les photographies représentent l'attribut clé du *Échos Vedettes* en tant qu'objet. Puis, sans photographies, le contenu, ou certains articles ne sont pas considérés. À partir uniquement des photographies, la majorité des lectrices ont l'impression d'avoir compris l'article avant même l'avoir lu. Elles sont également une sorte de repère qui permet aux lectrices de déterminer, d'un seul coup d'œil, si elles ont lu, ou pas, une édition passée. La photographie est une fenêtre ouverte sur la vie personnelle des vedettes québécoises et c'est ce que les participantes à ma recherche préfèrent dans ce magazine à potins.

Les pratiques de lecture au quotidien du *Échos Vedettes* relèvent de rituels. Tout ce qui constitue les pratiques de lecture de cet hebdomadaire relève d'habitudes régulières et intégrées à la vie de tous les jours. Elles se procurent ce magazine souvent au même endroit et à un moment bien précis. C'est un objet qui se retrouve

dans des espaces domestiques qui relèvent de la vie privée : le salon, la cuisine, la chambre ou la salle de bains. Leurs pratiques de lecture sont également ritualisées : première lecture, deuxième lecture, les chroniques qu'elles préfèrent ou les mots croisés et ainsi de suite. L'anticipation est peut-être un des aspects qui pourrait expliquer l'attrait et le succès de cette publication auprès des lectrices qui retrouvent semaine après semaine une routine confortable, divertissante et relaxante.

4.2 Nouveaux questionnements

4.2.1 Relations de proximité et d'intimité

Les relations et expériences qu'engendrent les pratiques de lecture se passent dans deux sphères parallèles du quotidien : la proximité et l'intimité. La proximité physique et sociale est au centre des pratiques de lecture du *Échos Vedettes*. Ces pratiques demeurent toujours dans l'entourage immédiat des lectrices, entre mère et fille, entre sœurs ou amies. Elles vivent des relations de proximité lorsqu'elles se procurent le magazine, que ce soit au moment de l'acquisition, dans les circuits de consommation quotidienne, à l'épicerie ou à la pharmacie, ou d'un proche. Ces pratiques résident dans les limites spatiales et sociales de leur vie de tous les jours. C'est aussi le cas de celles qui le donne ou l'échange avec des femmes de leur entourage immédiat.

Lorsqu'elles lisent, les lectrices vivent également ces pratiques de lecture comme une expérience de l'intimité. L'intimité fait référence à la qualité des relations et de l'expérience que les lectrices vivent dans le cadre de ces pratiques. Telle que définie par Émilie Pelletier, l'intimité peut s'accomplir en présence d'autrui et est

principalement une expérience soumise à plusieurs critères dont la communication non-verbale, le temps, la frontière entre cette expérience et le reste du « monde-vie », la combinaison du destin et de la surprise ainsi que la transformation suite à cette expérience (Pelletier 2008 : 4). L'économie des pratiques de lecture d'*Échos Vedettes*, les espaces et les moments, les relations sociales et la textualité, mettent en place les éléments qui confèrent la qualité nécessaire aux relations et à l'expérience de l'intimité. Le temps que les lectrices consacrent à cette pratique de lecture est un bon exemple: c'est la qualité des moments consacrés à la lecture d'*Échos Vedettes* qui importe et non la quantité. Je suppose qu'il en va de même pour les relations entre femmes lorsqu'elles donnent ou échangent le magazine. L'expérience d'intimité des pratiques de lecture de ce magazine à potins est le résultat de la qualité des conditions mises en place pour cette pratique. Le paradoxe entre la mise en place de conditions essentielles à des relations qui relèvent de l'intimité et de la proximité, ce que l'on fait habituellement avec des gens qui nous sont chers et proches, pour une activités où les principaux sujets nous sont inconnus: les vedettes.

4.2.2 Pratiques de l'amateur et l'attachement

Comment comprendre l'attachement des lectrices à « leur » *Échos Vedettes*, car attachement il semble bien y avoir? Je me suis inspirée des travaux d'Antoine Hennion (2004) sur la sociologie de l'attachement où il affirme que l'attachement est un goût qui consiste à mettre en relation plusieurs éléments clés d'une passion qui se solde en une toute nouvelle expérience. Dans le même ordre d'idée que le système économique des pratiques de lecture de Collinson où il s'agit de réunir

des composantes spatio-temporelles, sociales et textuelles, l'attachement est un amalgame d'éléments tels que le goût, la disposition physique, la manipulation, l'organisation des moments d'attention et la définition de l'objet de passion (2004: 20). Par exemple, certains amateurs de musique classique ont développé des systèmes de classement complexes des œuvres qu'ils possèdent. Pour un autre, la musique classique est associée aux trajets quotidiens en train, moment qu'il consacre à la musique. Ce dernier perçoit la musique classique comme des paysages, ceux qu'il voit défiler dans le train. L'acquisition et la disposition, les pratiques et les relations que leur passion suscite démontrent l'attachement de l'amateur à l'objet de sa passion. L'attachement n'est pas le propre du consommateur ordinaire, c'est le résultat d'une activité d'amateurs c'est-à-dire de ceux qui développent des compétences, des connaissances dans la répétition d'activités et qui cultivent une appréciation particulière d'une pratique qui relève de la passion.

(...) l'amateur pour qu'il reparle non de ses déterminismes mais de ses façons de faire, moins de ce qu'il aime (et moins encore des avertissements qu'il n'est pas dupe de ce que ces choix ont de déterminés) que de ces façons d'écouter, de boire, de jouer, et de son plaisir, de ce qui le tient, des formes que prennent ses pratiques, des techniques étonnantes qu'il développe pour réunir les conditions de sa félicité, sans garantie de succès. Loin d'être l'agent manipulé de forces qu'il ignore, l'amateur est un virtuose de l'expérimentation esthétique, sociale, corporelle et mentale. (Hennion 2004 : 13)

De ce point de vue, comme l'amateur de vin, il est possible d'envisager les lectrices comme les amateurs d'*Échos Vedettes*. Elles développent des stratégies de lecture, des compétences, des connaissances et réunissent les conditions nécessaires à leurs pratiques de lecture.

Les lectrices qui ont participé à ma recherche sont attachées au *Échos Vedettes*. Que ce soit pour le ou les liens qu'il permet d'entretenir avec la ou les femmes avec qui elles le partagent – comme Julie ou Judith avec leur mère — ou simplement parce qu'elles apprécient le magazine lui-même – comme Denise ou Gisèle - elles ont toutes développé des stratégies de lecture particulières, selon leurs goûts et intérêts. Le développement de stratégies de lecture ainsi que l'accumulation de connaissances à propos d'artistes du star system québécois qu'elles affectionnent sont un amalgame d'éléments clés des pratiques de lecture du quotidien qui font de la lectrice, au même titre que les amateurs de vins ou de musique classique d'Hennion, des amateurs du *Échos Vedettes*. À titre d'exemple, Gisèle est attachée à ce magazine parce qu'elle utilise, détache et conserve le télé-horaire puis elle complète la grille des mots croisés. Son utilisation, les connaissances et compétences qu'elle accumule ainsi que les stratégies qu'elle a mis en place dans le cadre de ses pratiques de lecture du *Échos Vedettes* font d'elle une amatrice.

4.2.3 La célébrité

Je ne voulais pas étudier l'*Échos Vedettes* du strict point de vue de la célébrité mais il m'était impossible de ne pas l'aborder. La célébrité ne vit pas en dehors de ce magazine mais bien dans l'intertextualité. Dans les magazines, dans les émissions de télévision, dans les films et sur l'internet, nous retrouvons nos vedettes. Comme je l'ai brièvement expliqué dans l'analyse, la célébrité contemporaine diffère de ce qu'elle était historiquement. Du héros d'autrefois, aux qualités pratiquement surhumaines, aux vedettes, souvent instantanées d'aujourd'hui qui obtiennent la célébrité sans avoir fait quoi que ce soit qui les

distinguent du reste de la population. Cette transformation de la définition de la célébrité peut s'expliquer par plusieurs facteurs technologiques, sociologiques, culturels et médiatiques. Dans le cas qui m'intéresse, la contribution des médias dans la modulation de la célébrité est importante. La démocratisation des médias fait en sorte que nous avons tous accès à une quantité infinie et variée d'informations. Cette démocratisation a, entre autre, transformée le contenu et les formes des médias. Certains dirons que ces transformations ont « tabloïsées » les médias. Mais elle a également permis à toutes de lire et de s'informer selon leurs goûts et intérêts. Il n'y a, à mon avis, pas de bonne ni de mauvaise information. La célébrité est un enjeu de classe qui se transpose dans l'information. Pourtant, on retrouve des célébrités dans toutes les classes sociales. Au même titre que d'autres classes sociales, l'élite a ses propres célébrités, des sommités dans leur domaine, des artistes contemporains ou des intellectuels. Autre « péché », la célébrité relève d'un système marchand ou la consommation réfère systématiquement à une classe sociale. Si la célébrité est porteuse de ces trois grands péchés (futilité, luttes de classes et consommation), comment expliquer pourquoi tant de gens apprécient autant la célébrité et les produits qui en découlent? Su Holmes et Sean Redmond ont peut être trouvé ce qui, selon moi, est une piste significative si on veut comprendre la célébrité:

If you are *not* famous you become part of the defying crowd who help co-produce (along with the popular media) the overriding impression that stars and celebrities are indeed at the center of things.
Contemporary fame circulates in a spider-web-like tautology : it is at the beginning and end of a great many important social relations.
(2006 : 2)

La célébrité et les produits qui sont issus de cette dernière favorisent et encouragent les relations sociales. Selon ce que les participantes à ma recherche

ont discutés, c'est exactement ce que l'*Échos Vedettes* propose, un prétexte aux relations sociales entre femmes.

En tant que lectrice de ce magazine à potins, je peux témoigner de ce que j'avance. La lecture d'*Échos Vedettes* me permet d'entretenir des relations avec ma mère, ma marraine et ma meilleure amie. Nous avons toutes au moins une chose en commun et c'est ce magazine. Mais c'est surtout dans le cadre des entrevues avec les participantes que je ne connaissais pas que les relations sociales me sont apparues centrales. Rapidement, une complicité était établie entre moi et les lectrices : « ...the star or celebrity is not just a desired object but also an intimate doorway for connecting people. »(Holmes 2006 : 3). Cela a d'ailleurs probablement contribué au succès des ces entrevues.

À la lumière de l'analyse et au terme de cette brève discussion, la phrase qui suit synthétise ma nouvelle compréhension des pratiques de lecture au quotidien du

Échos Vedettes :

Les pratiques de lecture du quotidien des lectrices du *Échos Vedettes* sont des pratiques d'amateurs ritualisées qui participent d'une culture de la célébrité et qui relèvent de relations de proximité et d'intimité par lesquelles les lectrices éprouvent un réel attachement.

Conclusion

Cette étude était guidée par des questions qui avaient comme principal objectif de mieux comprendre les pratiques de lecture de lectrices du magazine à potins *Échos Vedettes*. Je crois avoir réussi à démontrer que les pratiques de lecture de cette publication s'articulent et relèvent d'un ensemble de facteurs. Mais surtout que ce sont les relations sociales entre femmes qui sont au cœur de ces pratiques.

Dans le premier chapitre j'ai présenté et défini ce qui, à mon avis, constitue les principaux éléments de ma recherche: l'*Échos Vedettes*, les pratiques de lecture, c'est-à-dire les économies de la lecture de tous les jours, les répertoires et les photographies. Dès lors, on pouvait entrevoir que cette activité culturelle s'articule et est déterminée par plusieurs facteurs, notamment l'espace et le temps, les relations sociales et le contenu visuel et textuel.

Les raisons qui expliquent le choix de la démarche méthodologique, qualitative et interprétative dont les outils de cueillette de données sont l'entrevue semi-dirigée et l'observation avec prise de note, ainsi que la préparation, la concrétisation et les données recueillies dans le cadre des entrevues sont abordés dans le deuxième chapitre. Cette section de ma recherche est en quelque sorte un compte rendu détaillé des procédures et de mon expérience concrète de recherche.

Le troisième chapitre est consacré à l'analyse des pratiques de lecture des participantes. Les trois états du *Échos Vedettes* sont de nouvelles façons d'envisager et de conceptualiser ce magazine à potins. Au cœur de ces pratiques, les relations sociales entre femmes qu'elles engendrent et entretiennent. L'espace,

domestique et privé, et le temps, en qualité plutôt qu'en quantité, les relations sociales féminines, amicales ou familiales, et le contenu, textuel et surtout visuel, forment le système où s'articulent ces pratiques de lecture. Ce sont des pratiques de lecture ritualisées auxquelles les lectrices sont attachées.

Dans le dernier chapitre, la discussion, j'ai fait un retour sur les éléments clés des pratiques de lecture du *Échos Vedettes*. Mais ce qu'il faut, à mon avis, retenir concerne les nouvelles questions que ma recherche suscite. Le paradoxe de ces pratiques qui relèvent de la proximité et l'intimité reside dans le fait qu'elles concernent des gens qui sont à l'opposé de ces concepts, les vedettes. Les participantes à ma recherche ont démontrés un réel attachement au *Échos Vedettes*. L'attachement révèle les pratiques de lecture de ce magazine à potins comme étant des pratiques d'amateurs. Les lectrices ont développés des connaissances, des compétences et des perceptions particulières de cette pratique dans la répétition de cette activité culturelle qui les passionne. Quoi qu'on en dise, la célébrité est porteuse d'enjeux de classes, de consommation et de légitimité utile. La célébrité et ce qu'elle engendre que ce soit d'un point de vue médiatique ou social, n'a pas que des effets négatifs ou aliénants sur les gens en général, elle engendre des relations sociales, elle peut informer et rassembler les gens sur certains enjeux sociaux, politiques ou économiques. Je suis de celle qui croit que le phénomène de la célébrité n'est ni blanc ni noir et que les recherches et les études peuvent aider à mieux cerner et comprendre son rôle, plus ou moins important, dans nos vies.

Cette étude laisse plus de questions que de réponses. Pourquoi la structure visuelle est-elle prédominante? Qu'est-ce qui détermine le succès d'une photographie qui

entre dans la composition de ce magazine? Pourquoi n'y a-t'il pas de photographies dérobées, à la « paparazzi », au Québec? Quelles significations pour les lectrices ont les photographies publiées dans cet hebdomadaire? La communauté scientifique aurait avantage à entamer une réflexion au sujet de la structure visuelle d'une publication telle qu'*Échos Vedettes*. D'autres façons d'aborder l'*Échos Vedettes* seraient également pertinentes : sous l'angle des célébrités, du contenu local ou des préjugés qu'il engendre.

En ce qui concerne les limites de cette étude, elles sont, pour moi, (trop) nombreuses. Parmi elles, j'avais envisagé apparenter la lectrice à la flâneuse, descendante directe du flâneur de Walter Benjamin. Plusieurs éléments clés, dont l'économie spatio-temporelle de leurs pratiques respectives, m'ont conduite à remettre en question cette relation. L'intimité des pratiques de lecture de la première ne me permettait pas de poursuivre dans cette direction alors que les pratiques de la flâneuse relèvent d'endroits strictement publics. Par contre, je persiste à croire que d'une certaine façon, les lectrices du *Échos Vedettes* sont des flâneuses contemporaines. Il serait donc intéressant de voir dans quelle mesure certaines pratiques culturelles s'apparentent au flânage.

Finalement, il semble que je n'ai qu'effleuré mon sujet. Je souhaite que cette étude inspire d'autres chercheurs afin d'en apprendre davantage et ainsi encore mieux comprendre la place qu'occupe cet hebdomadaire dans la société québécoise et les pratiques qu'il engendre.

Bibliographie

- BAER, A. (2001), *Consuming History and Memory through Mass Media Products*, in: *European Journal of Cultural Studies*, vol 4, nr. 4, 490– 501.
- BAKER, S-L. (2004). *Pop into the bedroom : Popular Music in Pre-Teen Girls' Bedroom Culture*. *European Journal of Cultural Studies*. February 2004 (7) pages 75-93
- BAILLARGEON, S. (2012, 13 mars). *Ressac chez le Échos Vedettes*. *Le Devoir*. <http://www.ledevoir.com/societe/medias/344904/ressac-chez-echos-vedettes>
- BAILLARGEON, S., CARDINAL, F., DEGLISE, F. (2003). *Star Acrimonie*. *Le Trente*. Volume 7 (4).
http://www.fpq.org/index.php?id=119&tx_ttnews%5Btt_news%5D=815&tx_ttnews%5BbackPid%5D=148&cHash=0992ba0a07
- BAUDRILLARD, J. (1969). *La morale des objets*. *Communication*. Volume 13 (13) p.23-50 http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1969_num_13_1_1184
- BAUDRILLARD, J. (1972). *Pour un critique de l'économie politique du signe*. St-Amand, FRANCE : TEL Gallimar. p.7 à 95, p.200 à 222
- Collinson, Ian. (2009). *Everyday readers: Reading and Popular Culture*. Equinox Publishing, London. 155 pages.
- BENJAMIN, W. (2002). *The Arcades Project*. The Belknap Press of Harvard University Press. Cambridge, Massachussets. 1073 pages.
- BIRD, E. (1992). *For enquiring minds: A cultural study of supermarket tabloids*. The University of Tennessee Press. Knoxville. 234 pages.
- BRAUDY, L. (1997). *The frenzy of reknown : Fame and its history*. Vintage books. 684 pages.
- D'ASTOUS, M., COULOMBE, C., DUCHARME, A., ÉMOND, A. (1974). *Les potineurs se racontent*. Les Presses de l'Université Laval. 98 pages.
- Le centre d'études sur les médias. (2011) *Portraits sectoriels : Les magazines*. Université Laval. <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Magazines.pdf>
- Clio Collective, DUMONT, M., JEAN, M. (1990). *Quebec women : A history*. Canadian Scholar Press. 396 pages.
- FONTAINE, M. (1978). *Tout sur les p'tits journaux z'artistiques ou comment dormir avec le coeur qui palpite*. Les Éditions Quinze. Montréal. 286 pages.

FONTANA, A., FREY, J.H. (2000). *The Interview : From Neutral Stance to Political Involvement*. Dans *Handbook of Qualitative Research* de Denzin, K. et Lincoln, Y.S. (1994)

GAUTHIER, B. (2009). *Recherche Sociale : De la Problématique à la Collecte des données*. Presses de l'Université du Québec. 767 pages.

GIVEN, L. M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Volume 1. 1072 pages

GUIGNON, C.B. (2004). *On being authentic*. Routledge. 113 pages.

HENNION, A. (2004). *Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur*. *Société*, 85 (3). p.9-24

HERMES, J. (1995). *Reading women's magazines*. Polity Press. Cambridge, UK. 226 pages.

HOLMES, S. & REDMOND, S. (2006). *Framing Celebrity : New directions in celebrity culture*. Routledge. 369 pages

JOHANSSON, S. (2007). *Reading Tabloids: Tabloid newspapers and their readers*. Södertörns Högskola. Stockholm. 205 pages.
<http://sh.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:15698>

LUMBY, C. (1999). *Gotcha : Life in a tabloid world*. Allen & Unwin. Sydney. 280 pages

MARION, Philippe. (2009). *Petite phénoménologie de la photo-people*. *Communication*, Volume 27 (1) p.160-177.

MARSHALL, D. (1997). *Celebrity and Power : Fame in Contemporary Culture*. University of Minnesota Press. 290 pages.

MATHIEU, J. (2003). *L'éducation familiale et la valorisation du quotidien des femmes au XXe siècle*. *Les Cahiers des dix*. (57) p.119-150
<http://www.erudit.org/revue/cdd/2003/v/n57/1008105ar.pdf>

PELLETIER, É. (2008). *L'accomplissement de l'intimité en présence d'autrui*. (Mémoire de maîtrise, Université de Montréal) repéré à
https://papyrus.bib.umontreal.ca/jspui/bitstream/1866/7144/1/Pelletier_Emilie_2008_memoire.pdf

PMB (Print Measurement Bureau). (2012) Publications canadiennes.
http://www.pmb.ca/public/f/pmb2012_fall/release/pmb2012fall_topline.pdf

- POTTER, J & WETHERELL, M. (1987). *Discourse and Social Psychology : Beyond Attitudes and Behavior*. Sage Publications. 216 pages.
- SAMUEL, R. (1994). *Theatres of Memory : Past and Present in Contemporary British Culture*. Verso. UK. 479 pages
- SAVOIE-ZAJC, L. dans Gauthier, B. (2003). *Recherche sociale : De la problématique à la collecte de données, 4e éd.* Les Presses de l'Université du Québec. p.293-316
- SCHWANDT, T.A. (2007). *The Sage Dictionnary of Qualitative Inquiry (3e ed.)*. Thousand Oaks, CA. Sage Pub. p.161-165
- SORMANY, P. (2011). *Le métier de journaliste : Troisième édition revue et mise à jour*. Boréal Éditeur. 496 pages
- SPARKS, C. & TULLOCH, J. (2000). *Tabloid Tales : Global Debates over Medias Standards*. Rowman & Littlefield. 315 pages.
- ST-JACQUES, D. et LEMIRE, M. (2005). *La vie littéraire au Québec, volume 5, 1895 à 1918*. Les Presses de l'Université Laval. Sainte-Foy. 680 pages.
- STASZAK, J-F. (2001). *Dans L'espace domestique : pour une géographie de l'intérieur*. Annales de Géographie. Volume 110 (620). p.339-363
http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geo_0003-4010_2001_num_110_620_1729
- STOREY, J. (2001). What is popular culture? Dans *Cultural Theory and Popular Culture. An Introduction*. (p1-16). Essex : Pearson Educated Limited.
- TURNER, G. (2004). *Understanding Celebrity*. Sage Publications. 160 pages.
- VAN GODTSENOVEN, K. (2005). *Women's Passages : A Bildungsroman of Female Flânerie*. Universiteit Gent Academiejaar. 146 pages.
- WARD, P. (1999). *A History of Domestic Space: Privacy and the Canadian Home*. UBC Press. 192 pages.
- YTRE-ARNE, B. (2011). *Women's magazines and their readers: The relationship between textual features and practices of reading*. European Journal of Cultural Studies. 14(2), p. 213-228.

Annexes

Annexe 1 – Grille d’entrevue

Grille d’entrevue thématique

Les pratiques de lecture des lectrices du Échos Vedettes
De Valérie Paquette

1. Introduction

2. Données démographiques

3. Histoire de la lectrice

- a. Quand tu penses au ÉV qu’elles images te viennent ?
- b. Qu’est-ce que le ÉV représente pour toi ?
- c. Peux-tu me parler de ton plus vieux souvenir du Échos Vedettes ?

4. Consommation et production

- a. Comment le ÉV arrive jusqu’à toi ?
- b. Lorsque tu as terminé la lecture du ÉV, qu’est-ce que tu fais avec ?

5. Rituels et contenu

- a. Comment ça se passe lorsque tu veux lire le ÉV ?
- b. Qu’est-ce qui attire ton attention lorsque tu lis le ÉV ?
- c. Qu’est-ce qui te laisse indifférente lorsque tu lis le ÉV ?

6. Pratiques de lecture

- a. As-tu un exemplaire du ÉV ?
- b. Est-ce qu’on peut prendre quelques minutes afin de regarder le ÉV ensemble et voir comment chacune lit le ÉV?

- c. La lecture du ÉV que nous venons de faire ressemble-t'elle à celle que tu fais habituellement ?
- d. Qu'est-ce qui te reste après avoir lu le ÉV?
- e. Retiens-tu quelque chose de ta lecture ?

7. Retour sur l'entrevue

- a. Est-ce que les questions étaient claires ?
- b. Y'aurait-il une autre manière d'abordé certaines questions ou sujets ?
- c. Est-ce que l'ordre des questions te semblait pertinent ?
- d. Y'a-t'il des sujets que je n'ai pas abordés que auxquels tu t'attendais qu'on parle ?
- e. Commentaires

8. Remerciements