



**HAL**  
open science

**Saint-Martin Lori, Postures viriles : ce que dit la presse masculine, Montréal, Éditions du remue-ménage, 2011**

Fanny Bugnon

► **To cite this version:**

Fanny Bugnon. Saint-Martin Lori, Postures viriles : ce que dit la presse masculine, Montréal, Éditions du remue-ménage, 2011. Genre, sexualité & société, 2012, 7, pp.[en ligne]. 10.4000/gss.2263 . halshs-00718436

**HAL Id: halshs-00718436**

**<https://shs.hal.science/halshs-00718436>**

Submitted on 30 May 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

---

SAINT-MARTIN Lori, *Postures viriles : ce que dit la presse masculine*

Montréal, Éditions du remue-ménage, 2011

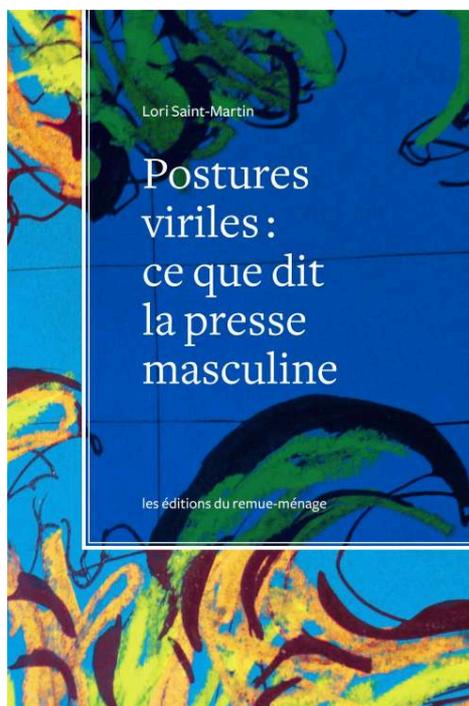
Fanny Bugnon

---

RÉFÉRENCE

SAINT-MARTIN Lori, *Postures viriles : ce que dit la presse masculine*, Montréal, Éditions du remue-ménage, 2011

- 1 Puissance, pouvoir, possession. Telles sont les traits dominants de *La fabrication des mâles* mis au jour par deux sociologues en 1975. Georges Falconnet et Nadine Lefaucheur soulignaient alors que leur « dessein, au-delà d'une condamnation pure et simple de la phallocratie, était de donner des armes aux hommes désireux d'abandonner la parodie virile classique » (Falconnet et Lefaucheur, 1979, 18). Près de 40 ans plus tard, la lecture de *Postures viriles : ce que dit la presse masculine* témoigne de la faible diffusion d'une telle démarche. S'inscrivant à la suite du travail fondateur de Falconnet et Lefaucheur, Lori Saint-Martin propose une analyse littéraire et résolument féministe de la presse masculine québécoise selon une approche originale puisqu'aux deux titres destinés au public masculin retenus (*Summum* et *Homme*)



s'ajoute *Summum Girl*, que l'auteure définit comme un « magazine masculin... pour les femmes » (p. 23). À la croisée des magazines de mode et de la presse de charme, ces trois titres, nés au cours de la décennie 2000 et aux tirages moyens, ciblent sensiblement les mêmes tranches d'âge (18-40 ans pour *Summum* et son pendant féminin, 25-49 ans pour *Homme*). Lori Saint-Martin propose une analyse des textes, des images et de la maquette des numéros édités au cours de la période 2009-2011, étayée par des statistiques, le tout à partir d'une « lecture personnelle » (p. 25) guidée par une « attention flottante » (p. 25). L'ouvrage se construit autour de trois chapitres qui constituent autant de monographies, encadrés par une introduction et une conclusion solides. On peut toutefois regretter le choix d'une telle construction au détriment d'une analyse thématique qui aurait permis de mettre davantage en perspective les caractéristiques de cette presse masculine et donc d'affirmer une analyse plus problématisée, évitant ainsi certaines répétitions.

- 2 Souhaitant « comprendre comment la presse masculine voit le monde » (p. 7), Lori Saint-Martin s'appuie sur les études déjà menées à propos de la presse féminine qui ont démontré sa double fonction économique et idéologique. Si la presse féminine peut être lue à la fois comme un espace d'innovation et d'expression de conservatisme (Dardigna, 1978), les magazines destinés aux hommes n'échappent pas à la règle. L'auteure souligne ainsi leur pouvoir de définition des identités masculines et féminines, mais aussi leurs rapports (sur le mode de l'opposition binaire et hiérarchisée), alimentant ainsi les stéréotypes. Il en ressort un large portrait fantasmé de ce qu'est et doit être « l'homme », défini par des postures viriles inscrites dans une rhétorique de crise de la masculinité (Bard, 1999 ; Dupuis-Déri, 2012) qui sont autant de réactions plus ou moins larvées d'antiféminisme glissant jusqu'au masculinisme (« le bon gars » et le « gars nouveau » incarné par *Summum*, renouant « avec des attitudes masculines traditionnelles » (p. 18), aimant la fête et les excès en tout genre tout comme « les

blagues de mauvais goût » (p. 18) versus « l'homme nouveau » dépeint par *Homme*, « plus près de son corps et de ses sentiments » (p. 18), pris au piège dans le couple – toujours pensé comme hétérosexuel).

- 3 Paraphrasant Simone de Beauvoir, Lori Saint-Martin entame son propos par l'analyse d'*Homme* (chapitre 1), que le slogan affirme comme le « magazine du mâle alpha », c'est-à-dire de l'homme au singulier, qui entend défendre ceux qu'une supposée féminisation de la société québécoise menacerait, ou plutôt remettre à l'honneur leur essence en redonnant « du viril au masculin » (p. 28). La ligne éditoriale d'*Homme* est ouvertement animée par l'idée de revanche à l'égard du féminisme, présenté comme responsable de la fin du paradis perdu de la virilité triomphante, comme en témoigne les photographies d'hommes publiées en couverture et en pages intérieures et la représentation des femmes comme tribut du guerrier. Puisant largement dans le référentiel le plus stéréotypé qui soit, le magazine adopte un discours résolument biologisant, valorisant une virilité hormonale, l'individualisme et le goût du risque. La mixité de la rédaction est présentée comme une caution puissante, à l'image de la rubrique « sexualité ». Tenue par une sexologue, elle permet ainsi de légitimer par la voix d'une femme ce que les lecteurs veulent entendre en la matière, et notamment la défense de la pornographie hétérosexuelle.
- 4 Sous un aspect moins lissé, loin du métrosexuel *Homme*, *Summum* (chapitre 2) affiche pour slogan « Adrénaline. Tendances. Performance. Attitude ». Mettant en avant énergie virile, intensité et vitesse, le magazine affiche plus nettement encore une dualité de la différence des sexes sur le mode homme actif/femme passive. De cette dualité découle l'assujettissement des femmes, comme en témoigne la présence importante de photographies de femmes très légèrement vêtues, à l'attitude lascive ou aguicheuse (en première et dernière page, ainsi que dans 60 % du magazine, auquel il faut ajouter un numéro spécial annuel mettant en scène des femmes en maillots de bain). Lori Saint-Martin démontre clairement que ces images féminines sont celles de corps de femmes à la fois spectacles et proies, répondant à l'équation du regard et de la possession. Elle insiste notamment sur les jeux de regards, opposant ceux directs des hommes à ceux dérobés des femmes. Le contenu se concentre autour de trois thèmes principaux : le sexe, le jeu et la fête, reflet de la volonté masculine de possession de l'argent, de la technique et des femmes. À la différence d'*Homme*, *Summum* affiche une masculinité autonome liée à l'extrême (vitesse et performance). Par son « contenu à la fois sexuel, sexiste et sexué » (p. 104), les pages du magazine ignorent ou récupèrent le féminisme sous couvert de valorisation d'une libération sexuelle mise au service des désirs masculins, nécessairement hétérosexuels, comme l'illustre le recours à une « sexologue-éducatrice », rejoignant ainsi la démarche d'*Homme*.
- 5 En proposant de déplacer le regard du côté de la version féminine de *Summun* – *Summum girl* – Lori Saint Martin démontre que le modèle de féminité avancé constitue en réalité un miroir déformant pour penser en creux la virilité. Elle souligne ainsi que le magazine s'attache à dicter les comportements des femmes à la lumière des attentes des lecteurs de *Summum*. Si ce dernier glorifie la liberté masculine, sa version féminine met en avant la dépendance des femmes à l'égard des hommes. Définissant sa lectrice idéal-typique comme « un peu rebelle, un brin excentrique », *Summum girl* reproduit en fait, sous couvert de modernité et de *girl power*, les déclinaisons contemporaines de la domination masculine marquées aussi bien par le registre de la performance que par celui de la compétition et de la rivalité entre femmes. Mettant en scène des hommes

virils et sexy non-dénudés (notamment en couverture), le magazine impose « une esthétique et une manière d'être femme » (p. 116) en adoptant les codes de la pornographie traditionnelle, relayés par la même sexologue que dans *Summum*. Plaçant la relation amoureuse comme objectif principal de réussite personnelle, il décline cette thématique à travers l'ensemble des rubriques, très largement tournées vers la sphère privée (mode et sexualité notamment). L'auteure analyse ainsi le contenu de *Summum girl* comme le reflet d'une érotisation de la domination qui modèle « le désir féminin en miroir de celui des hommes » (p. 129).

- 6 Au terme de ce parcours au milieu des *Postures viriles*, Lori Saint-Martin conclut à la triste persistance d'intérêts antagonistes entre les sexes, déterminés par l'opposition entre la liberté des hommes et la dépendance des femmes. Flattant, de différente manière, des instincts pour le moins primitifs, les trois titres partagent la même lecture naturalisante de la différence des sexes qui tend à dénier aux femmes la position de sujets sociaux. Avec quelques nuances néanmoins. Si *Homme* traduit l'angoisse de la fin du modèle traditionnel en empruntant au registre de la guerre des sexes, *Summum* affirme une posture ouvertement plus sexiste, marquée par une masculinité insouciant et débridée selon laquelle les femmes constituent avant tout des objets de désir. Déterminé par la consommation, le rapport aux femmes est ainsi présenté comme le reflet logique d'une masculinité définie comme une essence, conforté par *Summum girl* et son discours individualiste. L'auteure déplore ainsi le caractère « anémique » (p. 157) d'une presse magazine au service d'un « ordre viril » (Falconnet et Lefaucheur, 1979, 159) dont l'examen vient confirmer et compléter, quatre décennies plus tard, les analyses de *La fabrication des mâles* et ses reconfigurations contemporaines.

---

## BIBLIOGRAPHIE

BARD Christine (dir.), *Un siècle d'antiféminisme*, Paris, Fayard, 1999.

DARDIGNA Anne-Marie, *La presse féminine. Fonction idéologique*, Paris, Maspéro, 1978.

DUPUIS-DÉRI Francis, « Le discours des "coûts" et de la "crise" de la masculinité et le contre-mouvement masculiniste », in DULONG Delphine, GUIONNET Christine, NEVEU Érik (dir.), *Boys Don't Cry ! Les coûts de la domination masculine*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2012, pp. 59-90.

FALCONNET Georges, LEFAUCHEUR Nadine, *La fabrication des mâles*, Paris, Seuil, 1979 [1975].

## AUTEURS

FANNY BUGNON