

À la recherche des amatrices des Canadiens de Montréal : enjeux et paradoxes de l'accès aux archives d'un objet populaire

Fannie Valois-Nadeau, Ph. D.

Université TÉLUQ, Québec, Canada

Résumé

Cet article s'intéresse aux difficiles conditions d'accès à un terrain de recherche vu et pensé comme étant au cœur de la culture populaire québécoise. En souhaitant documenter et interroger comment les amatrices de l'équipe de hockey du Canadien de Montréal ont été approchées et considérées à travers les décennies par le milieu du sport professionnel, cette étude de cas fait face à des obstacles importants lors de la collecte de données. La quête d'archives (audiovisuelles, internes, etc.) et les demandes d'entretien avec des personnes clés se retrouvent constamment limitées par les organisations responsables de la production de ce spectacle, pourtant largement médiatisé. En présentant des freins liés notamment à la question de la célébrité et de la conservation des archives audiovisuelles, ce texte a pour but de soulever les complexités de la recherche produite sur un objet populaire, qui paraît pourtant accessible et ouvert en raison de son ultra-médiatisation.

Mots clés

ÉTUDE DE CAS, ARCHIVE AUDIOVISUELLE, ENTRETIEN ET CÉLÉBRITÉ, FEMMES FANS, CANADIENS DE MONTRÉAL

Introduction

Cet article s'intéresse aux difficiles conditions d'accès à un terrain de recherche vu et pensé comme étant au cœur de la culture populaire québécoise, partie prenante du paysage médiatique et du quotidien de nombreuses personnes depuis plus d'un siècle. La recherche de laquelle est tirée cet article a pour ambition de produire une étude de cas pour comprendre et documenter les façons dont les amatrices de l'équipe de hockey des Canadiens de Montréal ont été – et sont – pensées, sollicitées, approchées au sein de l'univers du sport-spectacle montréalais, depuis la création de l'équipe jusqu'à l'époque contemporaine. Ce vaste programme de recherche, amorcé au printemps 2023, a pour objectif général de documenter le caractère genré des cultures matérielles et médiatiques du hockey professionnel montréalais de même que leurs transformations en regard de la médiatisation et de la consommation accrue du sport. Le projet comporte trois phases :

RECHERCHES QUALITATIVES – Hors-série « Les Actes » – numéro 30 – pp. 67-81.

L'ACCÈS AU TERRAIN DE RECHERCHE : NÉGOCIATION, IMMERSION ET SORTIE

ISBN 978-2-925374-29-9- <http://www.recherche-qualitative.qc.ca/revue/>

© 2025 Association pour la recherche qualitative

une première phase se consacre à la période pré-télévisuelle, où le milieu du hockey cherche à s'anoblir et à se tailler une place au sein des nouveaux divertissements urbains par l'attraction d'un public féminin (Field, 2012); une deuxième phase investigate les transformations engendrées par la venue de la télédiffusion des parties et l'accroissement rapide de la présence des commanditaires et des publicitaires; et enfin, une troisième phase questionne la création de marchandises roses par les équipes de marketing des clubs sportifs professionnels.

Cette étude de cas est réalisée à partir d'une collecte de matériaux variés, issus d'époques distinctes, approchés comme étant hautement complémentaires les uns par rapport aux autres, sans prépondérance aucune (Yin, 2009). Comme le suggère Martin Lussier (2008), l'assemblage de ces matériaux (qui permet de connecter un bon nombre d'éléments déjà largement médiatisés), devient lui-même une archive unique et singulière, permettant de décrire les dynamiques d'un contexte. Puisque le projet couvre une longue période de temps et qu'il s'agit de repérer les traces des façons dont le public et les amatrices de hockey étaient appréhendés, les archives recherchées sont diverses et inscrites sur différents supports, allant de publicités audiovisuelles et imprimées, de programmes annuels du Forum, de plans d'architecture des arénas du club, de rapports d'activités, d'archives télévisuelles de hockey, de registres de détenteur de billets de saison, de documents sur les fan clubs, de publicités sur la mise en marché de gilets roses pour femmes, etc. Quelques archives (comme un programme du Forum de 1934, des spicilèges, des chandails, etc.) ont été collectées au Musée McCord et au Centre Canadien d'Architecture. Les archives télévisuelles (soit celles qui ont pu être préservées à travers les années) des deux premières décennies de la télédiffusion des Canadiens de Montréal (1952-1970) ont également été visionnées dans le but de repérer les publicitaires et les commanditaires. Pour compléter et nuancer les informations recueillies et analysées avec les archives, des entretiens avec des responsables des ventes, du marketing ou des archives internes des Canadiens de Montréal ont été envisagés afin de comprendre comment les amatrices de hockey ont été valorisées, sous-estimées ou ignorées à travers les décennies.

Ce projet a toutefois fait face à plusieurs freins : quatre demandes d'entretien avec des responsables de l'organisation sportive ont été refusées. De plus, le statut réservé aux archives télévisuelles limite les possibilités de recherche sur cet objet pourtant largement médiatisé. Faire de la recherche sur (et avec) un objet qui a la particularité d'être connu, vu et suivi par des milliers de Québécoises et Québécois, dont la signification sociale est pourtant largement documentée dans les recherches sociologiques et historiques, mais aussi au cœur de nombreuses expositions muséales, productions documentaires et déclarations politiques, s'est alors avéré plus complexe que prévu. Le grand volume de productions scientifiques, culturelles et médiatiques mettant en scène les Canadiens de Montréal contraste ainsi avec un processus de

recherche marqué par une série de freins et de contraintes qui limitent l'accès aux diverses informations.

En abordant les différents obstacles rencontrés lors de la collecte de données et les tentatives d'accès au terrain, cet article interroge les complexités de la recherche produite sur des organisations sportives et avec des sources médiatiques provenant de la société d'État. Certains enjeux vécus dans cette recherche résonnent avec ceux auxquels sont confrontés les recherches sur les célébrités (notamment en ce qui a trait au paradoxe de l'hypervisibilisation de l'objet de recherche et de son accès impossible en raison de la professionnalisation des relations publiques qui en balisent l'accès). Comment alors entrer en relation avec un objet de recherche ultramédiatisé mais opaque au plan des communications? Les équipes des relations publiques, qui œuvrent pourtant à entretenir des liens avec les communautés et à accroître par tous les moyens leur auditoire et leur base de partisans, ont refusé mes demandes. La crainte de la critique à l'égard d'anciennes pratiques de l'organisation et le contrôle certain des communications sont pressentis comme enjeux affectant la réalisation de la recherche. Ces freins n'ont pas toujours été présents, comme en témoignent des projets de recherche réalisés au cours des années 2000 (Field, 2008) et 2010 (Valois-Nadeau, 2014). Ensuite, si de nombreuses archives télévisuelles font partie du patrimoine canadien, leur accessibilité est largement balisée par des questions de droits de diffusion. Comment alors faire de la recherche avec des archives audiovisuelles à l'origine publique, quand les capacités de reproduction, de sauvegarde et de mise en visibilité sont restreintes par cette institution? Ces questions, qui balisent le pourtour des possibilités de la recherche canadienne en études culturelles et médiatiques du sport, mais aussi plus largement en études télévisuelles canadiennes, seront explorées dans les prochaines sections. Populaire, ultramédiatisé et patrimonialisé, ce terrain de recherche n'en demeure pas moins à distance. Avant d'aller plus loin, quelques mots sur le projet au cœur de ce terrain et sur les études dans lesquelles il s'inscrit.

À la recherche des amatrices de sport : quelle approche et quelle ambition?

Depuis une dizaine d'années, les expériences des femmes amatrices de sport professionnel¹ ont fait l'objet de plusieurs études en sociologie et études médiatiques du sport. Ces recherches, réalisées à partir d'entretiens avec des femmes amatrices de sport (Crawford & Gosling, 2004; Johnson, 2016; Pope, 2017; Toffoletti & Mewett, 2012) et de démarches autoethnographiques (ex. : Hoeber & Kerwin, 2013), mettent en lumière un sentiment de marginalisation ressenti par les femmes au sein des groupes d'amateurs, mais aussi à l'égard d'une industrie qui a tardé à les considérer. Leurs témoignages font état d'un besoin constant de prouver la légitimité de leur présence et leurs réelles connaissances du jeu, leurs craintes d'être perçues seulement comme celles qui accompagnent un conjoint ou un fils, ou pire, d'être vues comme celles qui ne seraient qu'amoureuses des joueurs. Il ressort de cette littérature le besoin de se montrer crédible

en regard des normes et des attentes qui se sont construites autour de l'image du « vrai » amateur de sport, pensé comme étant d'emblée masculin.

Ces témoignages, qui font état des stéréotypes tenaces et des idées préconçues à propos de qui pourrait être intéressé par le sport, contrastent pourtant avec la composition de l'audience des parties de hockey. Selon la LNH, en 2022, l'auditoire était constitué à 40 % de femmes, un chiffre qui reflète autant la composition du public devant le téléviseur comme de celui dans les gradins (NHL, 2023). Les femmes sont également facilement repérables dans les archives médiatiques issues du sport. Même si leur présence n'est pas forcément paritaire au cours de la longue histoire du hockey, il n'empêche qu'elle n'est pas rare ni exceptionnelle, comme l'est pourtant imaginé leur attachement à l'équipe.

Cette recherche vise alors à expliquer comment, et à partir de quel moment, une partie si importante de l'auditoire du spectacle sportif devient imaginée comme étant non intéressée par le sport, appréhendée comme une accompagnatrice peu connaissante et non soumise aux passions sportives. Plus particulièrement, ce projet de recherche – encore en cours – souhaite comprendre de quelle manière la culture médiatique et matérielle du hockey a contribué à produire une conception différenciée des amatrices de sport et à cristalliser les stéréotypes de genre associés à la partisanerie sportive. Les études culturelles et médiatiques sur le sport ont largement documenté le caractère *malestream* (Cooky et al., 2015; St-Pierre, 2020) du sport professionnel pour comprendre le peu d'attention médiatique réservée aux athlètes féminines mais aussi aux professionnelles du milieu sportif et potentiellement aux amatrices. Ce terme, créé par les chercheurs Cooky, Mesner et Munto, décrit un milieu conçu *par et pour* des hommes, qui diffuse et couvre des athlètes majoritairement masculins et construit un auditoire imaginé qui l'est tout autant.

Ce projet de recherche vise donc à comprendre comment une industrie du divertissement, malgré son but premier d'accroître son marché, en est venue à négliger et sous-estimer une partie importante de son public en présupposant son absence, son manque d'intérêt ou une partisanerie distincte. Si ce caractère « *malestream* » est documenté aujourd'hui, je cherche à identifier comment il s'est inscrit dans les cultures visuelles et matérielles du hockey au fil du temps, en regard des grandes transformations qu'a connu ce sport-spectacle. Contrairement aux projets sur les amatrices de sport qui visent à interroger leurs expériences de marginalisation et leurs stratégies de négociation identitaire à travers des entretiens et des ethnographies, celui-ci a pour objectif de rechercher les traces de leur marginalisation au sein de divers types d'archives et de récits, en privilégiant particulièrement ceux issus des propriétaires, des commanditaires et des publicitaires, par lesquels se sont largement constitués les contours de la masculinité hégémonique dans le monde du sport professionnel.

Investiguer un objet populaire de l'intérieur ou faire avec les contraintes des organisations sportives célèbres

Ce projet s'inspire grandement des recherches sur les amateurs et les amatrices de hockey à l'époque pré-télévisuelle réalisées par l'historien du sport Russell Field (2008, 2012). Ces travaux font état d'une présence effective des spectatrices, qui était désirée par les propriétaires des nouveaux amphithéâtres sportifs construits entre les années 1920 et 1930. En s'appuyant sur une collecte d'archives journalistiques rendant compte de la vision de ces propriétaires, Russell Field a également pu consulter des archives privées des clubs de hockey de Toronto et de New York, qui contenaient des registres de billets de saison, des communications internes, des plans architecturaux, etc. Le but de cette collecte était non seulement d'attester par divers moyens de la présence du public féminin en aréna, mais aussi de documenter leur engagement à l'égard de ce spectacle (par exemple, en étant propriétaires de billets de saison, ces femmes ne devenaient pas seulement l'accompagnatrice d'un mari ou d'un père, comme le présuppose les stéréotypes à propos des femmes dans les milieux sportifs (Pope, 2017)). Le travail en archives de Field, auquel s'ajoute des entretiens réalisés avec des spectateurs et spectatrices de hockey, est devenu une importante porte d'entrée pour comprendre l'essor des grands divertissements urbains populaires des années 1920 et 1930 de même que la reconfiguration des rôles de genre au sein de ces lieux de loisir. Grâce à ces accès, Field a pu produire une histoire culturelle des publics sportifs et mettre en évidence à quel point la présence des spectatrices était pensée comme un moyen d'anoblir les comportements de la foule, de rendre les lieux sportifs plus « respectables » et de documenter du même coup les processus de gentrification des espaces sportifs en regard des codes sociaux de genre.

Pour leur part, les recherches médiatiques et culturelles québécoises sur le sport sont largement constituées d'analyses de discours médiatiques (ceux des amateurs et des journalistes particulièrement, mais aussi des communications publiques provenant des organisations sportives) et d'entretiens auprès d'amateurs et d'athlètes. Rares sont les recherches réalisées en ayant directement accès aux actrices et acteurs de ce milieu, bien que certaines ont pu se faire en entrant en contact avec des journalistes sportives en poste (St-Pierre, 2020) ou même des anciens joueurs des Canadiens de Montréal (Valois-Nadeau, 2016). Les recherches qui se concentrent sur l'histoire du sport au Québec ont surtout mobilisé des fonds d'archives d'organisations sportives amateurs, cléricales, scolaires ou médiatiques, particulièrement relatives à la presse écrite (Detellier, 2011; Guay, 1997; Vigneault, 2013, pour ne nommer qu'eux.)

Le désir d'entreprendre une démarche de recherche similaire à celle de Field (2008) s'inscrit donc dans la continuité de travaux amorcés mais aussi dans le développement de nouvelles avenues en recherche. Toutefois, mon projet a rapidement été réprimé par le service des communications du club de hockey Canadien.

Contrairement à Russell Field qui a pu consulter une variété de documents aux Archives de l'Ontario et au sein de l'entreprise privée Maple Leafs Sports and Entertainment il y a une vingtaine d'années, mes demandes de consultation des archives du club ont été rejetées à tous les coups, en raison de leur caractère prétendument confidentiel. Pour expliquer ce refus, il est possible d'envisager l'accroissement du contrôle et du pouvoir des équipes de relations publiques depuis les dernières années. En effet, le marketing sportif s'est largement développé depuis les années 2000, entraînant avec lui une professionnalisation de la mise en image des clubs sportifs (Hopwood et al., 2010; Smith, 2012). Les équipes de relations publiques, dont le nombre est en croissance depuis, occupent ainsi un rôle de clé dans le filtrage des informations sortantes jugées acceptables. La centralisation des voix vers un discours officiel ne devant pas nuire à l'image du club de même que la production interne de contenu médiatique figurent parmi les stratégies déployées pour gérer la circulation de l'image des clubs sportif.

Ma première requête a été lancée via le site web du club. Puisqu'aucune adresse courriel n'est actuellement affichée sur le site officiel de l'équipe, contacter une personne responsable s'avère ardu. N'ayant pas l'option de rejoindre directement des employés, j'ai alors simplement décrit mon projet et le type d'archives recherchées au sein de l'espace réservé aux commentaires du public. Après une relance de ma part, on m'a remerciée pour mon intérêt à l'égard de l'équipe et informée que ces archives étaient de nature confidentielle. Par la suite, j'ai souhaité traverser le mur des relations publiques en contactant directement les employées responsables des liens avec la communauté via d'autres plateformes de même de rejoindre des personnes suggérées par des connaissances interposées, mais cette démarche s'est avérée tout aussi infructueuse. Une employée responsable du service à la communauté, dont le mandat est d'inscrire le club dans la vie locale des Québécois et Québécoises, a été rejointe via Instagram. Enthousiaste à l'égard du projet, elle m'a mis en relation avec une de ses collègues dont les responsabilités sont en lien avec les questions qui animent cette recherche. Après avoir sollicitée cette personne à deux reprises et lui avoir fourni à sa demande mes questions, ma requête s'est retrouvée à nouveau sans réponse. Enfin, une troisième personne fut contactée par personne interposée. Cette personne, travaillant au marketing d'une entreprise partenaire du Canadien de Montréal, semblait estimer profondément le projet, mais mesurait du même coup les effets délétères d'une telle recherche sur l'image du club². Ainsi, les personnes rejointes ont reconnu le potentiel du projet et la faible attention historique portée au public féminin, mais aucune d'entre elles n'a donné de retour concret ni accordé l'accès à un potentiel terrain. Vu la difficulté, il n'est donc pas surprenant que les recherches sur les Canadiens de Montréal (et plus largement les équipes de sport professionnel) n'intègrent pas (ou que très peu) les témoignages des acteurs du milieu : en se concentrant sur les amateurs, les commentaires et les discussions, les observations de communautés, les analyse de discours médiatiques (Bélanger, 2000; Lapierre, 2014; Melançon, 2006; Roy, 2023; Valois-Nadeau, 2011),

ces recherches focalisent davantage sur la réception et la construction de l'image que sur les producteurs de son contenu.

Certains des enjeux soulevés dans le cadre de cette recherche rejoignent ceux rencontrés au sein des études sur les célébrités (*celebrity studies*), un champ également marqué par une abondance d'études textuelles et discursives et une faible pratique de la recherche sur le terrain (outre que celui des communautés d'amateurs). La grande visibilité des célébrités, mais aussi la quantité d'entrevues auxquelles elles se soumettent pour leur assurer une présence publique quasi quotidienne, est loin de signifier pour autant une participation et un intérêt pour l'entrevue réalisée à des fins de recherche académique. Selon Olivier Driessens (2015), qui a fait de la célébrité son objet d'étude, ce milieu doit composer avec une sollicitation constante, voire est « *over-interviewed* » en raison de la surabondance médiatique propre à cet objet. Inspiré par la réflexion sur les milieux « *over-researched* », qui démontrent une fatigue, voire même une perte d'intérêt ou un refus de participer à la recherche, Driessens (2015), met en lumière les effets délétères de l'entrevue répétée, qui nuit à la participation des personnes dites célèbres. De plus, comme ce dernier le souligne, la recherche réalisée en milieu universitaire, dont les fins et les procédés sont généralement mal compris par ces acteurs, ne leur apporte aucun bénéfice en termes d'attention publique ou de valeur commerciale. Elle peut même être perçue comme étant nuisible à l'image publique lorsqu'elle se réalise à travers des postures critiques.

L'enjeu de l'anonymat et de la confidentialité est également central aux réticences documentées par Driessens. Le besoin de contrôler ce qui est dit et comment cela est dit importe en raison des potentielles répercussions sur l'image publique. Enfin, comme le rappelle Driessens, au même titre que les autres élites, les célébrités sont assistées par plusieurs relationnistes, qui agissent comme « *gate-keepers* » et qui, dans la grande majorité des cas, préservent l'accès aux stars (Driessens, 2015, p. 199). Par la récurrence de ces obstacles, Driessens fait le constat d'une incompréhension des visées de la recherche académique (qui se distingue de l'enquête journalistique ou d'autres démarches médiatiques) et suggère que les principes qui la guide (tels les droits à la confidentialité et au retrait) doivent absolument être davantage expliqués. Si une nouvelle prise de contact devait se réaliser, les distinctions et les particularités de la recherche académique seraient d'entrée de jeu présentées et l'emphasis serait porté sur le caractère anonyme de cette recherche ainsi que sur les possibilités de retrait.

Puisque les portes des archives officielles demeurent fermées, une des stratégies pour la suite est de recueillir directement auprès des amatrices les traces matérielles des divers produits de consommation générés par l'organisation. Chandails roses et sous-vêtements mis en marché dans les années 2000, cartes de membre de fan club, programmes des matchs avec publicités et tout autre document collectionné dans les spicilèges sont des vestiges qui matérialisent les façons dont le public féminin était

envisagé par cette industrie. Retourner aux amatrices permet alors non seulement de documenter leur sentiment de marginalisation, mais aussi de recueillir et documenter une culture matérielle singulière.

Heureusement, le terrain de l'étude de cas ne se limite pas qu'aux archives et aux activités des Canadiens de Montréal; les parties de hockey télédiffusées sont des matériaux cruciaux pour saisir la façon dont l'auditoire était genré et apercevoir la place – ou l'éclipse – réservée aux amatrices de hockey. Ces archives médiatiques, bien qu'elles soient non confidentielles, ayant fait l'objet auparavant d'une diffusion nationale, de surcroît préservées au sein d'une institution publique, ne sont néanmoins pas toujours gages d'une plus grande accessibilité.

Accéder aux archives télévisuelles ou la privatisation d'un patrimoine public

L'arrivée de la télédiffusion du hockey a accru l'importance des commanditaires et de la publicité dans le circuit médiatique sportif. Si la codépendance des milieux sportifs et médiatiques est documentée depuis l'avènement de la presse, la télédiffusion des parties de hockey a permis de multiplier les formes de commandites, d'accroître les segments publicitaires mais aussi de générer une culture visuelle au sein de laquelle la présence de l'auditoire masculin s'impose de manière hégémonique. Au Québec, les parties des Canadiens de Montréal ont d'abord été diffusées à *La soirée du hockey* en 1952, à l'antenne de Radio-Canada, et ce, jusqu'en 2004 (Radio-Canada, 2022). Avant de migrer vers des chaînes sportives câblées, les parties de hockey pouvaient être vues au sein de tous les foyers, sans abonnement requis. *La soirée du hockey* et son équivalent anglophone *Hockey Night in Canada* se sont imposées comme les émissions de télévision les plus regardées à travers le pays (Gruneau & Whitson, 1993).

En tant qu'unique diffuseur de l'émission pendant cinquante ans, le télédiffuseur public Radio-Canada joue un rôle clé dans la préservation des archives de cette émission, mais aussi dans l'histoire culturelle et médiatique canadienne, en étant la plus ancienne source de la télédiffusion canadienne (Zarum, 2019). Les archives de *La soirée du hockey*, mettant en scène les Canadiens de Montréal, sont en grande partie conservées dans le bâtiment de la maison mère de Radio-Canada, situé à Montréal. Toutefois, les droits de diffusion de ces archives ont été vendus depuis à Rogers Communication (Zarum, 2019) et des redevances doivent également être versées à la Ligue nationale de hockey pour la diffusion d'archives postérieures aux années 70³.

Bien que l'accès aux archives audiovisuelles soit autorisé pour des raisons professionnelles (pour la recherche académique bien sûr, mais aussi les productions documentaires, muséales et/ou culturelles qui souhaitent intégrer un contenu audiovisuel historique), il est toutefois loin d'être aussi fluide et aisé que celui réservé aux archives médiatiques écrites, dont bons nombres sont centralisées à la Bibliothèque et Archives Nationales du Québec (BANQ). Contrairement aux archives des grands médias de la presse écrite conservées en bibliothèque et généralement consultables en libre accès,

voire même à distance via le site de la BANQ, les archives télévisuelles – et même celles produites par un diffuseur public– demeurent préservées dans le lieu où elles furent produites et diffusées. En tant que chercheur, j’ai obtenu l’autorisation de les consulter. On m’a réservé un cubicule afin de pouvoir les visionner au cours d’une séance prédéfinie, sans toutefois avoir la possibilité de les enregistrer et de les reproduire (même pour des fins de recherche).

La collecte de données destinée à l’exploration des cultures visuelles et matérielles du hockey doit donc s’effectuer par le biais des descriptions précises inscrites dans mon cahier de notes. Si la photocopie et la reproduction d’articles médiatiques tirés de journaux ou de magazines conservés à la BANQ n’est pas un enjeu, la reproduction ici de contenu audiovisuel public en est un, en raison des droits de propriété et de diffusion. Pour cette raison, la consultation de ces archives doit se faire sur place et non à distance, et ce, même si elles sont aujourd’hui essentiellement numérisées. Cette procédure, qui empêche la sauvegarde du contenu pour un visionnement répété, l’analyse d’un cadrage, d’une juxtaposition d’image ou l’extraction de verbatim, freine ainsi l’existence de toute une série d’analyses de contenu, d’analyses de discours ou d’analyses visuelles. L’ultramédiatisation dont ont bénéficié les Canadiens de Montréal, mais aussi Radio-Canada en étant l’unique diffuseur de ce spectacle sportif pendant cinquante ans, est donc difficilement analysable d’une perspective historique, en raison du statut particulier attribué à ces archives.

De grands efforts ont été fournis ces dernières années pour accroître la numérisation des archives radio-canadiennes, en partie en prévision du déménagement des anciennes installations vers un plus petit bâtiment. Par exemple, il y a moins de dix ans, lors d’un précédent projet de recherche, la visite aux Archives s’effectuait en deux temps, soit un premier pour sélectionner à l’aide du catalogue numérique les extraits désirés et un deuxième pour visionner les cassettes préalablement repérées par l’archiviste (Niemeyer et al., 2017). Plusieurs chercheurs et chercheuses en communication (Byers & VanderBurgh, 2012; Chew et al., 2018; Jackson, 2001) avaient auparavant décrié le manque d’attention politique, de soin et de financement accordés aux archives audiovisuelles du pays par la société d’État, soulignant du même coup la perte potentielle du patrimoine audiovisuel du Canada. Et si aujourd’hui le retard en termes de numérisation semble avoir été quelque peu rattrapé, assurant du même coup la préservation du contenu audiovisuel jusqu’alors menacé par la dégradation des pellicules, l’accès au contenu désiré demeure toujours limité à une consultation sur place, par un public préalablement sélectionné, qui peut jouir de ce privilège. Si le grand public peut consulter des segments d’archives maintenant disponibles sur le site des Archives de Radio-Canada, ceux-ci demeurent préalablement sélectionnés par l’institution (<https://ici.radio-canada.ca/archives>).

Cette situation cristallise, comme le souligne Karl Knapskog (2010), des conceptions distinctes quant au statut de l'archive télévisuelle, entrevue soit comme une propriété privée lucrative par certaines institutions ou partie prenante d'héritage culturel par d'autres. Comme il en fait mention,

L'un des enjeux centraux qui résulte de la coexistence de financements publics et privés de la télévision d'état réside dans la préservation des idéaux fondamentaux du service public. [...] Bien que l'on puisse considérer que l'accès aux archives audiovisuelles constitue un droit culturel légitime permettant aux citoyens d'explorer et de réfléchir à une mémoire culturelle commune, l'idée d'un accès libre et gratuit à ces archives entre inévitablement en conflit avec les intérêts des ayants droit, les revenus des créateurs et l'exploitation commerciale des ressources archivistiques⁴ [traduction libre] (2010, p. 21).

Chose certaine, cette condition d'exploitation des ressources archivistiques a des conséquences réelles sur les possibilités même de la recherche. La recherche portant sur la télévision canadienne en est pénalisée (Byers & VanderBurgh, 2012), dans la mesure où, en dehors des émissions archivées sur magnétoscope ou commercialisées sur des supports matériels (DVD, cassettes), l'accès récurrent à ces contenus demeure limité en l'absence d'une acquisition préalable des droits de diffusion. Cette condition, en termes de conservation et d'accès aux archives télévisuelles, est propre au contexte canadien et diffère des possibilités offertes par exemple à l'Institut national de l'audiovisuel (INA) en France, qui, depuis le dépôt légal, rend possible l'accès et la sauvegarde des archives télévisuelles à des fins de recherche (Jost, 2013).

Enfin, j'ai également contacté une chaîne de télévision câblée responsable de la diffusion des parties de hockey des Canadiens de Montréal depuis les années 2000 pour consulter leurs archives et discuter avec les responsables des ventes afin de mieux connaître l'importance du public féminin dans leur milieu. On m'a répondu que les archives étaient uniquement disponibles à l'interne et ne servaient qu'à la création de leurs propres manchettes, bulletins de nouvelles, contenus web ou autres productions, sans qu'aucune possibilité de visionnement ne soit envisageable. Les responsables des ventes n'ont pas répondu à ma demande d'entretien.

Malgré tout, le visionnement des émissions disponibles issues des décennies 1950 et 1960 aura néanmoins permis de constater un déplacement dans la façon dont les publicitaires s'adressent à l'auditoire. Si en 1952, le premier (et unique) commanditaire, Esso Imperial Oil, y vantait les mérites de l'industrie pétrochimique en s'adressant à toute la famille (et notamment à la femme responsable des courses de la maison), l'arrivée d'une série de publicités en 1966 produites par le commanditaire Molson interpellera directement le public masculin en y présentant une série de situations cocasses vécues par l'« homme moderne ». Déjà dans l'ombre des institutions sportives

et médiatiques, les amatrices en viennent fort probablement à être éclipsées des archives télévisuelles, pour y revenir des décennies plus tard.

Conclusion

Ainsi, malgré le caractère populaire et ultramédiatisé de l'objet de recherche, des freins propres à ce même caractère populaire et ultramédiatisé viennent baliser et restreindre l'accès au terrain, questionnant du même coup le caractère public de ces matériaux. Malgré le fait que la télédiffusion du hockey était qualifiée de « grande messe du samedi soir », qu'une familiarité s'est installée auprès du public québécois au cours des cent dernières années et que rares sont les organisations culturelles détentrices d'un tel degré et durée d'attachement, les portes du terrain demeurent précieusement fermées.

D'autres chemins doivent alors être dessinés pour retracer les façons dont les amatrices de hockey ont été considérées au fil des années. Dans l'optique où l'organisation préserve jalousement ses archives, l'autre option demeure de se tourner vers les amatrices. Le but est alors non pas ici de documenter leur expérience de marginalisation comme l'ont fait jusqu'à présent les recherches empiriques sur les femmes fans (Hoerber & Kerwin, 2013; Tofoletti & Mewett, 2012), mais leurs souvenirs via la culture matérielle et visuelle qui considérait et s'intéressait (ou non) au public féminin. Puisque le milieu des amateurs de sport en est un largement marqué par la culture de la collection et les réseaux informels d'échange, dans lesquels circulent d'anciennes publicités, spicilèges, programmes, maillots, enregistrements ou tout autre artéfact pouvant témoigner de la présence (instrumentalisée, éclipsée ou « roséifiée ») du public féminin et des amatrices de hockey, ce dernier mérite une attention plus soutenue pour constituer cette archive.

L'écriture de cet article a alors permis de prendre une distance par rapport à ce terrain d'abord médiatisé, qui paraît parfois si proche et pouvant être ressenti comme étant en a priori déjà-là, avec une archive qui serait disponible et déjà constituée en raison du flux d'informations constamment produites sur le sujet. Cependant, ce terrain populaire met en évidence, au même titre que n'importe quel autre terrain, la question de l'accès à travers une démarche processuelle dynamique et multidirectionnelle, qui comme le souligne Juliane Riese,

dépend de la capacité du chercheur à accéder à l'objet d'étude et à développer une « vision multiple », ainsi que de l'accessibilité du chercheur et de la recherche elle-même. L'accès influence à la fois le processus de recherche et ses résultats, et il est façonné par des dynamiques de pouvoir⁵ [traduction libre] (2019, p. 669).

Les dynamiques de pouvoir qui se révéleront interrogent directement les pratiques de contrôle d'information des grandes organisations sportives, mais aussi des institutions culturelles et médiatiques – publiques particulièrement – qui sont les propriétaires des archives audiovisuelles et gestionnaires de leurs droits de diffusion.

Notes

¹ Bien que de nombreuses transformations surviennent aujourd’hui dans le milieu du sport professionnel, ce dernier était jusqu’alors constitué majoritairement d’athlètes masculins. Si la professionnalisation des organisations sportives féminines existe depuis les années 90 et 2000, la rentabilité et la visibilité des circuits professionnels féminins adviennent surtout à partir des années 2020.

² Comme cette personne l’a signalé, les publicités à l’égard des femmes n’étaient pas particulièrement élogieuses dans les années 1990.

³ Cette information est tirée d’une conversation avec une archiviste de Radio-Canada.

⁴ « *One central issue is how commercially and publicly funded services are to be combined or separated to secure core public service ideals. [...] although access to audiovisual archives may well be said to constitute a legitimate cultural right for citizens to explore and reflect on a common cultural memory, the idea of an accessible archive of free material is bound to stand in opposition to the interests of right holders, revenue to the creators, and commercial exploitation of archive resources* » (Knapskog, 2010, p. 21).

⁵ « *depends on the researcher’s ability to access and to develop a “multiple vision”, and on the researcher’s and the research’s accessibility. Access influences the research process and results and is shaped by power dynamics* » (Riese, 2019, p. 669).

Références

- Bélanger, A. (2000). Sport venues and the spectacularization of urban spaces in North America : The case of the Molson Centre in Montreal. *International Review for the Sociology of Sport*, 35(3), 378-397. <https://doi.org/10.1177/101269000035003009>
- Byers, M., & VanderBurgh, J. (2012). What was Canada? Locating the language of an empty national archive. *Critical Studies in Television*, 5(2), 105-117.
- Chew, M., Lord, S., & Marchessault, J. (2018). Archive/counter-archives. Introduction. *Public. Art Culture Ideas*, 57, 5-10.
- Cooky, C., Messner, M. A., & Musto, M. (2015). « It’s dude time! »: A quarter century of excluding women’s sports in televised news and highlight shows. *Communication & Sport*, 3(3), 261-287. <https://doi.org/10.1177/2167479515588761>
- Crawford, G., & Gosling, V. K. (2004). The myth of the “Puck Bunny”: Female fans and men’s ice hockey. *Sociology*, 38(3), 477-493.
- Detellier, É. (2011). “*They always remain girls*”: la re/production des rapports de genre dans les sports féminins au Québec, 1919-1961. Université de Montréal.

- Driessens, O. (2015). Expanding celebrity studies' research agenda: Theoretical opportunities and methodological challenges in interviewing celebrities. *Celebrity Studies*, 6(2), 192-205. <https://doi.org/10.1080/19392397.2014.970653>
- Field, R. (2008). *A night at the garden(s): A history of professional hockey spectatorship in the 1920s and 1930s* [Thèse de doctorat inédite]. Université de Toronto, Ontario, Canada.
- Field, R. (2012). Stoic observers or fanatic fans? Women ice hockey spectators in 1930s North America. Dans K. Toffoletti, & P. Mewett (Éds), *Sport and its female fans* (pp. 13-27). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Gruneau, R., & Whitson, D. (1993). *Hockey night in Canada*. Grammond Press.
- Guay, D. (1997). *La conquête du sport. Le sport et la société québécoise au XIX^e siècle*. Lanctôt éditeur.
- Hoeber, L., & Kerwin, S. (2013). Exploring the experiences of female sport fans: A collaborative self-ethnography. *Sport Management Review*, 16(3), 326-336. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2012.12.002>
- Hopwood, M., Kitchin, P., & Skinner, J. (2010). *Sport public relations and communication*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Jackson, J. D. (2001). Production, preservation and access: The struggle to retain audiovisual archives. *Canadian Journal of Communication*, 26, 285-293.
- Johnson, V. E. (2016). "Together, we make football": The NFL's "feminine" discourses. *Popular Communication*, 14(1), 12-20. <https://doi.org/10.1080/15405702.2015.1084622>
- Jost, F. (2013). Qu'a changé l'accès aux archives de la télévision dans mes recherches? *Sociétés et représentations*, (35), 157-164.
- Knapkog, K. (2010). Archives in public service. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 5(2), 20-33. <https://doi.org/10.7227/CST.5.2.4>
- Lapierre, E. (2014). Le hockey est-il naturellement canadien? Pour un débat sur le hockey et l'identité nationale. *Bulletin d'histoire politique*, 22(2), 92. <https://doi.org/10.7202/1021990ar>
- Lussier, M. (2008). *Les musiques émergentes à Montréal. Devenir-ensemble et singularité* [Thèse de doctorat inédite]. Université de Montréal, QC.
- Melançon, B. (2006). *Les yeux de Maurice Richard*. Fides.
- NHL Original Productions Show. (2023). *Ice Queen*. <https://youtu.be/rTCDPPvnfFc?si=33g9Ck-1YzF256Tf>

- Niemeyer, K., Valois-Nadeau, F., & Lavoie-Moore, M. (2017). Récit des possibilités, limites et stratégies de recherche dans l'archive télévisuelle du réseau public canadien : l'exemple de la médiatisation du terrorisme. *Le goût de l'archive à l'ère du numérique*. <https://gout-numerique.net/table-of-contents/larchive-audiovisuelle/recit-des-possibilites-limites-et-strategies-de-recherche-dans-larchive-telvisuelle-du-reseau-public-canadien-lexemple-de-la-mediatisation-du-terrorisme>
- Pope, S. (2017). *The feminization of sports fandom: A sociological study*. Routledge.
- Radio-Canada, (2022, 11 octobre). *Quelques faits saillants de La soirée du hockey*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1923304/soiree-hockey-anniversaire-histoire-archives>
- Riese, J. (2019). What is “access” in the context of qualitative research? *Qualitative Research*, 19(6), 669-684.
- Roy, L. (2023). *Ghosts in the forum: les activités des fans des Canadiens de Montréal sur Reddit dans le forum R/Habs* [Mémoire de maîtrise inédit]. Université du Québec à Montréal, QC.
- Smith, A. (2012). *Introduction to sport marketing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080886220>
- St-Pierre, M. (2020). De la normalisation de la présence féminine à la mise en marché de la féminité : le cas des journalistes sportives québécoises. *Recherches féministes*, 33(1), 251-269. <https://doi.org/10.7202/1071252ar>
- Toffoletti, K., & Mewett, P. (2012). *Sport and its female fans*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Valois-Nadeau, F. (2011). Le Canadien de Montréal : un objet populaire, des représentations et des traditions. Dans N. Moreau, & A. Laurin-Lamothe (Éds), *Le Canadien de Montréal : une légende repensée* (pp. 75-91). Presse de l'Université de Montréal.
- Valois-Nadeau, F. (2014). *Un centenaire, des faire mémoire. Analyse des pratiques de mémoire autour du Canadien de Montréal* [Thèse de doctorat inédite]. Université de Montréal, QC.
- Valois-Nadeau, F. (2016). Rethinking heritagization through the digitization of familial archives: The case of Léo Gravelle's website. *RESET*, 6. <https://doi.org/10.4000/reset.773>
- Vigneault, M. (2013). Les débuts du hockey organisé. *Cap-aux-Diamants*, (113), 21-25.
- Yin, K. R. (2009). *Case study research: Design and methods* (4^e éd.). Sage Publications.

Zarum, D. (2019, 7 août). La soirée du hockey. *L'Encyclopédie canadienne*.
<https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/la-soiree-du-hockey#:~:text=L%27émission%20a%20été%20produite,été%20acquis%20par%20Rogers%20Communications>.

Pour citer cet article :

Valois-Nadeau, F. (2025). À la recherche des amatrices des Canadiens de Montréal : enjeux et paradoxes de l'accès aux archives d'un objet populaire. *Recherches qualitatives, Hors-série « Les Actes »*, (30), 67-81.

Fannie Valois-Nadeau est professeure de communication, spécialisée en études culturelles et médiatiques. Ses champs d'expertise portent sur les cultures matérielles et médiatiques du sport, les cultures populaires et les mémoires culturelles.

Pour joindre l'autrice :

fannie.valois-nadeau@teluq.ca