

## Le métarécit national des médias d'information : entre production de la race et de la classe et légitimation des rapports sociaux

### The National Meta-narrative of the Media: Between the Production of Race and Class and the Legitimization of Power Relations

### La metanarrativa nacional de los medios de comunicación : entre producción de raza y clase y legitimación de las relaciones sociales

Marion Dalibert

Volume 33, numéro 1, 2020

(Re)productions et subversions du genre dans les médias

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1071241ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1071241ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Revue Recherches féministes

ISSN

0838-4479 (imprimé)

1705-9240 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Dalibert, M. (2020). Le métarécit national des médias d'information : entre production de la race et de la classe et légitimation des rapports sociaux. *Recherches féministes*, 33(1), 35–51. <https://doi.org/10.7202/1071241ar>

Résumé de l'article

L'auteure met en question la construction du métarécit national dans les médias d'information français. Elle montre que les processus d'ethnisation à l'oeuvre produisent l'intelligibilité de la race, du genre et de la classe, d'une part, et qu'ils légitiment le pouvoir des groupes majoritaires, d'autre part. En effet, le métarécit sur la francité associe les groupes majoritaires à une ethnicité qui les présente en haut de l'échelle de la moralité républicaine, tandis que les groupes minoritaires sont dépeints comme responsables des inégalités.

## ***Le métarécit national des médias d'information : entre production de la race et de la classe et légitimation des rapports sociaux***

MARION DALIBERT

Une des spécificités de la nation française est son attachement profond à la République pour garantir l'égalité des citoyennes et des citoyens<sup>1</sup>. Contrairement à la situation dans les pays associés au multiculturalisme, l'échelle d'action de la République est systématiquement individuelle, et non collective, et ce, pour éviter que des communautés d'individus formulent des demandes à l'État en raison d'un attribut identitaire (race, religion, etc.)<sup>2</sup>. La légitimation de telles demandes pourrait en effet impliquer que les réponses apportées par les institutions soient discriminantes à l'égard de celles et ceux qui ne partagent pas la même identité sociale. Or, quand on interroge les processus de médiatisation, on se trouve devant un paradoxe : même si, pour garantir l'égalité, la République française refuse de reconnaître l'existence de groupes sociaux en son sein, les médias nationaux donnent quotidiennement et symboliquement corps à des collectifs déterminés par l'âge, le genre, la religion, la classe ou encore la race et produisent des hiérarchies que je me propose de mettre en question ici.

Je veux notamment montrer que les médias d'information généraliste formalisent un métarécit national qui représente la France comme un territoire composé avant tout de groupes sociaux et qui valorise particulièrement ceux qui sont majoritaires en les caractérisant par une ethnicité et une moralité modèles. En parallèle, ce métarécit exclut symboliquement les minorités de la définition symbolique du « Nous » national, en associant leurs pratiques à un « régime de valeur » (Skeggs 2018 : 17) plus ou moins négatif par la description de leur « performance de genre » (Butler 2005 : 256-266). Ce métarécit consolide l'hégémonie de la masculinité, de la blancheur, de l'hétérosexualité et des classes supérieures, car il expose les groupes sociaux qui possèdent le moins de pouvoir économique, social, politique et culturel comme instaurant les plus grandes inégalités, tandis que ceux qui profitent des avantages liés aux rapports sociaux y sont donnés à voir, paradoxalement, comme les plus égalitaires. Les inégalités matérielles, c'est-à-dire qui se manifestent dans le champ économique (et qui rendent compte de

---

<sup>1</sup> Je remercie chaleureusement Sarah Lécossais et Nelly Quemener pour leur relecture et leurs remarques pertinentes qui m'ont permis d'améliorer considérablement le présent article.

<sup>2</sup> Sur cette question, voir les travaux de Véronique De Rudder, Christian Poiret et François Voure'h (2000) ainsi que de Réjane Sénac (2015).

différences de salaire par exemple) sont ainsi consubstantielles d'un environnement idéologique qui les légitime et que les médias participent à produire et à faire circuler.

Cette proposition théorique constitue un bilan des travaux de recherche que je mène depuis plus de 10 ans sur les représentations et les rapports de genre, de race et de classe dans les médias nationaux d'information généraliste. Elle s'appuie sur l'étude de plusieurs corpus de presse écrite ou plurimédias (presse écrite, Web, télévision, radio) contemporains collectés de manière exhaustive pour analyser la médiatisation de mouvements sociaux antiracistes (Marche pour l'égalité et contre le racisme, le mouvement – devenu parti – des Indigènes de la République), de collectifs féministes (Ni putes ni soumises, Femen, la Barbe, Osez le féminisme, Lallab, Mwasi, #balancetonporc), des minorités dites « roms », du genre musical du rap et du premier roman d'Édouard Louis (2014) *En finir avec Eddy Bellegueule*.

Malgré leur apparente diversité, ces corpus concourent tous à la construction du « problème public » (Cefaï 1996 : 47) des inégalités sociales attendu qu'ils définissent des victimes et des coupables privilégiés de racisme, de sexisme ou d'homophobie, et comportent des discours explicatifs sur la manière dont se déploient ces rapports de pouvoir. La participation à la construction sémantique d'un tel problème de société peut paraître évidente dans le cas de la médiatisation des mouvements féministes et antiracistes, mais elle l'est également en ce qui concerne les autres corpus. Les victimes et les responsables d'inégalités sont figurés *a minima* par l'entremise de syntagmes désignatifs, que je relève et trie systématiquement afin d'obtenir des données quantitatives<sup>3</sup>. Tout en prenant en considération l'instance d'énonciation et la période, j'arrive à saisir, par celles-ci, les individus et les groupes sociaux donnés à voir comme impliqués dans des rapports de pouvoir. J'ai dès lors pu observer :

- que le rap est affilié de manière privilégiée dans la presse à des hommes non blancs définis comme sexistes et homophobes (Dalibert 2018b);
- que la couverture médiatique du premier roman d'Édouard Louis dépeint les classes populaires blanches vivant dans le nord de la France comme symboliquement et physiquement violentes à l'égard des groupes racisés, des femmes et des minorités sexuelles (Dalibert 2018a);
- que les roms sont décrits dans la presse comme ayant des comportements structurés par le sexisme quand, parallèlement, les « jeunes garçons des banlieues », figure marquée<sup>4</sup> par la race et la classe, sont désignés comme responsables du racisme à leur égard sur le territoire français (Dalibert et Doytcheva 2014).

---

<sup>3</sup> L'ensemble de ces syntagmes forme des « paradigmes désignationnels » (Mortureux 1993). Pour plus de précisions sur la méthodologie employée, voir Marion Dalibert (2018c).

<sup>4</sup> Sur la problématique du marquage social, se référer aux travaux de Wayne Brekhus (2005).

Mon approche des médias est constructiviste<sup>5</sup> et s'ancre dans le champ des études culturelles (*cultural studies*). J'apprends les productions médiatiques comme le résultat de constructions sémantiques, significatives de rapports de force, qui concourent activement à la définition de la réalité sociale et au sens partagé par une communauté (Hall 1997). Les médias nationaux d'information généraliste sont effectivement une instance productrice de significations particulièrement puissante (Carah et Louw 2015) : les représentations qui y circulent alimentent profondément les schèmes de significations partagées au sein d'une culture aux frontières nationales, même si la conflictualité sociale implique toujours une lutte des significations, et ce, dans de nombreux contextes (médiatiques ou non).

### **Des récits médiatiques au métarécit national républicain**

Dans les médias d'information, les faits, les phénomènes et les problèmes sociaux sont formalisés dans des récits médiatiques<sup>6</sup> qui mettent en scène des protagonistes attachés à un rôle qui peut être « bon » ou « mauvais » sur l'échelle des valeurs morales (Cefai 2007 : 172). Dans les narrations qui participent à la construction des problèmes publics du sexisme, du racisme ou de l'homophobie, des groupes sociaux, des individus et des acteurs institutionnels (État, ministère de l'Éducation, etc.) peuvent avoir le rôle de victime ou de responsable d'inégalités, mais aussi d'allié des victimes ou encore de complice des coupables. La couverture de presse de l'arrivée parisienne de la Marche pour l'égalité et contre le racisme de 1983 (mieux connue sous le nom de « Marche des beurs ») présente par exemple les personnes issues de l'immigration nord-africaine telles des victimes de racisme, l'électorat du Front national, les membres des services policiers faisant du contrôle au faciès et les classes populaires blanches comme en étant responsables, tandis que les classes moyennes et supérieures blanches sont dépeintes comme alliées des victimes et porteuses de la cause antiraciste (Dalibert 2012).

Les rôles attribués aux protagonistes des récits participent pleinement aux processus de valorisation et de dépréciation médiatiques. Comme l'a montré Olivier Voirol (2005) à la suite des travaux d'Axel Honneth (2007), les récits allouent inégalement de la reconnaissance sociale, c'est-à-dire de la valeur (au sens d'estime ou de qualités attribuées), aux individus et aux groupes sociaux par l'intermédiaire de représentations positives. Dans les médias nationaux, les groupes et les acteurs sociaux peuvent apparaître dans plusieurs récits médiatiques et jamais dans d'autres, être affiliés à divers rôles, dont certains sont récurrents, et se répètent au fil de narrations à la publicité très importante, ce qui renforce les processus de (dis)qualifications médiatiques. Un choix est toujours opéré par les rédactions sur ce

<sup>5</sup> Pour en savoir plus sur l'approche constructiviste des médias, voir les travaux de Bernard Delforce (1996 et 2004).

<sup>6</sup> Sur la notion de récit médiatique, voir les travaux de Marc Lits (2008).

qui fait l'objet d'un article de presse ou d'un sujet de journal télévisé (Molotch et Lester 1996). Par conséquent, de nombreux faits et problèmes de société ne sont pas « publics » dans le sens où, en suivant la notion de « domaine public » d'Hannah Arendt (1994 : 59-121), ils ne sont pas connus de la communauté nationale. Les faits et les problèmes de société deviennent « publics » lorsqu'ils sont érigés en « événements médiatiques » (Neveu et Quéré 1996 : 12), c'est-à-dire lorsqu'ils apparaissent dans l'« espace public national » (Dalibert, Lamy et Quemener 2016 : 9) matérialisé par les grands médias avec un minimum de force, de fréquence ou d'« intensité affective » (Quemener 2018 : 24). Le différentiel de publicité dont disposent les mouvements féministes participe ainsi à façonner le sens donné aux rapports de genre dans l'espace public national. Il conduit à « ethnoracialiser » le problème public du sexisme étant donné que les collectifs désignant des responsables marqués par la race, à l'instar de Ni putes ni soumises et Femen, font plus souvent événement (Dalibert 2017).

La publicité et la répétition des rôles affiliés aux groupes sociaux dans les récits médiatiques produisent un métarécit, ou récit de niveau supérieur, qui alimente l'imaginaire et le système de représentations de la nation française. Celui-ci définit les hommes non blancs ou appartenant aux classes populaires comme coupables de sexisme, d'homophobie ou de racisme. À l'inverse, les hommes blancs des classes moyennes supérieures ont le rôle d'allié des victimes d'inégalités. La particularité de ce métarécit est qu'il se révèle commun à l'ensemble des récits élaborés par les institutions médiatiques majoritaires (*mainstream*) et fait fi des différences liées aux lignes éditoriales, ce qui le rend, d'ailleurs, difficilement perceptible. Ce métarécit se déploie sur le territoire sémantique du sens commun, se donne à voir comme dénué de toute aspiration idéologique et de regard situé sur le monde social. Son apparente neutralité est, suivant la théorisation de Raymond Williams (2009) et celle de Donna Haraway (2007), la condition de sa puissance hégémonique. Dès lors, ce récit sur la nation est un métarécit dans le sens qu'en donne Jean-François Lyotard (1979) : c'est une narration qui légitime des instances d'autorité. Ce récit contribue en effet à produire et à renforcer le pouvoir qu'ont les groupes majoritaires, car ils y sont dépeints comme incarnant la définition idéale de la francité, à savoir de l'identité nationale française. Cette dernière doit être comprise comme un système de représentations (Hall 2007a : 231) qui relie la citoyenneté à un attachement profond aux valeurs républicaines de liberté, d'égalité et de fraternité, mais aussi à certains attributs identitaires (genre, race, etc.). La « communauté imaginée » française (Anderson 2002 : 22) est donc particulièrement restrictive, attendu que seuls les groupes liés à la blancheur, à la masculinité, aux classes moyennes supérieures et à l'hétérosexualité sont mis en scène, dans ce métarécit, comme respectant fondamentalement les valeurs de la République.

En faisant circuler un tel métarécit, les médias d'information fonctionnent comme des « technologies de francité », pour reprendre la notion de « technologie de genre » de Teresa de Lauretis (2007 : 75), c'est-à-dire des technologies de pouvoir qui

implantent des représentations de Français et de Françaises « modèles », autant du point de vue des valeurs morales que de l'identité sociale. Ce métarécit national participe à la définition de ce que Michel Foucault (1994 : 1374) nomme le « code moral » ou « de conduite » d'une société et qui renvoie aux règles, aux normes et aux valeurs que les citoyennes et les citoyens doivent adopter afin de pouvoir se reconnaître en tant que sujet moral ou « bon sujet » de la nation française. Le métarécit national est porteur de stratification nationale, car il détermine un régime de valeur républicain hégémonique qui fixe, d'une part, l'échelle nationale et publique de la moralité et, d'autre part, les groupes sociaux dignes de reconnaissance<sup>7</sup> et de respectabilité<sup>8</sup>. Ce régime de valeur se révèle particulièrement puissant car, en étant formalisé dans l'espace public national, il est connu de l'ensemble des membres de la nation, même si celles-ci et ceux-ci peuvent, bien sûr, adopter dans leur vie quotidienne des régimes de valeur oppositionnels et alternatifs (Skeggs 2018).

### **Les processus d'ethnicisation à l'œuvre dans les récits**

Le métarécit national, qui légitime les groupes majoritaires en les figurant comme les seuls à investir le territoire de la moralité républicaine, se formalise par des « processus d'ethnicisation ». Les groupes sociaux, qu'ils soient déterminés par le genre, l'âge, la religion, la race ou la classe (par exemple, « les adolescents », « les musulmanes », « les classes bourgeoises »), sont caractérisés, dans l'espace public national, par une « ethnicité » (Meer 2014 : 37), autrement dit par une culture (du point de vue anthropologique) qui les relie à des modes de vie, à des pratiques, à des représentations sociales et à un régime de valeur. L'ethnicité doit s'entendre ici comme la notion de « race » (Guillaumin 2002; Hall 2013b), c'est-à-dire telle une construction sociale produite par du discours et porteuse de rapports de pouvoir. Les groupes médiatisés, que l'on peut nommer stéréotypes<sup>9</sup>, même si je préfère la notion de « sociotypes<sup>10</sup> », sont mis en scène, dans le métarécit national, de la même manière que les personnages d'un roman : en plus du ou des rôles auxquels ils sont affiliés, chacun fait l'objet de discours qui donnent corps et sens à sa psychologie, à ses normes et valeurs, à ses comportements, à ses manières de penser et d'agir.

<sup>7</sup> Sur la notion de reconnaissance sociale, se référer aux travaux d'Axel Honneth (2007) et de Judith Butler (2009).

<sup>8</sup> Sur la notion de respectabilité, voir les travaux de Beverley Skeggs (2015).

<sup>9</sup> Sur la notion de stéréotype, se référer aux travaux de Ruth Amossy et Anne Herschberg-Pierrot (1997).

<sup>10</sup> Je préfère la notion de « sociotype » à celle de « stéréotype », car la première est moins ambiguë. Selon moi, la présence du préfixe « stéréo » marque l'idée de figement. Dès lors, s'intéresser aux représentations médiatiques des stéréotypes implique souvent de prêter attention aux traits les plus caricaturaux ou simplifiés d'un groupe social, ce qui empêche fréquemment de considérer la construction discursive du groupe social lui-même.

Les processus d'ethnisation ont une double facette dans les médias d'information : ils s'élaborent par l'intermédiaire de descriptions quasi ethnographiques qui créent, littéralement, les groupes sociaux qu'elles donnent à voir. Les journalistes associent en effet ces derniers à une culture par l'intermédiaire de discours dont « la promesse » (Jost 2003 : 19) faite aux publics est qu'ils sont « réels » et « vrais ». Dans les conventions et les imaginaires sociaux, les médias d'information représentent fidèlement, en toute objectivité et neutralité, la réalité en miroir (Delforce 1996; Mercier 1996). Les processus d'ethnisation produisent l'intelligibilité de collectifs déterminés par le genre, la race ou la classe parce qu'ils se formalisent au travers de médias d'information faisant autorité dans la constitution de la réalité sociale<sup>11</sup>. Ces processus sont donc performatifs car, suivant Judith Butler (2005), ils donnent sens et réalité aux groupes qu'ils caractérisent<sup>12</sup>.

Les processus d'ethnisation sont particulièrement identifiables dans les médias d'information lorsque des « témoins anonymes » sont décrits ou interrogés en tant que personnes représentant un groupe social. Ces individus font office de ce que François Jost (2003 : 67) appelle des « sujets d'énonciation théorique » car, en s'apparentant à des individus types représentatifs d'un groupe social, ils sont remplaçables par n'importe quels autres individus partageant les mêmes caractéristiques. Ces individus types sont souvent reconnaissables dans les récits par les syntagmes employés pour les désigner, syntagmes qui portent la marque d'un ou de plusieurs attributs identitaires (genre, âge, race, etc.), tels qu'« une jeune femme de 22 ans » ou « Selim ». Lorsque les journalistes illustrent (et authentifient) la cause de Ni putes ni soumises au début de l'année 2003, ils produisent le stéréotype généré et racialisé de la « jeune femme des banlieues » par un processus d'ethnisation (Dalibert 2012 et 2013). Les productions médiatiques mettent alors en avant un grand nombre de femmes non blanches, souvent désignées par un prénom (« Samira », « Safia », « Zéliha », etc.) et dépeintes comme partageant les mêmes modes de vie et des façons similaires de penser et d'agir. Elles sont systématiquement décrites comme victimes de sexisme et entravées dans leur processus d'émancipation par, premièrement, des parents de confession musulmane qui les empêchent de sortir et leur imposent « des traditions » liées à l'islam (préservation de la virginité, mariage forcé, etc.) et, deuxièmement, par les jeunes garçons racisés de leur âge qui les insultent, les harcèlent, les agressent ou les violent si elles se conduisent selon les normes blanches de féminité (se maquiller, porter des jupes ou des talons hauts, avoir un petit ami, des relations sexuelles avant le mariage, etc.).

Outre qu'ils caractérisent l'*ensemble* des membres d'un groupe social sous des traits culturels communs, les processus d'ethnisation positionnent celui-ci

---

<sup>11</sup> Sur la question de l'autorité des médias d'information vis-à-vis de la réalité sociale, voir les travaux de Patrick Charaudeau (1997).

<sup>12</sup> Lynette Finch (1993) a montré par exemple comment, au XIX<sup>e</sup> siècle en Australie, la catégorie des « classes populaires » a été élaborée par des discours naturalistes provenant des classes supérieures.

différemment sur l'échelle nationale et publique de la moralité. Le code moral (ou régime de valeur) de la société française, élaboré à l'intérieur du métarécit national, est figuré comme étant le propre des groupes majoritaires. À l'inverse, les groupes marqués par la classe ou la race se trouvent catégorisés par des comportements contraires aux valeurs républicaines. La médiatisation du premier roman d'Édouard Louis, *En finir avec Eddy Bellegueule* (Dalibert 2018a), qualifie les classes populaires blanches par des modes de vie non vertueux structurés par le manque (d'argent, de travail, d'hygiène, d'éducation, de culture), certaines pratiques culturelles, culinaires et sexuelles (télévision, football, nourriture grasse, hétérosexualité) et des valeurs opposées à celles de la nation (homophobie, sexisme, racisme, violence). Les processus d'ethnisation édifient des frontières symboliques et des hiérarchies entre les groupes (De Rudder, Poiret et Vourc'h 2000 : 31). Ils créent également de l'altérité en excluant un certain nombre de catégories sociales de la définition idéologique du « Nous » national.

Tous les groupes sociaux ne sont pas ethnisés explicitement dans les médias d'information : à vrai dire, ce sont les minorités qui font l'objet d'un nombre important de discours définitoires et de descriptions. Dans leurs travaux précurseurs, Paul Gilroy (1987 et 1990) et Stuart Hall (1993) montrent comment, en Angleterre, l'ethnicité nationale affiliée aux groupes majoritaires n'est pas l'objet de narrations, contrairement aux pratiques et aux comportements des minorités qui sont présentés comme incompatibles avec l'identité anglaise. Même si les processus d'ethnisation sont souvent identifiables quand il est question des minorités, cela ne veut pas dire que les groupes dominants ne sont pas ethnisés. Premièrement, ils apparaissent *a minima* dans les médias par l'entremise de syntagmes désignatifs (« les hommes », « les classes supérieures »). Deuxièmement, qu'ils soient désignés ou non, les groupes majoritaires sont caractérisés implicitement. Leur ethnicité se figure en creux des représentations et prend forme dans un jeu d'opposition en étant mise en scène devant celles qui caractérisent les groupes minoritaires (Butler 2009 : 17; Dell'Omodarme 2015). Comme le met en avant Colette Guillaumin (2002 : 196), « le groupe majoritaire est une forme de réponse aux groupes minoritaires : son existence ne se saisit que par l'absence de limitation en face des groupes catégorisés qui sont étroitement déterminés ».

### **Le rôle de l'ethnicité et du genre dans la production de la race et de la classe**

Parce qu'ils rendent intelligibles les groupes sociaux et leurs différences, les processus d'ethnisation fabriquent ce que Hall (2013a : 57) nomme les « grandes identités sociales collectives de la classe, de la nation, du genre ». Pour le dire dans des termes plus sémiologiques, la race, le genre, la classe ou la sexualité sont les

signifiés des processus d'ethnicisation; et ces derniers, leurs signifiants<sup>13</sup>. Les grandes identités sociales collectives se formalisent par la mise en scène répétitive de groupes sociaux ethnicisés, circonscrits à des traits physiologiques particuliers et à une dénomination spécifique (par exemple, les « femmes », les « classes populaires »). Outre l'ethnicité, chaque sociotype est, en effet, affilié à des caractéristiques physiques (cheveux, accent, silhouette, vêtements, accessoires, etc.), que celles-ci soient directement données à voir dans les images ou énoncées par du texte, à l'image du sociotype de la « jeune fille des banlieues » qui, dans la couverture de presse et télévisuelle de Ni putes ni soumises, est décrit et montré comme portant le hijab ou des vêtements masculins (ce qui, dans le récit médiatique du mouvement, constitue également une preuve du sexisme qu'il subit). Les discours qui ont trait aux caractéristiques physiques des groupes sociaux participent à déterminer les signes ou marqueurs visuels (et auditifs) de la race, de la classe ou du genre qui font sens dans une communauté nationale. Ils sont toutefois nettement moins nombreux dans les récits que ceux qui participent de processus d'ethnicisation.

L'ethnicité a une place essentielle dans les processus de constitution et de naturalisation des groupes sociaux (Guillaumin 1992 et 2002). La caractérisation systématique d'un groupe par certains attributs culturels conduit à ce qu'il soit différencié des autres et naturalisé. Comme le met en avant Francesca Scrinzi (2008 : 9) au sujet de la production contemporaine du racisme, « la logique de naturalisation investit la notion de différence culturelle ». En ce qui concerne la classe, certains chercheurs et chercheuses, à l'instar de Chris Haylett (2001), préfèrent parler de « racialisation des classes populaires » pour rendre compte des processus de naturalisation. Il est, selon moi, plus pertinent d'employer le terme « ethnicisation », puisque ce sont les traits culturels qui caractérisent le groupe et produisent la classe, à l'image des classes populaires blanches dans la médiatisation d'*En finir avec Eddy Bellegueule* (Dalibert 2018a).

Outre qu'elles sont produites par l'ethnicité, la classe et la race le sont également par le genre (Dalibert 2014 et 2018a), et ce, de deux manières différentes : premièrement, parce que la race et la classe sont constituées dans les récits médiatiques par des protagonistes toujours genrés (*a minima* par le langage); deuxièmement, parce que le système de représentations du genre est consubstantiel de celui de l'ethnicité. Dans les médias, le genre, l'ethnicité, la classe, la race et la francité s'articulent et se coproduisent.

Les identités collectives de la race et de la classe prennent systématiquement la forme de deux sociotypes construits en miroir, les « femmes » et les « hommes », dont la performance de genre se révèle distincte mais complémentaire. Dans la médiatisation de Ni putes ni soumises, de Femen, des minorités dites « roms », du rap ou d'*En finir avec Eddy Bellegueule*, les hommes non blancs ou de classe populaire

---

<sup>13</sup> Comme le dit Lauretis (2007) à propos du genre, la race et la classe sont à la fois l'effet et la cause, la représentation et la matrice représentationnelle, des processus d'ethnicisation.

sont affiliés à un sexisme intrinsèque et à un virilisme (brutalité, violence, etc.), tandis que les femmes se voient caractérisées par une « déféminisation » ou une hypersexualisation décrites, dans les deux cas, comme significatives de leur soumission à la misogynie des hommes de leur entourage. La répétition systématique de deux catégories de genre pour signifier la classe ou la race consolide l'idéologie essentialiste de la « différence des sexes » où femmes et hommes seraient intrinsèquement différents par nature<sup>14</sup>. Tout en produisant et en naturalisant l'idée de sexe biologique<sup>15</sup>, cette construction médiatique est révélatrice de l'hégémonie hétérosexuelle (Wittig 2007) dont est porteur le métarécit national.

En outre, les masculinités et les féminités des groupes minoritaires sont systématiquement présentées comme déviantes de l'ethnicité républicaine modèle. Les masculinités non blanches et populaires sont dépeintes comme repoussoirs, car elles font la démonstration d'une opposition à la valeur d'égalité par leur machisme et leur homophobie exacerbés, tandis que les féminités des femmes marquées par la race ou la classe sont caractérisées par l'impossibilité de vivre selon les valeurs républicaines. À l'inverse, les masculinités et les féminités des groupes majoritaires sont données à voir comme symboles d'émancipation et de rapports sociaux égalitaires. Les femmes blanches, hétérosexuelles et qui appartiennent aux classes moyennes supérieures sont associées à une féminité républicaine synonyme d'épanouissement personnel, d'indépendance financière et de liberté sexuelle<sup>16</sup>. Elles sont mises en scène comme « assumant leur féminité », ont la possibilité de se maquiller, de porter des minijupes, des décolletés et des talons hauts, bref de « se mettre en valeur » en montrant leur corps – monstration du corps qui est d'ailleurs érigée en symbole de l'émancipation féminine dans la couverture médiatique de Femen (Dalibert et Quemener 2014). La masculinité républicaine des hommes blancs, hétérosexuels et de classe moyenne supérieure, quant à elle, est définie par la force et la douceur. Les groupes majoritaires sont représentés comme protégeant financièrement et corporellement leur entourage, mais comme étant sensibles et doux, à l'instar des rappeurs blancs venant de classe moyenne qui font l'objet d'un portrait dans la presse (Dalibert 2018b). Ils sont, de surcroît, donnés à voir comme respectueux

<sup>14</sup> Virginie Julliard (2017) observe également dans ses travaux, notamment dans ceux qui portent sur les échanges autour de la théorie du genre sur Twitter, que l'idée de différence des sexes est aussi naturalisée par les discours.

<sup>15</sup> À ce sujet, se référer aux travaux de Butler (2005).

<sup>16</sup> Les féminités blanches des classes moyennes et bourgeoises sont omniprésentes dans la fiction et fortement valorisées, comme on peut l'observer dans les séries télévisées (Lécossais 2015). Comme le met également en avant Beverley Skeggs (2004), la « bonne » féminité est celle qui est liée à la blancheur et aux classes moyennes, qui a l'apparence d'être « naturelle » (alors que « ce naturel » réclame un travail et des moyens importants : faire du sport, s'épiler, surveiller son poids, etc.). Cette féminité « naturelle » et morale est antagonique de celle qui caractérise les femmes des classes populaires dans les représentations et qui se trouve disqualifiée.

des autres et notamment des minorités en étant affiliés, dans le métarécit national, au rôle d'allié des victimes d'inégalités. La masculinité blanche, de classe supérieure et hétérosexuelle attachée à l'ethnicité républicaine est dans une position hégémonique car, comme l'énonce Raewyn Connell (2015), outre qu'elle est la plus valorisée dans le système de représentations médiatiques, elle caractérise les groupes qui ont le plus de pouvoir sur le plan économique.

### **Des exceptions de race et de classe qui produisent l'hégémonie du métarécit**

Les ethnicités qui circulent dans le métarécit national n'ont pas d'existence en soi, hors de la médiatisation ou en amont de celle-ci. Elles caractérisent des groupes d'individus par un régime de valeur et des traits culturels limités qui peuvent perdurer dans le temps et qui ne rendent pas compte du caractère dynamique, pluriel et hybride des subjectivités et des modes d'existence. Le sociotype genré et racialisé de la « jeune fille des banlieues » mis en scène dans la médiatisation de *Ni putes ni soumises* se situe dans la filiation (ou généalogie) représentationnelle de la « beurette » des années 80 et 90 de même que, de façon plus lointaine, de la « femme musulmane » à l'époque coloniale : même si certaines de leurs pratiques et des aspects de leur mode de vie ne sont pas analogues dans les discours, ces trois figures sont dépeintes comme cloîtrées dans l'espace privé et soumises aux hommes de leur entourage, et ce, peu importe le contexte historique (Dalibert 2012).

Toutefois, malgré la relative stabilité des ethnicités qui circulent dans les médias, des individus marqués par le genre, la race ou la classe sont affiliés à des modes de vie, à des manières de voir et d'agir, à des normes et à des valeurs qui diffèrent de ceux qui caractérisent habituellement le groupe social d'appartenance. Dans les couvertures de presse et télévisuelle de *Ni putes ni soumises*, des jeunes femmes non blanches sont décrites comme libres, autonomes, portant maquillage et talons hauts, tout comme la presse écrite publie régulièrement des portraits de rappers non blancs à la masculinité douce et respectueuse des femmes, à l'image de Disiz la Peste ou d'Oxmo Puccino. La visibilité médiatique de tels individus n'est pas significative de la cohabitation, au sein de l'espace public national, de plusieurs ethnicités utilisées pour rendre compte d'un même groupe social. Ces individus n'ont en effet pas le statut de sujet d'énonciation théorique ou d'idéal type du groupe qu'ils représentent, et ce, pour deux raisons. Premièrement, ces individus sont clairement identifiables en étant désignés par un prénom *et* un nom (ou un nom de scène). Ce ne sont donc pas des « témoins anonymes » remplaçables par n'importe quel autre témoin. Deuxièmement, ces individus font office de contre-exemples, vu que leur ethnicité ne correspond pas à celle du groupe partageant la même identité sociale.

Les sujets marqués par la race ou la classe et qui répondent à l'ethnicité nationale sont mis en scène, dans les récits médiatiques, en tant qu'« exceptions », dans les deux sens du terme. D'une part, ils incarnent une minorité numérique qui

s'oppose à une majorité et, d'autre part, ils ont des capacités fortement estimables que les autres membres du groupe ne possèdent pas. Dans la médiatisation de Ni putes ni soumises, seule une poignée de femmes non blanches (les fondatrices du mouvement) sont décrites comme « féminines » et ne subissant plus de violences sexistes après avoir mené un « combat » dépeint comme difficile et qui les a conduites à déménager, voire à être en rupture avec leur famille (Dalibert 2012). Ces exceptions républicaines de race et de classe apparaissent en tant que minorité respectable devant une majorité qui, elle, se révèle plus problématique<sup>17</sup>.

La publicité accordée à ces contre-exemples est importante, à l'instar de celle dont bénéficient Édouard Louis et Oxmo Puccino quand il sort un album de rap. Elle produit un discours sur les récits médiatiques eux-mêmes en les présentant comme des espaces qui configurent, au mieux, des représentations diversifiées et multiples des identités sociales ou, au pire, des représentations dominantes qui feraient systématiquement face à des contre-représentations. Or, selon moi, la présence médiatique d'exceptions de race et de classe permet à l'hégémonie du métarécit national de se déployer<sup>18</sup> car, en plus du renforcement de son invisibilité, elle produit l'« exceptionnalisme » de la nation française. Pour Jasbir Puar (2013), la notion d'exceptionnalisme est à comprendre de deux façons qui peuvent paraître contradictoires. Premièrement, elle renvoie au fait qu'une nation se donne à voir comme plus respectable que les autres en promouvant son système politique, ses valeurs ou sa culture. Deuxièmement, s'appuyant sur les travaux de Giorgio Agamben, Puar (2013 : 155) met en avant que l'exceptionnalisme renvoie aussi à l'idée d'« état d'exception » par lequel sont justifiées les mesures les plus extrêmes d'un État ». À l'image des gays blancs et bourgeois qui ont été symboliquement intégrés dans le « Nous » national étatsunien après le 11 septembre 2001 (Puar 2012), les exceptions républicaines de race ou de classe sont incorporées dans le système de représentations médiatiques de la francité par l'ethnicité modèle qui leur est associée. L'inclusion symbolique et restrictive des minorités dans le « Nous » national français permet de figurer la nation comme égalitaire, moderne et progressiste attendu que la présence médiatique de bons sujets de classe et de race devient une démonstration publique des capacités d'intégration de la République<sup>19</sup>.

<sup>17</sup> Un certain nombre de travaux ont également mis en avant que les femmes et les hommes non blancs associés à une ethnicité modèle font figure d'exception dans le champ médiatique (Guénif-Souilamas 2006; Rigouste 2007).

<sup>18</sup> Sur ce sujet, se référer également à Hall (2007b).

<sup>19</sup> Comme le fait valoir Demetrakis Z. Demetriou (2015 : 39) dans sa relecture de la théorisation de Raewyn Connell à propos de la masculinité hégémonique, celle-ci a besoin d'intégrer des exceptions de race, de classe et sexuelles pour pouvoir faire perdurer les rapports sociaux de genre : « la masculinité hégémonique, masculinité culturellement glorifiée et capable d'assurer la reproduction du patriarcat, n'est pas construite en opposition complète aux masculinités gaies. Bien plutôt, de nombreux éléments de celles-

Cette construction médiatique permet également de renforcer la puissance et l'autorité des groupes majoritaires vu qu'ils n'apparaissent pas explicitement comme ayant systématiquement le « beau rôle » dans les récits médiatiques. Ces derniers présentent en effet des exceptions repoussoirs affiliées à la masculinité, à la blancheur, à l'hétérosexualité et aux classes supérieures, et dont le régime de valeur est figuré comme s'opposant à celui de la nation parce qu'elles seraient « clairement » sexistes, racistes ou homophobes. Dans la médiatisation de la Barbe, d'Osez le féminisme et de #balancetonporc, des hommes blancs de classe bourgeoise sont désignés en tant que responsables de violences sexistes (par exemple, Dominique Strauss-Kahn, Pierre Joxe, Harvey Weinstein). Ces derniers (rarement anonymes) sont présentés comme des individus problématiques et opposés, dans les discours, à une majorité respectable d'hommes blancs de classe moyenne supérieure qui, elle, est dépeinte comme respectueuse des femmes et alliée du féminisme.

### **Conclusion**

Dans les récits configurés au sein des grands médias nationaux, les inégalités sociales sont présentées comme le résultat d'agissements ouvertement sexistes, racistes ou homophobes provenant de groupes minoritaires ou de contre-exemples repoussoirs appartenant aux groupes majoritaires. Les problématiques des rapports sociaux et des discriminations systémiques se trouvent ainsi mises à distance de l'espace public national, dans le sens où elles ne sont pas constituées en tant que problème public. Ces récits médiatiques produisent en parallèle un métarécit national qui représente les groupes majoritaires en haut de l'échelle de la moralité républicaine et exclut symboliquement les classes populaires et les groupes racisés de la francité. Ce métarécit médiatique est donc producteur de « nationalisme banal », pour reprendre la notion de Michael Billing (1995), dans le sens où il détermine les sujets associés à la blancheur et aux classes supérieures comme plus respectables et légitimes que les autres dans l'espace républicain, tout en ne se donnant pas à voir comme l'expression d'un nationalisme.

### **RÉFÉRENCES**

- AMOSSY, Ruth, et Anne HERSCHBERG-PIERROT  
1997 *Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société*. Paris, Nathan.
- ANDERSON, Benedict  
2002 *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris, La Découverte [1<sup>re</sup> éd. : 1996] (traduction de l'anglais par Pierre-Emmanuel Dauzat).

---

ci ont été intégrés à un bloc hégémonique hybride, bloc dont l'hétérogénéité est en mesure de rendre le dividende patriarcal invisible et de légitimer la domination patriarcale. »

- ARENDE, Hannah  
 1994 *Condition de l'homme moderne*. Paris, Calmann-Lévy [1<sup>re</sup> éd. : 1961] (traduction de l'anglais par Georges Fradier).
- BILLING, Michael  
 1995 *Banal Nationalism*. Londres, Sage Publications.
- BREKHUS, Wayne  
 2005 « Une sociologie de l'« invisibilité » : réorienter notre regard », *Réseaux*, 129-130 : 243-272 [1<sup>re</sup> éd. : 1998] (traduction de l'anglais par Olivier Voirol).
- BUTLER, Judith  
 2009 *Ces corps qui comptent*. Paris, Éditions Amsterdam (traduction de l'anglais par Charlotte Nordmann).  
 2005 *Trouble dans le genre : pour un féminisme de la subversion*. Paris, La Découverte [1<sup>re</sup> éd. : 1990] (traduction de l'anglais par Cynthia Krauss).
- CARAH, Nicholas, et Eric LOUW  
 2015 *Media & Society: Production, Content & Participation*. Los Angeles/Londres/New Delhi/Singapore/Washington, Sage Publications.
- CEFAÏ, Daniel  
 2007 *Pourquoi se mobilise-t-on? Les théories de l'action collective*. Paris, La Découverte/M.A.U.S.S.  
 1996 « La construction des problèmes publics : Définition de situations dans des arènes publiques », *Réseaux*, 76 : 43-66.
- CHARAUDEAU, Patrick  
 1997 *Le discours d'information médiatique : la construction du miroir social*. Paris, Nathan.
- CONNELL, Raewyn W.  
 2015 *Masculinities*, 2<sup>e</sup> éd. Berkeley/Los Angeles, University of California Press [1<sup>re</sup> éd. : 1996].
- DALIBERT, Marion  
 2018a « *En finir avec Eddy Bellegueule* dans les médias. Entre homonationalisme et ethnicisation des classes populaires », *Questions de communication*, 33 : 89-109.  
 2018b « Les masculinités ethnoracialisées des rappeur.euse.s dans la presse », *Mouvements*, 96 : 22-28.  
 2018c « Reconstituer l'événement », dans Sarah Lécossais et Nelly Quemener (dir.), *En quête d'archives : bricolages méthodologiques en terrains médiatiques*. Paris, INA Éditions : 69-77.  
 2017 « Féminisme et ethnoracialisation du sexisme dans les médias », *RFSIC*, 11, [En ligne], [rfsic.revues.org/2995] (12 janvier 2020).  
 2014 « Le marquage socio-discursif de la race par le genre. Les « roms », les Tunisiens, les Ukrainiens et les habitants des banlieues françaises dans les médias », *RFSIC*, 4, [En ligne], [rfsic.revues.org/743] (12 janvier 2020).

- 2013 « Authentification et légitimation d'un problème de société par les journalistes : les violences de genre en banlieue dans la médiatisation de Ni putes ni soumises », *Études de communication*, 40 : 167-180.
- 2012 *Accès à l'espace public des minorités ethnoraciales et « blanchité »*. Thèse de doctorat (sciences de l'information et de la communication). Villeneuve-d'Ascq, Université Lille 3.
- DALIBERT, Marion, et Milena DOYTCHEVA
- 2014 « Migrants *roms* dans l'espace public : (in)visibilités contraintes », *Migrations-Société*, 152 : 75-90.
- DALIBERT, Marion, Aurélia LAMY et Nelly QUEMENER
- 2016 « Introduction : Circulation et qualification des discours. Conflictualités dans les espaces publics », *Études de communication*, 47 : 7-20.
- DALIBERT, Marion, et Nelly QUEMENER
- 2014 « Femen, l'émancipation par les seins nus? », *Hermès*, 69 : 171-175.
- DELFORCE, Bernard
- 2004 « Le constructivisme : une approche pertinente du journalisme », *Questions de communication*, 6 : 111-134.
- 1996 « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens », *Les Cahiers du journalisme*, 2 : 16-32.
- DELL'OMODARME, Marco
- 2015 « Stuart Hall, culture et communauté », *Chimères*, 87, 3 : 51-59.
- DEMETRIOU, Demetrakis Z.
- 2015 « La masculinité hégémonique : lecture critique d'un concept de Raewyn Connell », *Genre, sexualité & société*, 13 [1<sup>re</sup> éd. : 2001] (traduction de l'anglais par Hugo Bouvard), [En ligne], [gss.revues.org/3546] (15 juillet 2018).
- DE RUDDER, Véronique, Christian POIRET et François VOURC'H
- 2000 *L'inégalité raciste. L'universalité républicaine à l'épreuve*. Paris, Presses universitaires de France.
- FINCH, Lynette
- 1993 *The Classing Gaze: Sexuality, Class and Surveillance*. Crows Nest, Allen & Unwin.
- FOUCAULT, Michel
- 1994 « Usage des plaisirs et techniques de soi », dans Michel Foucault, *Dits et écrits*, t. II : « 1976-1988 ». Paris, Gallimard : 1358-1380 [1<sup>re</sup> éd. : 1983].
- GILROY, Paul
- 1990 « The End of Anti-Racism », *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 17, 1 : 71-83.
- 1987 « *There Ain't No Black in the Union Jack* ». *The Cultural Politics of Race and Nation*. Londres/Melbourne/Sydney/Auckland/ Johannesburg, Hutchinson.

GUÉNIF-SOUILAMAS, Nacira

2006 « La Française voilée, la beurette, le garçon arabe et le musulman laïc. Les figures assignées du racisme vertueux », dans Nacira Guénif-Souilamas, *La république mise à nu par son immigration*. Paris, La Fabrique éditions : 109-132.

GUILLAUMIN, Colette

2002 *L'idéologie raciste*. Paris, Gallimard [1<sup>re</sup> éd. : 1972].

1992 *Sexe, race et pratique du pouvoir. L'idée de nature*. Paris, Côté Femmes.

HALL, Stuart

2013a « Anciennes et nouvelles identités, anciennes et nouvelles ethnicités », dans Stuart Hall, *Identités et cultures*, t. II : « Politiques des différences ». Paris/Amsterdam, Édition de Maxime Cervulle : 53-76 [1<sup>re</sup> éd. : 1991] (traduction de l'anglais par Aurélien Blanchard et Florian Vörös).

2013b « La "race" : un signifiant flottant », dans Stuart Hall, *Identités et cultures*, t. II : « Politiques des différences ». Paris/Amsterdam, Édition de Maxime Cervulle : 95-111 [1<sup>re</sup> éd. : 1996] (traduction de l'anglais par Aurélien Blanchard et Florian Vörös).

2007a « Identité culturelle et diaspora » dans Stuart Hall, *Identités et cultures*, t. I : « Politiques des *cultural studies* ». Paris/Amsterdam, Édition de Maxime Cervulle : 227-241 [1<sup>re</sup> éd. : 1998] (traduction de l'anglais par Christophe Jaquet).

2007b « La redécouverte de l'"idéologie" : retour du refoulé dans les *médias studies* », dans Stuart Hall et Maxime Cervulle (dir.), *Identités et cultures*, t. I : « Politiques des *cultural studies* ». Paris, Amsterdam : 81-120 [1<sup>re</sup> éd. : 1982] (traduction de l'anglais par Christophe Jaquet).

1997 « The Work of Representation », dans Stuart Hall, *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres/Thousand Oaks/New Delhi, Sage Publications : 13-74.

1993 « Culture, Community, Nation », *Cultural Studies*, 7/3 : 349-363.

HARAWAY, Donna

2007 « Le témoin modeste : diffractions féministes dans l'étude des sciences », dans Donna Haraway et autres (dir.), *Manifeste cyborg et autres essais*. Paris, Exils : 309-333 [1<sup>re</sup> éd. : 1996] (traduction de l'anglais par Delphine Gardey).

HAYLETT, Chris

2001 « Illegitimate Subjects? Abject Whites, Neoliberal Modernisation, and Middle-class Multiculturalism », *Environment and Planning D: Society and Space*, 19 : 351-370.

HONNETH, Axel

2007 *La lutte pour la reconnaissance*. Paris, Éditions du Cerf [1<sup>re</sup> éd. : 1992].

JOST, François

2003 *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*. Bruxelles, De Boeck.

JULLIARD, Virginie

2017 « “Théorie du genre”, #theoriedugenre : stratégies discursives pour soustraire la “différence des sexes” des objets de débat », *Études de communication*, 48 : 111-136.

LAURETIS, Teresa de

2007 *Théorie queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg*. Paris, La Dispute (traduction de l’anglais par Marie-Hélène/Sam Bourcier).

LÉCOSSAIS, Sarah

2015 *Chroniques d’une maternité hégémonique. Identités féminines, représentations des mères et genre de la parentalité dans les séries télévisées familiales françaises (1992-2012)*. Thèse de doctorat (sciences de l’information et de la communication). Paris, Université Paris 3 – Sorbonne Nouvelle.

LITS, Marc

2008 *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles, De Boeck.

LOUIS, Édouard

2014 *En finir avec Eddy Bellegueule*. Paris, Seuil.

LYOTARD, Jean-François

1979 *La condition post-moderne*. Paris, Les Éditions de Minuit.

MEER, Nasar

2014 *Key Concepts in Race and Ethnicity*. Los Angeles/Londres/New Delhi/Singapore/Washington, Sage Publications.

MERCIER, Arnaud

1996 *Le journal télévisé*. Paris, Presses de Sciences Po.

MOLOTCH, Harvey, et Marilyn LESTER

1996 « Informer : une conduite délibérée de l’usage stratégique des événements », *Réseaux*, 75 : 23-41 [1<sup>re</sup> éd. : 1974] (traduction de l’anglais par Marie-Christine Gamberini).

MORTUREUX, Marie-Françoise

1993 « Paradigmes désignationnels », *Semen*, 8 : 117-136.

NEVEU, Érik, et Louis QUÉRÉ

1996 « Présentation : Le temps de l’événement 1 », *Réseaux*, 75 : 5-21.

PUAR, Jasbir K.

2013 « Homonationalisme et biopolitique », *Cahiers du genre*, 54 : 151-185 [1<sup>re</sup> éd. : 2007] (traduction de l’anglais par Maxime Cervulle).

2012 *Homonationalisme. Politiques queer après le 11 septembre*. Paris, Éditions Amsterdam [1<sup>re</sup> éd. : 2007] (traduction de l’anglais par Maxime Cervulle et Judy Minx).

QUEMENER, Nelly

2018 « “ Vous voulez réagir? ” L’étude des controverses médiatiques au prisme des intensités affectives », *Questions de communication*, 33 : 23-42.

RIGOUSTE, Mathieu

2007 « La construction médiatique du corps intégré. Promouvoir pour bannir dans la cité postcoloniale », dans Isabelle Rigoni (dir.), *Qui a peur de la télévision en couleurs? La diversité culturelle dans les médias*. Montreuil, Aux lieux d'être : 109-129.

SCRINZI, Francesca

2008 « Quelques notions pour penser l'articulation des rapports sociaux de " race ", de classe et de sexe », *Les Cahiers du CEDREF*, 16, [En ligne], [journals.openedition.org/cedref/578] (20 janvier 2020).

SÉNAC, Réjane

2015 *L'égalité sous conditions : genre, parité, diversité*. Paris, Presses de Sciences Po.

SKEGGS, Beverley

2018 « Une autre conception de la personne. Régimes de valeur et pratiques d'autonomisation de la classe populaire », *Poli-Politiques de l'image*, 14 : 6-25 (traduction de l'anglais par Nelly Quemener, Chloé Le Gouëz et Maxime Cervulle).

2015 *Des femmes respectables. Classe et genre en milieu populaire*. Marseille, Agone (traduction de l'anglais par Marie-Pierre Pouly).

2004 *Class, Self, Culture*. Londres/New York, Routledge.

VOIROL, Olivier

2005 « Le travail normatif du narratif. Les enjeux de reconnaissance dans le récit médiatique », *Réseaux*, 132 : 51-71.

WILLIAMS, Raymond

2009 « Base et superstructure dans la théorie culturelle marxiste », dans Raymond Williams, *Culture et matérialisme*. Paris, Les Prairies ordinaires : 25-56 [1<sup>re</sup> éd. : 1973] (traduction de l'anglais par Nicolas Calvé et Étienne Dobenesque).

WITTIG, Monique

2007 *La pensée straight*. Paris, Éditions Amsterdam [1<sup>re</sup> éd. : 2001].