Le sexiste, c'est l'“ autre ”. Cartographie des identités représentées dans la médiatisation du féminisme en France

Marion Dalibert

▶ **To cite this version:**

Marion Dalibert. Le sexiste, c'est l'“ autre ”. Cartographie des identités représentées dans la médiatisation du féminisme en France. Colloque international Agadir 2016 - L'Identité au pluriel, Faculté des Lettres et des Sciences humaines d'Agadir, May 2016, Agadir, Maroc. pp.97-106. hal-01612683

HAL Id: hal-01612683
https://hal.science/hal-01612683

Submitted on 7 Oct 2017

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

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

Le sexiste, c'est l'« autre ». Cartographie des identités représentées dans la médiatisation du féminisme en France

Marion Dalibert

Laboratoire GERiiCO – Université de Lille

Nous nous proposons d'analyser la cartographie les identités des groupes sociaux mis en scène dans la médiatisation de quatre mouvements féministes nés dans les années 2000 et qui bénéficient d'une couverture presse plus ou moins importante et valorisante : la Barbe, Femen, Ni putes ni soumises et Osez le Féminisme ! Nous verrons que cette cartographie rend compte d'un processus d'ethnoracialisation du sexisme dans la sphère publique : le récit médiatique du féminisme met en effet en scène des coupables et victimes des rapports sociaux de genre comme étant non-blancs et associés à une zone géographique qui se voit différenciée du territoire français.

Les médias d'information rendent compte de l'existence d'un certain nombre de mouvements féministes, même si tous ne bénéficient pas de la même visibilité médiatique. Celle-ci est en effet partagée inégalement entre les groupes protestataires (Neveu, 1999, Voirol, 2005). Néanmoins, lorsque ces derniers sont couverts par les journalistes, leur médiatisation participe à la construction d'une cartographie (ou typologie) d'« identités discursives » (De Bonville et Moreau, 2004), qui peuvent se voir associées à un groupe social particulier. Ces « sociotypes »[1] sont alors protagonistes du récit médiatique du féminisme, dont le rôle est soit celui de victime ou de responsable des discriminations, d'allié ou d'opposant à la cause, ou encore de porte-parole des victimes[2].

Une telle cartographie peut être significative de rapports sociaux attendu que les sociotypes mis en scène comme participant à la production du sexisme systémique peuvent ne pas correspondre à ceux qui sont signifiés dans les travaux faisant état des inégalités de genre, à savoir les hommes et les femmes vivant en France, en tant qu'ils sont non « marqués » (Brekhus, 2005) par la race[3] ou encore par la classe sociale. En effet, est-ce que le sexisme est configuré dans la « sphère publique globale » (Fraser, 2001) comme concernant l'ensemble de la population française ou seulement des groupes sociaux spécifiques ?

Pour répondre à ce questionnement, nous nous proposons d'analyser la cartographie des identités sociodiscursives mises en scènes dans la couverture presse[4] des quatre mouvements féministes les plus médiatisés depuis les années 2000 :

— « Ni putes ni soumises » (NPNS), mouvement né en janvier 2002 pour dénoncer le sexisme à l'œuvre dans les banlieues françaises ;

— « Femen », collectif né en Ukraine en 2008 qui s'est territorialisé en France en août 2012 et qui est connu pour ses actions proches du happening — les militantes manifestent poitrine nue sur laquelle sont peints des slogans ;

[1] En plus d'être le résultat d'un processus de catégorisation, un sociotype est pour nous le produit de discours définitoires portés sur un groupe social (Amossy, Herschberg-Pierrot, 1997). Ce dernier se voit alors associé à une identité discursive. Même s'ils sont synonymes, nous préférons ce terme à celui, polysémique, de « stéréotype » car il est souvent associé à l'idée de caricature et de figement, et ce n'est pas ce dont nous voulons rendre compte ici.

[2] Sur les rôles attribués dans la couverture des mouvements sociaux, se référer à Daniel Céfaï (2007, 172).

[3] Nous adoptons l'usage anglo-saxon de la notion de race, et ce pour rendre compte de la permanence de son existence sociale (et non pas biologique).

[4] Cette analyse se base sur des travaux effectués antérieurement. Nous avons en effet travaillé dans un premier temps sur NPNS (Dalibert 2014), puis sur Femen (Dalibert et Quemener, 2014) et enfin sur OLF et la Barbe (Dalibert, 2016). Ainsi, la composition des corpus utilisés pour étudier la couverture médiatique de chaque mouvement n'est pas identique d'un collectif à l'autre, celle-ci sera néanmoins à chaque fois explicitée.

— « La Barbe », groupe formé en 2008 qui établit son mode d'action sur l'ironie attendu que les militantes s'imposent dans les sphères de pouvoir affublées d'une barbe pour féliciter les participants de l'hégémonie masculine qui y règne, afin de mieux la dénoncer ;

— « Osez le féminisme ! » (OLF), groupe qui s'est constitué en juin 2009 pour combattre les inégalités de genre à l'œuvre dans la société française.

En plus d'user d'un répertoire d'actions différent, ces quatre collectifs ne désignent pas les mêmes victimes. NPNS et Femen portent généralement des revendications pour des femmes non-blanches ou ethnicisées : les femmes qui vivent dans un territoire associé aux minorités ethnoraciales (Boyer et Lochard, 1998) pour le premier, et, en majorité, les Ukrainiennes et musulmanes pour le second. OLF et la Barbe formulent quant à eux des revendications pour les femmes françaises « en général », c'est-à-dire pour une victime non marquée par la race — et donc associée à la « blanchité » [*whiteness*] (Dyer, 1997), attendu qu'en dehors du genre, ils ne lui adjoignent pas d'autres caractéristiques identitaires, à l'instar d'une origine particulière.

D'un point de vue méthodologique, notre approche se situe dans une perspective constructiviste d'analyse de discours. L'étude qualitative de chaque identité discursive s'est basée sur l'analyse quantitative de leurs paradigmes désignationnel et définitionnel (Mortureux, 1993). Nous avons ainsi relevé, comptabilisé et trié les syntagmes utilisés pour désigner et définir les groupes sociaux mis en scène dans la presse qui répondent au rôle de coupable, de victime, de porte-parole, d'opposant ou d'allié.

La reconnaissance médiatique de protagonistes ethnoracialisés

Si l'on compare la couverture médiatique des quatre mouvements étudiés, seules les formes d'actions mises en place par NPNS et Femen ont concentré l'attention des médias (Dalibert, 2014 ; Dalibert et Quemener, 2014). Ces deux mouvements ont en effet été constitués en « événements médiatiques » (Neveu et Quéré, 1996) : leur couverture est forte, régulière et un certain nombre de leurs actions se sont vues valorisées à la fois par/dans les rubriques « Événement », le genre des articles (enquêtes, reportages) utilisés ainsi que le positionnement en Une. D'octobre 2009 à septembre 2013, Femen est ainsi le référent de 237 articles dans la presse généraliste et spécialisée[5] et, de janvier 2002 à décembre 2010, NPNS est le sujet de 203 articles, et ce uniquement dans *Le Figaro*, *Le Monde* et *Libération*[6]. Ainsi, les deux collectifs désignant des victimes et coupables ethnoracialisés bénéficient d'une importante « reconnaissance » dans les médias (Voirol, *op. cit.*), reconnaissance qui s'est également matérialisée par la mise en scène de sociotypes marqués par la race et/ou l'ethnicité.

NPNS : la « jeune fille » vs le « jeune garçon des banlieues »

La médiatisation de NPNS s'est construite autour de l'opposition d'une victime, la « jeune fille des banlieues », dont l'identité sociale est marquée par le genre, l'âge, la race et la classe sociale, et d'un coupable, le « jeune des banlieues », marqué par les mêmes attributs (Guénif-Souilamas et Macé, 2006 ; Dalibert, *op. cit*). Le sociotype de la « jeune fille des banlieues » se voit alors caractérisé par la soumission, celui-ci étant décrit assujetti aux jeunes garçons qui l'insultent, l'agressent, le violent, voire l'assassinent lorsqu'il fait la démonstration d'une certaine autonomie. Les agressions (parfois mortelles) subies par les jeunes femmes non-blanches font l'objet d'un grand nombre de discours, à l'image de cet extrait du *Figaro* :

[5] À savoir *Aujourd'hui en France*, *La Croix*, *L'Express*, *Le Figaro*, *L'Humanité*, *Marianne*, *Le Monde*, *Le Nouvel Observateur*, *Le Point* et *Libération* pour la presse généraliste et *Les Echos*, *Les Inrockuptibles*, *Paris Match* et *La Tribune* pour la presse spécialisée.

[6] En comparaison, au sein de ces trois titres de la presse nationale, OLF et la Barbe font l'objet, respectivement, de 32 et 14 articles de leur naissance à juin 2014.

« *Elles sont non seulement surveillées par leurs frères, mais aussi par tous les garçons de la cité. Si leur tenue n'est pas jugée conforme, elles sont vite classées dans la catégorie des "allumeuses". Elles essuient alors insultes et harcèlement sexuel. Cela va jusqu'au viol collectif* »[7]. L'existence du sexisme en banlieue sera reliée, dans le discours journalistique, à la pratique de la religion musulmane. La « jeune fille des banlieues » est présentée comme paralysée dans son processus d'émancipation par ses parents qui l'obligent à rester enfermée dans l'appartement familial et contrainte à préserver sa virginité jusqu'à son mariage, au « bled », avec un homme qu'elle ne connaît pas, suivant les préceptes de l'islam. *Le Monde* met par exemple en avant le discours rapporté d'une responsable associative racontant que « *si la fille n'est pas "sérieuse", les conséquences peuvent être dramatiques. "Retrait du système scolaire, interdiction de sorties, de toute fréquentation masculine, de certaines fréquentations féminines, préservation obligatoire de la virginité jusqu'au mariage, retour obligé au pays, recrudescence des mariages forcés...*" »[8].

Par la construction de l'opposition de deux sociotypes ethnoracialisés, la médiatisation de NPNS territorialise en France le « problème public » (Cefaï, 1996) du sexisme. Celui-ci se voit en effet associé aux habitants d'une zone géographique marquée par la race et la religion musulmane et constituée, dans les médias, comme étant distincte du reste du territoire (Mills-Affif, 2004).

Femen : L'Ukraine et la Tunisie comme intrinsèquement sexistes

Même si Femen a connu plusieurs périodes dans sa médiatisation, celle-ci a donné à voir à chaque fois des coupables et victimes marqués par la race ou l'ethnicité (Dalibert et Quemener, *op. cit*.). Ainsi, lorsque le mouvement est basé en Ukraine d'octobre 2009 à août 2012, ce sont les habitant-e-s de ce pays qui ont été désigné-e-s comme protagonistes et donc sujet-te-s à de nombreuses descriptions par les journalistes. Les jeunes Ukrainiennes vont alors endosser le rôle de victimes en étant décrites comme contraintes de s'adonner à la prostitution face à des hommes qui les exploitent et/ou comme prêtes à tout pour se marier avec un Occidental, et notamment à offrir à ce dernier des services sexuels en échange. L'Ukraine apparaît alors dans *le Monde*, par exemple, comme un pays où « *un seul pas peut conduire [les jeunes femmes] à se prostituer. Il suffit de papoter avec un type qui distribue des flyers incitant des jeunes filles à travailler comme "hôtesses"* »[9].

Le cadrage des articles sur Femen se territorialise en Tunisie à partir d'avril 2013, suite à la publication sur la page Facebook de « Femen Tunisie » d'une photo de la militante Amina Sboui – présentée dans la presse comme la première Femen de Tunisie – la poitrine dénudée sur laquelle était peint le slogan « Mon corps m'appartient, il n'est l'honneur de personne ». La presse française présente alors ce pays du Maghreb comme foncièrement sexiste et opposé à l'émancipation des femmes, en faisant le récit, dans un premier temps, du comportement violent de la famille d'Amina Sboui perpétré en réponse à son action, alors qualifiée de féministe. Sboui est dite avoir été kidnappée et frappée par son cousin, puis retenue prisonnière et maltraitée par ses parents qui, pour l'empêcher d'agir, l'aurait droguée et inondée de paroles religieuses, comme le formule un journaliste de *Paris Match* : « *Sa famille l'aurait forcée à lire le Coran et à aller voir des Imams. Elle lui aurait donné d'importantes doses de médicaments, qui la faisaient dormir, à tel point que la jeune fille dit ne pas se souvenir de tout. Elle affirme également avoir été torturée* »[10].

Dans un second temps, c'est l'ensemble de la société tunisienne qui est décrite comme condamnant unanimement Amina Sboui, celle-ci se voyant érigée, dans la couverture

[7] *Le Figaro*, 1er février 2003, « Les filles sont révoltées par leur sort ».
[8] *Le Monde*, 25 octobre 2002, « La condition des jeunes filles s'est dégradée dans les quartiers difficiles ».
[9] *Le Monde*, 7 mars 2013, « Petit traité de "femenisme" ».
[10] *Paris Match*, 15 avril 2013, « Amina est libre ! ».

médiatique de Femen, en figure de la musulmane émancipée. Hélé Béji, écrivaine tunisienne, met par exemple en avant, au sein d'une tribune publiée dans *le Monde*, que « *même les plus modernes [des Tunisiens], les plus laïques, les plus ouverts ont éprouvé, dans des contorsions, les mêmes peurs que ceux dont ils combattent l'obscurantisme. Désormais, face à la nudité d'Amina, tous les hommes (ou presque), imberbes ou pas, ont recouvert leur conscience d'une épaisse barbe de vertu* »[11].

Tout comme dans la couverture presse de NPNS, les sociotypes représentés dans celle de Femen conduit à territorialiser le sexisme en dehors de France. Il se voit associé à un pays musulman, la Tunisie, et à un pays d'Europe de l'Est, l'Ukraine.

Par la mise en scène de responsables et de victimes ethnoracialisés associés à un territoire spécifique, la couverture médiatique de NPNS et celle de Femen participent à l'édification de frontières symboliques où la France, associée à la blanchité, apparait en creux du discours, comme une zone géographique où femmes et hommes sont à égalité.

OLF et la Barbe dans les médias : des « blancs » peu concernés par le sexisme

Même si les journalistes en ont rendu compte, la Barbe et d'OLF qui sont, respectivement, les référents de 96 et 21 articles, n'ont pas été élevés au rang d'événement (Dalibert, 2016). Ils n'ont pas reçu de « pertinence (*relevance*), valeur, importance, en fonction d'une perspective et fait l'objet d'une focalisation de l'attention publique » (Neveu et Quéré, *op. cit.*, 12). Leur présence médiatique est effectivement plutôt faible, irrégulière et dépend, en fait, de la ligne éditoriale des rédactions. C'est dans les quotidiens historiquement identifiés à gauche de l'échiquier politique et traditionnellement plus intéressés aux problématiques des femmes (Bonnafous, Coulomb-Gully, 2007), à l'instar de *Libération*, du *Monde* et de *L'Humanité,* ainsi que dans le quotidien dit « populaire » *Aujourd'hui en France,* qu'ils sont le plus publicisés. En outre, contrairement à NPNS et Femen, la presse a peu exemplifié les rapports sociaux de genre par la mise en scène de sociotypes.

« L'homme blanc de pouvoir » comme unique responsable

Dans la couverture d'OLF et de la Barbe, le groupe générique des « hommes » — en tant qu'il n'est pas associé à d'autres attributs catégoriels (race, âge, classe sociale…) — n'apparaît jamais comme prenant part aux rapports sociaux. Cette catégorie affiliée implicitement à la blanchité, à l'hétérosexualité et aux classes moyennes et supérieures (Purtschert, Meyer, 2009) n'est en effet jamais désignée ou mise en scène comme participant au sexisme. Au contraire : lorsqu'elle apparaît, elle est représentée en tant qu'alliée des mouvements, car soutenant l'émancipation des femmes, comme dans un article de *L'Express* consacré « *aux hommes* » qui sont de plus en militants de la cause féministe[12].

Une seule figure associée à la blanchité fait l'objet de discours dans la médiatisation d'OLF et de la Barbe : « l'homme de pouvoir », qui, en raison de sa classe et de son statut social, instaure un rapport de domination systématique avec les femmes. Dominique Strauss-Kahn a incarné le paroxysme de cette figure lors de l'Affaire du Sofitel. Les réactions des élites masculines politiques et médiatiques, qui font suite à son arrestation, seront données à voir comme étant significatives de leur sexisme intrinsèque et lourdement critiquées. *Aujourd'hui en France* rapporte ainsi le discours d'une féministe qui explique que l'affaire DSK témoigne de « "*la relation perverse entre les hommes de pouvoir et les femmes, notamment en*

[11] *Le Monde,* 17 juin 2013, « Hélé Béji : "Amina, l'histoire en marche" ».
[12] *L'Express*, 2 juin 2010, « Les mâles féministes ».

politique", milieu où les "hommes politiques, toutes tendances confondues, considèrent parfois avoir un droit de cuissage sur les femmes" »[13]. La figure de « l'homme de pouvoir » sera mentionnée à d'autres reprises. Elle le sera notamment en novembre 2013 dans *L'Humanité*, au sein d'une tribune libre rédigée par OLF qui condamnera le « Manifeste des 343 salauds », qui s'oppose à la pénalisation des clients de la prostitution et qui est initié par Frédéric Beigbeder[14]. En intitulant l'article « *La déferlante machiste, ce mauvais exemple qui vient d'en haut* », ce groupe protestataire associe la domination masculine à la figure dépréciative affiliée aux élites économiques, culturelles et/ou politiques en présentant les auteurs du manifeste comme étant « *343 hommes […] qui affirment leur droit d'imposer, par le pouvoir de leur argent, des rapports sexuels à des femmes qui ne les désirent pas* ».

Cette figure repoussoir sera en outre fortement visible dans la médiatisation de la Barbe, attendu que les hauts dirigeants constituent les cibles principales du collectif. Ainsi, lorsque les journalistes font état des happenings menés dans les CA de *Carrefour*[15], *d'EADS*[16], d'« *Air Liquide, Air France, Veolia et AXA* »[17], ils mettent en avant que ceux qui incarnent la domination masculine en France sont les hommes possédant un pouvoir économique, politique et/ou culturel.

En dehors de « *ces dignitaires les plus imbus de leurs privilèges* »[18] comme les appelle la Barbe, les groupes, individus ou acteurs sociaux masculins associés à la blanchité font rarement l'objet de discours. La médiatisation d'OLF et celle de la Barbe sont ainsi significatives d'une mise à distance de la participation des hommes blancs dans les rapports de pouvoir : seuls les plus puissants de ce monde – une minorité blanche en somme — seraient coupables de sexisme.

« L'homme blanc de pouvoir » comme unique responsable

Du point de vue des victimes, la couverture presse d'OLF et celle de la Barbe représentent plutôt une figure générique et collective de « femme » (rarement décrite) qui fait face à des problématiques telles que les violences, le viol, la prostitution, le harcèlement de rue ou encore les inégalités salariales. La mention, dans la presse — en particulier de gauche, de ces sphères où se produisent les discriminations rend compte d'inégalités qui perdurent sur le sol français — et ce même après les luttes féministes des années 1970 — ainsi que d'un recul des acquis en matière de droits. Les discours rapportés des membres d'OLF et de la Barbe vont également conduire à dénoncer le sens commun qui inscrit l'égalité femmes-hommes comme étant obtenue depuis plusieurs décennies. Un journaliste de *L'Express* expliquera par exemple que ces nouveaux mouvements féministes vont « *contre l'idée, trop souvent admise, que les acquis sont inattaquables et que les inégalités se situent désormais à la marge* »[19]. Cette doxa à combattre sera illustrée par la description des difficultés qu'ont les membres d'OLF et de la Barbe à rendre pertinentes et légitimes leurs actions collectives auprès des principales intéressées, à savoir les jeunes filles pour qui la lutte des femmes serait aujourd'hui superficielle et inutile, comme l'énonce un journaliste de *L'Express* : « *les jeunes femmes d'aujourd'hui […] observent bien souvent d'un drôle d'œil ce combat qu'elles considèrent comme d'une autre époque, pour ne pas dire complètement ringard* »[20]. Par la mise en avant

[13] *Aujourd'hui en France*, 18 mai 2011, « Les féministes se font entendre ».
[14] Osez le féminisme ! 4 novembre 2013, « 75 000 femmes sont violées chaque année en France : la honte doit changer de camp ! », *L'Humanité*.
[15] *La Tribune*, 22 juin 2011, « Féministes, CRS et Force ouvrière au menu de l'assemblée générale de Carrefour ».
[16] de Cenival M., 29 juillet 2013, « Vive les féministes à poil! », *Le Monde*.
[17] *Les Echos*, 25 mai 2012, « les féministes s'invitent aux assemblées générales ».
[18] de Cenival M., 29 juillet 2013*, op. cit*.
[19] *L'Express*, 4 mars 2010, « Qui sont les nouvel les féministes ? ».
[20] *Ibid.*

de telles difficultés à rallier les jeunes femmes à la cause, le combat féministe est donné à voir comme étant porté par une minorité de femmes face à une majorité indifférente, voire opposée à celui-ci.

Alors qu'ils sont désignés par OLF et la Barbe dans leurs productions discursives, les sociotypes associés à la blanchité mis en scène dans la médiatisation de ces deux collectifs ne sont pas affiliés aux rôles de coupable et de victime, mais à ceux d'allié (les hommes) ou d'opposant à la cause féministe (les femmes).

Conclusion

La cartographie des identités sociodiscursives représentées dans la médiatisation de NPNS, Femen, la Barbe et OLF est significative d'un processus d'ethnoracialisation du sexisme dans la sphère publique. Dans le récit médiatique du féminisme en France, les victimes et coupables des rapports sociaux de genre sont en effet marqués par la race et associé à un territoire spécifique. Celui-ci se voit effectivement affilié soit à la religion musulmane (les banlieues françaises et la Tunisie), soit à l'Europe de l'Est (l'Ukraine). Les responsables des inégalités sont alors altérisés, car différenciés d'un « Nous » national (Berting, 2001). Ce « Nous », en tant que « système de représentations » (Hall, 2007, 241), est alors affilié, dans les médias, à la blanchité et à l'égalité de genre. Les sociotypes non-marqués par la race ne sont pas mis en scène comme participant aux inégalités, réactivant alors ce que Christine Delphy nomme « le mythe de l'égalité déjà-là » (Delphy, 2010).

Bibliographie

AMOSSY R. et HERSCHBERG-PIERROT A., 1997, Stéréotypes et clichés. Langue, discours, société, Paris, Nathan université, 128 pages.

BERTING J., 2001, « Identités collectives et images de l'autres : les pièges de la pensée collectiviste », Hermès, 30, pp. 41-58.

BONNAFOUS S. et COULOMB-GULLY M., 2007, « La journée internationale des femmes en France. Entre marronnier et foulard islamique », Sciences de la société, n° 70, pp.80-94.

BOYER H. et LOCHARD G., 1998, Scènes de télévision en banlieues 1950-1994, Paris, INA/L'Harmattan, 204 pages.

BREKHUS W., 2005, « Une sociologie de l'"invisibilité" : réorienter notre regard », trad. O. Voirol, Réseaux, n° 129-130, pp. 243-272.

CEFAÏ D., 2007, Pourquoi se mobilise-t-on ? Les théories de l'action collective, Paris, La Découverte/M.A.U.S.S, 727 pages.

CEFAÏ D., 1996, « La construction des problèmes publics. Définition de situations dans des arènes publiques », Réseaux, n° 75, pp. 43-66.

DALIBERT M., 2016, « Une mise à distance du sexisme ? Les actions d'Osez le féminisme ! et de la Barbe dans la presse », Participations, n° 13, (à paraître).

DALIBERT M., 2014, « Quand le genre représente la race. Les processus d'ethnoracialisation dans la couverture médiatique de Ni putes ni soumises », DAMIAN-GAILLARD B., MONTAÑOLA S, OLIVESI A. (dir.), L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbation, reconfigurations, Rennes, PUR, pp. 55-66.

DALIBERT M., QUEMENER N., 2014, « Femen, l'émancipation par les seins nus ? », Hermès, 69, pp. 171-175.

DELPHY, C., 2010, Un universalisme si particulier. Féminisme et exception française (1980-2010), Paris, Syllepse, 248 pages.

DYER R., 1997, White, London, New-York, Routledge, 288 pages.

DE BONVILLE J. et MOREAU L., 2004, « Journalistes et magistrats : le concept d'identité discursive appliqué à la couverture de l'actualité judiciaire en 1950 et en 2000 », BRIN C., CHARON J. ET DE BONVILLE J. (dir.), Nature et transformation du journalisme, Laval, Les presses de l'Université de Laval, pp. 317-367.
FRASER N., 2001, « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », trad. de Muriel Valenta, Hermès, n° 31, pp. 125-156.
GUENIF-SOUILAMAS N. et MACE E., 2006, Les féministes et le garçon arabe, Paris, Edition de l'Aube, 106 pages.
HALL S., 2007, Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies, éd. établie par Maxime Cervulle, trad. de Christophe Jaquet, Paris, Editions Amsterdam, 327 pages.
MILLS-AFFIF É., 2004, Filmer les immigrés. Les représentations audiovisuelles de l'immigration à la télévision française. 1960-1986, Bruxelles, De Boeck/INA, 299 pages.
MORTUREUX M.-F., 1993, « Paradigmes désignationnels », Semen, n° 8, pp. 117-136.
NEVEU E., 1999, « Médias, mouvements sociaux, espaces publics », Réseaux, n° 98. pp. 17-85.
NEVEU E. et QUERE L., 1996, « Présentation : Le temps de l'événement 1 », Réseaux, 75, pp. 5-21.
PURTSCHERT P. et MEYER K., 2009, « Différences, pouvoir, capital. Réflexions critiques sur l'intersectionnalité », DORLIN E. (dir.), Sexe, Race, Classe, pour une épistémologie de la domination, Paris, PUF, pp.127-146.
VOIROL O., 2005, « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique », Réseaux, n° 129-130, pp. 89-121.