

# L'ère de la “stigmédiatisation”

**Quel rôle jouent les industries culturelles (médias, cinéma...) dans la construction et la diffusion des stéréotypes et préjugés concernant les minorités politiques et en particulier les classes populaires, les femmes et les groupes ethniques <sup>(1)</sup> ?**

Nous proposerons une lecture de cette question à travers un processus général commun et nous présenterons ensuite quelques exemples emblématiques du traitement discriminatoire dont ces catégories font l'objet. Nous ne pourrions bien entendu pas couvrir tous les aspects d'une question, qui est d'autant plus complexe que la prolifération des nouvelles technologies de la communication (internet, smartphones, etc.) renouvellent tous les jours un peu plus les formes de consommations et de constructions culturelles.

## DEUX PORTES D'ENTRÉE

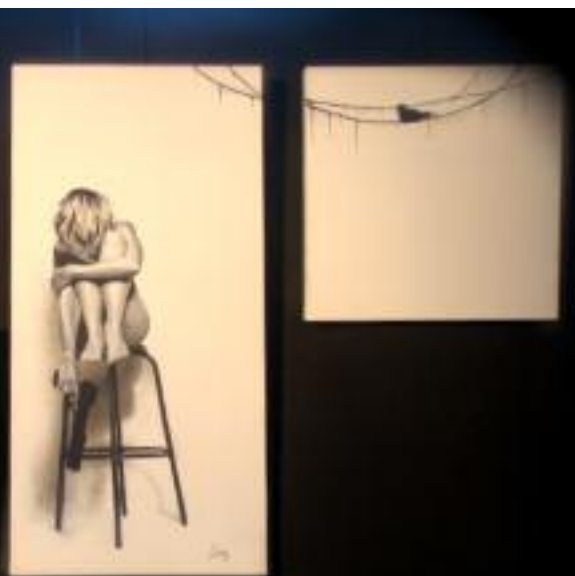
Il y a au moins deux façons d'aborder le lien qui unit les productions culturelles et les minorités politiques, c'est-à-dire les groupes sociaux ayant un moindre accès aux différentes sources de pouvoir. **La première s'intéresse aux goûts et consommations culturelles des différents groupes sociaux**, le type de musique qu'écoutent les personnes issues des différentes classes sociales (par exemple : rap, chanson populaire, classique, etc.) ; le programme télévisé préféré (ex : TF1, RTL ou Arte) ; les lectures (magazines, romans à l'eau de rose, journal économique ou journal régional) ; la fréquentation des institutions culturelles (cinéma, musée, théâtre, opéra, etc.), etc.

Initiée par le sociologue Pierre Bourdieu <sup>(2)</sup>, les recherches qui prennent cette direction mettent régulièrement en évidence le fait que les groupes sociaux dominés consomment **des objets culturels moins « légitimes »** – c'est-à-dire des objets possédant une moindre valeur sociale et symbolique que les goûts et les consommations des groupes dominants <sup>(3)</sup>. L'hypothèse n'est pas sans rapport avec l'affirmation déjà ancienne de Karl MARX : « *Les pensées de la classe dominante sont aussi les pensées dominantes de chaque époque (...). La classe qui dispose des moyens de la production matérielle dispose du même coup des moyens de la production intellectuelle* ». Cette manière d'aborder la question des discriminations dans les produits culturels permet de questionner l'origine de nos goûts ; la hiérarchisation de ceux-ci et leurs influences sur notre vie sociale. La deuxième porte d'entrée accorde quant à elle une attention **à la représentation des groupes sociaux minoritaires dans les productions culturelles** (ou les médias). C'est ainsi qu'on peut aborder la question de la participation des industries culturelles à la transmission et au probable renforcement des stéréotypes des groupes dominés.

## SAVOIR ET POUVOIR DISCRIMINER

« *Le cinéma et la télévision associent l'Arabe soit à la débauche, soit à une malhonnêteté sanguinaire. (...) On imagine les Arabes, par exemple, comme montés sur des chameaux, terroristes, comme des débauchés au nez crochu et vénaux dont la richesse imméritée est un affront pour la vraie civilisation <sup>(4)</sup>* ». Cette citation est tirée d'*Orientalisme* <sup>(5)</sup>, un ouvrage d'Edward Said, publié en 1978 et dans lequel son auteur analyse le processus ayant favorisé la **création de l'oriental** (l'arabo-musulman).

Selon Edward Said, la représentation de l'oriental est une construction historiquement et géographiquement située. Elle se constitue à la fin du 18<sup>ème</sup> siècle via les deux principaux empires coloniaux (et post-coloniaux) : la Grande-Bretagne et la France. Une diversité d'acteurs - des autorités administratives, des militaires, des chercheurs (historiens, anthropologues, philologues) et certains artistes (écrivains ou poètes) - vont produire une multiplicité de représentations (des descriptions, des recherches, des études, des recensements, des romans, etc.) des populations vivant dans les territoires colonisés. Ces représentations, qui s'appuient sur la



Liliwenn, "Empreintes Urbaines", SOS Racisme, Paris, Mai 2011 - © Marie Aschehoug-Clauteaux- Flickr

- domination coloniale, permettent également de la conforter et de la justifier. Elles renforcent l'occidental dans son sentiment de supériorité sur les groupes colonisés.

L'action descriptive (**SAVOIR**) et la relation de domination (**POUVOIR**) s'articulent et se renforcent : il s'agit d'imposer **son point de vue de l'autre** et par là d'imposer **son point de vue à l'autre**.

Cette analyse permet d'inscrire la production/reproduction de l'image des minorités politiques dans une même dynamique commune.

### « ...EN BAS DE L’AFFICHE »

L'attention critique accordée par le(s) mouvement(s) féministe(s) à la question de l'image de la femme dans les produits culturels est également très ancienne. Nous allons d'ailleurs voir que cette attention doit porter sur la surreprésentation mais également sur l'invisibilisation.

Pour aborder cette question spécifique, voici quelques exemples récents de constructions médiatiques<sup>(6)</sup> méritant toutes d'être déconstruites :

**Situation 1 :** Commençons par l'industrie musicale : le collectif *Les Femmes S'en Mêlent* a mis en évidence la très faible proportion d'artistes féminines programmées dans les festivals musicaux de cet été (des Ardentes à Liège au Coachella de Los Angeles). Comment ? En retirant des affiches le nom de tous les groupes composés d'hommes et artistes masculins : le résultat est spectaculaire<sup>(7)</sup> !

**Situation 2 :** La récente sortie (29 avril 2015) sur les grands écrans français du film « Nos femmes » est un autre exemple de **médiatisation misogyne**. Cette « comédie » truffée de stars (masculines) raconte le meurtre d'une femme par son concubin et le soutien que lui apportent ses deux meilleurs amis pour couvrir ce meurtre.

Ce scénario suscite naturellement l'indignation car : « *Franchement, qui n'a pas envie de se marrer un peu au détriment des 216 000 femmes qui se déclarent chaque année victimes de violences physiques et/ou sexuelles de la part de leur ancien ou actuel partenaire ? Qui n'a pas envie de se faire du fric sur le dos des 129 femmes tuées sous les coups de leurs conjoints en 2013 ?* »<sup>(8)</sup>. Selon Vie Féminine, la violence masculine constitue en Belgique *la première cause de mortalité des femmes de 15 à 44 ans, avant le cancer et les accidents de la route*.

L'histoire du cinéma ne se résume heureusement pas à la mise en scène répétée en boucle d'hommes assassinant des femmes. Mais d'autres moyens plus « subtils » existent pour faire disparaître le corps des

femmes, des moyens que l'industrie cinématographique sait utiliser. Si vous prenez, par exemple, la peine de rechercher l'affiche des **six premiers films français de l'histoire au box-office**<sup>(9)</sup>, vous serez probablement surpris de constater que ces affiches n'affichent... que des hommes : de *Don Camillo* aux *Visiteurs* en passant par *La Grande Vadrouille*, *Les Chtis* ou *Intouchables*, toutes ces affiches excluent les actrices.

Ceci est d'autant plus étonnant que les femmes sont par ailleurs omniprésentes sur les espaces publicitaires. Ce faux paradoxe peut s'expliquer comme suit : lorsque les femmes sont offertes en nombre au regard, elles le sont en tant qu'anonymes passives et objets ou supports (plus ou moins érotisés) d'une marchandise à consommer. Lorsqu'elles sont effacées, c'est en tant que sujet actif (actrice, artiste, personnage singulier)<sup>(10)</sup>.

Cette prédominance de la représentation d'un féminin **objet passif et regardé** est à mettre en comparaison avec la position du masculin **actif et qui regarde** : la distribution du regard dans les représentations culturelles (le féminin est regardé et le masculin regarde) a été théorisée par Laura Mulvey selon qui ce « *regard omniprésent [masculin]... est aussi jugement et auquel on ne peut pas échapper.* »<sup>(11)</sup>.

Ce regard masculin est particulièrement présent dans la première industrie culturelle du monde : **le jeu vidéo**.

**Situation 3 :** La bloggeuse et critique féministe Anita Sarkeesian a récemment produit des vidéos analysant avec précision cette dimension machiste du jeu vidéo<sup>(12)</sup>. Elle dénonce la représentation et le rôle des personnages féminins dessinés dans le seul objectif de « *titiller le joueur masculin* » : les mensurations (pensez à Lara Croft), l'habillement, les positions lascives ou plaintives, les filles en détresse ou offertes en récompense aux joueurs, etc. Autant de paramètres imaginés en amont par une communauté (les développeurs) essentiellement masculine et offerts ensuite aux yeux de joueurs essentiellement masculins.

## REPRÉSENTATION, RÉCEPTION ET ALTERNATIVES

Ces violences doivent continuer à être dénoncées et combattues mais elles ne doivent pas nous faire perdre de vue le désintéressement, la capacité de distanciation ironique ou de détournement des publics devant les représentations stéréotypées des industries culturelles<sup>(13)</sup>. Certains auteurs vont même jusqu'à noter d'étranges contre-effets émancipateurs en distinguant le **temps de la production et présentation, du temps de la réception (décodage) et réappro-**



© Equipes Populaires

#### priation<sup>(14)</sup>.

A cette résistance « individuelle » des acteurs face aux industries culturelles, il faut ajouter les nombreuses expériences collectives critiques<sup>(15)</sup> : qui proposent de nouvelles représentations des catégories dominées ; qui décryptent le fonctionnement des médias dominants et présentent au final une réalité sociale très différente, qui relayent et analysent des faits invisibles ou méprisés par les médias mainstream (c'est-à-dire qui relayent le courant d'opinion dominant).

Ces projets rejettent très souvent un financement par la publicité (qui est au cœur des médias dominants) et la dépendance ou connivence avec les lieux de pouvoirs<sup>(16)</sup>.

En conclusion, les descriptions stéréotypées, dévalorisantes et violentes doivent être contredites et contrefaites. Mais le processus émancipateur ne doit pas se réduire à une meilleure représentation des corps, des cultures et des volontés des groupes dominés par les médias dominants. Tant que le système de triple domination (patriarcat, capitalisme et racisme) se perpétue, nous avons très peu de chance que les médias ne soient pas discriminants.

Nous n'avons donc pas à offrir de nouveaux visages à un même modèle dominant - plus de noir(e)s, de femmes ou de femmes arabes à Koh-Lanta ou au JT<sup>(17)</sup>. Face au système de l'infotainment<sup>(18)</sup> qui présente des « corps sans nom, des corps incapables de nous renvoyer le regard que nous leur adressons, des corps qui sont objet de parole sans avoir eux-mêmes la parole<sup>(19)</sup> », l'action doit avant toute chose viser « la création de modes alternatifs de narration<sup>(20)</sup> » par et pour les minorités.

**Lahcen Ait Ahmed, CIEP-MOC**

1 D'autres groupes sont invisibilisés ou objets de représentations défavorables dans les médias (personnes handicapées, les personnes obèses ou minorités sexuelles). Nous nous concentrons ici sur les trois catégories qui renvoient directement aux trois principales formes de dominations : capitaliste, patriarcale et raciste.

2 (cf. La distinction, critique sociale du jugement).

3 Maud Van Campenhoudt, Michel Guérin *Les pratiques et consommations et goûts culturels sont-ils liés au genre et à l'origine sociale ?*, Cahiers du CIEP n°17.

4 « Comment Hollywood vilipende les Arabes » : <https://www.youtube.com/watch?v=aKD3CnPJNOE>

5 Saïd, E., *L'Orientalisme. L'Orient créé par l'Occident*, éditions du Seuil, collection « La Couleur des idées », 1978.

6 Toutes les situations ont été relayées de façon critique par la presse alternative entre le mois d'avril et la mi-mai 2015.

7 <http://www.lesinrocks.com/2015/04/buzzodrome/et-si-on-supprimait-les-artistes-masculins-des-affiches-des-festivals-de-musique/>

8 <http://www.poisetcapitons.fr/nos-femmes-la-grosse-poilade-sur-les-violences-conjugales/>

9 Le nombre de places vendues.

10 Le collectif *La Barbe* dénonce régulièrement cette « absence ou sous-représentation des femmes » et notamment à Cannes où « les femmes montrent leurs bobines, les hommes, leurs films ». Un texte qui dénonce le fait que les vingt-deux films de la sélection officielle du 65<sup>e</sup> festival de Cannes ont été réalisés par vingt-deux hommes.

11 <http://cafaitgenre.org/2013/07/15/le-male-gaze-regard-masculin/>

12 [https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r\\_Q](https://www.youtube.com/watch?v=X6p5AZp7r_Q)

13 Cf. Hoggart R., *La culture du pauvre*, Éditions de Minuit, 1970.

14 Mattelart Michèle, *Femmes et médias*, Réseaux 4/2003 n°120, p.23-51.

15 Parmi ces initiatives alternatives, citons [www.acrimed.org](http://www.acrimed.org) ; citons aussi Indymedia, CQFD, Basta, télévision et radio participative, etc. [Presseetcite.info](http://Presseetcite.info) sur la banlieue.

16 Voir à ce sujet les films de Pierre Carles.

17 Macé Éric, « Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la "diversité" », Réseaux 5/2009 (n°157-158), pp. 233-265.

18 « L'infotainment ou information spectacle est un genre de programme de télévision fournissant à la fois de l'information et du divertissement. C'est un mot valise fusionnant les mots anglais information et entertainment (divertissement) ».

19 Rancière J., *Le Spectateur émancipé*, La Fabrique, 2008.

20 Mattelart Michèle, *ibid.*