

UNIVERSITE D'AIX-MARSEILLE

ECOLE DOCTORALE 356 – COGNITION, LANGAGE, EDUCATION

Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information
et de la Communication

Thèse présentée pour obtenir le grade universitaire de docteur en
Sciences de l'Information et de la Communication

Evi BASILE-COMMAILLE

**Communication contre les violences faites aux femmes.
De la création aux processus de réception des dispositifs
de détournement du genre.**

Volume 1

Soutenue publiquement le 13 décembre 2019 devant le jury :

Marlène COULOMB-GULLY, Professeure des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulouse 2-Jean Jaurès, Rapporteur

Béatrice FLEURY, Professeure des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Lorraine, Rapporteur

Denis BENOIT, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paul Valéry Montpellier 3, Examineur

Éric DACHEUX, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Clermont Auvergne 2, Examineur

Marie-Pierre FOURQUET-COURBET, Professeure des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Aix-Marseille Université, Directrice de thèse

Résumé

Notre thèse porte sur la communication contre les violences faites aux femmes, et en particulier sur des dispositifs mobilisant le détournement du genre (DDG). De plus, ces dispositifs intègrent les hommes (dans le champ de la caméra) et les incluent dans le public-cible. Ces violences sont des actes d'hommes en tant qu'hommes qui ciblent les femmes en tant que femmes. Elles relèvent d'un phénomène social d'ampleur et collectif. Elles s'envisagent par le prisme des femmes. Le DDG désigne les perturbations des relations, normes ou représentations socialement construites relevant des femmes et des hommes, du féminin et du masculin. Nous cherchons à mieux comprendre cette notion de DDG. Ces créations de DDG, communicationnelles, artistiques, ou les deux à fois, illustrent pour certaines des emprunts réciproques entre les champs de l'art et de la mobilisation sociale.

Considérant la communication mobilisant le DDG comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées, trois axes de recherche se dessinent : l'étude des formes du DDG à travers ses dispositifs (ses créations) ; l'étude empirique de la création, les processus créatifs et intentions d'influence des concepteur·trice·s (les créatifs) de tels dispositifs ; l'étude empirique de la réception, des processus de réception et d'influence en réception, c'est-à-dire sur des publics constitués de sujets sociaux.

Premièrement, une analyse des dispositifs de DDG hétérogènes permet d'identifier leurs formes multiples qui illustrent l'hypertextualité du genre et des violences (collecte et grille d'analyse systématisées de dispositifs de DDG). Deuxièmement, des entretiens semi-directifs et d'explicitation avec les créatifs permettent l'étude de la création du DDG. Ces derniers assertent la réalité des violences et du genre, ils·elles imitent puis transforment ces réalités sociales, visent à interpeller, faire sentir des affects négatifs et révéler les violences, dans une perspective socio-cognitivo-réflexive, mais aussi à pointer, montrer et renverser sur les auteurs de violence la responsabilité des violences, l'anormalité de leurs comportements. Enfin, troisièmement, nous nous penchons sur la réception du DDG (focus groups et quasi-expérimentation). Les sujets-sociaux relèvent la dimension collective des violences, ressentent l'inconfort psychologique lié à l'hypertextualité et co-construisent des opinions allant dans le sens des intentions initiales en création ou expriment des histoires de violences et sexisme vécues ou en tant que témoin. Même si certaines opinions ne vont pas dans le sens des dispositifs de DDG en condamnant la transgression du genre ou des positions féministes contemporaines, nous avons montré que le DDG peut modifier favorablement des attitudes sexistes.

Mots clés : communication ; influence ; création ; réception ; genre ; détournement du genre ; violences faites aux femmes ; interaction ; communication persuasive ; intérêt général.

Abstract

Our thesis focuses on communication combatting violence against women, and especially on plans mobilizing gender diversion. In addition, these plans integrate men (in the camera range) and include them in the target audience. These violences are acts of men as men who target women as women. They are a social and collective phenomenon. These violences are considered via the prism of women. Gender diversion refers to disturbances of socially constructed relationships, norms or representations of women and men, female and male. We seek to a better understanding of the gender diversion concept. These creations of gender diversion, communicational, artistic, or both, illustrate for some reciprocal borrowings between art field and social mobilization.

Considering the communication mobilizing gender diversion as a form of human and social interactions, three areas for improvement emerge: the study of gender diversion forms through their plans (their creations); the empirical study of creation, the creative processes and the producers' intentions of influence with such plans (the creatives) ; the empirical study of the reception, reception processes and influence in reception, namely on publics made up of social subjects.

First, an analysis of heterogeneous gender diversion plans, allows to identify their multiple forms that illustrate the gender hypertextuality and violence (systematic collection and analysis grid of gender diversion plans).

Secondly, semi-structured and explicitation interviews with creatives allow the study of gender diversion creation. Producers assert the reality of violence and gender, they imitate and then transform these social realities. They aim to challenge, to make feel negative affects and to reveal violences, in a social, cognitive and reflexive perspective, but also to show and to overthrow perpetrators the responsibility of violence, the abnormality of their behavior.

Thirdly, we are looking at the gender diversion reception (focus groups and quasi experiment). Social subjects notice the collective dimension of violence. They feel the psychological discomfort linked to hypertextuality. They co-construct opinions up to the direction of the initial intentions in creation or express violence and lived sexism stories or as a witness. Even if some opinions do not support gender diversion plans by condemning the gender transgression or contemporary feminist positions, we have shown that gender diversion can favorably have an influence on sexist attitudes.

Keywords: communication; influence; creation; reception; gender; gender diversion; violence against women; interaction; persuasive communication; general interest.

Remerciements

Un grand merci à ma directrice de thèse, Marie-Pierre Fourquet-Courbet, laquelle conjugue à mon sens les meilleures qualités qu'un·e directeur·trice de thèse puisse offrir : exigence, bienveillance, disponibilité et stimulation. Alors que le parcours du doctorat est difficile, à l'issue de chacun de nos rendez-vous, je me sentais puissante, capable et gonflée à bloc pour poursuivre mon travail.

Merci à Marlène Coulomb-Gully et Béatrice Fleury pour avoir accepté d'être rapporteuses, ainsi qu'à Denis Benoit et Éric Dacheux pour leur participation au jury.

Merci à l'Ecole Doctorale 356 Cognition, Langage et Education, de m'avoir accordée sa confiance à travers un contrat doctoral qui permet un confort certain pour s'engager dans le doctorat.

J'adresse également mes salutations et remerciements à Françoise Bernard, à la nouvelle co-directrice de l'IMSIC, Céline Pascual Espuny et au Directeur, Michel Durampart.

Merci à l'IMSIC pour la mise à disposition de locaux pour le travail des doctorant·e·s sur le site de l'EJCAM-Marseille, et aux personnes de l'EJCAM, Monique, Marc, et surtout Marie-France. A l'EJCAM, merci aussi à Amrita, Izaura et Myriam. Une salutation aux doctorant·e·s / docteur·e·s de l'IMSIC, et notamment à Pemon, Mbemba, Aminata, Didier, Eva, Kamran, Frede, Dorothée et Agnès.

Un grand merci aux personnes enquêtées, les créatifs et les récepteur·trice·s, pour le temps qu'ils·elles m'ont accordé.

Merci aussi à toutes celles·ceux qui m'ont proposé ou prêté des refuges pour écrire, Fadhila, Anne L., Aurore et Tristan, Luc et Camille, Frédérique, et surtout Juliette, mille mercis ; et à celles·ceux ayant offert de jolis lieux de vacances-travail, Marc, Halima, Adèle et Jonathan. Merci à Heike et Ahmed, pour les vacances en Algérie avant d'attaquer la dernière année de thèse et à mes parents, Anke et Vincent B., d'avoir pris des nouvelles de mon travail, et d'avoir exprimé qu'il·elle en était fier·e.

Merci aux copain·e·s et aux ami·e·s pour leur intérêt, en particulier Anne M. pour ton empathie et tes remarques pertinentes, ton soutien constant et tes surprises, notamment celle du bateau ! Et merci à Vincent C., ton soutien, ta patience, tes relectures et ta cuisine aussi, pendant ces longues années de travail.

Je dédie cette thèse à mon filleul, Aaron, et aux nouvelles naissances des ami-e-s, souhaitons qu'ils-elles grandissent dans un monde moins généré, moins violent. A ma meilleure amie, Anne M., parce qu'*on ne naît pas sœur, on le devient*. Et enfin à mon amoureux, Vincent C., parce qu'il a participé à ce que j'ai *une chambre à moi* pour ce long travail.

Sommaire

Résumé	3
Abstract.....	5
Remerciements.....	7
Sommaire	11
Introduction générale.....	15
PREMIERE PARTIE. Le détournement du genre (DDG) dans la communication persuasive et d'intérêt général au service de la lutte contre les violences faites aux femmes	25
CHAPITRE 1. Les violences faites aux femmes : un phénomène d'ampleur et de genre	27
1. Des violences de genre ciblant les femmes, ancrées dans un système d'inégalités entre les femmes et les hommes.....	27
2. Etendue des violences faites aux femmes et ampleur du phénomène	31
CHAPITRE 2. Les leviers de la lutte contre les violences faites aux femmes et la communication contre ces violences.....	42
1. La politique des plans triennaux	42
2. Les mobilisations féministes.....	47
3. Les manques des campagnes de communication de l'Etat français contre les violences faites aux femmes.....	57
4. De rares dispositifs ciblant les hommes.....	60
CHAPITRE 3. Le détournement du genre (DDG) pour lutter contre les violences faites aux femmes et le genre	73
1. Préalables à la constitution de l'objet DDG : état des notions connexes.....	73
2. Convergences des définitions proches du DDG	89
3. Le détournement du genre (DDG) : hypertextualité du genre et des violences faites aux femmes	94
CHAPITRE 4. Le détournement du genre (DDG) : stratégie créative au service de la communication persuasive contre les violences faites aux femmes	110
1. La communication du DDG comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées.....	112
2. Etudier les processus créatifs et les intentions d'influence en SIC : représentations sociales et théories naïves	118
3. Etudier la co-construction de sens en réception : les interactions entre récepteur-trice et dispositif.....	121
CHAPITRE 5. Synthèse de la problématique, épistémologie et triangulation méthodologique.....	125
1. Synthèse de la problématique et axes de recherche	125
2. Une épistémologie principalement constructiviste.....	126

3. Triangulation méthodologique et méthodologie mixte	129
SECONDE PARTIE. Etude des formes de DDG dans les dispositifs de lutte contre les violences faites aux femmes	
	132
CHAPITRE 1. Etude empirique des formes de DDG	133
1. Dessiner des formes de DDG	133
2. Les critères de la collecte de dispositifs de DDG	137
3. Questions de recherche.....	140
CHAPITRE 2. Méthodologie.....	142
1. DDG : construction de l'objet par la collecte.....	142
2. Choix des méthodologies	144
3. Analyses du corpus de dispositifs de DDG.....	147
CHAPITRE 3. Résultats.....	150
1. Des dispositifs de DDG exclus ou inclus en fonction de l'analyse	150
2. Caractéristiques générales des dispositifs de la base de données	163
3. La diversification des violences dénoncées	164
4. Les formes de DDG, intentions et processus persuasifs	166
Conclusion de la deuxième partie.....	186
TROISIEME PARTIE. Etude empirique de la création du DDG : processus créatifs et intentions d'influence	
	193
CHAPITRE 1. La création du DDG par ses créatifs	194
1. Intentions persuasives et processus créatifs.....	194
2. Questions de recherche liées à la création du DDG	198
CHAPITRE 2. Triangulation méthodologique : entretiens semi-directifs et d'explicitation	200
1. Méthodologies de recherche : entretiens semi-directifs et d'explicitation.....	200
2. Triangulation analytique : thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive ..	205
CHAPITRE 3. Premiers résultats bruts : la création de DDG dans les discours des concepteur-trice-s	215
1. Discours argumentatifs, pris en charge et réalités à affirmer	216
2. Les « femmes, les gens et les hommes » trois premiers objets discutés et relatifs aux individus.....	227
3. Les violences faites aux femmes : l'objet de domination dominant les discours	238
4. La création, les dispositifs, la communication et l'art.....	245
CHAPITRE 4. Violences, intentions persuasives, processus créatifs et réflexivité.....	260
1. Ce que <i>sont</i> les violences faites aux femmes	260
2. Intentions persuasives et processus créatifs.....	274
3. Regard critique sur le DDG par ses créatifs	290
Conclusion de la troisième partie.....	297

QUATRIEME PARTIE : Etude empirique de la réception et des influences du DDG	305
CHAPITRE 1. La réception du DDG par des publics-cibles	306
1. Processus de réception et influences du DDG	306
2. Questions de recherche liées à la réception du DDG	312
CHAPITRE 2. Triangulation méthodologique mixte	314
1. Méthodologie de recherche : focus groups et étude des cognitions en réception	314
2. Méthodologie quasi-expérimentale : questionnaire avant-après, étude des effets d'un dispositif de DDG sur les attitudes	329
CHAPITRE 3. Premiers résultats : les processus et les effets du DDG sur les publics-cibles	339
1. Discours argumentatifs, pris en charge, réalité à affirmer et univers possible	340
2. Femmes, hommes, gens et enseignement : objets dominants dans les discours	354
3. Sur les violences et la lutte contre celles-ci	368
4. Sur les dispositifs, leurs marqueurs, leurs buts et cibles	374
5. Les dynamiques de groupe et les opinions.....	385
6. Questionnaires, les effets et processus mesurés : processus de réception -empathie et dissonance cognitive- et changements d'attitudes liés au DDG	403
CHAPITRE 4. Résultats en réponse à nos questions de recherche	412
1. Co-construction des sens et compréhension des sujets récepteur·trice·s	412
2. Co-construction des opinions et des rôles dans les interactions	424
3. Influences de la dissonance cognitive et de l'empathie virtuelle	429
4. Les effets sur les attitudes sexistes.....	431
Conclusion de la quatrième partie	433
 Conclusion générale	 437
 Bibliographie	 455
 Table des tableaux et graphes	 473
 Table des matières	 477

Introduction générale

Des violences de genre

Les statistiques sur les violences faites aux femmes ont récemment été mises à jour, avec l'enquête VIRAGE (Violences et Rapports de Genre), débutée en 2015. Elle vient actualiser la première Enquête Nationale sur les Violences Faites aux Femmes, l'ENVEFF (2001), qui révélait, en chiffres, l'ampleur de ces violences, notamment les violences conjugales. Les premiers résultats de l'enquête VIRAGE publiés en 2017 (Debauche et al., 2017), portant sur les violences sexuelles, illustrent qu'en France 14,47% des femmes de 20 à 69 ans déclarent au moins une forme d'agression sexuelle au cours de leur vie. Ces violences sont quasi exclusivement le fait d'un ou de plusieurs hommes (entre 92,6% et 99,1%) lorsque les femmes sont victimes. Si des hommes sont aussi victimes de violences sexuelles (3,94% d'entre eux, soit près de quatre fois moins que les femmes), les auteurs sont ici aussi majoritairement des hommes.

Les violences faites aux femmes sont des violences de genre : « toutes les violences commises par les hommes en tant qu'hommes envers les femmes en tant que femmes » (Bereni et al., 2012). La qualification de violences de genre est aussi pertinente « pour penser les violences commises par des hommes contre d'autres hommes, pensés comme efféminés ou inférieurs sur le plan de la virilité » (Bereni et al. 2012, p. 83) « qui visent leur masculinité « défaillante » ou leur statut « d'inférieur » dans la classe des hommes » (Simonetti 2016).

Dans notre étude, ce sont précisément les violences faites aux femmes, ces violences de genre, auxquelles nous nous intéressons. La définition de ces violences qui anime cette recherche est celle de Jalna Hanmer (1977, p. 71), considérant que les actes violents d'un homme sur une femme « sont au nom de *tous* les hommes », ce qui peut « paraître osé, ou même absurde, tellement nous avons individualisé ce phénomène social important ».

« Une définition sociologique de la violence envers les femmes doit tenir compte de l'usage de la force et de la menace comme moyen d'obliger les femmes à se comporter ou à ne pas se comporter de telle ou telle façon. La mort se situe à un extrême et la menace à l'autre. Entre les deux, on trouve toutes sortes de comportements quotidiens, depuis les coups superficiels jusqu'aux blessures graves en passant par l'agression sexuelle et le viol. Notre définition de la violence comprend les catégories légales mais les dépasse en incluant tous les comportements qui visent à obtenir la soumission. C'est une définition de femme ; elle part du point de vue de la victime. » (Hanmer, 1977, p. 72)

Si cette définition pointe ce *continuum* des violences, elle renverse également la perception individualiste de ce phénomène social, et exprime cette idée de l'importance

du point de vue depuis lequel, y compris en science, se définissent les concepts, les mots et maux sociétaux.

De vives actualités

Nous avons ainsi débuté et conduit notre travail de thèse de manière concomitante avec le lancement puis la publication des résultats de l'étude VIRAGE, mais aussi avec d'autres événements politiques et médiatiques qui ont rythmé un intérêt croissant pour cette problématique.

Dès juillet 2014, Emma Watson devient « ambassadrice de bonne volonté » d'ONU Femmes et participe au lancement de la campagne de l'organisation *HeForShe*¹. Son discours a connu nombre de retentissements, elle y affirme notamment l'intérêt d'inclure les hommes dans la lutte contre les violences faites aux femmes « *This is the first campaign of its kind at the UN: we want to try and galvanize as many men and boys as possible to be advocates for gender equality.*² »

En France, en 2014, Rosen Hicher, ancienne personne prostituée, entame une marche de près de 800 km pour « sensibiliser le public³ » dans une démarche abolitionniste. A ce moment, une loi pour la pénalisation des clients est dans les mains du Sénat. Ce ne sera qu'en avril 2016 que celle-ci sera définitivement adoptée. L'actualité de cette loi se poursuit jusqu'en 2019, puisque le Conseil constitutionnel la valide, alors que des associations opposées à la loi en avaient demandé l'examen⁴.

En 2014, c'est aussi le débat sur la féminisation des titres. Vu depuis l'étranger, Radio-Canada ironise sur l'Académie Française (qui qualifie ces formes de « véritable barbarisme ») en désignant l'institution comme une « forteresse masculine [qui] a accueilli sa première femme 350 ans après sa fondation, et ne compte toujours aujourd'hui que 8 femmes sur 40 immortels⁵ ».

Dans l'actualité médiatique, politique et judiciaire, nous avons aussi suivi en 2015 la forte mobilisation pour la grâce de Jacqueline Sauvage, finalement accordée par le Président François Hollande en 2016. Cette femme victime de violences conjugales

¹ ONU Femmes, « Ambassadrice de bonne volonté d'ONU Femmes Emma Watson » <https://www.unwomen.org/fr/partnerships/goodwill-ambassadors/emma-watson>

² « Il s'agit de la première campagne de ce genre menée par l'ONU : nous souhaitons mobiliser autant d'hommes et de garçons que possible pour qu'ils militent pour l'égalité des sexes. » <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2014/9/emma-watson-gender-equality-is-your-issue-too>

³ Le Monde, 9 octobre 2014 « « Avez-vous déjà acheté une femme ? » : la longue marche de Rosen Hicher contre la prostitution » https://www.lemonde.fr/societe/article/2014/10/10/rosen-hicher-marche-contre-la-prostitution_4504150_3224.html

⁴ Le Point, 1 février 2019, « Prostitution : la pénalisation des clients jugée « conforme » à la Constitution » https://www.lepoint.fr/societe/prostitution-la-penalisation-des-clients-jugee-conforme-a-la-constitution-01-02-2019-2290631_23.php

⁵ Radio-Canada, 20 octobre 2014, « « Une auteure » est un barbarisme, selon l'Académie française » <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/690019/bataille-autour-de-la-feminisation-des-titres-en-france>

pendant plusieurs décennies avait retourné l'arme de son mari contre lui, et avait été condamnée à dix ans de prison⁶.

Au moment où nous écrivons, le Grenelle sur les violences conjugales se lance le 3 septembre 2019 (jusqu'au 25 novembre, date de la Journée Internationale de lutte contre les violences faites aux femmes)⁷. Deux ans plus tôt, le 25 novembre 2017, Emmanuel Macron annonçait officiellement les violences faites aux femmes comme Grande cause du quinquennat⁸. Le Grenelle, en 2019, débute alors que le 100^e féminicide depuis le 1^{er} janvier 2019 est comptabilisé et publicisé par des féministes, en particulier par le collectif Féminicides par compagnons ou ex et le collectif NousToutes.

Les mobilisations féministes en France ont aussi porté sur la scène médiatique les inégalités salariales, avec notamment « La grève des femmes » en France, lancée en 2016 par la newsletter Les Glorieuses⁹, inspirées de leurs voisines Islandaises, une initiative réitérée les années suivantes. Un an plus tôt, en 2015, la première édition des Journées du Matrimoine voit le jour, organisée par l'association Osez le Féminisme ! et HF Île-de-France, dans le but de « rendre visibles les femmes oubliées des lieux emblématiques de nos villes, à Paris et Toulouse¹⁰ ».

En 2016, une autre mobilisation porte sur la proposition de loi relative à la prévention et à la lutte contre les incivilités et les atteintes à la sécurité publique lorsque les sénateurs suppriment l'article 14 relatif au harcèlement sexiste. A titre d'exemple, des affiches portent en phrase d'accroche féministe : « sur mon corps, la main du harceleur. Avec les compliments du sénateur ! ». L'article sera finalement réintroduit et voté¹¹.

Le harcèlement de rue et dans les transports, mais aussi les agressions sexuelles, le harcèlement sexuel au travail, ont été visibilisés par des espaces de libération de la parole,

⁶ Lire par exemple sur CNews, le 31 janvier 2016, « François Hollande accorde une « remise gracieuse » de peine à Jacqueline Sauvage, <https://www.cnews.fr/france/2016-01-31/francois-hollande-accorde-une-remise-gracieuse-de-peine-jacqueline-sauvage-721770> puis sur 50/50, le 2 février 2016, « Grâce partielle accordée à Jacqueline Sauvage : les réactions des féministes » <http://www.50-50magazine.fr/2016/02/02/grace-partielle-accordee-a-jacqueline-sauvage-les-reactions-des-feministes/>

⁷ Voir par exemple sur Le Monde, le 3 septembre 2019, « Grenelle des violences conjugales : les associations « confiantes », mais « vigilantes », https://www.lemonde.fr/societe/article/2019/09/03/grenelle-des-violences-conjugales-les-associations-confiantes-mais-vigilantes_5505671_3224.html

⁸ Site officiel Grande Cause du quinquennat, <https://grande-cause-quinquennat.gouv.fr/>

⁹ Voir sur Libération, 4 novembre 2016, « Faut-il vraiment arrêter de travailler le 7 novembre à 16h34 ? » https://www.liberation.fr/france/2016/11/04/faut-il-vraiment-arreter-de-travailler-le-7-novembre-a-16h34_1526023?xtor=rss-450&utm_source=dvr.it&utm_medium=twitter

¹⁰ Osez le Féminisme ! 22 octobre 2015, « 19 et 20 septembre : les premières Journées du Matrimoine » <https://osezlefeminisme.fr/19-et-20-septembre-les-premieres-journees-du-matrimoine/>

¹¹ Sur l'article 14 et sa suppression par le Sénat, voir par exemple sur Madmoizelle, 6 février 2016 « Le Sénat porte un coup à la lutte contre le harcèlement sexiste dans les transports » : https://www.madmoizelle.com/harcelement-transports-senat-497769?utm_content=buffer606a3&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer puis sur Le Monde sur sa réintroduction par les Député-e-s, 10 février 2016, « Les députés rétablissent l'amendement sur le harcèlement dans les transports » https://www.lemonde.fr/societe/article/2016/02/10/les-deputes-retablissent-l-amendement-sur-le-harcelement-dans-les-transports_4862893_3224.html

comme avec le Tumblr PayeTaSchnek, lancé en 2012 par Anaïs Bourdet, clôturé depuis peu¹², mais aussi décliné, avec par exemple PayeTaRobe (2015) (sexisme dans la profession des avocats) ou PayeTaPolice (2018) (« sur le sexisme, culture du viol et culpabilisation des victimes de la part ou au sein de la police »).

L'année 2012 est aussi celle du documentaire de Sofie Peeters « Femme de la rue », projet de fin d'études illustrant en caméra cachée le harcèlement de rue, les propos et comportements des auteurs, et qui a connu de nombreuses retombées presse au-delà des frontières belges¹³. A l'instar de ce documentaire, une autre création a aussi brillé médiatiquement pointant une problématique vécue par les femmes : la charge mentale, avec la BD « Fallait demander » de la BDiste jusqu'ici inconnue, Emma. Si la notion n'est pas nouvelle, sa mise en forme participe à sa diffusion et à de nombreux relais médiatiques¹⁴. A travers une autre initiative individuelle, l'actualité a aussi été marquée en 2016 par le refus de Riad Sattouf de sa nomination au festival d'Angoulême, s'opposant à l'absence de femmes dans cette liste des nominés. Des dessinatrices, puis les éditeurs lui avaient embrayé le pas. Les rebondissements multiples ont conduit à l'intervention d'un médiateur nommé par le Ministère de l'Intérieur¹⁵.

En France, sur les violences sexuelles, une nouvelle loi est adoptée, la « Loi Schiappa » en août 2018¹⁶, laquelle par exemple porte à 30 ans (au lieu de 20 ans) le délai de prescription après la majorité des victimes des crimes sexuels sur mineur. Si cet article 1 modifiant le Code de procédure pénale est salué par les féministes, la loi est aussi vivement critiquée : « « fiasco » d'une loi « vidée de son contenu, qui échoue à protéger des viols et des agressions sexuelles¹⁷ » pour Muriel Salmona (association Mémoire traumatique). En cause, notamment, la « présomption irréfragable de non-consentement en dessous de 15 ans » qui n'est pas retenue, une mesure qui était soutenue notamment par nombre de féministes ou le Haut Conseil à l'Égalité. Ensuite, il fut question de la

¹² Huffigon Post, 24 juin 2019 « "Paye ta Shnek" s'arrête après 7 ans de témoignages sur le harcèlement » https://www.huffingtonpost.fr/entry/paye-ta-shnek-sarrete-apres-7-ans-de-temoignages-sur-le-harcelement-fr_5d1097cde4b0a394186571cf

¹³ Voir par exemple en France, sur Europe 1, A août 2012 « "Sexisme ordinaire : la preuve par l'image" » <https://www.europe1.fr/international/Sexisme-ordinaire-la-preuve-par-l-image-376698>

¹⁴ Sur Bibliobs, le 22 mai 2017, « Qui est Emma, l'auteure de la BD sur la "charge mentale" des femmes ? » <https://bibliobs.nouvelobs.com/actualites/20170522.OBS9754/qui-est-emma-l-auteure-de-la-bd-sur-la-charge-mentale-des-femmes.html>

¹⁵ Voir sur France Culture, 13 décembre 2017, « La nouvelle édition du Festival d'Angoulême tente de remédier aux crises de l'année dernière », <https://www.franceculture.fr/emissions/le-journal-de-la-culture/la-nouvelle-edition-du-festival-dangouleme-tente-de-remedier-aux>

¹⁶ Vie publique, « Loi du 3 août 2018 renforçant la lutte contre les violences sexuelles et sexistes », le 7 août 2018, <https://www.vie-publique.fr/actualite/panorama/texte-discussion/projet-loi-renforçant-lutte-contre-atteintes-sexuelles-sexistes.html> ; sur Légifrance, « LOI n° 2018-703 du 3 août 2018 renforçant la lutte contre les violences sexuelles et sexistes (1) » <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000037284450&categorieLien=id>

¹⁷ Citée par Libération, 2 août 2018, « Le projet de loi sur les violences sexistes et sexuelles définitivement adopté par le Parlement », <https://www.liberation.fr/france/2018/08/02/le-projet-de-loi-sur-les-violences-sexistes-et-sexuelles-definitivement-adopté-par-le-parlement-1670354> ; Voir aussi Marianne, 14 mai 2018, « Recul de la loi Schiappa sur le non-consentement des mineurs : choix de bon sens ou régression inacceptable ? » <https://www.marianne.net/societe/recul-de-la-loi-schiappa-sur-le-non-consentement-des-mineurs-choix-de-bon-sens-ou-regression>

substituer à la notion « d'atteinte sexuelle avec pénétration », une proposition décriée par le milieu féministe car correctionnalisant des crimes sexuels. Finalement, ce sont les notions de « vulnérabilité » et de « discernement » qui sont introduites dans la loi pour ce qui participe à la qualification des violences sexuelles sur mineur de 15 ans. L'atteinte sexuelle sur mineur punie de 5 ans d'emprisonnement passe à 7 ans, ses opposant·e-s craignent ici aussi la correctionnalisation dans les tribunaux d'actes relevant des assises.

Cette loi apparaît peu de temps après un mouvement international, peut-être le plus médiatisé de tous, Metoo ou Balance Ton Porc en France. Lancé par l'actrice Alyssa Milano le 15 octobre 2017, le hashtag #metoo a déjà en réalité plus de 10 ans, initialement lancé par Tarama Burke, travailleuse sociale, en soutien aux victimes d'agressions sexuelles, exprimant qu'*elle aussi*. Le hashtag portera les voix de millions de témoignages en quelques mois à compter d'octobre 2017 (#metoo, en un an comptabilise 17,2 millions de tweet¹⁸ et sa déclinaison française, #balancetonporc, 930 000 tweets). Cette vague s'inscrit dans un contexte de révélations sur les accusations envers le producteur Harvey Weinstein. Alors que les voix #metoo fleurissent, dans et en dehors du cadre des personnalités célèbres, les témoignages en quelques caractères déclinent le hashtag et les publications émergent des quatre coins du monde.

Nous pourrions continuer longuement sur les actualités ayant agité les questions sur la problématique des violences faites aux femmes. Nous retiendrons les co-lauréat·e·s du Prix Nobel de la Paix Denis Mukwege et Nadia Murad : « *Each of them in their own way has helped to give greater visibility to war-time sexual violence, so that the perpetrators can be held accountable for their actions*¹⁹ ».

A travers ces actualités, les violences faites aux femmes gagnent en visibilité. De plus, la question de la perception des violences, par les femmes en tant que femmes, dessine les traits des mobilisations. Mais ce sont aussi les auteurs de violences, les hommes résistant au changement féministe, ou encore des hommes invités à prendre parti ou participant à la lutte qui sont mis sur le devant de la scène.

Notre intérêt pour la lutte contre les violences faites aux femmes à travers la communication

Non loin de ces actualités et préoccupations sur les violences faites aux femmes, c'est la lutte contre ces violences de genre qui retient notre attention et notre curiosité de chercheure, et en particulier la communication comme levier de la prévention.

Suivant l'actualité féministe, nous sommes intéressée par la créativité des dispositifs qui y prennent forme et sont diffusés. Nous y reviendrons. Puis, nous prenons connaissance, dans le champ de la communication persuasive et d'utilité publique, des

¹⁸ Le Monde, 14 octobre 2018, « #MeToo, du phénomène viral au « mouvement social féminin du XXI^e siècle » », https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/10/14/metoo-du-phenomene-viral-au-mouvement-social-feminin-du-xxie-siecle_5369189_4408996.html

¹⁹ Sur le site NobelPrize.org, <https://www.nobelprize.org/prizes/peace/>

manques ou limites de la communication de l'Etat français (Hernandez Orellana & Kunert, 2014) : (1) une relative focalisation sur les violences conjugales, physiques (notamment inspirée par les résultats de l'ENVEFF qui en révélait l'ampleur (Jaspard, 2011)) mais excluant de la communication les autres formes de violences. (2) Les femmes ont souvent pour injonction de libérer la parole, faisant reposer sur elles cette responsabilité, et sont souvent privées de cette capacité d'agir dans ces campagnes. Ensuite, (3) les auteurs de violences sont absents du cadre, participant à une essentialisation des sexes, et aussi (4) absents en tant que cibles de communication, questionnant la capacité d'influence des messages si les auteurs n'en sont jamais la cible. Enfin (5) si les actes violents sont montrés, la dimension collective de ces violences est éludée, participant à une individualisation du problème, à l'instar d'autres campagnes de santé publique (Ketterer, 2013).

Cette absence des auteurs de violences dans la communication pose une question structurante : « Dans quelle mesure ces campagnes de prévention servent-elles alors à prévenir les violences si leurs auteurs ne sont quasiment jamais la cible de prévention ? » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 85). Une critique posée près de 40 ans plus tôt, de manière plus explicite et virulente par Hanmer (1977): « le « problème des hommes » est encore à soulever sur le plan théorique, ainsi que la question de la rééducation des hommes » ; ou encore réitérée, sur le plan judiciaire, par le Haut Conseil à l'Egalité²⁰ sur « l'impunité des agresseurs » en 2018.

L'autre limite, montrer les actes violents et éluder le genre, pose la question du cadrage de la problématique des violences, *aussi* au niveau collectif.

Or, les organisations féministes quant à elles, situent la problématique des violences faites aux femmes à travers l'asymétrie des rapports femmes-hommes (Hernandez Orellana & Kunert, 2014).

De même, dans les initiatives communicationnelles que nous observons à travers les flux d'information et de communication féministes, nous constatons des formes différentes de la communication de l'Etat français, comme l'intégration des hommes dans le cadre ou le champ de la caméra, mais aussi la mobilisation du genre, et de formes transgressives du genre.

Problématisation et axes de la recherche

Notre intérêt scientifique construit d'un objet concret²¹ -relevant du champ de l'observation- à un objet de recherche, à partir de cette analyse de la communication de

²⁰ « Evaluation intermédiaire du 5e plan interministériel (2017-2019) et de la politique contre les violences faites aux femmes ». Haut Conseil à l'Egalité entre les femmes et les hommes, 22 novembre 2018. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_evaluation-5eme-plan-tabl-word_vf-2.pdf. Consulté le 18 mai 2019

²¹ Davallon, Jean. « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche, From empirical objects to research objects ». *Hermès, La Revue*, n° 38 (12 novembre 2013): 30-37. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-30.htm>.

l'Etat. Il s'agira de nous intéresser à des dispositifs mobilisant une stratégie créative que nous nommons de détournement du genre (DDG) dans la lutte contre les violences faites aux femmes. Des dispositifs qui incluent, de plus, les hommes dans le champ de la caméra (ou dans le cadre) et dans le public-cible.

Ces dispositifs de détournement du genre (DDG), nous les trouvons parmi les créations issues de la société civile, des associations mais aussi des artistes. Dans l'espace public, notamment constitué d'arènes comme « espaces de médiation propre à la société civile » (Dacheux, 2008), s'expriment des positions et revendications d'intérêt général (Fraser, 2001). Certains de ces créatifs peuvent se rapprocher de la définition de contre-publics et de « contre-publics subalternes » (Fraser, 2001).

Les dispositifs de DDG, visant à lutter contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes pourraient prendre le contre-pied des manques de la communication de l'Etat français.

Ces créations, communicationnelles, artistiques, ou les deux à fois, illustrent pour certains des emprunts réciproques entre champs de l'art et de la mobilisation sociale (Balasinski, 2009).

Inspirée de ses notions connexes en SIC et dans les disciplines voisines, telles que la philosophie ou la sociologie (Butler, 1990; Damian-Gaillard et al., 2014; Dayer, 2014; Kunert, 2012; Quemener, 2014; Soulages, 2004; Trépanier-Jobin, 2013), nous avons constitué notre *objet de recherche* : le DDG.

Nous définissons le DDG, au service de la lutte contre les violences faites aux femmes, comme perturbations des relations, normes ou représentations socialement construites, dans une réalité socio-historique située, de ce qui relève du masculin ou du féminin, des hommes ou des femmes, sans que ces bi-catégorisations se superposent exactement (Coulomb-Gully, 2010).

A travers les dispositifs mobilisant le DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes, mais aussi intégrant les hommes dans le champ et dans le public-cible, nous cherchons à mieux comprendre cette notion de DDG, à travers ses influences, et envisageons la communication du DDG comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées (Fourquet-Courbet, 2010). Nous empruntons à la littérature l'hypertextualité (Genette, 1982) pour aborder ce processus de réécriture du genre. Ce dernier se définit comme processus de construction asymétrique des relations femmes-hommes (Delphy, 2013) mais aussi comme acte performatif (Butler, 1990). Le DDG participe à la déconstruction et à la dénaturalisation du genre.

Nous envisageons d'étudier le DDG dans son processus à 360°, c'est-à-dire en nous intéressant aux processus interactionnels de la création et de la réception (Couchot & Lambert, 2016; Fourquet-Courbet, 2010). Nous visons, par cette contribution, à participer à « penser le genre » en Sciences de l'Information et de la Communication (Fleury & Walter, 2009).

Trois axes de recherche se dessinent et constituent nos trois grandes questions : l'étude des *formes* du DDG à travers ses dispositifs (ses créations) ; l'étude de *la* création, les processus créatifs et intentions d'influence des concepteur·trice·s (les créatifs) de tels dispositifs ; l'étude de la réception, des processus de réception et d'influence en réception, c'est-à-dire sur des publics constitués de sujets sociaux.

Méthodologies

Nous proposons de répondre à notre problématique en nous intéressant, premièrement, aux *formes* de DDG. Notre méthode de recherche est une collecte et une grille d'analyse systématisées de dispositifs de DDG, construisant une base de données de ces dispositifs. Notre objectif est de tracer, même de manière imparfaite, les *formes* que revêt le DDG dans les dispositifs de lutte contre les violences faites aux femmes et le genre.

Deuxièmement, nous mobilisons une triangulation méthodologique pour étudier empiriquement *la* création : des entretiens semi-directifs et entretiens d'explicitation avec des créatifs ayant mobilisé cette stratégie créative de DDG, au cours desquels les dispositifs qu'ils-elles ont créés leur sont exposés. Les analyses sont thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive, visant à éclairer les processus créatifs et intentions d'influence.

Troisièmement, nous utilisons une triangulation méthodologique mixte pour étudier la réception. Il s'agit ici d'étudier les processus de réception et les effets du DDG, visant à lutter contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes dans le champ et dans le public-cible. D'une part, notre méthodologie est qualitative : des focus groups durant lesquels sont projetés des dispositifs de DDG, couplés à la méthode d'étude des cognitions verbalisées en réception (ECER). Les analyses sont ici aussi thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive. A celles-ci s'ajoute l'analyse conversationnelle. D'autre part, notre méthodologie est quasi-expérimentale, à travers un protocole avant-après exposition à un dispositif de DDG, afin d'étudier si l'exposition à un dispositif de DDG peut avoir pour effets des changements d'attitudes sexistes.

Déroulé du plan

Cette thèse est composée de deux volumes. Le premier est le corps de la thèse, le second l'ensemble de nos annexes. Dans ce premier volume, la thèse est composée de quatre parties.

La première partie concentre les éléments théoriques, supports à notre recherche. Elle se divise en cinq chapitres.

Le chapitre 1 explicite *ce que signifient* et *ce dont relèvent* les violences faites aux femmes. Nous y présentons la définition de ce phénomène social genré et nous faisons un état des lieux de ces violences, non exhaustif mais élargi, pour illustrer ce *continuum* et l'inclusion des inégalités et des discriminations envers les femmes comme violences faites aux femmes, des violences de genre.

Dans le chapitre 2, nous partons d'une esquisse des leviers de la lutte contre ces violences, qui nous conduisent à celle de la communication de lutte de l'Etat français contre celles-ci, et à constater ses manques, limites et ses absents, les hommes. Nous pointons enfin que des dispositifs ciblant les hommes existent, mais qu'ils restent rares, et relevons les apports des recherches sur les *men et masculinity studies*.

Le chapitre 3 s'intéresse au détournement du genre (DDG) dans la lutte contre les violences faites aux femmes. Ainsi, nous présentons dans un premier temps le DDG par ses notions connexes, pour illustrer ce que la littérature *nous* en apprend. Nous cherchons en particulier à disséquer et poser des questions précises à ces notions. Nous poursuivons en donnant notre définition du DDG, enrichie et rapprochée de la notion d'hypertextualité.

Le chapitre 4 place le DDG comme stratégie créative d'utilité publique contre les violences faites aux femmes et sa communication comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées. Nous mettons en lien, par un exercice intellectuel, cette approche communicationnelle interactionniste avec une approche interactionnelle dans le champ des arts. Nous cherchons à illustrer, au-delà des liens entre différents acteur·trice·s et organisations des champs militants et des arts, que la conceptualisation de la création s'envisage par le prisme des interactions : créatif et dispositif, créatif et public, public et dispositif, public et créatif.

Enfin, le chapitre 5 fait une synthèse de notre problématique générale, explicite notre épistémologie principalement constructiviste, puis précise notre triangulation méthodologique mixte.

Les parties suivantes -partie 2, partie 3 et partie 4- se construisent selon une même structure logique. Chacune est une étude empirique conduite : sur les *formes* de DDG (partie 2), sur *la* création du DDG (partie 3) et sur la réception du DDG (partie 4). Chacune développe nos méthodologies détaillées, nos premiers résultats, puis nos résultats mis en perspective avec nos questions de recherche.

La seconde partie de cette thèse rend compte de notre travail sur les *formes* de DDG à travers leurs créations. Dans le chapitre 1, nous reprenons les éléments théoriques qui nous guident, pour formuler nos questions de recherche. Ensuite, dans le chapitre 2, nous explicitons notre choix méthodologique puis d'analyse -la collecte et l'analyse systématisées des formes de DDG par codification. Nous détaillons notre démarche et surtout les critères qui contraignent et délimitent cette étude. Enfin, dans le troisième chapitre, nous présentons nos résultats de recherche, à partir des 346 dispositifs collectés identifiés depuis 37 pays et méta-analysés depuis notre base de données segmentée.

La troisième partie s'intéresse à la création du DDG, c'est-à-dire aux créatifs (réalisateur·trice·s et coordinateur·trice·s de campagnes par exemple). Dans le chapitre 1, nous reprenons les éléments théoriques guidant notre étude sur la création, puis nous présentons nos questions de recherche opérationnelles. Puis, dans le chapitre 2, nous nous arrêtons sur notre triangulation méthodologique : 18 entretiens semi-directifs et

d'explicitation, lesquels portent sur 31 dispositifs de DDG. Nous présentons ensuite la triangulation analytique : thématique, sémantique, lexicale et cognitivo-discursive. Nous précisons notamment la méthode de sélection des créatifs interviewé·e·s. Le chapitre 3 présente nos résultats intermédiaires : entre résultats bruts et analyse, ils constituent une passerelle rendant explicites les réponses à nos questions de recherche qui se situent en chapitre 4. Enfin, cette troisième partie se conclut en mettant en perspective des résultats croisés entre la partie 2 sur *les créations* (les dispositifs) et sur *la création* (des créatifs).

La quatrième partie porte sur l'étude empirique de la réception du DDG, c'est-à-dire de publics-cibles. Dans le chapitre 1, nous résumons les éléments théoriques qui participent à notre étude sur la réception, puis nos questions de recherche. Dans le chapitre 2, nous détaillons notre triangulation méthodologique : d'une part qualitative, avec 3 focus groups couplés à la méthode d'étude des cognitions verbalisées en réception (ECER) puis leurs analyses (thématique, lexicale, sémantique, cognitivo-discursive et conversationnelle). D'autre part, nous explicitons notre méthodologie quasi-expérimentale : par questionnaires, étudiant les changements d'attitudes sexistes (hostiles et bienveillantes) avant et après l'exposition à un dispositif de DDG (analyses statistiques via un test T de Student). Nous précisons aussi ici les méthodes de sélection des publics interviewés (pour chacune des méthodologies). Le chapitre 3 expose nos résultats intermédiaires : entre résultats bruts et analysés, ils constituent, comme pour *la création*, un pont explicitant nos résultats, vers ceux répondant à nos questions de recherche en chapitre 4. Enfin, cette quatrième partie se termine en mettant en perspective les résultats croisés avec les autres parties.

Notre conclusion générale reprend les éléments importants de cette thèse : problématique, démarche et concepts, choix des terrains et nos principaux résultats. Nous précisons également les apports de cette recherche, les critères de validité, mais aussi ses limites, avant d'évoquer, enfin, les perspectives de recherche.

Ce premier volume se termine par la bibliographie, la table des tableaux et la table des matières.

Le second volume recense les annexes qui ont servi nos propos, auxquelles nous faisons référence dans le corps de ce premier volume, afin que les lecteur·trice·s puissent les consulter s'ils·elles le désirent.

PREMIERE PARTIE. Le détournement du genre (DDG) dans la communication persuasive et d'intérêt général au service de la lutte contre les violences faites aux femmes

Les violences faites aux femmes occupent l'espace de cette première partie. Dans le chapitre 1, nous avons cherché dans un premier temps à les définir, elles sont des violences de genre, ciblant les femmes en tant que femmes, et à en illustrer l'étendue, à travers les récentes études et recherches sur cette problématique. Nous avons aussi, à travers les définitions et les chiffres sur les violences, marqué le caractère genré des auteurs de violences.

Cette thèse porte plus particulièrement sur la lutte contre les violences faites aux femmes. Nous avons construit le chapitre 2 sur les leviers de la lutte à travers les plans triennaux du gouvernement Français, mais également à travers l'influence des mobilisations féministes. Parmi les leviers, les campagnes de communication de l'Etat français sont abordées à travers leurs manques et leurs limites. L'un de ses manques est l'absence des auteurs de violences dans le champ des dispositifs de prévention, mais aussi en tant que cible de communication.

Ces « absents » de la communication contre les violences faites aux femmes de l'Etat français résonnent à nos oreilles avec le constat et l'axe de recommandations du Haut Conseil à l'Egalité femmes-hommes d'en « finir avec l'impunité des agresseurs ». D'un côté, la communication, de l'autre les condamnations. Cette trame autour des auteurs de violences et des hommes n'est pas nouvelle : il y a 40 ans, Jalna Hanmer (1977) écrivait ainsi que « le « problème des hommes » est encore à soulever sur le plan théorique, ainsi que la question de la rééducation des hommes ». Sur le versant de la communication, les deux chercheuses ayant étudié les campagnes de l'Etat français, posent une question structurante pour notre recherche : « Dans quelle mesure ces campagnes de prévention servent-elles alors à prévenir les violences si leurs auteurs ne sont quasiment jamais la cible de préventions ? » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 85)

Nous poursuivons ainsi à la recherche de dispositifs ciblant les hommes ou les auteurs de violences. Nous remarquons qu'ils sont effectivement rares. De plus, nous pointons que les campagnes de sensibilisation relèvent d'une prévention primaire (la prévention ayant plusieurs niveaux), laquelle ne cible pas les auteurs de violences, mais les hommes en général. Nous pointons les freins et la manière dont ces communications pourraient être envisagées, puis les intérêts de telles campagnes et enfin les études sur les *men* et *masculinity studies*.

Dans le chapitre 3, nous introduisons ce que va constituer ensuite l'ensemble de notre travail de recherche : le détournement du genre (DDG) pour lutter contre les violences faites aux femmes. Il s'agit d'une stratégie créative, que nous envisageons dans un premier temps à travers l'état de l'art, sous des dénominations connexes. Nous présentons ensuite notre définition du DDG, à travers ses notions connexes, mais aussi celle de l'hypertextualité (Genette, 1982), et d'une volonté de rapprocher des perspectives théoriques du genre. Nous précisons également que nous envisagerons le DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes, avec de plus deux critères qui visent à prendre le contre-pied des manques de la communication de l'Etat français : l'inclusion des hommes dans le champ et faisant partie des publics-cibles visés par les dispositifs.

Nous poursuivons cette démarche de qualification théorique du DDG, dans la lutte contre les violences faites aux femmes, dans le chapitre 4. Le DDG, mobilisé dans ce cadre de lutte, est investi comme stratégie créative, persuasive et d'intérêt général. Nous envisageons la communication du DDG comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées. Nous dressons son portrait théorique, à travers les interactions entre « pôles » de la communication -*la* création (les concepteurs, les créatifs), *les* créations (les dispositifs) et la réception. Nous pointons que des liens se tissent entre cette approche de la communication interactionnelle et les processus créatifs dans l'art et la réception esthétique. Par ailleurs, nous tissons des liens entre dispositifs communicationnels et artistiques, (autrement dit, mobilisations sociales et milieu artistique) lesquels mobilisent le DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes.

Nous terminons cette première partie dans le chapitre 5 en présentant de manière synthétique notre problématique, qui est de mieux comprendre le DDG, et les trois grands axes de recherche qu'elle décline. Puis, nous explicitons notre posture épistémologique principalement constructiviste et compréhensive. Enfin nous dessinons notre triangulation méthodologique, afin de permettre d'y porter un regard global, considérant que ces méthodologies sont davantage développées dans chacune des parties relatives à nos études empiriques sur les dispositifs (partie 2), la création (partie 3) et la réception (partie 4).

CHAPITRE 1. Les violences faites aux femmes : un phénomène d'ampleur et de genre

Nous souhaitons définir ce que sont les violences faites aux femmes, à partir de la littérature scientifique relative à ce phénomène social d'ampleur et de genre.

1. Des violences de genre ciblant les femmes, ancrées dans un système d'inégalités entre les femmes et les hommes

Les violences faites aux femmes sont ici définies au prisme du genre, de la définition de Jalna Hanmer (1977) et des organisations internationale (Nations-Unies) et européenne (Conseil de l'Europe). Nous mentionnons également deux enquêtes d'ampleur nationale, l'ENVEFF et l'enquête VIRAGE.

1.1 Enquêtes d'ampleur nationale et définition des violences faites aux femmes, des violences de genre

En France, les femmes sont dix fois plus exposées que les hommes aux injures sexistes. Une femme sur sept a été victime de violences sexuelles au cours de sa vie (et un homme sur vingt-cinq)²². La grande majorité des auteurs de violences sexuelles sont des hommes (Debauche et al., 2017). Ces violences, sur lesquelles nous reviendrons, font l'objet d'une enquête d'ampleur nationale en 2015, l'enquête VIRAGE (Violences et Rapports de Genre). Elle actualise la première Enquête Nationale sur les Violences Envers les Femmes, l'ENVEFF (2001) qui révélait l'ampleur du phénomène des violences faites aux femmes et notamment des violences conjugales, reprises par l'Etat français dès les campagnes du premier plan triennal (2005-2007). A l'instar de sa grande sœur, l'enquête VIRAGE joue un rôle clé dans la définition et l'état des lieux des violences pour les pouvoirs publics : « une enquête pour éclairer les politiques publiques et informer la population sur les violences » (Debauche et al., 2017, p. 11). Sa particularité est d'étudier les violences et les rapports de genre, c'est-à-dire les violences faites aux femmes et plus largement, la catégorie dans laquelle elles s'inscrivent, les violences de genre.

Si les violences faites aux femmes s'inscrivent dans les violences de genre c'est que « le concept est aussi pertinent pour penser les violences commises par des hommes contre d'autres hommes pensés comme efféminés ou inférieurs sur le plan de la virilité » (Bereni et al. 2012, p. 83). Les violences faites aux femmes représentent la majorité des violences de genre. « Bien que majoritaire, la violence commise sur les femmes n'épuise pourtant pas la catégorie violence et genre. Les violences commises sur des hommes et qui visent leur masculinité « défailante » ou leur statut « d'inférieur » dans la classe des hommes entrent également dans ce champ d'analyse » (Simonetti 2016). Les questions posées aux

²² Secrétariat d'Etat chargé de l'Egalité entre les femmes et les hommes « *Chiffres clés – Edition 2018 - Vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes – L'essentiel* », 2018 https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/09/29474-DICOM-CC-2018-essentiel_BD.pdf, consulté le 5 janvier 2019

masculinités s'expriment par le concept revisité de « masculinité hégémonique et masculinités subordonnées » (R. Connell & Messerschmidt, 2005). Les violences des femmes, recherches plus récentes et pluridisciplinaires, s'inscrivent également dans cette perspective d'analyse par le genre. Elles permettent « un approfondissement de la réflexion théorique sur les rapports de pouvoir, leur construction, leur représentation (...) souligner le fait que montrer la violence des femmes, son antériorité, sa réalité, en plus de justifier a posteriori des droits politiques, rend possible la déconstruction d'un rapport de pouvoir fondé sur la norme de l' « a-violence » des femmes » (Castan-Vicente & Benevent, 2016).

Pour poser une première définition, les violences faites aux femmes, inscrites dans des violences de genre, désignent « toutes les violences commises par les hommes en tant qu'hommes envers les femmes en tant que femmes » (Bereni et al., 2012). La sociologue et féministe Jalna Hanmer (1977, p. 71) explique que les actes violents d'un homme sur une femme « sont au nom de tous les hommes », ce qui peut « paraître osé, ou même absurde, tellement nous avons individualisé ce phénomène social important ». Citer Jalna Hanmer n'est pas anodin : elle apparaît encore aujourd'hui dans les ouvrages scientifiques français, contemporains et de référence, apposant la conceptualisation et définition des violences faites aux femmes et du genre dès les premières pages, tels que dans Bereni et al. (2012, p. 83), Hernandez Orellana et Kunert (2014, p. 21) ou Jaspard (2011, p. 20). L'article de Hanmer est ainsi qualifié de « majeur (...) pionnier [qui] interroge l'importance et le sens de la violence masculine à l'encontre des femmes au niveau des structures sociales » (Debauche et al., 2013). Hanmer donne ainsi une définition des violences, forme de contrôle social des femmes, et surtout de ce continuum des violences, sans le nommer ainsi, que nous retrouvons dans la littérature. Elle affirme également le point de vue situé des femmes comme légitime pour l'expression de sa définition :

« Une définition sociologique de la violence envers les femmes doit tenir compte de l'usage de la force et de la menace comme moyen d'obliger les femmes à se comporter ou à ne pas se comporter de telle ou telle façon. La mort se situe à un extrême et la menace à l'autre. Entre les deux, on trouve toutes sortes de comportements quotidiens, depuis les coups superficiels jusqu'aux blessures graves en passant par l'agression sexuelle et le viol. Notre définition de la violence comprend les catégories légales mais les dépasse en incluant tous les comportements qui visent à obtenir la soumission. C'est une définition de femme ; elle part du point de vue de la victime » (Hanmer, 1977, p. 72).

Evoquer les violences faites aux femmes passe très souvent par les filtres des violences conjugales et des violences sexuelles. Or, selon la conceptualisation de ces violences, qualifiées de sexistes, basées sur le genre, nous incluons les facteurs de discrimination et d'inégalité ; nous y reviendrons. En effet, les inégalités s'incluent dans le système de violences de genre envers les femmes et permettent ces violences (Jaspard, 2011). Les inégalités constituent elles-mêmes une forme de violence, (Conseil de l'Europe, 1993 ;

Uriburu et al., 2013). Le sexisme s'inclut dans les processus de rejet et de violence mais de plus il les favorise et constitue un obstacle à l'égalité (Dayer, 2014).

La conceptualisation des violences faites aux femmes qui inclut les inégalités et discriminations sexistes, à l'instar de la définition de Hanmer, ne vise ni à individualiser, ni à psychologiser ces violences (Dayer, 2014, p. 69-70; Jaspard, 2011, p. 113-115), bien que des « rapprochements théoriques jusque-là antagonistes » se soient effectués, à savoir « une approche intégrant les rapports sociaux et les éléments biographiques personnels » (Jaspard, 2011, p. 115). Pour Dayer (2014, p. 79) « il s'agit donc d'interagir à travers une dialectique entre dimension intrapersonnelle (construction de sa biographique), interpersonnelle (relation avec autrui) et sociétale (rapport au monde) ».

En résumé, notre définition présentée des violences faites aux femmes inclut les inégalités et discriminations ciblant les femmes en tant qu'elles sont socialement définies comme telles. Non-essentialiste, elle part du postulat que, dans les violences de genre, les violences faites aux femmes sont un phénomène construit, social, non naturel, qu'elles relèvent de dimensions interpersonnelle et sociétale, et qu'elles ne sont pas réductibles à des actes puisqu'elles présentent un phénomène massif, systémique et un rapport de pouvoir. En tant que phénomène social et sociétal, ces violences peuvent être combattues et sujettes à changement. Le genre, qui constitue le prisme d'analyse de ces violences faites aux femmes, est ainsi synthétisé par Bereni et al. (2012), en tant qu'il est « une construction sociale ; un processus relationnel ; un rapport de pouvoir ; imbriqué dans d'autres rapports de pouvoir ».

1.2 Définitions des violences faites aux femmes des Nations Unies et du Conseil de l'Europe

Les définitions des violences faites aux femmes passent aussi par des textes politiques ayant une portée internationale (Nations-Unies) et européenne (Conseil de l'Europe). Le processus de définition des violences faites aux femmes s'inscrit dans la lutte contre celles-ci, lutte sur laquelle nous revenons plus loin (chapitre 2, page 42). Deux textes apparaissent plus fréquemment dans la littérature ; ils explicitent que les femmes en sont la cible, mentionnent les violences et les inscrivent dans un rapport d'inégalités. Le genre apparaît dans la seconde.

Le premier texte est la *Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes*²³ votée par l'Assemblée générale des Nations Unies. Dans son article premier, les violences faites aux femmes sont définies comme :

« tous actes de violence dirigés contre le sexe féminin, et causant ou pouvant causer aux femmes un préjudice ou des souffrances physiques, sexuelles ou

²³ *Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes, Résolution 48/104* de l'Assemblée générale du 20.12.1993 http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/declaration_1993.pdf, consulté le 20 janvier 2016

psychologiques, y compris la menace de tels actes, la contrainte ou la privation arbitraire de liberté, que ce soit dans la vie publique ou dans la vie privée ».

Cette définition vient « renforcer et compléter » le processus initié par la *Convention sur l'élimination des discriminations à l'égard des femmes* de l'ONU de 1979 et ratifiée par la France en 1983.

L'année 1993 est ainsi présentée comme une « année stratégique » car « nombre de textes internationaux parlent de « violences fondées sur le sexe » » (Jaspard, 2011, p. 7), à l'instar de la définition des Nations Unies « dirigées contre le sexe féminin ».

L'analogie avec le racisme est ainsi exprimée « comme pour les exactions à caractère raciste, c'est l'intentionnalité de discrimination qui qualifie l'acte. Les violences sexistes sont officiellement reconnues comme violation des droits fondamentaux des femmes » note Jaspard (2011, p. 7).

La *Déclaration sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes* précise que :

« la violence à l'égard des femmes traduit des rapports de force historiquement inégaux entre hommes et femmes, lesquels ont abouti à la domination et à la discrimination exercées par les premiers et freiné la promotion des secondes, et qu'elle compte parmi les principaux mécanismes sociaux auxquels est due la subordination des femmes aux hommes, »

Cette considération désigne ainsi la dimension sociétale et non d'actes interpersonnels des violences faites aux femmes. Ces dernières s'inscrivent dans un cadre plus large d'inégalités, qui les permettent et les maintiennent. Les violences citées sont larges et elles concernent, sans s'y limiter, la violence « physique, sexuelle et psychologique exercée au sein de la famille (...) de la collectivité, (...) [et celle] perpétrée ou tolérée par l'Etat, où qu'elle s'exerce ».

« Depuis, d'autres instruments internationaux ont été mis en place, au moyen desquels l'ONU établit un cadre général dans lequel les organismes régionaux tels que le Conseil de l'Europe élaborent des conventions incitant la mise en œuvre de politiques publiques nationales » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 11-12).

Le deuxième texte de référence dans la littérature, correspondant à l'une ces conventions pour la mise en œuvre de politiques publiques, est la *Convention du Conseil Européen sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique*²⁴ de 2011, ratifiée par la France en 2014, aussi connue sous le nom de *Convention d'Istanbul*. Empreinte de féminisme (Jaspard, 2011), elle constitue le texte de

²⁴ *Convention du Conseil Européen sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique*²⁴, <https://www.coe.int/fr/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/0900001680084840>, consulté le 24 novembre 2016

référence au niveau européen, elle définit les violences faites aux femmes dans son article 3 comme :

« tous les actes de violence fondés sur le genre qui entraînent, ou sont susceptibles d'entraîner pour les femmes, des dommages ou souffrances de nature physique, sexuelle, psychologique ou économique, y compris la menace de se livrer à de tels actes, la contrainte ou la privation arbitraire de liberté, que ce soit dans la vie publique ou privée ».

Les violences sont fondées sur le genre : « toute violence faite à l'égard d'une femme parce qu'elle est femme ou affectant les femmes de manière disproportionnée » précise la *Convention*, et le genre désigne « les rôles, les comportements, les activités et les attributions socialement construits, qu'une société donnée considère comme appropriés pour les femmes et les hommes ».

Pour Simon (2014, p. 93-94), la définition des violences faites aux femmes pointe deux éléments importants dans la compréhension du phénomène. Le premier est qu'elles revêtent « de multiples formes (...) physiques, sexuelles, verbales, psychologiques, économique » et qu'elles s'envisagent « selon la sphère de vie au sein de laquelle elles ont lieu (privée, publique, professionnelle, scolaire, universitaire, etc.) et selon l'auteur (conjoint ou ex-conjoint, membre de la famille, collègue de travail, cercle amical, etc.) ». Le deuxième point important indique que toutes ces violences « ont un socle commun. En effet, qu'elles soient conjugales, sexuelles, harcèlement sexuel ou encore des différentes formes de contraintes que l'on fait peser sur la sexualité des femmes (...) ces violences sont perpétrées contre des femmes précisément parce qu'elles sont des femmes et ne prennent sens que lorsqu'elles sont replacées dans un contexte plus large d'inégalités entre les hommes et les femmes ».

2. Etendue des violences faites aux femmes et ampleur du phénomène

Dans cette partie, nous abordons différentes formes de violences faites aux femmes : les violences physiques et sexuelles, mais aussi des violences liées au milieu professionnel, au harcèlement et violences liées aux inégalités et discriminations sexistes. Nous mettons en exergue également les auteurs de violence. Puis, nous nous intéressons à la perception de ces violences et enfin aux représentations des femmes dans les médias et la culture.

2.1 Des violences physiques et sexuelles faites aux femmes et leurs auteurs

Il existe de nombreux chiffres sur les féminicides et les violences sexuelles aux niveaux mondial et français, des violences où les sexes des victimes et des auteurs sont distinctement marqués.

Les violences faites aux femmes se constatent au niveau mondial, nous reprenons ici des données de l'ONU Femmes²⁵ qui en recense des « faits et chiffres » : une femme sur trois dans le monde a été victime de violences physiques ou sexuelles dont l'auteur est un partenaire intime ou de violences sexuelles d'un autre agresseur (non-partenaire) au cours de sa vie. Moins de 40% des victimes cherchent une aide et parmi elles, moins de 10% le font auprès de la police. Les féminicides sont estimés à 87 000 dans le monde en 2017, plus d'un tiers est le fait du partenaire ou plus de la moitié du partenaire ou de membres de la famille. A travers le monde, 15 millions d'adolescentes âgées de 15 à 19 ans ont subi des rapports sexuels forcés à un moment de leur vie, dont 9 millions au cours de l'année écoulée²⁶. Seules 1% d'entre elles se sont tournées vers des services d'aide professionnelle d'après une étude sur 20 pays. En Europe, 2,5 millions de jeunes femmes font état de violences sexuelles, avec ou sans contact, avant l'âge de 15 ans²⁷. Point positif, l'ONU Femmes précise que ces dernières années, les données sur les violences faites aux femmes se sont améliorées, davantage d'études et de pays les conduisant.

En France, les données les plus récentes sont celles de l'enquête VIRAGE (Debauche et al., 2017) conduite par une équipe de l'Institut National d'Etudes Démographiques (Ined). Ces premiers résultats recensent les violences sexuelles²⁸. Au cours des 12 mois précédant l'enquête, 2,90% des femmes (580 000) entre 20 et 69 ans et 1,03% des hommes (197 000) déclarent avoir vécu au moins une forme de violence sexuelle, tous espaces de vie inclus. Le viol concerne 0,26% des femmes (52 500) et 0,01% des hommes (2500) au cours de cette période.

Ces mêmes violences, sur la vie entière, recensent ainsi que 3,26% des femmes ont été victimes de viol et plus largement 14,47% des femmes ont été victimes de violences

²⁵ ONU Femmes, « La violence à l'égard des femmes et des filles : quelques faits et chiffres » <http://www.unwomen.org/fr/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>, consulté le 12 décembre 2018 Les chiffres cités sont principalement issus des Nations Unies, avec les liens vers les rapports, tels que : Affaires économiques et sociales, Nations Unies (2015). Les femmes dans le monde 2015, tendances et statistiques. p.159 et p.140 ; United Nations Office on Drugs and Crime (2018). Global Study on Homicide 2018, p. 10. ; Affaires économiques et sociales, Nations Unies (2015). Les femmes dans le monde 2015, tendances et statistiques, p. 140.

²⁶ ONU Femmes, « La violence à l'égard des femmes et des filles : quelques faits et chiffres » <http://www.unwomen.org/fr/what-we-do/ending-violence-against-women/facts-and-figures>, consulté le 12 décembre 2018 Les chiffres cités sont ceux de l'UNICEF (2017)

²⁷ UNICEF. *A Familiar Face: Violence in the Lives of Children and Adolescents*. New York: United Nation's Children's Fund, 2017. <https://data.unicef.org/resources/a-familiar-face>.

²⁸ Ces violences sont le viol, tentative de viol et les agressions sexuelles.

Le viol, définition pénale reprise dans le document de l'étude VIRAGE (2017, p. 19) « est un **crime** jugé en cour d'assises, et est défini comme *tout acte de pénétration sexuelle, de quelque nature qu'il soit, commis sur la personne d'autrui par violence, contrainte, menace ou surprise* » (article 222-23 CP). Il peut s'agir d'une pénétration vaginale, anale, buccale (fellation), digitale (pénétration avec le doigt) ou d'une pénétration au moyen d'un objet commise sur autrui ».

Quant aux agressions sexuelles autres que le viol, elles « constituent un délit et sont jugées devant le tribunal correctionnel. Elles sont définies comme « *toute atteinte sexuelle commise avec violence, contrainte, menace ou surprise* » (articles 222-22 et 222-27 CP). Les actes visés peuvent être des attouchements du sexe subis ou à faire, des caresses de nature sexuelle ou une pénétration à faire sur son agresseur »

sexuelles. Le viol concerne 0,47% des hommes et plus largement 3,94% des hommes sont victimes de violences sexuelles.

Concernant les viols des femmes, les sphères du couple et de l'ex-partenaire sont marquées (0,74%, 0,83%) ainsi que la famille et les proches (1,41%).

Les hommes déclarent près de quatre fois moins être victimes de violences sexuelles (3,94%) que les femmes (14,47%). Les hommes ayant subi un viol le sont principalement dans le cadre de la famille et proches (0,27%).

Concernant les violences sexuelles, des différences entre les femmes et les hommes sont aussi constatées, telles que les femmes déclarent plusieurs types d'actes, contrairement aux hommes.

Au cours de la vie, ces violences apparaissent dès le plus jeune âge : « plus d'un quart des femmes et un tiers des hommes [concernées] déclarent que les viols et tentatives de viol ont commencé avant leur 11 ans » (27%, 34,1%). Ces violences ont lieu avant leurs 15 ans, ce qui constitue une circonstance aggravante²⁹ pour la loi, pour 38,3% des femmes victimes et 59,2% des hommes victimes.

Les victimes de violences sexuelles apparaissent dans tous les milieux socioprofessionnels, que les victimes soient hommes ou femmes, et qu'elles concernent le viol et tentative de viol ou les autres agressions sexuelles.

Concernant les agresseur·e·s, ils et elles sont caractérisé·e·s selon leur sexe, leur nombre et les espaces de vie des violences commises.

Les violences sexuelles sont quasi exclusivement le fait d'un ou de plusieurs hommes (entre 92,6% et 99,1%) lorsque les femmes sont victimes. L'espace de vie du travail recense une ou des femmes agresseuses dans 1,3% des cas. L'espace de la famille et de l'entourage proche, du travail ou de l'espace public comprend des situations où les deux sexes d'agresseur·e·s agissent (1,4%, 1,3% et 1,6%). Les violences conjugales sont quasi exclusivement le fait d'un partenaire homme (99%) et 1% dans des relations homosexuelles.

Lorsque les hommes sont victimes de violences sexuelles, les agresseurs sont majoritairement des hommes, en particulier dans le cadre de la famille et des proches (75,5%), cadre dans lequel les violences sexuelles sont le plus déclarées. Plus nuancés,

²⁹ « L'auteur·e d'un viol ou d'une tentative de viol encourt une peine de quinze ans de réclusion criminelle (article 222-23 CP). Si le viol ou la tentative de viol est commis avec une ou plusieurs circonstances aggravantes prévues par la loi, la peine encourue est majorée : par exemple, vingt ans de réclusion criminelle sont encourus si le viol est commis sur un·e mineur·e de quinze ans. (...) Concernant les agressions sexuelles autres que le viol, celles-ci sont punies de cinq ans d'emprisonnement et de 75000€ d'amende (articles 222-27 et 222-31 du CP). L'agression sexuelle avec circonstances aggravantes est punie de sept ans d'emprisonnement et 100000€ d'amende, voire de dix ans d'emprisonnement et 150000€ d'amende (articles 222-28 à 222-30 CP) » la condition aggravante de mineur·e de quinze ans en fait également partie. Repris de l'étude VIRAGE (2017, p. 19)

dans le cadre des études ou de l'espace public, 58,1% et 56,4% des agresseurs sont un ou plusieurs hommes ; 33,6% et 28,8% une ou plusieurs femmes. Dans le cadre du travail, ce sont majoritairement une ou plusieurs agresseuses (61,1%).

Dans les chiffres issus du recensement des études de la MIPROF³⁰, concernant les violences conjugales en France, 130 féminicides³¹ sont recensés en 2017, c'est-à-dire des femmes tuées par leur conjoint ou ex-conjoint. 21 hommes ont été tués sur la même période dans ce cadre (ex)conjugal. Sur les 16 femmes qui ont tué leur conjoint, au moins 11 étaient victimes de violences au sein du couple.

219 000 des femmes majeures³² déclarent avoir subi des violences physiques et/ou sexuelles de leur partenaire ou ex partenaire, représentant 1% des femmes âgées de 18 à 75 ans vivant en ménage. Moins d'une victime sur 5 déclare avoir été déposée plainte pour ces faits.

Le rapport illustre également que le nombre de victimes de violences sexuelles (non exclusivement conjugales, violences : viol, agression sexuelle et harcèlement sexuel) connues des forces de l'ordre a augmenté de 23% entre octobre 2016 et septembre 2017, temporalité concomitante avec les événements de prise de parole des femmes sous le #MeToo³³.

2.2 D'autres formes de violences faites aux femmes et leurs auteurs

Il est difficile de tracer les violences faites aux femmes, inégalités et discriminations sexistes, sans en omettre. Nous ne visons pas l'exhaustivité, mais une mise en perspective de l'étendue du phénomène. Les violences, inégalités et discriminations citées auront peut-être un pouvoir suggestif aux lecteur·trice·s des manques. Nous évoquons ici celles liées au monde professionnel et en hors de ce cadre, puis à celles de l'espace public, à travers l'asymétrie dans l'emploi, les remarques, injures, l'humour sexiste ou encore le harcèlement.

Annuellement sont publiés par l'organisation ministérielle aux Droits des Femmes des « Chiffres clés » vers l'Egalité réelle entre les femmes et les hommes. La dernière édition de 2018 à ce jour³⁴ est thématisée autour de la culture de l'égalité, l'égalité professionnelle,

³⁰ La MIPROF, Mission Interministérielle pour la protection des femmes contre les violences et la lutte contre la traite des êtres humains, publie dans *La lettre* de l'Observatoire Nationale des Violences faites aux femmes, des données statistiques issues d'organisations partenaires externes. MIPROF. « La lettre de l'observatoire National des violences faites aux femmes ». MIPROF, novembre 2018. https://www.stop-violences-femmes.gouv.fr/IMG/pdf/violences_au_sein_du_couple_et_violences_sexuelles_novembre_2018.pdf.

³¹ La MIPROF n'utilise pas ce lemme féminicide mais celui d'homicide, nous lui préférons le premier car il s'agit bien de femmes tuées exclusivement. La source initiale citée par MIPROF est l'Etude Nationale sur les morts violences au sein du couple, année 2017, Délégation aux victimes, Ministère de l'Intérieur.

³² La source initiale citée par MIPROF est l'Enquête « Cadre de vie et sécurité » INSEE – ONDRP – SSMSI 2012-2018

³³ La source initiale citée par MIPROF est le Ministère de l'Intérieur – SSMSI – Base des crimes et délits enregistrés par la police et la gendarmerie – extraction janvier 2018 (données provisoires)

³⁴ Secrétariat d'Etat chargé de l'Egalité entre les femmes et les hommes « *Chiffres clés – Edition 2018 - Vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes – L'essentiel* », 2018 <https://www.egalite-femmes->

l'accès aux droits et les violences sexistes et sexuelles. Pour n'en donner que quelques illustrations, 42% des femmes de 25 à 34 ans ont eu, lors d'un entretien d'embauche, la question de savoir si elles comptaient avoir des enfants bientôt ; 30,1% des femmes actives ont un emploi à temps partiel (contre 8,2% des hommes actifs), une situation qui est subie pour 9,8% des femmes et 3,8% des hommes. Un rapport consacré au « sexisme dans le monde du travail » illustre que 50% des femmes à temps partiel ont déjà entendu des remarques culpabilisantes relatives à cet agencement de temps de travail³⁵.

Poursuivant sur cette problématique professionnelle, ce même rapport sur le sexisme réalisé par le Conseil Supérieur de l'Egalité professionnelle entre les femmes et les hommes, de 2015 pointe la nécessité de « nommer » précisément ce qui en relève. « Deux définitions (...) l'une sur le sexisme au travail, incluant des actes allant de ce qui peut sembler le plus anodin jusqu'au viol, l'autre, sous partie de la première, sur le sexisme ordinaire ou résiduel, intégrant des actes masqués d'exclusion et de délégitimation, y compris les blagues sexistes, sans pour autant que cela implique forcément un mauvais traitement visible » (p.76 du rapport). Précédé d'une enquête, ce long rapport (130 pages) quantifie, par exemple, que 80% des femmes salariées se considèrent régulièrement confrontées à des attitudes ou décisions sexistes, 42% des femmes affirment avoir entendu des compliments sur leur tenue ou leur physique, les mettant mal à l'aise, ou encore 80% avoir été témoins de blagues sur les femmes et, pour la moitié d'entre elles, en avoir été la cible.

Dans cette perspective du sexisme, un autre long rapport documenté (140 pages), cette fois du Haut Comité à l'Egalité entre les femmes et les hommes de 2019³⁶, s'intéresse au sexisme dans ce cadre professionnel. Le HCE pointe clairement, à l'instar du rapport du Conseil Supérieur à l'Egalité professionnelle, les « remarques et blagues sexistes : la dissimulation du sexisme sous le masque de l'humour » que « l'humour et le sexisme [est] une combinaison répandue et tolérée » dans la société. Le HCE ajoute, en seconde focale, « les injures sexistes, une violence au quotidien peu condamnée ». Les deux rapports questionnent aussi le recours à une aide ou à rapporter les faits sexistes. Ainsi, le recours des salarié·e·s ciblé·e·s par ce sexisme à leur hiérarchie (9%) ou aux organisations syndicales (4%) reste faible ; quant au sexisme lié aux injures, dont les femmes sont majoritairement les victimes, 94% d'entre elles ne vont pas porter plainte. En 2017 en France, 1,2 million de femmes ont subi une injure sexiste, soit près d'une femme sur vingt³⁷.

hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/09/29474-DICOM-CC-2018-essentiel_BD.pdf, consulté le 5 janvier 2019 Les sources citées sont : Ifop, enquête pour la fondation Jean-Jaurès, 2017 ; INSEE, enquête Emploi

³⁵ Grésy, Brigitte, et Marie Becker. « Le sexisme dans le monde du travail ». Conseil Supérieur de l'Egalité Professionnelle, 6 mars 2015. <https://femmes.gouv.fr/wp-content/uploads/2015/03/RAPPORT-CSEP-V7BAT.pdf>. Consulté le 17 mai 2019

³⁶ Bousquet, Danielle, François Vouillot, Marion Collet, et Marion Oderda. « 1er état des lieux du sexisme en France ». Haut Conseil à l'Egalité entre les femmes et les hommes, 17 janvier 2019. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_etatdeslieux-sexisme-vf.pdf. Consulté le 17 mai 2019

³⁷ La source initiale citée par HCE dans le rapport « 1er état des lieux du sexisme en France » est le Rapport ONDRP, *Les injures sexistes. Exploitation des enquêtes Cadre de vie et Sécurité*, mars 2018

Dans l'espace public, ce sont d'abord les atteintes verbales, physiques et sexuelles qui apparaissent, note une autre étude issue de l'enquête VIRAGE (2017). Sur 12 mois, 20% des femmes ont été sifflées, interpellées ou abordées sous un prétexte de drague et 8% insultées (contre 3% et 8% pour les hommes). Contrairement aux autres espaces de violence, elles sont le fait d'auteurs inconnus des victimes : 88% des victimes femmes ne les connaissent pas et 78% des victimes hommes. Si le caractère sexiste et sexuel est marqué du côté des victimes, il l'est aussi du côté des auteurs, majoritairement des hommes, peu importe le sexe de la victime. En Île de France, les agresseurs hommes dans l'espace public sur les femmes représentent 92,6% et sur les hommes 76%, données issues de l'enquête VIRAGE³⁸. Les victimes de violences dans l'espace public touchent le plus souvent les jeunes : 58% des femmes et 30% des hommes entre 20 et 24 ans y ont été confronté·e·s, avec des violences différentes : 40% des jeunes femmes rapportent des dragues importunes et 14% des situations de harcèlement et d'atteintes sexuelles, quand pour les jeunes hommes, 10% rapportent des violences physiques.

2.3 Perception des violences : degré de gravité perçu, stéréotypes genres et représentations des femmes dans les médias et la culture

La perception des violences, du genre et du sexisme s'envisage ici par trois prismes. Le premier est le degré de gravité perçue des violences par les victimes, issu de l'enquête VIRAGE. Le second concerne la perception (attitudes et stéréotypes) des Français·e·s sur les violences, le sexisme et l'égalité, issue principalement d'études d'opinion conduites par des instituts de sondage et commanditées par des associations. Le troisième illustre la présence/absence des femmes dans les médias et la culture. Les ressources sont celles d'études d'instituts publics. Ces éléments visent à capturer une photographie des perceptions à l'heure de l'écriture de cette thèse, quant à la minimisation des violences et la culpabilisation des femmes victimes, mais aussi pointent le manque de modèle féminin et les inégalités qui perdurent dans le monde des médias et de la culture.

2.3.1 Le degré de gravité perçu des violences

Le degré de gravité est un indicateur associé aux actes violents et évalué par les victimes dans l'enquête VIRAGE (2017). Or, pour leur donner du sens, il faut rappeler que les femmes et les hommes ne sont pas victimes de violences de genre dans la même ampleur ni des mêmes actes de violence. Concernant les actes de « pelotage » (terme utilisé pour les hommes) et des actes « touchée sein/fesse, embrassée, frottée, collée contre son gré » (pour les femmes) dans différents espaces (étude, travail, publics), 84,4% des hommes victimes les évaluent tous comme sans gravité (9,1% au moins un assez grave, 6,1% tous les actes très graves). Pour les femmes, ces actes sont évalués différemment : 31,7% des femmes victimes les jugent tous sans gravité, mais 35,2% au

³⁸ Lebugle, Amandine, et Aurélie Latourès. « Violences faites aux femmes dans les espaces publiques en Ile de France ». Observatoire régional des violences faites aux femmes et l'équipe de l'enquête VIRAGE, 2018. https://virage.site.ined.fr/fichier/s_rubrique/20838/cha_synthese_virage.web2.fr.pdf. Consulté le 21 mai 2019

moins un grave et 32,3% tous très graves. Ces catégories recoupent en fait celle des « attouchements forcés ». « Pelotage » est utilisé pour les hommes car « lors des tests de nombreux hommes ont accueilli l'idée d'être embrassé de force ou se voir toucher les fesses avec des rires, confiant aux enquêtrices regretter de ne pas y avoir été confrontés » (Debauche et al., 2017, p. 11). Ce changement sémantique est aussi, selon nous, un indicateur intéressant de la différence de perception entre les hommes et les femmes.

Par ailleurs, le degré de gravité évalué est corrélé à la fréquence des actes (Lebugle & Latourès, 2018). Ainsi, les femmes en Ile de France, comparativement aux femmes en France, jugent deux fois plus souvent les faits de sifflement ou interpellation sous prétexte de drague comme graves ; elles y sont aussi plus exposées (26% pour les franciliennes et 16% ensemble des femmes en France).

Enfin, le degré de gravité dépend aussi des représentations collectives³⁹. Certains actes, sifflement et interpellation sous prétexte de drague ou insultes, sont jugés sans gravité (86% et 55%). « Ces agissements paraissent largement tolérés. (...) Les faits déclarés comme graves relèvent le plus souvent des violences physiques et sexuelles » notent les chercheur·e·s.

2.3.2 Stéréotypes de genre et perception des violences

Concernant les perceptions sur les violences et le genre issues d'études d'opinion, une étude de 2016⁴⁰ illustre des stéréotypes sur les différences sexuelles entre les femmes et les hommes : 63% sont plutôt ou tout à fait d'accord avec l'idée qu'il est « plus difficile pour un homme de maîtriser son désir sexuel que pour une femme ».

Sur la perception de ce qui constitue un viol, 96% des répondant·e·s l'identifient correctement comme le fait de forcer une personne. Cependant, lorsque l'agresseur est un partenaire intime, 17% des répondant·e·s excluent l'acte de la catégorie viol. De plus, les pénétrations digitales ou orales peuvent disqualifier le viol et être perçues comme agression sexuelle chez certain·e·s répondant·e·s (entre 13% et 28%). Autre stéréotype qui vient minimiser la perception du viol, la résistance ou l'attitude de la victime. 21% des répondant·e·s estiment qu'il n'y a pas viol lorsque la personne cède à la force, et 26% quand elle cède à la menace. Pourtant, force et menaces sont des termes inscrits dans la définition du viol. Quant à l'agresseur, il est déresponsabilisé par les 40% des répondant·e·s lorsque « des femmes ont une attitude provocante en public ». Dans le même sens de renversement de la culpabilité sur la victime, 25% répondant·e·s estiment qu'il est possible d'éviter le viol « lorsqu'on respecte certaines règles simples de précaution, on n'a quasiment aucun risque d'être victime de viol ». Enfin, une certaine

³⁹ Lebugle, Amandine, et l'équipe de l'enquête VIRAGE. « Les violences dans les espaces publics touchent surtout les jeunes femmes des grandes villes ». *Population et sociétés*, n° 550 (décembre 2017): 4. Consulté le 10 avril 2019

⁴⁰ Association mémoire traumatique et victimologie, et IPSOS. « Rapport d'enquête - Les français·e·s et les représentations sur le viol et les violences sexuelles », 2016.

<https://www.memoiretraumatique.org/campagnes-et-colloques/2016-enquete-ipsos.html?PHPSESSID=88msihqf86js45i85sucptk965> Consulté le 8 mars 2016

méconnaissance des viols persiste : 44% des répondant·e·s pensent que l'auteur est inconnu de la victime (l'étude *Cadre de vie et Sécurité* estime que 90% des auteurs sont connus de la victime) ou que le viol apparaît majoritairement dans l'espace public (55%) alors que cela ne concerne que 16% des viols, selon l'Enquête Nationale de Victimation. Les répondant·e·s sous-estiment le nombre de viols par an en France, et surévaluent le taux de plainte.

Concernant les stéréotypes sur l'égalité, une autre étude de 2012 du Laboratoire de l'Egalité⁴¹ pointe que 62% des répondant·e·s considèrent qu'il y a des caractéristiques propres aux filles et aux garçons, pointant que les filles sont plus douces, etc. et les garçons plus ambitieux, etc. Ces données sont en baisse, relativement à l'étude 2011 précédente, et sont plus marquées chez les hommes (70%) que chez les femmes (56%). Ces caractéristiques différentes viennent selon 49% des répondant·e·s (ayant répondu favorablement à la différence genrée) à des « raisons biologiques » et 42% de l'éducation.

Une autre étude de 2016⁴² du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel pointe des stéréotypes quant aux filières d'études. Les garçons auraient plus de chance que les filles dans les filières technologiques (ou les filières sportives) pour 45% (46%) des répondantes et 44% (42%) des répondants. L'inverse, les filles auraient plus de chance que les garçons, ne concerne que 4% (3%) des répondantes et 5% (4%) des répondants. Dans ces deux filières, technologiques et sportives, entre 51% et 54% des répondant·e·s expriment que filles et garçons auraient autant de chances. Les filières scientifiques sont moins marquées mais les stéréotype de genre persistent. Enfin, les filières artistiques et plus encore celles littéraires illustrent des stéréotypes genrés où les filles auraient plus de chances (entre 24% et 34% des répondant·e·s abondent en ce sens) que les garçons (entre 7% et 8% des répondant·e·s).

L'étude montre également que 82% répondantes et 70% des répondants sont d'accord avec l'idée que la publicité donne une image des femmes qui les complexe. 57% des répondant·e·s se disent tout à fait ou plutôt féministes (57% femmes, 45% hommes) et que le combat pour l'égalité, pour les répondant·e·s se disant féministes ou non, est toujours d'actualité (79% des répondant·e·s). Quant aux injustices liées au sexisme, l'assertion « on n'en parle pas assez » est validée pour 53% des répondantes et 36% des répondants. La lutte contre les inégalités concerne « autant les femmes que les hommes » pour 65% des répondantes et 76% des répondants.

⁴¹ Médiaprim, et Laboratoire de l'Egalité. « Egalité hommes-femmes et lutte contre les stéréotypes : perceptions et attitudes des Français-es. Rapport d'enquête », novembre 2012. <http://www.laboratoiredelegalite.org/wp-content/uploads/2016/05/Enqu%C3%AAt%20M%20Mediaprim-Laboratoire-de-l%20egalit%C3%A9-St%C3%A9r%C3%A9otypes-Novembre-2012.pdf>. Consulté le 16 septembre 2016

⁴² Gaillot, Julie, et Thomas Genty. « CSA - PERCEPTIONS DE L'EGALITE ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES ». Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ; Ministère des Familles, de l'Enfance et des Droits des Femmes, septembre 2016. <https://www.csa.eu/fr/survey/perceptions-de-l-egalite-entre-les-femmes-et-les-hommes-en-france>. Consulté le 17 octobre 2016

L'étude du Laboratoire pour l'Égalité indique que 78% des répondant·e·s pensent que la télévision doit participer à la lutte contre les stéréotypes et 73% sont en faveur de campagnes de sensibilisation en ce sens.

Avant d'évoquer des campagnes de sensibilisation, il est intéressant de questionner les représentations des femmes dans les médias et le monde de la culture. Un certain nombre de recommandations visant les médias sont issues du récent rapport du Haut Conseil à l'Égalité⁴³ pour « rendre visible la présence des stéréotypes de sexe » dans les programmes diffusés par les chaînes.

2.3.3 Représentation(s) des femmes dans les médias et la culture

Dans les médias, la représentation des femmes, *i.e.* la présence des femmes à l'écran reste faible, comme le soulignent les Chiffres Clés 2018 du Secrétariat d'Etat des Droits des Femmes⁴⁴ : le sport féminin est peu représenté dans les retransmissions à la télévision, entre 16% et 20% du sport⁴⁵. Les femmes représentent 37% des expert·e·s à la télévision ou à la radio, en augmentation de 7 points par rapport à 2016⁴⁶. Les femmes restent moins présentes à l'antenne (39%) que les hommes (61%). Elles le sont davantage à la télévision (42%) qu'à la radio (37%). Elles demeurent moins présentes aux heures de fortes audiences.

Les femmes représentent 34% dans la programmation des théâtres⁴⁷, elles ne représentent que 21% des réalisateur·trice·s en 2016⁴⁸. Le Haut Conseil à l'Égalité publie un rapport sur le milieu de l'art et de la culture et des inégalités femmes-hommes⁴⁹. Les femmes artistes sont ainsi plus nombreuses que les hommes à l'école (6/10, puis progressivement, minoritaires dans la vie active ou bénéficiaire des fonds publics dans le milieu, jusqu'à devenir

⁴³ Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes. « Rapport relatif à la lutte contre les stéréotypes », 2014. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_hce-2014-1020-ster-013-3.pdf. Consulté le 16 septembre 2016

⁴⁴ Secrétariat d'Etat chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes « *Chiffres clés – Edition 2018 - Vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes – L'essentiel* », 2018 https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/09/29474-DICOM-CC-2018-essentiel_BD.pdf, consulté le 5 janvier 2019

⁴⁵ La source initiale citée par Secrétariat d'Etat est le Rapport du CSA sur la diffusion de la pratique féminine sportive à la télévision, septembre 2017.

⁴⁶ Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. « La représentation des femmes à la télévision et à la radio - Exercice 2018 - CSA - Conseil supérieur de l'audiovisuel », mars 2019.

<https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Travaux-Autres-publications-rapports-bilans-etudes-d-impact/Rapports-au-gouvernement.-parlement.-etc/La-representation-des-femmes-a-la-television-et-a-la-radio-Exercice-2018>. Consulté le 21 mai 2019

⁴⁷ La source initiale citée par Secrétariat d'Etat sont Les archives du spectacle/ministère de la Culture, Direction générale de la création artistique, 2018

⁴⁸ La source initiale citée par Secrétariat d'Etat est Le Centre national du cinéma et de l'image animée, 2018.

⁴⁹ Bousquet, Danielle, Stephane Frimat, Anne Grumet, Brigitte Arthur, et Claire Guiraud. « Inégalités entre les femmes et les hommes dans les arts et la culture ». Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes, janvier 2018. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_rapport_inegalites_dans_les_arts_et_la_culture_20180216_vlight.pdf. Consulté le 15 mai 2019

marginales dans les artistes programmées, les dirigeant·e·s et les artistes récompensées (1/10). A poste égal, les inégalités de salaires sont de 18%⁵⁰ (p. 19).

Les disparités sont aussi qualitatives, les femmes par exemple, sont plus présentes dans le théâtre dans les « programmations « les moins prestigieuses » et le jeune public » (p. 35). La bande dessinée, avec 0% d'autrice sélectionnée ou récompensée, reste un milieu qui « enferme » les autrices : « cantonnées aux sections « filles », « girly » avec un marketing souvent très féminisé » ; un milieu où les stéréotypes de genre (BD de garçon / de filles) ont des caractéristiques marquées (p. 51).

Les inégalités, dans la profession, s'illustrent aussi par *des représentations*, telles que « le mythe de l'artiste et de la muse, une histoire du talent conjugué au masculin », où « l'homme est toujours le créateur, celui qui se fait regardeur, quand il n'est pas voyeur. La femme, quant à elle, offre son corps au regard du créateur »⁵¹. Les représentations des femmes dans l'industrie culturelle est titrée « entre invisibilité, stéréotype et banalisation des violences faites aux femmes » (p. 71).

Pour ne prendre qu'un exemple, « elles s'inscrivent dans des stéréotypes de sexe où féminité et canons de beauté sont les maîtres mots » résumant les auteur·e·s. Dans l'audiovisuel, elles sont en très grande majorité jeunes, minces et blanches. Dans les jeux vidéo, très souvent, les traits virils versus féminisés sont exacerbés. Dans le spectacle vivant, les femmes sont souvent « enfermées dans un nombre limité de rôles sociaux ». Leurs personnages sont « moins valorisants que les personnages masculins. Les femmes sont amoureuses et sont à côté des hommes pour les mettre en avant, les porter, tout en restant dans l'ombre de leurs actions. Leur rôle de prédilection est celui de la femme au foyer, de la mère de famille » (p.79).

Enfin, les « représentations qui banalisent les violences faites aux femmes » s'illustrent à travers la culture du viol véhiculée dans les films. La notion de *Male gaze*, c'est-à-dire le regard ou point de vue masculin « qui sexualise et projette une image des « corps-objet » des femmes » participe à ce phénomène. Reprenant la chercheuse Chedaleux, les personnages féminins sont souvent aliénés. Dans le film, ces personnages « commencent par dire non, puis finissent par succomber au héros qui, en insistant, parvient toujours à obtenir ce qu'il veut. La figure canonique du baiser volé » (p. 81).

Dans les publicités des catalogues de jouets, la majorité est non mixte (67%⁵²), quand dans la publicité en général aussi, les rôles sont très sexués : les publicités de l'entretien du corps ou de parfum sont en majorité des femmes, les jeux d'argent et d'automobile, les hommes.

⁵⁰ La source initiale citée par Haut Conseil à l'Egalité est Gouyon, Marie, *Revenus d'activité et niveau de vie des professionnels de la culture*, Ministère de la Culture et de la Communication, juillet 2015

⁵¹ La citation du rapport du Haut Conseil à l'Egalité s'appuie sur les travaux de Charlotte Gould, « *Histoire de l'art et féminisme : la fin d'un oxymore ?* »

⁵² Secrétariat d'Etat chargé de l'Egalité entre les femmes et les hommes « *Chiffres clés – Edition 2018 - Vers l'égalité réelle entre les femmes et les hommes – L'essentiel* », 2018 https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2018/09/29474-DICOM-CC-2018-essentiel_BD.pdf, consulté le 5 janvier

Un autre lieu de création et de diffusion des représentations est internet, et notamment la plateforme YouTube, étudiée dans un rapport du CSA sur les 200 vidéos les plus vues (premiers semestre 2017-2018)⁵³. Pour la grande majorité, ce sont des clips vidéo musicaux (65,5%), suivis de vidéo de contenu personnel, bande-annonce de cinéma, animation et publicité, documentaire, humour et divers. A l'instar des autres médias et art, les femmes sont sous-représentées (40%) dans l'ensemble et n'ont le rôle principal que dans 27% des cas. Par ailleurs « lorsque des propos à connotation sexuelle sont tenus, ils s'adressent exclusivement à des femmes ». Ces propos apparaissent dans 42 vidéos (sur les 200 étudiées) et les femmes en sont 100% la cible. Les femmes sont également davantage montrées nues (partiellement ou totalement) et en grande majorité dans les clips musicaux (81%). L'étude relève la présence d'archétypes, construits sur les rôles sociaux sexués, davantage pour les hommes que les femmes. Certains dispositifs, cependant, déconstruisent ces archétypes (17% pour les femmes et 13% pour les hommes), « les femmes deviennent, dans la majorité des cas, fortes et téméraires tandis que les hommes apparaissent sensibles et vulnérables » (p. 14). Une part significative met en relation des femmes et des hommes (79,5%), et dans 28% des cas, il s'agit de séduction ou dans 24%, des rapports de domination. 31,5% des dispositifs contiennent un contenu violent (physique, verbal), concentré dans les productions musicales. La violence est majoritairement initiée par les hommes (81%), les femmes (7%) ou les deux (12%). Les victimes de ces violences sont autant les hommes que les femmes. Des pratiques ou comportements délinquants ou inciviques sont présents dans moins de la moitié des dispositifs, les hommes en sont majoritairement (85%) à l'origine. Enfin, 15,5% des dispositifs « présentent une image dégradante des femmes », tous dans la production musicale.

Nous avons ainsi indiqué que la perception du degré de gravité des violences est plus forte chez les femmes que les hommes, d'autant qu'elles en sont plus souvent la cible. Cependant, certaines violences, associées à des représentations, restent largement jugées peu graves. Nous avons aussi signifié, à travers les études d'opinion, que les stéréotypes de genre, sur les filles et les garçons, sur la sexualité et sur les violences persistent. S'il est jugé souhaitable que les médias s'emparent et participent à la lutte contre ces stéréotypes, les milieux de la culture et des médias ne sont pas exemplaires, en attestent les inégalités de représentation et les représentations toujours stéréotypées.

2019. Les sources initiales citée par Secrétariat d'Etat sont Etude Stéréotype et jouets pour enfants : les catalogues de Noël, Trezego, 2014 ; Rapport du CSA sur la diffusion de la pratique féminine sportive à la télévision, septembre 2017.

⁵³ Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. « Représentation des femmes dans les vidéos les plus vues sur YouTube ». Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, décembre 2018. <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Representation-des-femmes-dans-les-vidéos-les-plus-vues-sur-YouTube>. Consulté le 10 mai 2019

CHAPITRE 2. Les leviers de la lutte contre les violences faites aux femmes et la communication contre ces violences

Dans la lutte contre les violences faites aux femmes, plusieurs leviers sont mobilisés. Nous évoquons dans un premier temps les plans triennaux et interministériels, puis le levier des mobilisations féministes et la question de leur influence. Nous nous intéressons ensuite à la communication de sensibilisation de l'Etat français contre les violences faites aux femmes, et ses manques ou limites. L'un de ces manques, l'absence des auteurs de violence dans ces campagnes, nous conduit à une dernière partie, présentant les rares dispositifs ciblant les hommes.

1. La politique des plans triennaux

A travers les plans triennaux et interministériel, la lutte contre les violences faites aux femmes se dessine sous le trait de la communication (et de la formation), de la justice et des lois, et de l'accompagnement des victimes. Nous voyons que la communication y est importante et que les données d'enquête participent à leur construction. Notamment, ces campagnes focalisent l'attention sur les violences conjugales.

1.1 La communication

1.1.1 La communication, un des volets du triptyque des 4^e et 5^e plans triennaux

En France, les grandes orientations politiques de lutte contre les violences faites aux femmes se matérialisent par la succession de plans triennaux et interministériels depuis 2005.

Le 4^e plan triennal et interministériel⁵⁴ de prévention et de lutte contre les violences faites aux femmes, à la période où nous avons débuté cette thèse, s'étend de 2014 à 2016. Il dispose de trois axes : « organiser l'action publique autour d'un principe d'action partagé : aucune violence déclarée ne doit demeurer sans réponse ; protéger efficacement les victimes ; mobiliser l'ensemble de la société ».

Ainsi, en France, « mobiliser la société » (*i.e.* former et communiquer) fait partie du triptyque des outils de lutte contre les violences faites aux femmes et pour l'égalité femmes-hommes, à côté de l'action publique et de la protection des victimes.

⁵⁴ Ministère des Droits des femmes. 4^e plan interministériel de prévention et de lutte contre les violences faites aux femmes 2014-2016 (2014). http://femmes.gouv.fr/wp-content/uploads/2013/11/4e-planVFF_22112013.pdf. Consulté le 15 octobre 2015

Le 5e plan triennal et interministériel⁵⁵ comprend à la fois un bilan du 4^e plan, mais aussi s'inscrit dans la continuité du précédent, puisqu'il définit trois grands objectifs faisant écho à celui-ci : « Assurer l'accès aux droits et sécuriser les dispositifs qui ont fait leurs preuves pour améliorer le parcours des femmes victimes de violences (violences conjugales, sexuelles, psychologiques, etc.) ; renforcer l'action publique là où les besoins sont les plus importants ; déraciner les violences en luttant contre le sexisme, qui banalise la culture des violences et du viol ».

1.1.2 La recherche quantitative en soutien de la politique

Alimentant les décisions politiques et de prévention, des enquêtes sont développées, à l'instar de l'ENVEFF, première enquête d'ampleur nationale, dont les résultats sont publiés en 2001. Jaspard (2011) mentionne ainsi la demande de nouvelles enquêtes (après 2005), notamment sur la problématique « violence et santé » laquelle conduira à l'Enquête de la vie et santé (EVS), l'enquête de victimisation (CVS) qui « depuis 2006, (...) élargit le champ des faits de délinquance et de violence (vol, coups), recueillis ultérieurement, aux violences intrafamiliales et aux violences sexuelles. », l'enquête CSFV en Seine-Saint-Denis sur les jeunes femmes dans le département et « sur le modèle de l'enquête ENVEFF », l'enquête CSF sur la sexualité qui « adapte son module sur les violences sexuelles au cours de la vie », l'enquête « Excision et handicap (ExH) [qui] développe une méthodologie inédite auprès d'une population rare ». A cette liste, l'enquête VIRAGE précédemment citée s'ajoute et vient mettre à jour les données de l'ENVEFF et l'élargit. La recherche, quantitative, de ce point de vue, visant à mesurer et produire des états des lieux, a ainsi été développée en France.

1.1.3 Influence de l'ENVEFF sur la communication de l'Etat français, focalisation sur les violences conjugales et absence des auteurs

Comme le souligne Jaspard (2011, p. 27), l'enquête ENVEFF a eu une influence sur la campagne de lutte contre les violences faites aux femmes de l'Etat français. Dès 2001 elle « s'est inspirée des conclusions de l'enquête, avec la volonté affichée de remplacer le stéréotype de la « femme battue » par une représentation plus nuancée de « femmes victimes de violence ». L'intention était double : rappeler que la violence ne se réduit pas aux agressions physiques et qu'elle touche tous les milieux sociaux. L'ensemble de la communication sur le sujet a intégré ce changement d'image des victimes et, s'appuyant sur la révélation de l'ampleur du silence, a retenu comme thématique : pour lever le tabou, il faut libérer la parole. C'est ce que proclame le slogan « Briser le silence » reproduit sur

⁵⁵ Ministère des Familles, de l'Enfance et des Droits des femmes. 5e plan de mobilisation et de lutte contre toutes les violences faites aux femmes 2017-2019 Dossier de presse (2017). <https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2016/11/6-Dossier-de-presse-22.11-v2-AES.pdf>.

Ministère des Familles, de l'Enfance et des Droits des femmes. 5e plan de mobilisation et de lutte contre toutes les violences faites aux femmes 2017-2019 PLAN (2017). <https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2016/11/5e-plan-de-lutte-contre-toutes-les-violences-faites-aux-femmes.pdf>. Consultés le 15 mai 2018

tous les supports d'information et de formation (brochures, affiches, etc.) édités par le Service des droits des femmes et de l'égalité ».

L'influence de l'ENVEFF sur la communication se poursuit dans les campagnes, comme le soulignent Hernandez Orellana et Kunert (2014, p. 55-59). Les trois premiers plans triennaux (recouvrant la période 2005-2013), s'ils annoncent une volonté de plan de lutte « global » (1^{er} plan) « de lutte contre toutes les violences » (2^e plan) ou une « approche (...) extensive » des violences (3^e plan), vont principalement se focaliser sur les violences conjugales.

Ainsi, l'enquête ENVEFF a permis de révéler l'ampleur du phénomène des violences conjugales, et a eu une influence dès les premières campagnes conduites après la publication de ses résultats. Elle a permis de concentrer les campagnes sur cette problématique, de changer les représentations de « femmes battues » à « femmes victimes de violences » et d'inviter à la *libération de la parole*. Or, l'influence de l'enquête à communiquer sur cette thématique va se prolonger dans les trois premiers plans triennaux. Le problème soulevé ici, et mis en exergue par Hernandez Orellana et Kunert, est que cette focalisation sur les violences conjugales a de fait exclu des campagnes de prévention les autres problématiques des violences. Les campagnes se sont concentrées sur ces violences, aux dépens des autres.

Par ailleurs, Hernandez Orellana et Kunert relèvent aussi, dans ces campagnes de communication de prévention de l'Etat français, l'absence des hommes et des auteurs de violences dans le champ (ou le cadre) des dispositifs et en tant que cible. Si nous y revenons plus longuement aux points 3 et 4 (pages 57 et 60), il est notable que l'analyse de cette absence des hommes et des auteurs fait aussi écho à l'objectif des campagnes, que les femmes libèrent la parole.

1.1.4 Vers une diversification des violences dans les campagnes de l'Etat ?

Considérant que la communication s'inscrit dans le triptyque de lutte contre les violences faites aux femmes, il semble -nous ne disposons pas d'étude à ce sujet et présentons uniquement les données déclaratives des 4^e et 5^e plans- que les violences dénoncées dans les campagnes de l'Etat français se diversifient.

Le 4^e plan prévoit ainsi des campagnes : en accompagnement du lancement d'un nouveau numéro téléphonique pour les femmes victimes de violences ; dans le cadre de « Agir contre le harcèlement à l'école », des actions ciblant les lycéen·ne·s contre le harcèlement sexiste et sexuel ; sur les mêmes violences, des campagnes dans les universités ; sur les mutilations sexuelles féminines, ciblant le grand public et les professionnels autour de la Journée internationale des Droits des Femmes (8 mars) ; des campagnes autour du numéro 3919, auprès du grand public, et autour de la Journée internationale de lutte contre les violences faites aux femmes (25 novembre) ; sur les violences au sein du couple pour les professionnels de santé et ceux et celles en formation.

Dans le 5^e plan, ces campagnes annoncées prévoient de diversifier les violences et de porter un discours plus proche des préoccupations liées au genre : campagne avec « travail de déconstruction des stéréotypes qui constituent le terreau des violences faites aux femmes », avec notamment : « une campagne sur les violences sexuelles et leurs conséquences (...) [avec l'objectif] de mieux faire connaître les réalités que recouvrent le viol et à déconstruire certains stéréotypes associés ». Autre campagne annoncée : « informer le grand public que l'achat d'acte sexuel constitue une infraction (...) sur les sanctions prévues par la loi ainsi que sur la réalité de ce qu'est la prostitution ». Les campagnes sur les « violences sexistes et sexuelles dans les établissements de l'ESR » sont également programmées. Il s'agit également d'une campagne de la RATP sur le harcèlement dans les transports. Enfin des campagnes pour « sensibiliser la société sur les violences faites aux femmes » sont également prévues.

1.2 Les leviers judiciaire et législatif

1.2.1 Les leviers judiciaire et législatif et l'influence féministe

La lutte contre les violences faites aux femmes passe également par des volets judiciaires et législatifs, à travers les lois sur les délits et crimes des violences faites aux femmes. Dans ce développement législatif de la lutte contre les violences faites aux femmes se dessine celui de la lutte par les féministes. Jarpard (2011) l'évoque ainsi : « En France, dans l'effervescence du prologue des années 1970, les militantes féministes ont dénoncé les violences contre les femmes. Avec un relatif décalage temporel et des degrés de mobilisation différents, trois axes de lutte se dessinent : la qualification juridique du viol en tant que crime, la reconnaissance du harcèlement sexuel au travail, la dénonciation des violences conjugales ; entre 1970 et 2010, chaque décennie s'achève par une avancée législative » (voir point 2.5, page 54 pour plus de détails). Plus récemment, on peut citer à titre d'exemple la loi d'abolition du système prostitutionnel d'avril 2016 qui pénalise l'achat d'actes sexuel et vise à accompagner les personnes en situation de prostitution dans un parcours de sortie. L'aboutissement de cette loi a bénéficié de mobilisations féministes et abolitionnistes et de relais institutionnels (Mathieu, 2018).

1.2.2 Evaluation intermédiaire du 5^e plan : pointer l'impunité des agresseurs

Le Haut Conseil à l'Égalité Femmes-Hommes (HCE) est l'organisation chargée d'évaluer ce plan, à l'instar du précédent. Cette évaluation est transversale et ne s'arrête pas au seul volet de la prévention par la communication. A ce jour, nous disposons de l'« Evaluation intermédiaire⁵⁶ » du 5^e plan, sous-titrée « Poursuivre les efforts pour mieux protéger les femmes victimes et en finir avec l'impunité des agresseurs ».

Ce second élément -l'impunité des agresseurs- nous intéresse plus particulièrement. Il fait écho à la fois aux manques de l'État français dans sa communication de lutte contre

⁵⁶ « Evaluation intermédiaire du 5e plan interministériel (2017-2019) et de la politique contre les violences faites aux femmes ». Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes, 22 novembre 2018. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_evaluation-5eme-plan-tabl-word_vf-2.pdf. Consulté le 18 mai 2019

les violences (voir points 3 et 4, pages 57 et 60). Et à la fois il résonne avec notre choix d'étudier des dispositifs de détournement du genre (DDG) qui incluent les hommes, et parfois les auteurs de violences, dans le champ des dispositifs et dans le public-cible de communication (que nous voyons point 3, page 94).

Le HCE évoque cette « impunité » des agresseurs à 14 reprises dans le document, pointant que « les chiffres des violences faites aux femmes restent alarmants (...) et l'impunité des agresseurs demeure élevée ». Il est fait mention de la baisse des condamnations pour violences sexuelles et le faible taux de condamnation des (ex)conjoints violents relativement au nombre de femmes victimes de ces violences conjugales. Dans son axe 1, six recommandations sont faites, relatives à cette impunité, liées à la formation des professionnel·le·s (sécurité, justice, santé, social), la présence de travailleur·se·s sociaux dans les lieux de sécurité (police, gendarmerie) et le soutien aux associations. Le document relève aussi les « efforts pour en finir avec l'impunité des violences faites aux femmes en ligne ». La question de l'impunité des agresseurs fait aussi écho au harcèlement de rue et à la prostitution (pénalisation de l'achat d'actes sexuels en avril 2016).

1.3 L'accompagnement des victimes et l'importance des associations aux rôles diversifiés

L'autre volet de protection des victimes passe notamment par un meilleur accompagnement. Ce volet concerne la formation des personnels, le travail social, la protection des victimes et les associations. Ces dernières agissent à la fois dans l'assistance judiciaire, l'accompagnement des victimes (association spécialisée dans l'accompagnement à la sortie de la prostitution, aux victimes de violences sexuelles, aux victimes de violence au travail, à l'hébergement...), la création de formations pour les personnels, par exemple les gendarmes, ou le milieu universitaire.

Les associations ont un rôle diversifié et important dans la lutte : du plaidoyer, à la participation à diverses instances (comme le rapport des associations spécialisées cité par le HCE et sur lequel il s'appuie notamment, « évaluation de la mise en œuvre en France de la Convention d'Istanbul de lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique »), à la communication de prévention, à la formation, et à l'accompagnement des victimes de violences. Le HCE rappelle, dans l'évaluation du 4^e plan⁵⁷, que : « La politique de prévention et de lutte contre les violences faites aux femmes n'est possible que grâce à la mobilisation des associations spécialisées, aux côtés des autres acteur·trice·s que sont les services de l'Etat et les collectivités territoriales. Remplissant souvent en l'espèce une mission de service public, elles reçoivent des subventions pour pouvoir mettre en œuvre des mesures du plan ». Ainsi, les associations tiennent une place

⁵⁷ Haut Conseil à l'Egalité entre les femmes et les hommes. « Rapport final d'évaluation du 4e plan interministériel de prévention et de lutte contre les violences faites aux femmes », 22 novembre 2016. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_rapport_violences_eval_4e_plan_20161122.pdf. Consulté le 16 mai 2018

pivot dans la lutte contre le phénomène. Par ailleurs, la position tenue par le HCE est « d'augmenter substantiellement les financements » qui leur sont alloués.

Nous poursuivons ce panorama sur les leviers de la lutte, en nous intéressant à la place des mobilisations féministes et dans une moindre mesure à la recherche dans la lutte contre les violences faites aux femmes, et à l'influence que ces mobilisations peuvent exercer sur la / les politiques.

2. Les mobilisations féministes

Nos lectures sur les violences faites aux femmes et la lutte contre celles-ci nous conduisent à considérer l'importance des mobilisations sociales dans les avancées sociales et sociétales sur ces violences. Agissant en contre-pouvoir, en contre-publics subalternes (Fraser, 2001), les mouvements féministes sont à l'origine d'agitations sociales ayant une influence positive dans l'émergence de la problématique des violences faites aux femmes, avec des avancées législatives Jarpart (2011).

Notre curiosité est attirée par l'influence de ces mobilisations féministes, laquelle est souvent mentionnée dans nos lectures, mais peu approfondie. Nous souhaitons alors étudier, dans les recherches conduites dans des disciplines voisines (sociologie, philosophie et science politique), dans quelle mesure les mobilisations sociales féministes *fon(den)t* l'émergence de cette problématique. Finalement, notre curiosité est plus qu'assouvie, puisqu'il y a pléthore de recherches sur cet objet. Nous avons donc souhaité faire un point sur cette littérature afin de comprendre ce qu'en disent celles et ceux qui ont étudié ce phénomène des mobilisations sociales féministes comme facteur d'émergence, de politisation et d'imposition dans l'agenda collectif (actualité, politique) des problématiques des violences faites aux femmes et plus largement, des préoccupations féministes. Notre point de départ sera de trouver ce que signifie et recouvre le terme de « mouvements féministes ». Puis, nous nous intéressons à ses contre-mouvements, antiféministes. Nous abordons ensuite les liens entre mobilisations féministes et recherches, à travers le concept de genre. Puis, nous nous intéressons à leur influence sur le processus législatif, à leur influence mesurée sur la mise à l'agenda et les politiques publiques. Enfin, inversement, nous voyons l'influence d'une mise à l'agenda d'une problématique sur la mobilisation.

2.1 Définitions croisées

Les définitions relatives aux mobilisations ou mouvements féministes affirment, premièrement que mouvements de femmes et mouvements féministes ne sont pas synonymes. Deuxièmement, ces définitions s'ancrent dans une perspective où le genre est un construit. Ainsi, Gerhard (2004), en sociologie, indique que « il faut préciser d'emblée que toute action politique menée par des femmes et dans lequel le fait d'être femme constitue le motif de l'organisation commune, ne relève pas nécessairement du féminisme. Sinon, on encouragerait la naturalisation et l'essentialisation de la différence des sexes, alors que sa mise en question, son dépassement et sa redéfinition ont

précisément constitué la raison principale de la révolte et de l'émergence du féminisme moderne ». Cette perception est partagée par Jenson et Lépinard (2009), en science politique, (citant Karen Beckwith) « « mouvement de femmes » peut signifier des mouvements de droite ou antiféministes aussi bien que des mouvements de gauche ou féministes, mais exclure la mobilisation des femmes au sein d'autres mouvements sociaux ».

Troisièmement, amorcé par les distinctions faites, ce qui qualifie un mouvement féministe est l'objectif, la visée d'émancipation. Gerhard (2004) exprime ainsi que « de manière pragmatique et condensée, nous dirons que le *féminisme* désigne l'ensemble des tentatives menées par des femmes pour leur reconnaissance, leur autodétermination, leur participation politique et le respect de leurs droits. L'objectif visé est double (...) » Jenson et Lépinard (2009) convergent également en ce sens, puisqu'il est possible de rapprocher, dans leur hétérogénéité, les mouvements relevant d'une démarche féministe, telle que (mentionnant Mary Dietz) : « le féminisme est un mouvement à la fois global et local, social et politique, qui présuppose un contenu normatif doublé d'un objectif d'émancipation. »

Quatrièmement, car les définitions se superposent superbement, elles mettent en jeu un objectif double, invoquant chacune les dimensions individuelles et collectives de l'objet de la lutte. Pour Gerhard (2004), « l'objectif visé est double : d'une part la libération ou la liberté de décision de chaque femme en tant qu'individu, et d'autre part, la transformation fondamentale de la société et de son ordre des genres ». Quant à Jenson et Lépinard (2009), évoquant « un contenu normatif doublé d'un objectif d'émancipation », elles poursuivent : « Ainsi, ses objectifs peuvent être variés (renverser la domination masculine, mettre fin à la discrimination, assurer la libération sexuelle des femmes, faire advenir une prise de conscience ou féminiser la démocratie) et sont énoncés au nom de principes normatifs eux aussi variés (l'égalité, les droits, la liberté, l'autonomie, la dignité, la reconnaissance, le respect, la justice...) Cette définition permet de distinguer entre des mobilisations de femmes et une mobilisation féministe ».

Concluant respectivement leurs définitions, Gerhart (2004) met l'accent sur une distinction entre des mouvements sociaux opposés aux intérêts féministes, quand Jenson et Lépinard (2009) pointent que le qualificatif féministe s'entend historiquement. Chaque définition rappelle et pointe également la visée égalitaire et la poursuite d'un combat contre les inégalités, discriminations et violences en tant que phénomènes sociaux. Ainsi Gerhart (2004) exprime que : « A vrai dire, la recherche sur les mouvements sociaux a aussi intégré dans ses analyses les mouvements conservateurs, réactionnaires et surtout totalitaires et extrémistes. Pour les féminismes, je voudrais néanmoins préciser que la pertinence d'une utopie et les chances de réussite d'une politique féministe -et cela caractérise l'histoire des féminismes modernes depuis la *Déclaration des droits de la femme* d'Olympe de Gouges en 1791 - sont liées à des principes radicalement démocratiques et à une conception des droits humains incluant les droits de la femme ; l'objectif étant d'abolir les rapports sociaux inégalitaires que sont les rapports entre les

sexes et, par-là, la mise sous tutelle, la discrimination et l'oppression des femmes en tant que femmes ». Quant à Jenson et Lépinard (2009), elles expriment que « toutefois, elle [une mobilisation féministe] ne limite pas non plus le féminisme à la période contemporaine ou à la deuxième vague, ni à la condition d'auto-identification d'un mouvement comme féministe. Cette définition met en outre l'accent sur les inégalités entre hommes et femmes, les discriminations ou les violences, comme autant de faits sociaux, de produits de relations sociales et non de circonstances individuelles ».

Une mobilisation ou un mouvement féministe se distingue d'un mouvement de femmes, au sens où cette perception d'une part serait essentialiste et où d'autre part, son objet est justement une opposition à ce prisme naturalisant. S'excluent ainsi les mouvements ayant une autre visée ou allant à l'encontre des intérêts des femmes, y compris des mouvements de femmes. Ces mouvements féministes visent une perspective d'émancipation dans une visée individuelle et collective et finalement politique, de changement. Leurs objets peuvent être variés, en faveur des intérêts individuels des femmes -leurs droits par exemple, et collective -dimensions normative ou de transformation de la société, comme le rejet du patriarcat et des normes genrées. La visée est clairement égalitaire, opposée aux inégalités, discriminations et violences, et appréhendant ces phénomènes comme sociaux et construits.

2.2 L'opposition des mouvements antiféministes ou masculinistes

Des mouvements antiféministes ou masculinistes s'opposent aux mouvements féministes. L'antiféminisme, ou *backlash*, se définit comme une attaque du féminisme portant sur « une objectivisation des femmes en fonction des fantasmes masculins, une remise en cause des gains féministes des décennies précédentes au nom du dualisme sexuel, de la complémentarité et de la hiérarchie des sexes » explique Faludi (Trat et al., 2006).

Cet antiféminisme peut s'opposer au « féminisme d'Etat » - désignant « l'intégration de féministes et d'enjeux féministes dans l'appareil étatique (...) dans les institutions étatiques, y compris les politiques publiques et sociales » (Dupuis-Déri, 2013) L'auteur parle alors d'« antiféminisme d'Etat », désignant un « contre mouvement (...) une résistance explicite (quoique l'antiféminisme puisse prétendre à des fins rhétoriques qu'il n'est pas antiféministe, et même qu'il est féministe) et organisée au féminisme, dans le but de s'opposer aux revendications, aux actions et aux acquis, voire à l'existence du mouvement féministe ». Il peut prendre différentes formes : « antiféminisme religieux (avant tout chrétien (...) et surtout « anti-choix »), nationaliste, mais aussi « proféminisme », l'antiféminisme libéral [« qui propose une conception individualiste et prétend que l'égalité entre les sexes est atteinte, et que les femmes comme les hommes jouissent de la même liberté face aux mêmes opportunités »]] et le masculinisme ».

La position masculiniste prétend ainsi que « le féminisme est « allé trop loin » et que les hommes -et surtout les pères séparés ou divorcés- souffrent aujourd'hui en raison de la domination des femmes en général et des féministes en particulier ». Le masculinisme

est aussi désigné comme « un état d'esprit à l'égard des hommes et des femmes, qui tend à affirmer que les premiers sont victimes des « excès » des secondes. (...) Le remède, entend-on encore murmurer, ce serait que les femmes soient rappelées à l'ordre (...) cette idéologie, en fait très ancienne (...) a pris, au cours des dernières décennies, la forme d'une mouvance d'une radicalité extrême dont l'objectif non avoué, mais évident, est d'entraver la liberté des femmes que les acteurs de cette mouvance ne considèrent pas comme leurs égales » (Palma, 2010).

Fait intéressant, alors que les masculinistes s'opposent aux féministes, certains « ne rechignent pourtant pas à se servir de travaux féministes pour étayer leur démonstration » dans le but de relativiser les violences faites aux femmes (Bourge, 2013). En détournant des concepts, comme le sexisme, s'envisageant au pluriel chez les masculinistes, il s'agit alors de « laisse[r] entendre que le sexisme ne serait pas un système de discrimination lié au genre (entendu comme relation de pouvoir), mais une simple manifestation de violences physiques et psychologiques dans les couples en général ». Les leviers d'influence des masculinistes reposent sur « quelques groupes de pression et des sites internet » mais aussi « le soutien de personnalités publiques » nous dit Bourge.

Ces mouvements antiféministes et masculinistes cherchent à avoir une influence, au niveau politique et peuvent se matérialiser différemment : « sous forme de déclarations publiques, de *lobbying*, d'attaques juridiques, de vigiles, de manifestations, de perturbation d'événements féministes, etc. » (Dupuis-Déri, 2013). L'auteur y voit aussi son infusion, par l'antiféminisme d'Etat, à travers des « gouvernements ou partis antiféministes », notamment les gouvernements de « droite conservateurs et néolibéraux [qui] nuisent aux intérêts des femmes et bataillent pour réduire l'influence des féministes », des « fonctionnaires antiféministes » mais aussi à travers les institutions. Pour ces dernières, il évoque des « responsables de la condition masculine nommés », se positionnant sur des approches différentes et signifiantes entre les « intérêts des femmes » *versus* « l'égalité », ouvrant la voie « pour que des groupes d'hommes viennent se présenter comme partenaires dans la recherche de l'égalité et, conséquemment, comme admissibles à l'octroi de ressources jusqu'alors dédiées aux femmes ». Enfin, il évoque, à l'instar de Bourge, le « *lobbying* » de ces contre-mouvements auprès des organisations politiques.

2.3 Le genre : concept central approprié par les féministes et le milieu de la recherche

Si certains détournent et éludent le concept de genre à l'instar des masculinistes, ce concept est un élément central dans les mobilisations féministes, mais aussi dans la recherche sur les violences faites aux femmes. Il n'est *presque* pas surprenant que les opposants au féminisme s'attellent à ce nerf (de la guerre). Ils tentent de le « discréditer » de « rendre l'existence de leur combat [masculiniste] légitime » auprès « des pouvoirs publics et des médias en matière de lutte contre les violences faites aux femmes » (Bourge, 2013).

Or le genre est un concept central dans les mobilisations féministes et dans la recherche féministe qui va s'attaquer notamment aux violences faites aux femmes. Fassin (2008) retrace avec précision l'introduction du genre, -son appropriation et sa continuation- dans les champs des mobilisations féministes et des recherches féministes, qui deviendront les recherches sur le genre. Fassin explique ainsi que le « genre n'est pas seulement un savoir, c'est aussi, inséparablement, un pouvoir. (...) Le féminisme va entreprendre non seulement de poursuivre la logique de dénaturalisation engagée depuis John Money et Robert Stoller autour de la catégorie de genre, mais de renverser leur perspective, pour substituer à l'entreprise de normalisation une opération critique ». Si le concept de genre connaît une introduction asymétrique dans le champ des recherches féministes entre la France et les Etats-Unis, les liens entre mobilisations féministes et recherches féministes n'y sont pas étrangers : « la plupart des chercheuses françaises envisagent-elles le terme *gender* avec prudence, voire avec méfiance, pour lui préférer, justement, les « rapports sociaux de sexe » : elles craignent en effet que le genre n'occulte les femmes, ou plus précisément les rapports de domination qui constituent la différence des sexes. La réticence est donc d'abord d'ordre politique. C'est aussi qu'elles sont plus proches que leurs consœurs américaines de leurs origines militantes, car plus éloignées de la constitution d'un champ autonome qui en redéfinit les termes outre-Atlantique. »

Simonetti (2016, p. 682) résume succinctement cette influence des mobilisations sociales sur la recherche puis sur les politiques : « les années 1970 demeurent décisives pour le développement du champ de recherche sur le genre et la violence. Sous l'impulsion du mouvement des femmes, les féministes abordent la violence contre les femmes selon une veine protestataire et produisent une littérature qui alterne récits de souffrance et de rage, et des travaux se situant au carrefour de l'action militante, de l'observation empirique et de l'analyse critique des rapports de domination entre les sexes ».

Bereni et al. (2012, p. 7) sur les années 1970 l'expriment de manière similaire : « la riche tradition intellectuelle qui s'est développée depuis les années 1970 à proximité ou dans le sillage des mouvements féministes ». « L'approche consistant à contester le déterminisme biologique et à analyser les rapports de pouvoir entre les sexes a connu son essor dans le prolongement des mouvements féministes dits de la deuxième vague, qui ont émergé à partir des années 1970 dans la plupart des pays occidentaux. Après une période « militante », marquée par leur imbrication dans l'agenda des mouvements féministes, ces études sont entrées dans une phase d'institutionnalisation » (Bereni et al., 2012, p. 10). D'ailleurs, l'empreinte militante, pour traiter du genre, se maintient : « les perspectives les plus militantes constituent selon nous un apport fondamental à la réflexion sur le genre, et le concept de genre tel que nous l'entendons vise à rendre compte de dimensions aussi bien matérielles que symboliques » (Bereni et al., 2012, p. 14).

Les années 1970 marquent ainsi un tournant, où les mobilisations sociales dites de la seconde vague imposent un discours pointant le « politique » des affaires jugées relevant du « privé », à l'instar de la sexualité, de la contraception, et « gagnent » des combats par des reconnaissances législatives. Elles sont précédées des féministes dites de la première

vague, de la seconde moitié du XIXe siècle, lesquelles plaidaient pour le droit de vote ensuite acquis. Cette contestation de la première vague a été conduite « d'abord, d'une manière discrète, à travers des mobilisations féminines variées dans la « société civile », puis plus frontalement par des mobilisations féministes centrées autour de la revendication au droit de suffrage » (Bereni et al., 2012, p. 214). Après ces deux premières vagues ont suivi des féministes dites de la troisième vague (1990-), empreintes de la précédente (Lamoureux, 2011), voire d'une quatrième vague encore en question, liée notamment à la mobilisation en ligne (Bertrand, 2018).

L'émergence d'antiféminisme, que Fassin (2008) situe dans les années 1990, apparaît alors que fleurissent les revendications féministes et des avancées sociétales en ce sens. Le genre apparaît à la suite d'oppositions antiféministes, dans un contexte déjà politisé sur ces questions : « Ce qui change à la fin des années 1990, ce n'est donc pas la politisation, déjà inscrite dans le paysage français au début de la décennie ; c'est la légitimité de cette politisation ». Introduit dans le monde universitaire, médiatique et politique, le genre peut aussi perdre sa dimension critique initiale, celles des mobilisations féministes et de la recherche universitaire, en devenant un outil « normatif », alors que les « politiques de l'Etat s'approprient le concept que le féminisme avait détourné, pour transformer le regard critique en projet normatif ».

Le genre, emprunté aux études psycho-médicales, est ainsi approprié par les mobilisations féministes et les recherches féministes. Les liens entre ces deux champs sont forts : tant aux Etats-Unis qu'en France, à la différence que dans cette dernière, les liens y sont pudiques. L'exemple donné par Rebreyend (2013) est ainsi éclairant. Elle illustre cette distance asymétrique des deux côtés de l'Atlantique avec la préface de l'ouvrage d'Anne Fausto-Sterling *Sexing the body*. Pour son édition états-unienne (2000), Rebreyend pointe que Fausto-Sterling « rappelle combien des éléments personnels et politiques peuvent imprégner les points de vue scientifiques. Elle ne cache pas son parcours féministe militant et n'hésite pas à donner des données sur sa vie privée (...) « d'hétérosexuelle déclarée » (...) « d'homosexuelle déclarée » avant de se trouver en « situation de transition » ». Dans l'édition traduite en France du même ouvrage (en 2012) Rebreyend analyse que la chercheuse et féministe américaine, en préface, « insiste sur sa formation scientifique ».

Pourtant, l'introduction du genre dans la recherche féministe, devenue recherche sur le genre, constitue un « tournant majeur en science politique et en sciences sociales en général (...) l'opposition entre des recherches sur les femmes et des recherches féministes qui structurait ce champ d'études a été remplacée par une typologie qui distingue les recherches axées sur les femmes et utilisent comme concept central le sexe, et celles qui mobilisent le concept de genre » (Jenson & Lépinard, 2009). Après 30 ans de variations du genre en France en sciences humaines (Fassin, 2008), Bertini (2009b) pointe « l'urgence d'un *gender turn* » en SIC et Coulomb-Gully (2009), dessinant le panorama de l'introduction du genre dans notre discipline, situe ce *gender turn*, au début des années 2000. Les deux auteures pointent l'intérêt d'une poursuite des études en SIC et Genre.

Alors que le genre infuse et s'envisage dans des disciplines en sciences humaines, mais aussi en biologie (reprenons l'exemple de Fausto-Sterling (2012)) ou neurobiologie (par exemple, (Vidal, 2013)) à travers le prisme critique, ce sont des questions épistémologiques qui se posent, dans notre discipline mais aussi aux sciences naturelles (Bertini, 2009b; Coulomb-Gully, 2010; Vidal, 2013), en philosophie (Dorlin, 2008), dans des disciplines variées (Couchot-Schiex et al., 2018).

Nous avons tenté d'illustrer, par un croquis, l'influence du féminisme, ou plutôt les liens forts entre mobilisations féministes et recherches, à travers le concept de genre. Bien que ce panorama soit imparfait -mais par ailleurs ne constitue par le cœur de ce que nous souhaitons développer ici- nous nous intéressons maintenant, en ayant mieux défini ce que signifie mobilisations féministes, ses contre-mouvements et l'importance du genre, aux influences de ces mobilisations féministes sur la/les politiques.

2.4 Influence des mobilisations féministes et question au militantisme

La recherche en science politique, vraisemblablement plus développée qu'en SIC, offre pléthore de prismes pour envisager les mobilisations féministes et leur influence. Certains de ces travaux abordent la question du militantisme des mobilisations féministes.

Précisons de prime abord que cette revue de la littérature vise à pointer, à travers les recherches conduites par leur auteur·e·s, l'importance des mobilisations sociales, infusant et influençant la politique et les politiques publiques (Boussaguet & Jacquot, 2009; Leca, 2012), c'est-à-dire qu'elles se situent « entre la sociologie politique et l'analyse des politiques publiques », et la recherche.

Il s'agit par exemple des degrés de militantisme des organisations féministes, liés aux conditions de leur création, à leur évolution entre les années 1970 et 2000 et la question de la salarisation et de la professionnalisation, ayant aussi un impact interne et sur les valeurs défendues (Flahault & Loiseau, 2008).

Il peut s'agir aussi, au-delà de la professionnalisation, de la question de l'autonomie économique des organisations féministes, d'une appropriation de la cause par les institutions, un « processus s'assimilant à un encastrement administratif, établissant une coupure avec le militantisme (...) une remise en cause de la grille de lecture dénonçant le patriarcat et la domination masculine comme cause de ces phénomènes » (Herman, 2011)

La recherche s'intéresse aussi au transfert d'une cause premièrement défendue par des mobilisations féministes : l'exemple de Boussaguet (2009) est celui des violences sexuelles sur les enfants, mais reprises ensuite par d'autres acteurs (association de protection de l'enfance cite notamment l'auteure). C'est au prisme de plusieurs facteurs, notamment les nouvelles connaissances sur le problème et la période de *backlash* des années 1990, que la problématisation féministe du phénomène, qui permettra pourtant

son inscription sur l'agenda politique et médiatique, va ensuite être contestée, puis les féministes marginalisées.

Un des éléments centraux du processus de politisation du genre et des questions relatives aux femmes, à l'égalité et aux violences est aussi lié au *gender mainstreaming*. Si l'influence des féministes s'y est jouée, les positions féministes ont été de le soutenir, puis de le rejeter (Jacquot, 2009). Un basculement qui « va voir les actrices féministes qui composent la communauté de politique publique européenne de l'égalité entre les femmes et les hommes prôner, puis rejeter ce mode de traitement public des inégalités [le *gender mainstreaming*] » Poursuivant, : « ce processus de passage du soutien au rejet est intimement lié à la question de savoir comment une politique qui, pendant au moins deux décennies, a été une politique faite par des femmes et pour des femmes a finalement échappé aux militantes féministes qui l'ont développée et est devenue une politique comme les autres, parmi d'autres. »

2.5 Influence des féministes sur les politiques publiques sur trois décennies

Dans nos lectures, Jaspard (2011, p. 8) évoque également que « dans le cadre de l'Europe, les textes et conventions se réfèrent clairement à l'approche féministe », illustrée par l'article 13 de la 3^e Conférence ministérielle européenne sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

Elle retrace également sur trois décennies (1970-1990), les trois axes de lutte contre les violences (viol, harcèlement sexuel et violence conjugale) dénoncés par les militantes féministes, bien que les mouvements ne soient pas homogènes, et débouchant sur des avancées dans la loi à la fin de ces décennies (Jaspard, 2011, p. 10). Par exemple « le prologue historique et chaotique du mouvement des femmes s'apaise dans l'institutionnalisation des revendications pour les droits des femmes (...) L'impact du féminisme sur la dénonciation des violences envers les femmes emprunte, désormais, la voie des textes scientifiques. (...) A la différence de l'Amérique du Nord, aucune littérature scientifique sur la criminalité sexuelle ne s'est développée en France. Les premiers travaux scientifiques sur les violences ne paraîtront qu'à partir de 1990. (...) En fait, la lutte contre les violences au travail ou les violences conjugales a été menée par une poignée de militantes, tandis que le monde de la recherche ne s'inquiétait guère de cette réalité sociale » (Jaspard, 2011, p. 14). Elle dira aussi sur la loi du harcèlement sexuel en 1992 qu'elle est adoptée « avec l'appui du secrétariat d'Etat aux Droits des femmes et des syndicats, mais surtout grâce à la pugnacité des militantes de l'AVDT » (Association européenne contre les violences faites aux femmes au travail) (Jaspard, 2011, p. 15).

2.6 Influences mesurées des mobilisations féministes sur l'élaboration des politiques publiques

La question de l'impact, mesurable, des mobilisations sociales sur l'élaboration des politiques publiques est rendue possible en construisant des outils d'évaluation. Mazur

(2009) réalise ce travail de mesure d'influence des mobilisations féministes, en prenant les cas édités d'une même revue (dans le même numéro que la parution de cet article). Dans une perspective comparative, l'auteure pose plusieurs questions : « quel est le rôle des acteurs et actrices féministes ? Jusqu'à quel point leurs demandes sont-elles transposées dans les décisions politiques ? Comment expliquer le fait que certains acteurs et actrices féministes aient plus de succès dans la prise en compte de leurs demandes dans le débat public et dans les politiques par rapport à d'autres types d'acteurs ? En d'autres termes, quels sont les dynamiques et les déterminants de l'influence féministe dans l'élaboration des politiques publiques ? »

Ainsi, dans cette évaluation, le succès féministe est évalué comme faible pour la mobilisation contre les abus sexuels sur mineurs (que nous avons mentionné plus haut, point 2.4, page 53), et modéré pour la Parité en France ou l'intégration de la considération de genre dans l'UE.

Sur l'analyse globale, incluant 8 cas dans plusieurs pays, l'auteure donne, en réponse à ses hypothèses, des « ingrédients du succès des politiques féministes ». Ces ingrédients, sous forme de variables, recourent : « le secteur comme variable importante », où celui des abus sexuels sur mineur illustre l'influence faible ; autre variable significative, « la force des mouvements des femmes », *i.e.* « une mesure associant le militantisme et l'institutionnalisation » : plus ils sont forts (en ce sens) et plus ils sont « liés à des niveaux de succès féministes plus élevés » ; autre variable significative, le « féminisme d'Etat, partenariats stratégiques et « coalitions de cause » féministes », précisément sur « l'importance des alliances stratégiques entre « fémocrates » et actrices féministes non gouvernementales. Les organes publics dédiés à la promotion des droits des femmes sur ces questions au sein du parlement et de l'exécutif ont tous collaboré directement avec les actrices des mouvements de femmes dans tous les cas d'influence politique féministe modérée, à l'exception du cas suisse » ; autre variable, celle des « influences au-delà du niveau national », puisque « dans les quatre cas à faible succès, aucun réseau transnational d'*advocacy* n'a semblé être impliqué dans l'élaboration des politiques nationales. »

2.7 Inversement, l'influence du projet puis de la loi sur les mobilisations féministes

Si la question de l'influence des mobilisations sur la politique et sur les politiques publiques se pose, la question, presque inverse, est aussi intéressante : celle de l'influence d'une mise à l'agenda politique puis de la loi, sur les mobilisations ayant défendu cette cause.

Cette question, qui prend le contre-pied des études classiques, est étudiée autour de la mobilisation et de la loi sur la parité. Bereni (2009) décrit ainsi sa démarche : « au lieu d'étudier l'influence des mobilisations sur la première inscription de la parité à l'agenda des autorités publiques, il explore l'impact de la mise à l'agenda de la parité sur les luttes

paritaires, ainsi que, en retour, les effets de ces dernières -ainsi reconfigurées- sur le processus de mise en loi. »

En résumé, elle conclut que la mise à l'agenda n'a pas essoufflé le mouvement, mais qu'il a rebondi et s'est transformé pour poursuivre l'objet défendu de la parité : « l'inscription de la parité sur l'agenda d'action du gouvernement, loin de provoquer un déclin des mobilisations paritaires, se traduit par un renforcement de celles-ci à travers une profonde transformation de leur morphologie. Le concept d'espace de la cause des femmes⁵⁸ permet de saisir les conditions de possibilité de ces reconfigurations sous l'effet de la mise à l'agenda : il constitue en effet l'espace préalable des mobilisations paritaires, au sens où la quasi-totalité de celles-ci en émane. Ainsi, les transformations des luttes pour la parité n'émergent pas de nulle part, mais résultent de l'activation de propriétés structurelles de l'espace de la cause des femmes – les liens objectifs existant entre ses différents « pôles » (associatif, partisan, institutionnel, académique) ».

Elle présente trois points qui ont ravivé l'intérêt sur la parité inscrite dans l'agenda politique : « accroître l'attractivité de la parité dans l'espace de la cause des femmes (...) ; transformer ce qui s'apparentait jusque-là à une nébuleuse de mobilisations dispensées en une coalition paritaire (...) [et enfin] le processus de mise en loi de la parité a pour effet de renforcer progressivement la centralité des actrices issues des pôles partisan et institutionnel de l'espace de la cause des femmes (...) au sein de la coalition paritaire ».

Cette idée de rebondissement et de transformation s'illustre aussi, plusieurs décennies plus tôt, alors que la loi pour l'avortement est adoptée. Herman (2011) rapporte ainsi ce témoignage issu d'un entretien avec Geneviève Floche du Mouvement pour la liberté de l'avortement et de la contraception (MLAC) : « Et alors après le MLAC après la loi Veil [1975], on s'est senties : bah qu'est-ce qu'on fait ? y'a une loi, bon alors maintenant on peut plus militer, on peut plus rouspéter, on peut plus revendiquer, on peut plus rien faire, ah bah mince, qu'est-ce qu'on fait ? Alors on a ouvert, avec les médecins toujours, on a ouvert un [groupe de] réflexion autour de la médecine (...) Et là ça a duré 25 ans la Maison des femmes. Et entre-temps, y avait aussi Roseline elle avait créé avec des copines et gens aussi, elle avait fait tout un travail de réflexion sur le quartier des T. là où elle demeurait (où est maintenant l'Intermède) pour ouvrir une halte-garderie. Donc elle a ouvert sa halte-garderie, donc elle recevait des mamans, et nous on recevait aussi des mamans à la Maison des femmes, et bon c'est là qu'on s'est aperçu aussi des problèmes de violences tu vois ! »

⁵⁸ L'espace des femmes est un concept qu'elle définit plus tôt dans son développement : « L'espace de la cause des femmes se distingue de la notion classique de « mouvement des femmes », dans la mesure où il ne se réduit pas au monde des associations « féminines et féministes » autonomes, mais traverse plusieurs univers sociaux où les investissements pour la cause des femmes sont – à des degrés divers – institutionnalisés. Ainsi, les associations féminines et féministes constituent l'un des « pôles » de cet espace, aux côtés du pôle « partisan » (commissions femmes des partis politiques), du pôle « institutionnel » (instances chargées de défendre les femmes à l'intérieur de l'État, également qualifiées de « féminisme d'État ») et du pôle « académique » (fractions militantes du champ des études féministes et sur les femmes). (Bereni, 2009)

3. Les manques des campagnes de communication de l'Etat français contre les violences faites aux femmes

Nous avons brièvement mentionné la communication de l'Etat français contre les violences faites aux femmes (voir point 1.1, page 42), en constatant notamment qu'elle tient une place importante dans les plans triennaux, qu'elle s'appuie sur des données issues d'enquêtes, qu'elle se focalise principalement sur les violences conjugales et que les auteurs des violences en sont exclus. Nous présentons ici, plus en détail, ces manques et limites.

3.1 Une absence d'étude globale et d'évaluation de l'influence

A notre connaissance, aucune étude scientifique ne s'intéresse aux campagnes de l'Etat français dans son ensemble, à la fois dans la construction des messages, les messages eux-mêmes, leur réception, et l'ancrage théorique dans lesquelles création et réception s'envisagent. Aucune étude, à notre connaissance, ne s'intéresse uniquement et précisément à la réception des dispositifs construits par l'Etat français contre les violences faites aux femmes.

Pourtant, des mesures « d'impact » pourraient s'avérer judicieuses, à l'instar de celles des dispositifs législatifs et d'accompagnements des victimes, permettant de considérer à partir d'indicateurs « simples » ou de dispositifs construits plus complexes, les effets des campagnes, à différents niveaux, afin d'en juger « l'efficacité », d'ajuster les messages, leurs stratégies et les objets de la lutte. Par exemple, la variation du nombre d'appels au 3919⁵⁹ des victimes de violence, corrélée aux moments de diffusion des campagnes constituerait un indicateur simple⁶⁰. Puisque le 5^e plan triennal (2017-2019) assure que les campagnes vont « poursuivre le travail de déconstruction des stéréotypes qui constituent le terreau des violences » il pourrait donc être intéressant d'en mesurer l'état et un changement : quels sont les stéréotypes initiaux, lesquels sont visés par les campagnes, lesquels sont « déconstruits », *i.e.* modifiés et dans quel sens, avec quels leviers positifs et quelles résistances au changement ? Le rapport intermédiaire du HCE⁶¹ qui évalue le 5^e plan en cours, décrit positivement la « mesure réalisée » de l'action du gouvernement de « sensibiliser la société sur les violences faites aux femmes ». Elle ne repose que sur les quatre campagnes diffusées dès septembre 2018 ciblant les témoins de violences, sur les thématiques des violences sexistes et sexuelles dans les transports, dans

⁵⁹ Le 3919 est le numéro Violences Femmes Info, « depuis le 1^{er} janvier 2014, le numéro national de référence d'écoute téléphonique et d'orientation à destination des femmes victimes de violence » <http://www.solidaritefemmes.org/appeler-le-3919>

⁶⁰ La Fédération Nationale Solidarité Femmes, qui gère le numéro Violences Femmes Info, 3919, publie annuellement les données chiffrées issues des appels. En 2018, elle publie ainsi « Extraits de l'Analyse Globale des données issues des appels au 3919-Violences Femmes Info » Année 2017 » <http://www.solidaritefemmes.org/upload/FNSF-donn%C3%A9es-chiffre%C3%A9es-3919-2017.pdf>

⁶¹ « Evaluation intermédiaire du 5^e plan interministériel (2017-2019) et de la politique contre les violences faites aux femmes ». Haut Conseil à l'Egalité entre les femmes et les hommes, 22 novembre 2018. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_evaluation-5eme-plan-tabl-word_vf-2.pdf. Consulté le 18 mai 2019

le milieu scolaire, dans la sphère privée et dans la sphère professionnelle, pour un coût de 4 millions d'euros. L'évaluation s'arrête ici.

3.2 Analyse des campagnes de l'Etat français (2005-2013) : leurs manques et limites

Au moment où nous écrivons, une seule recherche dédiée sur la communication de l'Etat français contre les violences faites aux femmes a été conduite par Hernandez Orellana et Kunert (2014). Ces chercheuses s'intéressent aux communications relevant des trois premiers plans triennaux (2005-2012) de l'Etat français, dans une approche d'analyse sémiotique. Elles nomment les violences faites aux femmes « violences masculines envers les femmes » pour situer et visibiliser le caractère genré de ces violences. Elles pointent que leur travail peut être « vu comme une contribution au bilan de la communication publique en matière de prévention des violences faites aux femmes lors des précédents plans gouvernementaux (entre 2005 et 2013) » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 89). A travers leur analyse, elles relèvent plusieurs caractéristiques, plusieurs manques et limites, à ces communications.

3.2.1 Une focalisation sur les violences conjugales

Premièrement, les campagnes se focalisent sur les violences conjugales, et en particulier physiques, excluant majoritairement les autres types de violences. Globalement, la volonté affirmée de lutte contre toutes les violences est peu visible dans les campagnes, ces dernières se focalisant sur l'importance des violences conjugales issues de l'enquête ENVEFF.

3.2.2 L'injonction de « briser le silence » et responsabilité des femmes

Deuxièmement, les messages reposent sur une injonction faite aux femmes de « briser le silence », mais elles sont souvent privées d'agentivité, *i.e.* de pouvoir d'agir, à l'exception de quelques campagnes. Il repose sur elles la responsabilité de dénoncer les violences. Cette analyse est partagée par Franquet qui exprime, comparativement aux campagnes Espagnoles, que « la plupart des campagnes françaises [2007-2010] tentent de « lutter contre les violences » en incitant les femmes à dénoncer les agressions mais, elles n'incitent pas à « agir », contrairement aux campagnes espagnoles « Actua ! » Aussi, l'absence d'image de femmes se saisissant de l'institution judiciaire ou encore sollicitant un hébergement d'urgence, ne permet pas de communiquer sur l'*empowerment* des femmes. Or c'est (...) à la visibilité des actions à envisager pour contrer les violences, que les femmes passeront du statut de victimes à celui d'actrices, d'entrepreneuses d'actions contre les violences » (Franquet, 2013, p. 383).

3.2.3 Absence des auteurs de violences dans le cadre

Troisièmement, quant aux auteurs, ils sont très souvent absents du cadre, ce qui contribue à une essentialisation des sexes, à la fois des auteurs et des victimes. Lorsqu'ils sont évoqués, ils le sont souvent à travers les femmes victimes. Lorsqu'ils apparaissent,

ils ont, précise Franquet (2013, p. 384) « tous la même apparence : un homme caucasien, âgé d'une trentaine ou d'une quarantaine d'années ».

3.2.4 Absence des auteurs de violences dans la cible de communication

Quatrièmement, les hommes auteurs des violences sont absents de la cible de communication, ce qui questionne la capacité des messages à atteindre leur objectif de lutte. Les chercheuses posent alors une question structurante : « Dans quelle mesure ces campagnes de prévention servent-elles alors à prévenir les violences si leurs auteurs ne sont quasiment jamais la cible de la prévention ? » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 85). Une question posée près de 40 ans plus tôt, de manière plus explicite et virulente par Hanmer (1977): « le « problème des hommes » est encore à soulever sur le plan théorique, ainsi que la question de la rééducation des hommes » ; ou encore réitérée par le Haut Conseil à l'Égalité⁶² sur « l'impunité des agresseurs ».

Seul un dispositif (sur les violences conjugales) leur est destiné « Vous pensez l'aimer et pourtant vous êtes violent... », empreint d'injonction paradoxale. « On l'incite [l'auteur de violence] à parler des violences commises « avant que cela ne s'aggrave », tout en précisant que ce dont on l'incite à parler est puni par la loi et peut le conduire en prison. (...) La seconde partie du message (...) semble déjà ne plus s'adresser aux auteurs de violences mais à d'autres personnes (témoins et victimes) en situation de les dénoncer. Ainsi, le message semble porter en lui-même son propre constat d'échec, admettant la faible probabilité pour qu'un auteur de violences conjugales appelle le 3919 afin de se dénoncer » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 88).

3.2.5 Montrer l'acte, éluder le genre

Cinquièmement seul l'acte violent individuel est montré, les dimensions collectives et structurelles auxquelles il se rattache ne sont pas envisagées. La responsabilité de l'État est également occultée quant à la persistance des violences. L'objectif persuasif repose sur le changement de comportements ou d'attitudes individuels comme moteur de transformation de la société. Les rapports sociaux de sexe, le lien entre violence sexuée et les violences ne sont pas mis en avant. Pourtant, nous disent les auteures, « dans les discours des associations féministes, de lutte contre les violences, le cadrage du problème s'effectue explicitement au regard de la dissymétrie des rapports sociaux de sexe et prend en compte sa dimension structurelle » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 63). De même, pour Franquet (2013, p. 384) « le contrôle social informel est nettement plus souvent abordé en Espagne qu'en France (...) les campagnes du 3919 n'évoquent pas le cycle des violences, à savoir le processus d'emprise, qui permettrait pourtant une meilleure compréhension des résistances à dénoncer son conjoint ».

Ce prisme d'individualisation du problème, voire de « responsabilisation individuelle occulte alors l'existence de groupes à risque », nous dit Ketterer (2013), dans

⁶² « Evaluation intermédiaire du 5e plan interministériel (2017-2019) et de la politique contre les violences faites aux femmes ». Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes, 22 novembre 2018. http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hce_evaluation-5eme-plan-tabl-word_vf-2.pdf. Consulté le 18 mai 2019

le cadre des campagnes de santé publique. Même si l'auteur ne parle pas des campagnes contre les violences faites aux femmes, son analyse rejoint celles des auteures : « les déterminants sociaux des comportements cèdent le pas face à la psychologisation du social, qui réduit le comportement à la seule responsabilité individuelle ».

Brièvement, les auteures font référence à l'approche fonctionnaliste par laquelle les campagnes de l'Etat français seraient conçues : « puisqu'elles visent à changer le comportement des publics » (Hernandez Orellana & Kunert, 2014, p. 89). Elles précisent qu'il serait également difficile d'en mesurer les impacts, mais important de questionner les « représentations du social sur lesquelles elles reposent ».

3.2.6 L'invisibilité des minorités

En plus de cette analyse par Hernandez Orellana et Kunert, Quillot (2014), dans son mémoire de Master 2, ajoute à l'analyse des campagnes des premiers plans triennaux l'invisibilité des femmes victimes issues des minorités, reprenant la réflexion de Williams Crenshaw (1989), contributrice de la première heure de l'intersectionnalité.

3.3 Possibles changements des communications issues des 4^e et 5^e plans

Nous ne disposons pas d'étude sémiotique des campagnes du quatrième plan triennal ou du cinquième en cours. Nous avons par ailleurs pointé que, potentiellement, face aux intentions énoncées, les violences dénoncées pourraient être diversifiées (voir point 1.1.4, page 44).

Néanmoins, Quillot (2014) relève des changements avec les plans précédents dans le quatrième plan triennal : le volet « prévention » devient par glissement sémantique « mobiliser l'ensemble de la société ». Les campagnes (2013-2014) marquent des changements : d'échelle, de l'individu au collectif (références à la loi et à la responsabilité collective) ; moins d'injonction aux femmes victimes, qui possèdent un pouvoir d'agir ; diversification des visages de femmes victimes, plus uniquement de femmes blanches. Cependant, Quillot note la persistante focale des violences conjugales physiques et celle de l'absence des auteurs de violence.

Face à ces constats et analyses, et en particulier à l'absence des hommes en tant que cible de communication, nous nous sommes intéressée aux campagnes existantes contre les violences faites aux femmes, s'adressant aux hommes. Notre propos ici illustrera que ces dispositifs sont relativement rares et que certains freins existent à conduire ce genre de campagnes.

4. De rares dispositifs ciblant les hommes

A quand les hommes auteurs de violences sensibilisés, inquiétés ? A quand les hommes, en tant qu'hommes, sensibilisés, éduqués, impliqués dans la lutte contre les violences ? Ces questions, volontairement provocatrices, ont pourtant légitimité à être posées.

Les violences envers les femmes étant des violences masculines, c'est que « le « problème des hommes » est encore à soulever sur le plan théorique, ainsi que la question de la rééducation des hommes » notait Hanmer (1977, p. 87). « Dans quelle mesure ces campagnes de prévention [des trois premiers plans triennaux de l'Etat français] servent-elles alors à prévenir les violences si leurs auteurs ne sont quasiment jamais la cible de la prévention ? » écrivent les chercheuses Hernandez Orellana et Kunert (2014, p. 85), 37 ans après Hanmer.

Nous nous intéressons, dans cette partie, à restituer que de tels dispositifs ciblant les hommes existent, mais qu'ils sont rares, et qu'ils vont tenter de sensibiliser les hommes, plutôt que les auteurs de violences. Nous pointons ensuite qu'il existe des freins dans le sens cette démarche, mais aussi des intérêts à les inclure. Nous notons également que les études d'impact de tels dispositifs restent difficiles. Enfin, nous évoquons en quoi la recherche permet de mieux cerner le phénomène des violences masculines mais aussi, que l'engagement des hommes, étudié, existe, et peut être qualifié d'engagement improbable.

4.1 A quand les hommes sensibilisés ? Les rares campagnes les ciblant

4.1.1 Deux grandes campagnes et modèles positifs des hommes

Des campagnes visant les hommes dans la lutte contre les violences faites aux femmes existent, nous retiendrons deux exemples d'ampleur internationale et symbolique. Leur objet n'est pas d'inquiéter ou d'incriminer les hommes ni les hommes violents, mais plutôt de prôner un engagement *pour*, en faveur des femmes, et *pour* des masculinités positives. La lutte, à travers ces campagnes, s'inscrit ainsi dans une visée positive, opposée à négative, de formes d'engagement plutôt que de rejet.

4.1.1.1 Campagne *HeForShe*

Lancée en 2014, la campagne *HeForShe*, de l'ONU Femmes dont l'ambassadrice est alors Emma Watson⁶³, se présente comme « une invitation adressée aux hommes et à toutes les personnes, quelle que soit leur identité de genre, à se déclarer solidaires des femmes afin de créer une force vive, visible et unie en faveur de l'égalité des sexes. Les hommes du mouvement *HeForShe* ne restent pas en marge⁶⁴ ». En 2018 est publié un rapport valorisant les initiatives conduites à travers le mouvement *HeForShe*, de l'égalité du genre, *The HeForShe movement and its Champions*⁶⁵. Cette démarche illustre la perspective de mise en avant des avancées positives, plutôt que les constats négatifs des violences qui perdurent. Elle fait écho à l'*Initiative 10x10x10* de *HeForShe*, qui visait, dès

⁶³ « Meet the women behind Emma Watson's viral feminism campaign », by Caroline Fairchild, Fortune journal, december 18, 2014. <http://fortune.com/2014/12/18/emma-watson-feminism/>

⁶⁴ Le mouvement HeForShe <https://www.heforshe.org/fr/movement>

⁶⁵ *Emerging Solutions for Gender Equality*, 2018, UN Women, <https://www.heforshe.org/sites/default/files/2018-10/HeForShe%20Emerging%20Solutions%20Report%202018%20-%20Full%20Report.pdf>

2015 à « engager 10 gouvernements, 10 entreprises et 10 universités en tant que puissants leviers pour l'égalité des sexes.⁶⁶ ».

Cette campagne ne s'adresse donc pas aux hommes violents, en tant que tels, mais aux hommes en tant qu'hommes, dans une perspective de modèles positifs : des hommes qui marquent leur soutien (nous préférons *marquer* que *s'engager*) aux causes défendues en faveur des intérêts des femmes. Il semble moins question de pointer les violences, que d'exposer et d'extraire de ces campagnes qui se déclineront internationalement, des solutions et initiatives positives.

L'initiative d'inclure les hommes dans cette lutte est par ailleurs initiée plus tôt, en 2008, par Ban Ki-moon, alors Secrétaire Général des Nations Unies, dans l'annonce de la campagne « Tous Unis pour mettre fin à la violence à l'égard des femmes » lancée par le Fond de Développement des Nations Unies pour la femme (UNIFEM). « Il nous incombe à tous, hommes et femmes, (...) de contribuer à mettre un terme à la violence contre les femmes⁶⁷ » déclare-t-il. Cette campagne vise à « stimuler, recenser et présenter les nombreuses actions entreprises pour éliminer les violences faites aux femmes⁶⁸ ». Cette prise de position est pour Minerson, alors directeur général de la Campagne *White Ribbon*, « la reconnaissance du devoir des hommes dans la prévention, ainsi que leur rôle comme agents de changement.⁶⁹ ». C'est également sous le mandat de Ban Ki-moon qu'est créé ONU-Femmes, institution qui regroupe les activités des Nations-Unies relative à ce domaine⁷⁰, en 2010⁷¹.

Enfin, précédant cette campagne « tous unis », la *Déclaration* et le *Programme* de la *Quatrième Conférence mondiale sur les femmes de Beijing de 1995* constitue le texte de référence et initiateur de cette inclusion des hommes. La *Déclaration* de 1995 affirme : « Nous sommes résolus à [article 25] encourager les hommes à participer pleinement à toute action favorisant l'égalité⁷² » Cette position est maintenue, 20 ans après :

⁶⁶ Science Po Paris et Schneider Electric rejoignent Impact 10x10x10

<http://www.onufemmes.fr/sciences-po-paris-et-schneider-electric-rejoignent-impact-10x10x10/>

⁶⁷ Citation de Ban Ki-moon issue la présentation pour la Journée internationale de la femme, 8 mars 2009, sur le site des Nations Unies : <https://www.un.org/fr/events/womensday/2009/>

⁶⁸ « L'ONU appelle à l'action pour éliminer la violence contre les femmes » sur le site de des Nations Unies, 23 novembre 2010. <https://news.un.org/fr/story/2010/11/202222-lonu-appelle-laction-pour-eliminer-la-violence-contre-les-femmes>

⁶⁹ Minerson, Todd, Humberto Carolo, Tuval Dinner, et Clay Jones. « Dossier d'information - Mobiliser les hommes et les garçons pour réduire et prévenir la violence sexiste ». Condition féminine Canada, 2011. http://whiteribbon.ca/wp-content/uploads/2012/12/crb_cfc_dossier.pdf. Consulté le 18 mai 2016

⁷⁰ Anciens Secrétaires généraux de l'ONU, Ban Ki-moon, sur le site des Nations Unies : <https://www.un.org/sg/fr/formersg/ban.shtml>

⁷¹ Son rôle est « d'apporter un appui aux organes intergouvernementaux dans l'élaboration de politiques, règles et normes mondiales (...) et d'assurer la coordination et le suivi au niveau du système des Nations Unies de ses propres engagements en faveur de l'égalité des sexes ». Les Comités Nationaux de l'ONU Femmes existent dans 15 pays dont la France. ONU Femmes : <https://www.onufemmes.fr/qui-sommes-nous/ONU-femmes/>

⁷² Déclaration de Beijing,

http://www.onufemmes.fr/wp-content/uploads/2017/01/BPA_F_Final_WEB.pdf

« encourager les hommes à apporter davantage de contributions en tant que défenseurs de l'égalité des sexes⁷³ ».

Ainsi, le fil de l'objectif d'inclure les hommes dans la lutte contre les violences faites aux femmes est tissé depuis la toile politique internationale, en passant par des organisations et des initiatives locales.

4.1.1.2 White Ribbon Campaign

La seconde campagne significative et symbolique que nous avons retenue est celle de la *White Ribbon Campaign*, ou Ruban Blanc, initiée au Canada en 1991 à la suite du massacre de l'École Polytechnique de Montréal, puis internationalisée. « Le ruban blanc représente le serment d'un homme, qui a juré de ne jamais commettre ou tolérer d'acte de violence à l'endroit des femmes et de ne jamais passer sous silence la violence faite aux femmes. La Campagne du ruban blanc est maintenant active dans plus de 60 pays, avec la collaboration des Nations Unies, des gouvernements et de la société civile aux quatre coins du monde.⁷⁴ » Leur mission : « We challenge and support men and boys to realize their potential to be part of the solution in ending all forms of gender-based violence.⁷⁵ »

L'une des dernières campagnes est #20minute4change, incitant les pères à engager une discussion avec leurs fils sur le consentement⁷⁶. L'un des fondateurs de *White Ribbon* est Michael Kaufman⁷⁷. Docteur en science politique, il a travaillé avec les Nations Unies et est membre du Conseil Consultatif sur l'égalité des sexes du G7 (2018). Il est aussi auteur et engagé dans la promotion de l'égalité et de l'engagement des hommes dans la lutte. Il a notamment écrit un texte traduit dans de nombreuses langues, *Les 7 « P » de la violence masculine*⁷⁸ : Patriarcat, Privilège, Permission, Paradoxe du pouvoir des hommes, l'armure psychique (mentale) de la virilité, la masculinité comme cocotte-minute psychique, les expériences du passé. Il vise à demander « pourquoi les hommes utilisent la violence envers les femmes ? » et en expose les « raisons paradoxales ». Ces réflexions sont, nous présente-t-il, aussi « pertinentes pour l'usage de la violence des hommes et des garçons envers les autres hommes⁷⁹ ».

A travers ces deux campagnes significatives, la construction de la position des hommes dans la lutte contre les violences faites aux femmes est celle de modèle d'hommes en tant qu'hommes positifs, soutiens ou acteurs en faveur des causes défendues. C'est aussi une perception qui implicitement cherche, par des modèles positifs, à en faire émerger

⁷³ Introduction par Dr Phumzile Mlambo-Ngcuka, Secrétaire générale adjointe, Directrice Exécutive, ONU Femmes, http://www.onufemmes.fr/wp-content/uploads/2017/01/BPA_F_Final_WEB.pdf

⁷⁴ Minerson, Todd, Humberto Carolo, Tuval Dinner, et Clay Jones. « Dossier d'information - Mobiliser les hommes et les garçons pour réduire et prévenir la violence sexiste ». Condition féminine Canada, 2011. http://whiteribbon.ca/wp-content/uploads/2012/12/crb_cfc_dossier.pdf. Consulté le 18 mai 2016

⁷⁵ Site internet White Ribbon Campaign <https://www.whiteribbon.ca/about.html>

⁷⁶ Campagne #20minutes4change : <https://www.whiteribbon.ca/campaigns.html>

⁷⁷ « Born out of tragedy, white ribbon campaign seeks transformation », journal The Toronto Observer, by Seljan Gryphon on Decembre 7th, 2008

⁷⁸ « Les 7 « P » de la domination masculine » court-article de Michael Kaufman, 1999 <http://ecbiz194.inmotionhosting.com/~micha383/wp-content/uploads/2009/01/kaufman-les-sept-c2ab-p-c2bb-de-la-violence-masculine-french.pdf>

⁷⁹ Sur le site de Michael Kaufman : <http://michaelkaufman.com/articles-2/>

d'autres. L'idée sous-jacente s'apparente aussi à une stratégie de *containment* : de progressivement marginaliser et isoler ceux dont les comportements masculins violents deviennent intolérables et exclus par les pairs.

4.1.2 Freins et questions posés à l'intégration des hommes à la lutte contre les violences faites aux femmes

Plusieurs freins sont notables dans la lutte contre les violences faites aux femmes, aux hommes. Ces oppositions relèvent, selon nous, d'une préoccupation autour des intérêts des femmes à défendre et du combat en leur faveur. Certains éléments ne constituent pas des freins mais des réflexions, des questions posées sur la manière de construire ces campagnes. Elles font échos aux intérêts posés ensuite de sensibiliser les hommes et des éléments d'étude sur les *men et masculinity studies*.

4.1.2.1 Freins financiers

Concernant les freins à communiquer aux hommes, le premier est celui de la question financière. Financer des programmes et des campagnes contre les violences faites aux femmes ciblant exclusivement les hommes viendrait se soustraire aux financements globaux de la lutte et donc à ceux accordés aux femmes. Or, la question de l'argent est un problème central : sans moyen, pas de dispositifs communicationnels ou autres. Plus généralement, le manque d'argent pour la lutte contre l'égalité est décrié. En France, le rapport initié par la Fondation des Femmes en 2016, *Où est l'argent pour les droits des femmes ? Une sonnette d'alarme*, pointe le « sous-financement (...) pour l'égalité entre les femmes et les hommes (...) insuffisant pour la mise en pratique de ces politiques par les acteur·trice·s de l'égalité⁸⁰ ».

4.1.2.2 Question du niveau individuel et collectif de la cible

Ensuite, nous nous posons une question quant au niveau de la cible, individuelle ou collective. S'adresser aux hommes, en tant qu'individus, à l'instar des campagnes étatiques de santé publique, pose le même problème d'individualisation du phénomène, voire de psychologisation. Ce type de communication contreviendrait à la construction féministe du problème -les violences faites aux femmes s'envisagent collectivement et elles ne résultent pas d'actes isolés. Au-delà de ces deux risques, celui aussi de l'essentialisation peut apparaître. Ces éléments reprennent les éléments que nous avons développés à travers la définition des violences faites aux femmes.

En ce sens, parallèlement à la communication, la recherche envisage aussi ces risques. Ainsi, dans les études qui vont s'intéresser aux hommes violents, des précautions sont prises. Par exemple, De Neuter, qui s'intéresse aux violences masculines et aux racines de

⁸⁰ Comité ONU Femmes Franc, Fondation des Femmes, Fonds pour les Femmes en Méditerranée, Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes, et W4. « Où est l'argent pour les Droits des femmes ? », septembre 2016.

http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/rapport_argent_et_ddf_2016_09_13_vf-2.pdf
Consulté le 18 mai 2018

celles-ci dans le couple, prend la précaution de « préciser que tenter de comprendre les mécanismes psychiques à l'œuvre dans les violences conjugales masculines n'implique pas que nous cherchions à minimiser la responsabilité des auteurs. Notre projet est d'élaborer une compréhension des causes en vue d'améliorer les traitements offerts par les cliniciens à ces hommes violents et à ces femmes qui souffrent et endurent cette violence masculine » (Neuter, 2013).

4.1.2.3 Frein et question du niveau individuel et collectif des violences

Le troisième frein ou problème posé qui nous semble pertinent de relever, est celui de l'objet de la lutte dans une communication ciblant les hommes. L'objet est-il celui de la violence au niveau de l'individu -e.g. un viol- ou au niveau collectif -e.g. la culture du viol ? Ce choix est signifiant et l'angle d'attaque est différent : s'adresser aux hommes / aux auteurs de violences ; définir ce qu'est un viol / ce qui participe à la culture du viol. La capacité à englober les comportements se pose également : actes violents qualifiant un viol, comportements et discours participant à la culture du viol.

4.1.2.4 Question sur l'angle du bénéficiaire

L'objet de lutte pose aussi la question suivante : à qui bénéficie le changement de comportements visé par les messages ? La communication s'intéresse-t-elle à changer les attitudes et les comportements masculins, c'est-à-dire la construction du genre et le construit masculin, pour lui-même -i.e. bien-être des hommes ? Ou s'intéresse-t-elle à sortir des injonctions du genre, dans les intérêts des femmes -i.e. refus et opposition à la violence, la sienne et celles des autres,- ou à agir contre les violences masculines.

4.1.2.5 Question de la place des hommes

Enfin, quatrième question, qui nous le pensons n'est pas la moins importante si nous devons hiérarchiser : la question de la prise de pouvoir dans le mouvement. Le féminisme, combat des femmes pour les femmes, pour leurs droits et contre les violences, en opposition aussi à l'invisibilisation des femmes dans l'Histoire, est un mouvement anticipateur, de prise de pouvoir et de capacité d'agir. Les féministes n'attendent pas d'être *sauvées*, slogan féministe de 1968 à l'appui : « Ne me libère pas, je m'en charge ! » repris par Clémentine Autain (2013) pour l'un de ses ouvrages. La présence des hommes pose ainsi question, à la fois en tant que cible de communication, mais aussi dans les mouvements féministes. L'appropriation de la cause, ou encore le détournement de ses objectifs peuvent constituer des freins (nous en avons discuté point 2.2, page 49). Cependant, cela ne signifie pas que les hommes n'y ont pas leur place : « Loin de moi l'idée que les hommes n'ont pas leur part à prendre dans cette affaire. (...) le féminisme est un combat politique, donc appropriable par toutes et tous, et que changer la place des femmes dans une société suppose de changer celle des hommes. L'émancipation féminine débouche sur une remise en cause de la masculinité » nous dit Autain (2013, p. 11).

Dans le milieu universitaire, où des recherches récentes s'intéressent aux violences masculines ou à l'engagement des hommes dans les mouvements féministes, des précautions sont prises. A l'instar de Neuter (2013), Jacquemart, qui présente dans son travail de thèse *Les hommes dans les mouvements féministes français* dans une perspective

socio-historique, précise en quoi cette recherche peut être conduite : les travaux ont reconnu la place centrale des femmes dans ces mouvements, les hommes y étant minoritaires. A la faveur de cette reconnaissance première, il est désormais possible de s'intéresser aux seconds, sans que cela semble vouloir invisibiliser à nouveau les femmes (Jacquemart, 2015, p. 18-19).

Enfin, pour illustrer notre argument quant au risque de récupération, au cours de nos années de recherche, un exemple flagrant d'occupation de l'espace féministe par un homme, de manière frauduleuse, s'est illustré par le plagiat. Le *Petit Guide du féminisme pour les hommes* de Jérémy Patinier a ainsi été retiré de la vente, après que Noémie Renard, auteure féministe, ait pointé les plagiats dont elle était victime⁸¹. Ce cas, ponctuel, est pourtant très symbolique : le premier conseil d'un guide féministe écrit par un homme pour les hommes ne pourrait-il pas être de ne pas soustraire aux femmes leur discours ?

4.1.3 Intérêts à inclure les hommes dans la lutte contre les violences et difficiles mesures des impacts

Nous citons, à partir des intentions exprimées de *White Ribbon* mais aussi de l'ONU, les intérêts à communiquer aux hommes. Nous concluons brièvement sur les problèmes constatés dans les mesures d'impact des dispositifs de lutte ciblant les hommes.

4.1.3.1 La question n'est plus « pourquoi », mais « comment »

Concernant les intérêts à inclure les hommes, ils sont évidemment mis en avant, par exemple, à travers l'ONU et *White Ribbon*, présentés plus haut.

Pour Minerson, directeur de la campagne de *White Ribbon*⁸², « la question fondamentale n'est plus de savoir « pourquoi » nous devrions travailler avec les hommes et les garçons, mais de déterminer « comment » procéder ». A la question des atouts et des intérêts à communiquer aux hommes et plus largement, à les impliquer, plusieurs pistes se dessinent. Ces intérêts relèvent principalement de changement de la norme, des objets cognitifs et affectifs et des comportements, dont l'objectif est l'égalité est la lutte contre les violences masculines.

Les premiers relèvent du changement des normes sociales du genre, sous-jacentes aux violences faites aux femmes⁸³. Plus qu'un changement, il s'agit de les rendre « intolérables⁸⁴ ». Cela nous évoque l'idée de marginalisation des comportements violents

⁸¹ « Un guide du féminisme pour les hommes retiré de la vente pour plagiat » par Bertrand Guyard, journal Le Figaro Culture, publié le 13/06/2018 <http://www.lefigaro.fr/livres/2018/06/13/03005-20180613ARTFIG00136-un-guide-du-feminisme-pour-les-hommes-retire-de-la-vente-pour-plagiat.php>

⁸² Minerson, Todd, Humberto Carolo, Tuval Dinner, et Clay Jones. « Dossier d'information - Mobiliser les hommes et les garçons pour réduire et prévenir la violence sexiste ». Condition féminine Canada, 2011. http://whiteribbon.ca/wp-content/uploads/2012/12/crb_cfc_dossier.pdf. Consulté le 18 mai 2016

⁸³ ONU Femmes « Pourquoi travailler avec es hommes et les garçons pour prévenir la violence à l'égard des femmes et des filles ? » <http://www.endvawnow.org/fr/articles/192-pourquoi-travailler-avec-les-hommes-et-les-garcons-pour-prevenir-la-violence-a-legard-des-femmes-et-les-filles-.html?next=193> Consulté le 28 septembre 2016.

⁸⁴ ONU Femmes. « Leçons relatives aux messages clés ». <http://www.endvawnow.org/fr/articles/1151-lecons-relatives-aux-messages-cles.html?next=1152>. Consulté le 22 avril 2016.

et attitudes sexistes tolérées parce que normalisées, à l'instar de ce que Kaufman⁸⁵ évoque : « isoler et marginaliser progressivement les hommes qui s'accrochent à leur pouvoir et à leurs privilèges ». L'idée est que les hommes s'impliquent dans le changement des normes⁸⁶, par des prises de position, au niveau des pairs, au sein de ses groupes sociaux d'appartenance (famille, amis etc.) Cette perspective, déjà comportementale, est celle où « les hommes remettent en question les croyances, les valeurs et les normes sociales qui tolèrent l'inégalité et les violences sexospécifiques, et [où] ils encouragent l'adoption d'idées alternatives sur la masculinité parmi leurs pairs et au sein de la société⁸⁷ ».

Ceci nous conduit aux deuxièmes atouts et intérêts d'inclure les hommes, ceux des objets cognitifs et des affects. Comme le changement de norme, il s'agit d'en tirer des bénéfices pour les femmes *et* les hommes. Sur le plan cognitif, il s'agit de combler un déficit de connaissances des hommes sur les violences faites aux femmes⁸⁸, permettant un changement d'attitude. L'enjeu est également de lever certaines barrières à la mobilisation des hommes⁸⁹ : celui de la responsabilité partagée des violences pour se sentir concerné ; celui de la sensibilisation, à travers les connaissances, mais aussi des affects, puisque l'expérience des violences telles qu'elles sont vécues par les femmes sont inconnues des hommes ; lever un autre obstacle lié aux privilèges, avec l'idée première de se rendre compte qu'ils en bénéficient, et d'accepter d'en perdre ; et enfin le silence des hommes face aux inégalités et violences.

L'idée d'une communication ciblée aux hommes est présentée comme « additionnelle et complémentaire⁹⁰ » à celle destinée aux femmes, avec l'idée qu'ils aient un rôle à jouer dans la lutte. Le travail est de « remettre en question la construction et la normalisation des masculinités violentes » et d'offrir des modèles, des rôles « constructifs que peuvent jouer les hommes ». L'idée que les hommes soient solidaires de la lutte pour l'égalité, qu'ils y prennent position, passe également par les lieux de pouvoir. Ainsi, puisque les lieux de pouvoir restent à forte domination masculine⁹¹, ces milieux deviennent

⁸⁵ Kaufman, Michael, 2003 « Cadre d'action pour faire participer les hommes et les garçons à l'avancement de l'égalité entre les sexes et à l'élimination de la discrimination et de la violence à l'endroit des femmes et des filles » Préparé dans le cadre d'un contrat accordé par l'UNICEF 31 mars 2003 http://cacommeceavectoi.ca/sites/default/files/cadre_daction_pour_faire_participer_les_hommes.pdf

⁸⁶ Minerson, Todd, Humberto Carolo, Tuval Dinner, et Clay Jones. « Dossier d'information - Mobiliser les hommes et les garçons pour réduire et prévenir la violence sexiste ». Condition féminine Canada, 2011. http://whiteribbon.ca/wp-content/uploads/2012/12/crb_cfc_dossier.pdf. Consulté le 18 mai 2016

⁸⁷ ONU Femmes « Pourquoi travailler avec les hommes et les garçons pour prévenir la violence à l'égard des femmes et des filles ? » <http://www.endvawnow.org/fr/articles/192-pourquoi-travailler-avec-les-hommes-et-les-garcons-pour-prevenir-la-violence-a-legard-des-femmes-et-les-filles-.html?next=193> Consulté le 28 septembre 2016.

⁸⁸ ONU Femmes « Pourquoi travailler avec les hommes et les garçons pour prévenir la violence à l'égard des femmes et des filles ? » <http://www.endvawnow.org/fr/articles/192-pourquoi-travailler-avec-les-hommes-et-les-garcons-pour-prevenir-la-violence-a-legard-des-femmes-et-les-filles-.html?next=193> Consulté le 28 septembre 2016.

⁸⁹ Minerson, Todd, et al.

⁹⁰ Minerson, Todd, et al.

⁹¹ ONU Femmes « Pourquoi travailler avec les hommes et les garçons pour prévenir la violence à l'égard des femmes et des filles ? » <http://www.endvawnow.org/fr/articles/192-pourquoi-travailler-avec-les->

également des cibles pour y infuser les objectifs d'égalité et ainsi influencer les politiques prises.

4.1.3.2 La communication primaire ne vise pas les auteurs

Sur cet ensemble, se trouve un grand absent, il s'agit des auteurs de violences. Cela s'explique par le fait que la prévention primaire (en amont) vise à « réduire le risque que les hommes et les garçons recourent à la violence et que les femmes et les filles en soient les victimes. (...) [Mais] elle fait rarement partie des stratégies déployées pour mettre fin à la violence sexiste⁹² ». Les auteurs sont appréhendés par la prévention secondaire (intervenir auprès des hommes à risque élevé de commettre des actes violents) et tertiaire, soit après les actes violents, un travail directement avec les agresseurs.

En France, au cours du 4^e plan triennal (2014-2016) des dispositifs relatifs aux actions tertiaires ont été conduits par des « stages de responsabilisation des auteurs de violences conjugales⁹³ (...) : une expérimentation menée dans 10 services pénitentiaires d'insertion et de probation et 84 dispositifs dénombrés dans 58 départements (stages, groupes de parole, entretiens individuels) ». De même, depuis 2017, des stages de sensibilisation pour les clients de la prostitution sont mis en œuvre, à la suite de la loi du 3 avril 2016 sur la pénalisation des clients.

Minerson et al. présentent également différentes stratégies mises en œuvre dans des campagnes primaires, telles que « les hommes, alliés de la promotion de l'égalité » et « l'approche axée sur la force », laquelle est évaluée positivement (*versus* négativement) selon qu'elle prône des modèles positifs (*versus* contre-modèles).

4.1.3.3 L'impact des dispositifs ciblant les hommes

Les mesures d'impact des dispositifs visant les hommes sont peu nombreuses⁹⁴. L'ONU-Femmes relève des résultats positifs sur des dispositifs précis de prévention primaires (en amont), moins sur les tertiaires, visant les auteurs de violences (« résultats (...) mitigés, (...) des effets questionnables, limités ou nuls sur la réduction ou la prévention à la récurrence »).

[hommes-et-les-garcons-pour-prevenir-la-violence-a-legard-des-femmes-et-les-filles-.html?next=193](#)

Consulté le 28 septembre 2016.

⁹² Minerson, Todd, Humberto Carolo, Tuval Dinner, et Clay Jones. « Dossier d'information - Mobiliser les hommes et les garçons pour réduire et prévenir la violence sexiste ». Condition féminine Canada, 2011. http://whiteribbon.ca/wp-content/uploads/2012/12/crb_cfc_dossier.pdf. Consulté le 18 mai 2016

⁹³ Bilan du 4^{ème} plan de prévention et de lutte contre les violences faites aux femmes, dans Ministère des Familles, de l'Enfance et des Droits des femmes. 5e plan de mobilisation et de lutte contre toutes les violences faites aux femmes 2017-2019 Dossier de presse (2017). <https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2016/11/6-Dossier-de-presse-22.11-v2-AES.pdf>. Consulté le 15 mai 2018

⁹⁴ ONU Femmes. « Que sait-on à ce jour de l'efficacité des interventions auprès des hommes et des garçons ? (éléments factuels) ». <http://www.endvawnow.org/fr/articles/193-que-sait-on-a-ce-jour-de-lefficacite-des-interventions-aupres-des-hommes-et-des-garcons-elements-factuels.html>. Consulté le 22 avril 2016.

Pour les dispositifs relevant de la prévention primaire, les résultats sont issus d'une étude de l'OMS de 2007⁹⁵, laquelle reconnaît la difficile étude transversale des dispositifs mis en place et des « méthodes d'évaluation [qui] sont souvent légères ». Parmi les résultats, les programmes « sexospécifiquement transformateurs » ont été évalués comme étant les plus efficaces. Ce sont des programmes qui « abordaient clairement les normes sexospécifiques ainsi que la construction sociale de la virilité et tentaient de le faire de façon critique, de remettre en question et/ou de transformer de telles normes par l'intermédiaire du programme ». Cette approche via les groupes de formation, fait partie des « bonnes pratiques » retenues. Cependant, elle dépasse le seul cadre de la communication persuasive.

Une étude plus récente, disposant de données relativement fiables quant à la méthodologie et évaluant l'impact de dispositifs ciblant les hommes dans la lutte pour l'égalité et contre les violences faites aux femmes, est celle de l'Institut Promundo de 2012⁹⁶. L'ensemble des quatre dispositifs étudiés (notamment sur la base de la grille d'évaluation *gender Equitable Men Scale*) en Inde, Brésil, Chili et Rwanda repose sur des ateliers éducatifs (combinés avec des campagnes communautaires), ce qui s'écarte de notre démarche de recherche à travers la communication uniquement. Les quatre dispositifs visaient à « promouvoir des réflexions essentielles/critiques sur des normes inégalitaires de genre et une connaissance plus approfondie sur le fonctionnement et la logique des lois anti-violences basées sur le genre ». A l'instar du précédent rapport (OMS) « les résultats (...) ont confirmé l'efficacité de l'éducation ciblée de groupes remettant en question les normes inégalitaires de genre et de groupe défendant le recours à la violence contre les femmes (articulée avec des campagnes communautaires et la formation des équipes) ». Des résultats en termes de changements d'attitudes et de comportements déclarés des participants sont positifs (augmentation de l'utilisation de préservatifs, diminution des violences conjugales par exemple).

Communiquer, même de manière préventive en amont, nécessite de connaître le public-cible, il s'agit de la recherche formative sur les publics-cibles que préconise l'ONU Femmes⁹⁷. Ainsi, les campagnes et mesures d'impact citées ci-dessus ont été précédées d'une enquête *-International Men and Gender Equality Survey-* en ce sens. A l'instar de

⁹⁵ Barker, Gary, Marcos Nascimento, Christine Ricardo, et al. « Inclure des hommes et des garçons dans la lutte contre les inégalités sexospécifiques en matière de santé: enseignements tirés des programmes d'intervention ». Organisation Mondiale de la Santé, 2007. <http://apps.who.int/iris/handle/10665/43801>. Consulté le 22 avril 2016

⁹⁶ Institut Promundo. « Impliquer les hommes pour prévenir la violence basée sur le genre : une étude multi-pays des interventions et d'évaluation d'impact ». Rapport pour le Fonds des Nations Unies, Washington, DC, 2012. <https://promundoglobal.org/wp-content/uploads/2015/01/Impliquer-les-hommes-pour-prevenir-la-violence-basee-sur-le-genre.pdf>. Consulté le 03 mars 2015

⁹⁷ ONU Femmes. « Recherche formative sur les publics cibles ». <http://www.endvawnow.org/fr/articles/1188-recherche-formative-sur-les-publics-cibles-.html>. Consulté le 12 mars 2015.

chaque contexte socio-historique, culturel et économique situé, une analyse du genre et des formes de violences paraît indispensable.

4.2 Les hommes, le masculin et les hommes et le féminisme

4.2.1 Les apports de la recherche sur les *Men* et *masculinity studies*

Les questions en sciences humaines posées à travers le genre sur les hommes et les masculinités sont apparues après les recherches qui se sont intéressées aux femmes. Les études féministes rendaient compte de l'androcentrisme dans la recherche et de l'invisibilité et de la marginalisation des femmes. Elles ont aussi permis « d'ouvrir la « boîte noire » que constitue ce « groupe social des hommes » jusque-là non spécifié en tant que catégorie de sexe, dominante en l'occurrence » (Le Talec, 2016).

Le Talec (2016) propose une méta analyse de l'évolution des recherches sur les hommes puis les masculinités. Les premières recherches sur les hommes, peut-on résumer, « se réfèrent de manière rassurante aux « rôles » plutôt qu'aux rapports entre les sexes », ce qui constitue là un écart, voire une dérive par rapport aux intérêts portés par les recherches féministes sur les femmes qui pointent et visent l'oppression des femmes. Reprenant Dagenais et Devreux, il s'agirait alors de penser qu'il est possible de changer les rôles sociaux sans toucher aux formes d'oppression des femmes que les rapports sociaux produisent. L'intérêt pour une étude des masculinités émerge, dans une approche des rapports sociaux de sexe, bien qu'il faudrait éviter un parallèle entre ces spécificités masculines et féminines pour Devreux.

Le tournant vers les masculinités est marqué par l'ouvrage en 1995 de Connell *Masculinities*, bien qu'il ait été un moment absent de la littérature en France. La masculinité hégémonique est le concept-clé développé, défini comme « configuration de pratique de genre qui incarne la réponse acceptée à un moment donné au problème de la légitimité du patriarcat, garantissant (ou étant censée garantir) la position dominante des hommes et la subordination des femmes » (Connell, 1995, p. 77). Traçant que l'auteure avait déjà appelé à « dépasser les références théoriques aux « rôles de sexes » » dans les années 1980, Le Talec reprend les nombreuses publications qui ont suivi l'ouvrage, pointant la question du pouvoir au cœur de l'approche, la visée non essentialiste. La masculinité est envisagée comme « configuration de pratiques », reposant sur « trois niveaux : les rapports de genre (...), de production (...) et les rapports fondés sur les émotions et la sexualité » Ces configurations sont « dépendantes du contexte social et historiquement dynamiques ; elles peuvent alors se trouver contestées et remises en cause (par le féminisme, par le mouvement homosexuel...) » Ces configurations prennent trois formes : « la complicité, la marginalisation et la subordination », lesquelles agissent en faveur de l'hégémonie dans le concept masculinité hégémonique. L'hégémonie, reprise

de Gramsci, « renvoie à la dynamique culturelle par laquelle un groupe revendique et maintient une position sociale de *leadership* » (Le Talec, 2016, citant Connell)⁹⁸.

Les premières études (1970-1980) s'intéressent aux « hommes confrontés au féminisme » et du « malaise masculin » qui en découle. Une seconde période (1990) marque des recherches sur « l'aliénation masculine ou domination » se focalisant sur les rôles et les « résistances aux changements des hommes ». A leur suite, les recherches se penchent sur les masculinités relatives au genre comme relation (1990-2000), leurs dynamiques et des possibles transformations du genre et des masculinités. Enfin, les recherches récentes (1990-) posent la question des places des hommes dans le mouvement et la « crise de la masculinité ». Elle y oppose « le masculinisme et le pro-féminisme ».

Le masculinisme relève d'un phénomène de résistances aux féminismes, à la perte de privilège, synonyme d'antiféminisme et d'idéologie relevant du patriarcat (nous en avons parlé point 2.2, page 49). En creux, le masculinisme pose la question du pro-féminisme des hommes explique Le Talec.

A l'instar de notre exemple sur le plagiat d'un auteur d'une féministe pour prodiguer des conseils aux hommes pour plus d'égalité (voir point 4.1.2.5, page 65), des positions d'hommes proféministes peuvent cacher du masculinisme. De même que les hommes conduisant des recherches sur ces thèmes y portent « une vigilance particulière « quant à leur propre subjectivité et action oppressives envers les femmes » » (reprenant Thiers-Vidal, 2002, Le Talec, 2016).

Quant au proféminisme, il peut se définir comme la prise de participation des hommes dans les mobilisations féministes ou en dehors. Cette prise de participation est aussi questionnée, et notamment le fait de « s'engager dans un processus de *disempowerment*, c'est-à-dire de réduction du pouvoir qu'ils exercent sur les femmes individuellement et collectivement, et d'une mise à disposition pour les féministes, dont ils se constitueraient auxiliaires » (reprenant Dupuis-Déri, 2008, Le Talec, 2016).

C'est sur ce point, celui de la réduction du pouvoir, voire sur celui des privilèges, que l'on opposerait par exemple celui de la présentation de modèles masculins positifs, lesquels ne sont pas invités à *réduire*, mais à *gagner* en retour, posant la question des coûts, où le fait de (se) soustraire serait plus pénible que celui d'additionner des bénéfices aux changements.

4.2.1 Engagement des hommes dans les mouvements féministes

Poursuivant sur la question du pouvoir et des privilèges, la question de cas *d'engagement* d'hommes dans les mobilisations féministes se pose.

Jacquemart (2015, p. 43-46) questionne : « comment des hommes peuvent-ils devenir des militants participant à des mobilisations féministes » alors que cette position peut

⁹⁸ CONNELL R. (2014), *Masculinités. Enjeux sociaux de l'hégémonie*, Paris, Éditions Amsterdam.

paraître paradoxale ? En effet, les hommes n'appartiennent pas ni ne sont les bénéficiaires des mobilisations auxquelles ils prennent part. La question de la perte de privilège et de pouvoir se pose toujours. S'agissant de dépasser ce paradoxe, et de parler plutôt d'un « engagement improbable », le chercheur s'intéresse aux « configurations sociales qui permettent à des hommes de devenir des militants féministes ». Ses résultats indiquent que : « l'engagement féministe des hommes ne peut se déployer que si le féminisme est désindexé de la position sociale des femmes », *i.e.* si la lutte féministe « est définie comme la politisation des expériences des femmes ».

A l'inverse, le militantisme des hommes semble se développer davantage dans des contextes où les mobilisations féministes s'appuient sur une conception politique du féminisme qui transcende les seuls intérêts catégoriels des femmes. Il distingue ainsi deux modalités d'engagement des hommes dans des collectifs féministes : « le registre humaniste, qui fonde les revendications au nom d'un individu universel, et le registre identitaire, mobilisé à partir d'un refus des assignations de genre ». Pour le premier, humaniste, « les militants s'engagent non pas pour défendre une lutte spécifique -la lutte des femmes- mais parce que les revendications féministes pour lesquelles ils se mobilisent sont compatibles avec des objectifs plus généraux tels que la lutte pour les droits humains ou contre les inégalités sociales. (...) Le registre humaniste s'appuie alors sur la lutte pour un idéal d'égalité entre les individus » (Jacquemart, 2015, p. 391-394). Le second registre, identitaire « implique donc de se mobiliser *au nom* d'individus rejetant le système de genre. Il ne s'agit donc plus de suspendre la différenciation hommes/femmes uniquement dans la sphère publique, comme dans le cas du registre humaniste, mais d'en combattre la validité dans l'ensemble des sphères sociales » (Jacquemart, 2015, p. 396).

CHAPITRE 3. Le détournement du genre (DDG) pour lutter contre les violences faites aux femmes et le genre

Dans la lutte contre les violences faites aux femmes, nous nous intéressons à des dispositifs qui vont mobiliser le détournement du genre (DDG) comme stratégie créative. Nous l'envisageons dans le cadre de la lutte contre les violences faites aux femmes. Dans notre recherche, nous nous intéresserons au DDG dans cette visée, mais aussi avec des caractéristiques telles que l'inclusion des hommes (voir point 3.2, page 95).

Dans un premier temps, afin de construire notre définition du DDG et de disposer d'analyse sur cette stratégie créative, nous nous sommes intéressée, dans la littérature scientifique, aux notions connexes à celle du DDG. Nous arborons donc d'abord les notions proches de celles du DDG dans la littérature et dont l'objet « lutte » est commun, afin d'en dégager, dans un second temps, plusieurs aspects croisés : la base créative support au détournement ; les intentions créatives ; les formes de détournement du genre ; leur capacité de subversion ; leurs ressorts et limites.

Nous nous intéressons enfin, dans un troisième temps, au DDG, tel que nous le définissons pour notre étude, riche de cet état de l'art des notions connexes au DDG, mais également à travers l'hypertextualité et le genre.

1. Préalables à la constitution de l'objet DDG : état des notions connexes

Il existe dans la littérature plusieurs notions connexes au DDG qui portent sur les mêmes objets : la question du détournement et du genre, appliqué à la lutte, plus large que celles des violences faites aux femmes, mais liée aux normes de genre. A l'exception de la notion de trouble dans le genre (Butler, 1990), les autres notions connexes sont relativement idiosyncrasiques à leurs auteur·e·s. Cependant, nombre d'entre elles se réfèrent à celle de Butler.

Nous présentons chacune de ces notions, en posant plusieurs questions à ces notions telles qu'elles sont définies par leurs auteur·e·s. (1) Peut-on détourner le genre ? En d'autres termes, quelle(s) est(sont) la(es) forme(s) initiale(s) du genre et peut-on la(les) constituer ou la(les) considérer comme une base pouvant être détournée ? (2) Quelles sont les intentions à travers des détournements ? (3) Quelles formes prennent-ils ? (4) Quelle est leur capacité de subversion du genre ? (5) Quels en sont les ressorts, mais aussi et surtout leurs limites ? (6) Et enfin, quelle est la place laissée aux publics dans cette perspective ?

Pour répondre à ces questions, nous présentons, premièrement, les notions connexes au DDG, puis, deuxièmement, nous en proposons une méta-analyse : dégenrage des codes,

parodie de genre, trouble dans le genre, triptyque attentes / perturbation / reconfiguration, défigement et symétrisation, hacker le sexisme et mascarade du jeu énonciatif.

1.1 Le dégenrage des codes comme « sémioclastie créative »

Kunert (2012) conçoit le « dégenrage des codes » à partir de dispositifs « de lutte contre le sexisme, l'homophobie et la transphobie que l'on peut qualifier de militantisme *queer* ». Elle le définit comme « sémioclastie créative », la sémioclastie étant un terme repris de Roland Barthes et désignant une « lecture critique des idéologies dans les discours qu'elle décrypte ». Le dégenrage des codes se manifeste de différentes manières via « un jeu sur les codes vestimentaires (...) sur le langage (...) par le néologisme (...) ou encore le détournement de représentations genrées ».

Précisément, elle y définit la sémioclastie créative comme « pratiques discursives militantes relevant de cette volonté de dévoiler, dénaturiser, « décoder » et déconstruire les « codes du genre ». La sémioclastie créative relève globalement d'un projet de réappropriation critique de la culture de masse par les minorités sexuelles ». Ces codes, nous précise l'auteure, sont « d'ordre linguistique (...) mais ils désignent aussi les marqueurs d'ordre non linguistique : vestimentaires, esthétiques, comportementaux... Tout ce qui vient signifier (ou assigner) le genre des individus ». Il s'agit d'un discours « militant identitaire » dont l'enjeu est « de passer d'objet à sujet de discours ». Elle évoque également l'idée, par le dégenrage des codes, d'un « défigement, dans la mesure où elles révèlent un figement préalable : l'usage figé de certains marqueurs de genre attribués à un sexe ou à l'autre, par exemple ». Pour Kunert, la sémioclastie créative qu'elle décrit ne vise pas à donner seulement une autre lecture de la version initiale par le détournement, mais multiplie les interprétations : « en détournant, défigeant et transformant les représentations, elle « ouvre une brèche », fait proliférer le sens et ses possibilités d'interprétation ». C'est « une pratique de braconnage du sens qui repose sur une conception de l'interprétation comme décodage et décryptage, élucidation et dévoilement, postulant qu'il existe à la fois un sens caché et une lecture hégémonique des discours dominants, tout en montrant que diverses lectures de ce sens sont possibles et de multiples effets de (re)signification ». Ainsi, la version initiale du genre décrié ferait « sens » à travers une lecture commune, permettant, en la déjouant, de faire à nouveau sens, sans canaliser ou délimiter une seule voie interprétative. Enfin la limite au procédé, qui constitue à la fois un paradoxe mais aussi une condition d'existence, repose sur la répétition des normes décriées : « l'exercice paradoxal du pouvoir d'agir des minorités qui, voulant résister aux normes dominantes, sont produites par elles en même temps qu'elles les déconstruisent et les détournent en les reconfigurant. Mais ce paradoxe est une condition même de l'*agency* ».

1.2 La parodie de genre comme transformation « hyperbolique »

Une autre notion proche du DDG est celle de la « parodie de genre », étudiée à travers l'exemple des *soap opera* et de la série *Le Cœur à ses raisons*. La parodie de genre se définit

comme « productions discursives qui réitèrent les clichés et stéréotypes hommes/femmes d'un genre médiatique de manière hyperbolique » (Trépanier-Jobin, 2013, p. 8). La transformation s'apparente ici à l'exagération. L'intention créative repose sur la dénaturalisation du genre et d'une base créative dans les stéréotypes genrés des personnages. Ce processus consiste à montrer l'artificialité de la norme : si la version détournée est une parodie, sa version originale l'est aussi. « Puisque les normes sociales définissant la masculinité et la féminité se transposent dans les stéréotypes de genre médiatiques (la mère attentionnée du *soap opera*, la femme fatale du film noir, la « blondasse » des films d'horreur, la « putain » du western, etc.), il semble pertinent de vérifier si la parodie de genre peut servir à combattre sur le même front la naturalisation des conventions du genre médiatique et la naturalisation des conventions du genre féminin/masculin ». Un des versants positifs mentionnés est celui de la création de nouvelles représentations, au-delà de la reprise et du détournement de celles existantes. « Son objectif est de produire des représentations autres que celles construites dans les discours dominants ». La parodie vient aussi « contre les stéréotypes leurs propres armes ou profite de leur faiblesse. Sa force, en tant qu'instrument de changement, réside donc dans le fait qu'elle s'élabore en fonction de la mécanique du genre elle-même, plutôt que d'essayer en vain d'échapper à son emprise⁹⁹ ». Mais l'auteure rappelle aussi, quant aux limites du procédé, que la « reconfiguration du sens n'évacue jamais ce qu'elle cite en le détournant, elle y fait toujours référence. Le retournement de l'injure n'efface pas l'injure, de même que la critique de la norme la cite et la réifie. La resignification est donc une pratique paradoxale, qui pérennise en transformant ». Elle évoque aussi la possible « réassignation » et que la parodie peut se retourner et « redonner de la force aux stéréotypes si elles [certaines scènes] sont prises isolément ou si elles sont interprétées au premier degré. Pour favoriser ses chances de succès, la parodie doit être vue dans son entièreté et être couplée à divers procédés humoristiques (imagerie grotesque, jeux de mots etc.) rappelant constamment le caractère ironique du discours. (...) [La parodie ne peut pas] à elle seule redistribuer plus équitablement les caractéristiques entre les stéréotypes masculins et féminins ni de mettre en place une nouvelle répartition des rôles¹⁰⁰ ».

Quant à la capacité de la parodie de genre à subvertir les normes genrées, la réponse est plutôt négative pour l'auteure, tout en nuancant ses propos : la dénaturalisation est un processus dont la parodie pourrait constituer une première étape. « La dénaturalisation des stéréotypes n'est pas une forme de subversion, puisqu'elle ne vient pas nécessairement de pair avec le renversement de l'ordre, des valeurs et des modèles établis. Nous considérons toutefois la dénaturalisation comme une étape préalable à la subversion, dans la mesure où cesser d'envisager les conventions de genre comme des faits de nature avec lesquels il faut à tout prix composer ou comme des exigences sociales incontournables ouvre la porte à leur transformation. (...) il ne s'agit donc pas d'envisager la possibilité que la parodie soit un outil révolutionnaire permettant de réformer le

⁹⁹ Citation issu de l'article paru dans (Damian-Gaillard et al., 2014)

¹⁰⁰ Citation issu de l'article paru dans (Damian-Gaillard et al., 2014)

système de genre en profondeur, mais plutôt de l'entrevoir comme un moyen de préparer le terrain au changement. À la possibilité que la parodie puisse servir à lutter contre la naturalisation des stéréotypes de genre s'ajoute toutefois la possibilité qu'elle soit un *pharmakon*, au sens où l'entend Platon, c'est-à-dire un remède qui peut aussi devenir poison ». Les limites évoquées reposent sur l'idée qu'il est « plausible de croire que ce moyen de dénaturer les deux types de genre ne parvienne pas à ses fins, que le processus de défigement auquel s'adonne la parodie ne fasse pas le poids devant les forces gravitationnelles du système ou que le potentiel critique de certaines parodies soit détourné au profit du renforcement des modèles dominants ». Une des critiques préalables recensées par l'auteure à la parodie, qu'elle reprend de Roland Barthes sur la parodie ironique, est celle de « consolider le discours duquel elle prétend se distancer et de s'inscrire dans le registre du conflit ». (Trépanier-Jobin, 2013, p. 108). En conclusion de son travail de recherche, l'auteure pointe quelques « risques » à la parodie de genre : « Certaines scènes peuvent renforcer les stéréotypes si elles sont prises isolément ou si elles sont interprétées au premier degré, entre autres parce qu'elles se moquent de clichés qui ont déjà été renversés par le passé. (...) il est aussi possible de constater que le champ d'action de la parodie se limite à la dénaturalisation. Bien qu'elle ouvre la porte à la redéfinition des stéréotypes, la parodie ne permet ni de redistribuer plus équitablement les caractéristiques entre les stéréotypes masculins et féminins ni de mettre en place une répartition plus équitable des rôles entre les hommes et les femmes. La dénaturalisation qu'elle opère permet néanmoins de lutter contre les assignations du genre féminin/masculin, car sous l'effet de son action, les stéréotypes n'apparaissent plus comme les reflets de composantes biologiques et perdent leur force prescriptive » (Trépanier-Jobin, 2013, p. 343-344). L'analyse conduite par la chercheuse peut toutefois passer à côté des interprétations des publics. Dans ce cas précis d'étude en réception, bien que les cas soient rares sur les personnes enquêtées, « l'échec de la communication parodique est souvent attribué au fait que certains participants ne sont pas familiarisés avec les conventions du genre télévisuel » (Trépanier-Jobin, 2013, p. 397), soit en d'autres termes, à une méconnaissance de la version originale avant détournement. Par ailleurs, les éléments les plus extrêmes de la parodie sont plus efficaces : « la répétition telle que le grossissement et l'exagération retiennent nettement plus l'attention des participants que les procédés misant sur la différence tels que l'inversion et l'insertion d'éléments étrangers ».

1.3 Le trouble dans le genre et la parodie de genre comme imitation sans version originale

Troisième notion proche, celle de « trouble dans le genre », qui contrairement aux précédentes, ne repose pas sur une étude empirique mais sur l'essai philosophie de Butler (1990). Selon elle, le trouble dans le genre montre l'artificialité de la norme : si la version détournée est une parodie, sa version originale l'est aussi, puisque la norme est un artefact, des rôles sans cesse joués, sans nature ni substance. Le genre est lui-même une parodie, sans version originale, puisqu'il est un artefact. Le genre et la parodie du genre sont expliqués en prenant appui sur la performance *drag* :

« L'idée que je soutiens ici, à savoir que le genre est une parodie, ne présuppose pas l'existence d'un original qui serait limité par de telles identités parodiques. Au fond, la parodie porte sur l'idée même d'original ; (...) la parodie du genre révèle que l'identité originale à partir de laquelle le genre se construit est une imitation sans originale. Plus précisément, on a affaire à une production dont l'un des effets consiste à se faire passer pour une imitation. Cette déstabilisation permanente des identités les rend fluides et leur permet d'être signifiées et contextualisées de manière nouvelle ; la prolifération parodique des identités empêche que la culture hégémonique ainsi que ses détracteurs et détractrices invoquent des identités naturalisées ou essentielles. Les significations de genre reprises par ces styles parodiques participent manifestement de la culture misogyne dominante, mais elles n'en sont pas moins dénaturalisées et « enrôlées » par la parodie qui met en scène leurs conditions de production. (...) » (Butler, 1990, p. 261).

Ainsi, la performance des styles parodiques du genre, telle que la performance *drag*, si elle dénature le genre, comporte des éléments qui « participent à » la culture du genre pourtant décriée.

Il y a donc absence d'une version originale du genre qui pourrait, par la parodie, être imitée ou transformée, dans une approche logiquement très ancrée dans la performativité : « En tant qu'imitation déstabilisant en effet la signification de l'original, elles imitent le mythe même de l'originalité. Au lieu de considérer l'identité de genre comme une identification originale servant de cause déterminante, on pourrait la redéfinir comme une histoire personnelle/culturelle de significations reçues, prises dans un ensemble de pratiques imitatives qui renvoient indirectement à d'autres imitations et qui, ensemble, construisent l'illusion d'un soi genré originel et intérieur ou encore qui parodie le mécanisme de cette construction. (...) Perdre le sens de ce qui est « normal » peut devenir l'occasion rêvée de rire, surtout lorsque le « normal », l'« original », se révèle être une copie, nécessairement ratée, un idéal que *personne* ne peut incarner. C'est pourquoi on éclate de rire en réalisant que l'original était de tout temps une imitation » (Butler, 1990, p. 262).

Enfin, la parodie n'est pas jugée subversive, et une de ses limites est d'être domestiquée, renversée pour finalement servir la pensée dominante. La question reste ouverte à la fois sur ce qui fera parodie et sur la réception, le type de performance capable de rendre compte du genre comme parodie lui-même. « En soi la parodie n'est pas subversive, il faut encore chercher à comprendre comment certaines répétitions parodiques sont vraiment perturbantes, sèment réellement le trouble et lesquelles finissent par être domestiquées et circuler de nouveau comme des instruments de la domination culturelle. Faire une typologie des actions ne serait vraisemblablement pas suffisant, car la déstabilisation parodique, même le rire parodique, dépend d'un contexte et de condition de réception qui permettent d'entretenir les confusions subversives. Il est évidemment impossible de savoir à l'avance ou exactement quelle performance inversera la distinction entre l'intérieur et l'extérieur et forcera à repenser radicalement les présuppositions psychologiques de l'identité de genre et de la sexualité. Quelle

performance nous forcera à repenser la place et la stabilité du masculin et du féminin ? Et quel genre de performance accomplira et révélera la nature performative du genre lui-même de manière à déstabiliser les catégories naturalisées de l'identité et du désir ? » (Butler, 1990, p. 262-263).

Par ailleurs, Butler est reprise par les deux auteures précédentes, Kunert et Trépanier-Jobin. La première sur la performativité : « le dire c'est faire » ; la seconde sur la problématique induite par la naturalisation du genre.

Avec Bulter, référence dans le champ, le genre est performatif : « le genre est une sorte de faire, une activité incessante performée, en partie, sans en avoir conscience et sans le vouloir, il n'est pas pour autant automatique ou mécanique. Au contraire, c'est une pratique d'improvisation qui se déploie à l'intérieur d'une scène de contraintes. Qui plus est, on ne « fait » pas son genre tout seul. On le « fait » toujours avec ou pour quelqu'un d'autre, même si cet autre n'est qu'imaginaire » (Butler, 2012).

Dans l'acceptation de Butler du genre comme performatif, il n'y a pas d'essence au sexe, le sexe et le genre sont des constructions sociales ; le genre se réalise en des actes itératifs qui le réalisent. Il construit ce qui est masculin ou féminin, des répétitions, comme des forces normatives, alors que ces données ne lui préexistent pas. Le genre est joué, il se compose d'actes performatifs vecteurs de ces normes. Il est historiquement, culturellement situé et il tient son apparente stabilité et son pouvoir de la répétition des actes qui le font. Ce pouvoir sert une « matrice hétéronormée et hétérosexiste » (Baril, 2007). Le *Trouble dans le genre* est ainsi compris comme une subversion des représentations de genre, ou lorsque par exemple, le terme *Queer* est repris par les minorités qui étaient alors insultées comme telles. La subversion passe une action de resignification, de détournement, de répétition renversant de l'intérieur le pouvoir se constituant par sa performativité. Le renversement tend alors à contrer le genre qui se constitue en norme et se naturalise, en révélant les aspects factices et construits. *Défaire le genre* est ainsi un recueil d'articles exprimant « ce que pourrait signifier de défaire les conceptions normatives restrictives de la vie sexuelle et genrée (...) l'expérience de « *se défaire* » ». C'est ici une « puissance d'agir » à la fois individuelle et collective, qui se donne dans ce propos : « le « je » que je suis se trouve à la fois constitué par des normes et dépendant d'elles, et doit de plus s'efforcer de vivre de façon à maintenir une relation critique et transformatrice avec celle-ci. (...) le mot critique désignant ici une mise en question des termes par lesquels la vie est contrainte, et cela afin d'ouvrir la possibilité de modes de vie différents, non pas pour célébrer la différence en tant que telle mais pour mettre en place des conditions plus inclusives pour la protection et le maintien des vies qui résistent aux modèles d'assimilation » (Butler, 2012, p. 16).

1.4 Les attentes, perturbations et reconfigurations comme « étapes dans l'analyse de la stéréotypie »

Le processus de détournement du genre est aussi décrit comme *perturbations* des attentes des récepteurs relativement à leur rapport au monde et ses conventions sociales

générées, dont l'issue est une *reconfiguration* du genre et de sa perception (Damian-Gaillard et al., 2014). Ce processus recoupe les « trois étapes dans l'analyse de la stéréotypie » de Ruth Amossy, soit de la catégorisation « des trois étapes dans l'analyse de la stéréotypie (...), conscience du préconstruit, déconstruction, reconstruction ». L'ouvrage, *Assignation de genre dans les médias*, composé de plusieurs articles, se structure en trois parties, « attentes, perturbations, reconfigurations », que peut constituer le DDG. Il nous semble important de présenter les apports spécifiques de cet ouvrage à notre définition du DDG.

L'assignation de genre est définie comme une « action [qui] consiste à attribuer à une personne une place, une fonction, un rôle, et plus particulièrement, attendre qu'elle le performe en se conformant aux attentes sociales construites autour des identités de genre, selon qu'elle est perçue comme étant un homme ou une femme ». Les *attentes* portent sur « la manière dont les assignations s'appuient sur un préconstruit, c'est-à-dire les attentes envers le genre, que les médias sont censés actualiser ». Quant à la partie sur les *perturbations*, elle « rend compte de situation contrevenant à ces stéréotypes ». Enfin, la partie *reconfigurations* questionne « les manières dont les discours médiatiques mobilisent les normes sociales, culturelles et, si nécessaires, les amplifient, les déstructurent, jouant ainsi de leur plasticité plus ou moins grande, afin de trouver leur public ». Il existe donc, pour les auteures, des bases créatives préexistantes que sont les attentes formées sur le genre. A l'instar des auteures précédentes, le genre est un construit. De plus, le public est déjà présent puisqu'il s'agit de « trouver leur public » à travers les reconfigurations. La question des publics, de la réception voire de l'influence est abordée, même brièvement, en introduction puis dans les articles de l'ouvrage. Il ne s'agit pas de l'objet du livre, puisqu'il s'intéresse à l'analyse de discours, mais on peut y lire, en creux, ces questions de la réception, marquant ainsi l'importance de ce pôle.

La construction du genre est constructiviste, et est envisagée également par le prisme des médias : « L'origine de ces conduites sociales générées ne s'inscrit donc pas dans « un état de nature » supposé, mais dans « des apprentissages sociaux qui ne résultent pas tant de l'inculcation de normes, de règles et d'interdits, que d'une imprégnation par les récits impliquant des séquences d'événements ou de l'intériorisation des modes de fonctionnement des institutions » » (Damian-Gaillard et al., 2014, citant Bozon et Giami)¹⁰¹. Les auteures rappellent l'importance de la place des médias dans le processus de construction du genre : « [les discours médiatiques] ont le pouvoir de contrôler le champ des significations sociales et donc de produire, promouvoir et « implanter » des représentations du genre » (Damian-Gaillard et al., 2014, citant de Lauretis, 2007).

La référence à de Lauretis est aussi présente dans 9 articles de l'ouvrage, pour évoquer la réception, à travers la capacité des médias à reproduire ou faire circuler des représentations générées. Trois autres articles font référence à l'influence, l'un pour justifier le choix des supports de l'étude, deux titres de PQN, qui peuvent « jouer un rôle

¹⁰¹ Bozon M., Giami A, « Les scripts sexuels ou la mise en forme du désir », Actes de la recherche en sciences sociales, n° 128, 1999, p. 70.

dans la diffusion d'une *doxa* sur la différence des sexes » ; un autre article (où de Lauretis est aussi mobilisée) explique que l'assignation des médias ne se conçoit pas en terme d'influence mais de « production de normes » ; et un dernier article qui discute et confronte les études sur l'influence, et notamment les effets néfastes des stéréotypes de genre, à une conception plus utilitariste et positive de ces images, considérant que, en réception, « les stéréotypes peuvent en outre aider les spectateurs à regrouper l'information et à formuler leur interprétation ». Ce même article rappelle en conclusion et invite à tester la réception de la parodie, puisque son « succès repose en grande partie sur les interprétations du récepteur et sur les indices textuels que le producteur sème ici et là ». La réception est évoquée dans un autre article, sous l'angle de la multiplicité des possibles interprétations des récepteurs. Pour les trois articles restants, l'un évoque le « pouvoir normalisateur » des médias et qu'ils agissent à « créer et renforcer des idées relevant du sens commun ou de ce qui est normal » ; un autre sur la dimension « descriptive et prescriptive » de la presse ; enfin, le dernier initie l'idée d'un enregistrement en mémoire des images genrées « derrière les images publicitaires, ce sont avant tout des relations sociales et des assignations de place qui sont engrammées ».

Ces différents articles s'intéressent aux dispositifs mais n'excluent pas voire discutent de la réception et des publics. Ainsi, nous en proposons une méta-lecture afin d'identifier des processus sur lesquels repose le DDG.

1.4.1 Les attentes et les identités de genre déviantes

Des auteures s'intéressent aux *attentes sur le genre*. Vinet et Grosset puis Biscarrat s'accordent sur le caractère prescriptif du genre des deux discours médiatiques étudiés (allaitement dans la presse ; mère célibataire dans la télé-réalité). Ils pointent aussi, respectivement, la dérive essentialiste et les attentes hétéronormées et ethnoracialisées. Le troisième article va dans le sens d'une construction médiatique par l'hétéronormativité, du genre et de la race du mouvement Ni Pute Ni Soumise. Son auteure, Dalibert, dresse ainsi « six stéréotypes » dans les discours médiatiques, qui constituent « une identité de genre déviante à l'égard des normes françaises de masculinité et de féminité ». La notion connexe au DDG est celle « d'identité de genre déviante ».

1.4.2 Les perturbations : féminisation et transgression

La seconde série d'articles mobilise deux termes différents pour qualifier les notions connexes au DDG. Le premier est « la féminisation de la fonction comme phénomène inhabituel » (cf Charbonneaux s'intéressant au portrait fait d'Angela Merkel). Les termes féminisation et masculinisation sont mobilisés par Sepulchre qui s'intéresse aux personnages de policiers/scientifiques dans les séries. L'autre apport de l'auteure, et non des moindres, est la remise en question de la grille d'analyse. « Le fait d'utiliser cette catégorisation participe manifestement à une essentialisation des caractéristiques masculines et féminines ». Le deuxième terme est celui de « transgression de cet interdit anthropologique » ou « femmes dissonantes » proposé par Bugnon pour illustrer la stigmatisation de la déviance des femmes, dans le cadre d'actions violentes.

1.4.3 Les reconfigurations

Cette troisième et dernière étape de l'analyse de la stéréotypie et de l'ouvrage se rapproche le plus, ou donne plus à voir, des liens avec notre notion de DDG. Elle semble considérer le processus et le résultat d'un dérangement dans le genre et invite la cible à la table des négociations.

1.4.3.1 Phénomène de défigement des assignations et de glissement

Plusieurs qualifications sont données pour désigner les reconfigurations, dans le discours publicitaire (et son « plafond de verre »), du genre : « phénomène de défigement, glissements, nouvelle distribution dans les assignations de genre, lente déconstruction des identités de genre, dénaturalisation des identités de genre, déconstruire des normes traditionnelles et l'hybridation des parades » par Soulages.

Partant de « la norme dominante » (un clivage étanche entre les deux identités, une « fiction de la complémentarité des deux êtres »), l'auteur montre « les formes de défigement du féminin » puis du masculin (sur les plans des postures, de la plastique, du dénuement par exemple) constatant qu'elles se développent davantage côté féminin. Cependant, il montre aussi que les figures sont bien souvent réassignées à leurs rôles attendus (les femmes en particulier dans les publicités d'automobiles, domestiques ou dans l'univers du travail) : « Tout en se distinguant par son rôle social, l'icône féminine semble proclamer « Je suis une femme mais (rassurez-vous) surtout je ne suis qu'une femme (dans un monde régenté par le pouvoir des hommes) ». Pour Soulages, le défigement du genre est toujours attaché à un conservatisme (« patriarcal, familial et sexiste »), c'est la place de l'humour qui permet ce double jeu « rassurez-vous, c'est pour rire », afin de ne pas « aller à l'encontre du répertoire des possibles interprétatifs de ces publics ». La transgression des normes passe par un « non sérieux », un ton humoristique, « neutralisant par la même le risque de conflits d'interprétation ».

Si le lien n'est pas précisé par l'auteur, cet état n'est pas sans nous rappeler ce que Roland Barthes décrypte sur la femme écrivain présentée dans le magazine Elle. « Le monde d'Elle est très exactement celui du gynécée », dit-il, c'est-à-dire que la femme a des libertés à l'intérieur de ce qui lui est permis par les hommes, par leur « nature », par les dogmes. (Barthes, 1957).

La notion de figement, défigement est aussi présente lorsqu'est évoquée la violence des femmes dans les créations culturelles ou les performances (Fassin, 2012). La violence des femmes, c'est-à-dire une transgression d'un certain ordre des sexes, participe à son défigement. La violence ainsi représentée « ne peut être identique à la violence inscrite dans la domination masculine ; il n'y a pas de symétrie. On dira plutôt qu'elle en donne l'image en miroir : autrement dit, elle la réfléchit, c'est-à-dire qu'elle la pense en la représentant -et la trouble en la donnant à voir ». Pour l'auteur, « sans doute les effets de cette violence symbolique sont bien réels ; mais elle prend tout son sens dans un imaginaire qui se joue entre la performance violente de l'actrice et le fantasme d'une violence féministe chez la spectatrice. » Ainsi, la création et la réception se jouent ici aussi dans la transgression.

Une autre notion proche est celle de glissement. Soulages (2004) en parle plus précisément dans un article sur la publicité et le « culte des apparences ». Il évoque ainsi le style porno-chic : « tout un appareil de postures ostentatoires qui relèvent de ce que Erving Goffman a qualifié en son temps de « *phénomène d'hyper-ritualisation* » qui assujettissent les corps à une sorte de protolangage du genre. (...) on pourrait presque qualifier ces procédés esthético-ontologiques d'incarnation de tentatives d'essentialisation du genre (...) d'images archétypales de la « féminité » ou de la « virilité » exhibant des *identités narratives* découlant de stratégies figuratives particularisantes ». La notion de « glissement » apparaît pour Soulages au cours des années 1990. Il décrit le processus : « Face à cette asymétrie structurelle des constructions identitaires du genre, des glissements deviennent perceptibles surtout chez l'homme dont les postures s'adoucissent et pour lequel la composante plastique et figurative des annonces se "féminise". Ce phénomène tangible de "défigement" et d'abandon partiel de la norme dominante régissant jusque-là la représentation du masculin s'opère à travers la neutralisation ou la disparition de certaines marques. (...) S'esquisse un phénomène récent de symétrisation ».

1.4.3.1 Normalisation par la transgression

Une reconfiguration du genre est aussi qualifiée par la « normalisation de l'homosexualité et [la] remise en cause des normes de genre et de la sexualité par leur transgression ». Kunert (2014) explore ici les figures des minorités sexuelles selon les médias et leurs cibles (homo/hétéro sexuelles), en les confrontant aux positions de groupes militants LGBT. L'auteure y pointe une limite à la transgression : « réifie[r] la norme à laquelle elle se réfère implicitement ou explicitement ». Elle pointe également les paradoxes de la subversion du genre : sa « fonction phatique » dans les publicités usant du « lesbian chic », des « duos féminins hétérogenreés » par exemple. Quant aux études des publicités transgressant le genre, cette fois ciblant les minorités sexuelles (quasi exclusivement diffusées dans des médias gays ou lesbiens), elles montrent que celles-ci ne sont pas nécessairement bien reçues (des associations dénonçant le profilage marketing). Quant à leur contenu, il est envisagé en majorité comme reconstruction de normes, un « discours normalisant ».

1.5 La mascarade du jeu énonciatif

Une autre notion connexe au DDG est celle de la « mascarade du jeu énonciatif », comme perturbation du genre. Quemener (2016) dresse une typologie éclairante « des stratégies politiques dans l'humour ou des politiques de représentation de l'humour » où elle énonce trois catégories dont celle de la « parodie ». Cette dernière, plutôt mobilisée par les femmes, consiste dans son registre politique « à ne pas être dans une clarté quant à son lieu d'énonciation ». L'humoriste Florence Foresti est citée ici comme mettant en scène « des personnages dans lesquels elle s'incarne, elle est toujours dans et en dehors de ses personnages ». Il y a « une forme de mascarade par ce jeu énonciatif [lui permettant] de montrer la dimension artificielle de la masculinité et de la féminité, du genre ». Il ne s'agit alors non pas de « critiquer les stéréotypes mais de montrer qu'on est

là sur un construit et une construction sociale à part entière. ». En se jouant du genre, Foresti rend ainsi visible l'artificialité du genre.

Quemener explique ainsi que « les humoristes femmes vont, à l'inverse de leurs aînés hommes, assumer une subjectivité genrée et développer un regard parfois ironique sur le genre, ses modèles et ses modes de catégorisation (...) Elles investissent (...) des personnages parodiques qui sont autant de versions possibles d'elles-mêmes révélant à travers eux la multiplicité des territoires du moi et des modes de catégorisation d'un même corps ». A travers ces personnages joués, par une bouffonnerie, « certaines [versions] viennent troubler le découpage traditionnel homme/femme, masculin/féminin, présentant des genres hors des frontières du monde hétéronormé » (Quemener, 2014, p. 118).

En particulier sur Florence Foresti, Quemener (2014, p. 128-129) explique que l'humoriste « alterne les moments de fusion et de déconnexion ». Celle qui a construit plusieurs personnages, lesquels sont identifiables par leurs caractéristiques et la répétition d'une semaine à l'autre, se joue du jeu énonciatif. Plusieurs éléments de ces sketches y participent : « erreurs de texte et trous de mémoire fréquents (...) demander à Laurent Ruquier [présentateur de l'émission] de lui rappeler sa prochaine réplique (...), flottement » et rappel sur la dimension de sketch. Ces éléments, répétés marquent la « dimension fictionnelle des personnages » et « explicitent la part d'artifice de la séquence. Il fait clairement ressortir les ficelles de fabrication du sketch et déstabilise la cohérence d'un personnage alors montré comme une mascarade ».

1.6 Hacker le sexisme

Dans son ouvrage éponyme, Dayer (2014) développe la notion de « hacker le sexisme », qui se définit et s'appuie sur l'action « d'analyser la manière dont le sexisme se construit et se déploie, non seulement pour mettre en lumière ses différentes traductions mais également pour actualiser les moyens de l'enrayer et de le prévenir ». A l'instar de Damian Gaillard, Montañola et Olivesi (2014), le processus est décrit selon une approche en trois volets.

Diverses mobilisations agitant le genre comme un étendard « contre l'égalité » sont présentées avant un état des lieux du sexisme et de la violence genrée. Cette dernière est progressivement insérée dans la « triade » sexe / genre / sexualité, trois pôles qui font système dans la « matrice hétérosexiste ». Hacker, dans sa polysémie, est une action, un moyen de lutte et « le fait de comprendre le fonctionnement d'un mécanisme dans le but de le détourner » (hacker pour comprendre, détourner pour l'issue) et enfin il renvoie « au rôle des nouvelles technologies (...) enjeux de lutte contre les inégalités, qui s'étend au-delà du sexisme. ».

Hacker est un processus : l'analyse des mécanismes du sexisme et de la violence (le sexisme étant considéré comme une forme de violence) ; puis celui de l'action. « Si hacker consiste à trouver les failles d'un système pour le déjouer en évitant de le consolider,

différentes pistes d'infiltration, de détournement et de création se dessinent ». Notons que la condition « déjouer sans consolider » est posée, signifiant que le renversement ne doit pas renforcer le système qu'il tente de subvertir. Pour aller plus loin, l'action de *hacker* se précise. Après « les formes pour hacker le sexisme » évoquant la recherche, l'éducation ou la socialisation, Dayer (2014) pose qu'hacker est une action visant à « déjouer ce système de l'intérieur sans le forcer » et de « faire preuve d'originalité, de créativité, en dehors de ce système, tout en veillant au risque de récupération ». Nous notons les deux aspects intérieur et extérieur, puis celui des précautions. Le duo intérieur/extérieur exprime la dualité du renversement dans le système, sorte de cheval de Troie, et de l'extérieur, comme position à la marge, celle des pirates pourrions-nous dire. Enfin, les deux précautions se recourent : éviter le piège du renversement du détournement et éviter le piège de la récupération de la cause. L'auteure insiste sur ces pièges, en effet, elle affirme que « le détournement est insuffisant et insatisfaisant », son argument est d'affirmer qu'il ne « suffit effectivement pas d'agir uniquement dans les logiques de correction et d'aménagement du système existant mais il est nécessaire de le remettre radicalement en cause pour viser des actions de transformation ». Le projet n'est donc pas une demi-mesure, il est avancé comme radical, bien que le hacking ne semble pas à la hauteur du projet. Modifier l'existant ne suffit pas, mais le projet est de créer du nouveau. Ce projet peut être conduit, selon l'auteure, « du tissu associatif aux plates-formes d'échange, des cyberféministes aux manifestations, cette dialectique s'incarne à travers l'articulation entre dimensions scientifiques, politiques, militantes et artistiques. « Hacker l'hétérosexisme est donc l'affaire de tout le monde pour tout le monde et dessine une architecture fondée sur une matrice de justice sociale » (justice sociale, en référence à Fraser, 2004, Dayer, 2014). Enfin, l'auteure utilise également dans son ouvrage le terme de « mésusage(s) du genre », exposant ce que le genre *est* et *n'est pas*, notamment « ni une théorie, ni une idéologie ».

1.7 Autres références sur les perturbations du genre

Ces références ne constituent pas des notions proches du détournement du genre comme celles présentées plus haut, mais sont intimement liées à la question du genre, ses représentations ou ses tendances à être biologisé. Nous les mentionnons, bien que nous ne puissions pas être exhaustive sur la manière dont la transgression du genre anime la recherche à la fois sur différents publics, mais aussi dans différents champs scientifiques.

1.7.1 Références composant avec le genre et la transgression

Relativement aux médias, sur la question de la transgression du genre, le Cahier de la transidentité n°5-Hors-Série (Biscarrat et al., 2014), s'attache, à l'instar de l'ouvrage *L'assignation de genre*, aux représentations dans les médias aux « minorités de genre ».

Trois ouvrages lient genre et transgression. Le premier, *Genre et Transgression* (Dumas, 2015) recense de nombreux articles de sociologie sur cette thématique et se structure en trois parties « trans théories, mises en perspective, et proximité des stéréotypes ». Le second, *Genre, révolution, transgression*, (Guilhaumou et al., 2015) propose dans plusieurs

champs, trois axes « L'esprit des Lumières et de la Révolution ; Créer, inventer, transgresser et Femmes dans la Cité ». Enfin, l'ouvrage *Le genre entre transmission et transgression. Au-delà des frontières* (Bodiou et al., 2013) est le fruit des contributions de séminaires entre 2009-2011 à l'Université de Poitiers. Il s'agit de « discussion sur ou à propos des normes de genre et de la possibilité de s'en émanciper, de les contourner, de les déplacer » (Couchot-Schiex, 2015). L'ouvrage se structure en quatre parties : « construire et déconstruire le genre : enjeux théoriques et politiques ; Espaces, genre et transgression : mobilité et brouillage des frontières ; Institutions et transgressions : le stade, l'école, la prison ; Travail, famille, patrie : des corps à l'ouvrage ».

1.7.2 La féminisation, la masculinisation

1.7.2.1 « Inversion du genre » dans le milieu professionnel et asymétrie

Les perturbations du genre se retrouvent sous les projecteurs de la sociologie du travail et la féminisation du marché du travail (Bereni et al., 2012, p. 177-212) ou « l'inversion du genre », soit la féminisation mais aussi la masculinisation de professions (Guichard-Claudic et al., 2008). Elles viennent bouleverser un certain « ordre établi », contribuant au progrès vers plus d'égalité, mais la question est de voir si cette inversion des positions sexuées « est de nature à remettre en cause les processus de catégorisation et de hiérarchisation que désigne le concept de genre ». L'hypothèse de départ des chercheur·e·s est « qu'en transgressant les orientations genrées en termes de métiers et/ou de positions professionnelles et personnelles, femmes et hommes bousculent les définitions traditionnelles des catégories sexuées et créent un contexte favorable à un déplacement des frontières, à des redéfinitions, voire à une certaine mobilité de genre ». Ils précisent que cette hypothèse « n'est pas naïve. Nous n'ignorons pas que mixité n'est pas synonyme d'égalité, mais en dépit des résistances ou des ambiguïtés, nous postulons que le processus d'avancée en mixité constitue un observatoire intéressant d'évolutions et de recompositions potentielles, sans préjuger du sens de ces évolutions » (Guichard-Claudic et al., 2008, p. 11).

Les résultats illustrent l'asymétrie dans les processus de féminisation / masculinisation des milieux professionnels. Si elle se trouve à plusieurs niveaux (ex. décision ou âge d'entrée dans la profession) les auteur·e·s expriment surtout que cette asymétrie est double. D'une part, « objective : les hommes (en tant que groupe) n'entrent que rarement dans les emplois totalement déqualifiés ; ils entrent plutôt dans les professions intermédiaires (...). Les femmes, quant à elles, entrent certes dans des catégories socioprofessionnelles supérieures (...) mais aussi dans des emplois au bas de la hiérarchie socioprofessionnelle (...) : les processus de masculinisation et de féminisation renvoient donc à des logiques plurielles et l'on ne peut raisonner uniquement à partir de la variable genre ». Ensuite, l'asymétrie est aussi « subjective : Tandis que la féminisation des « bastions masculins » est vécue comme une menace pour les hommes, qui déploient de ce fait des stratégies défensives, les femmes présentent de façon positive l'avancée en mixité, qu'il s'agisse de leur propre insertion dans un métier

non traditionnel ou que celle-ci soit le fait des hommes » (Guichard-Claudic et al., 2008, p. 14).

Ces perturbations se situent également en sociologie sur des pratiques ou activités transgressant le genre (le sport, les centres d'intérêts, la voie professionnelle) en relation avec la famille (Bereni et al., 2012, p. 131-134; Octobre, 2011).

1.7.2.2 Asymétrie des transgressions sexuées et sexuelles

L'élément central sur les processus de féminisation et de masculinisation, c'est leur asymétrie. Dans le champ de la sociologie toujours, et dans le cadre familial et de l'enfance, les garçons sont ainsi plus contrôlés que les filles qui dépasseraient les codes vers ceux dits féminins (*versus* masculin) (jouets, tenues, activités). Le garçon connaît « une double dégradation du genre -en déviant des normes de son sexe *et* en s'abaissant au rang du sexe socialement défini comme inférieur » (Bereni et al., 2012, p. 131). De même, la violence dans le cadre de l'adolescence, ou la délinquance est perçue ou tolérée davantage du côté des garçons, que du côté des filles, puis des femmes. (Bereni et al., 2012, p. 165-167). Il s'agit d'un ordre symbolique hiérarchisé entre féminin et masculin mais aussi entre les sexualités (Bourdieu, 1998). En particulier, sur ce stigmate de l'homosexualité (Bourdieu, 1998; Erving Goffman, 1975), Bourdieu évoque « le rapport de domination du principe masculin (actif, pénétrant) sur le principe féminin (passif, pénétré) [qui] implique le tabou de la féminisation sacrilège du masculin ».

Cette asymétrie se situe également au niveau de la sexualité, traversée elle aussi par le genre : « d'abord parce qu'elle se développe dans un contexte homophobe qui découle en grande partie du sexisme. Ensuite parce qu'elle prend des formes significativement différentes pour les hommes gais et pour les femmes lesbiennes » (Bereni et al., 2012, p. 90). Ainsi, l'homosexualité (gay, lesbienne) est-elle plus « tolérée » par les femmes que les hommes, les auteur·e·s rappelant que « le soupçon d'homosexualité risque davantage de remettre en cause l'identité masculine de l'homme que l'identité féminine de la femme ». Ainsi, dès l'adolescence et l'entrée dans la sexualité, « les filles sont guettées par le stigmate de « pute » et les garçons par celui de « pédé » » (Bereni et al., 2012, p. 164).

La force d'une perception / ordre symbolique d'une complémentarité femme-homme joue d'injonctions et d'injures différenciées sur les femmes et les hommes qui « transgressent » l'ordre hétérosexuel, voire ne les « transgressent » pas, puisque les injures agissent comme lieu de discréditation (ne pas *être* une *vraie* femme, un *vrai* homme). « L'insulte se trouve (...) dans le jeu de valeurs qui infériorise ces relations ». (Laprade, 2016) « Les clichés du gai efféminé et de la lesbienne masculine sont très populaires, et conjugués à toutes les sauces : à la blague, comme une insulte personnelle, comme une façon de souligner l'anormalité des gais et lesbiennes » (Chamberland & Thérout-Séguin, 2014) Enfin, si l'homosexualité, supposée ou réelle, est perçue comme une dégradation de l'identité masculine ou virile, la sexualité lesbienne est invisible. « Comme elles l'étaient auparavant de l'offense à la nature : leur sexualité est comme invisible. Elles n'existent pas » (Théry, 2005). La sexualité lesbienne ne serait pas une

vraie sexualité, du moins *pleine*, puisqu'elle serait une « sexualité par dépit » (Chamberland & Théroux-Séguin, 2014), niant ainsi « une préférence sexuelle lesbienne ».

1.7.3 Le *genderfuck*

Une forme de détournement particulièrement liée à l'hétéronormativité est le *genderfuck*, qui est basé sur une lecture *queer* du genre, de la performativité (Butler, 1990) et de la technologie du genre (De Lauretis, 2007). « Le Gender Fucking est une pratique que l'on peut aisément traduire par « niquer son genre ». Ce faisant, le *Gender Fucking* instaure un régime de trouble dans les normes de genre qui façonnent le corps. La binarité, la fixité, la complémentarité et les expressivités hégémoniques de l'hétérosexisme sont mises à mal. (...) Le Gender Fucking est une parodie des codes du genre, mais aussi des attendus corporels et comportementaux qui s'y rattachent. En fuckant le genre, on exprime sa contingence, son éventualité. Néanmoins, le Gender Fucking ne se situe pas en dehors du genre. Il est au contraire tout contre lui, de manière à le pousser, le déranger, le perturber. En d'autres termes, le Gender Fucking est une technologie de genre, au sens de Teresa de Lauretis (2007), en ce sens qu'il prend appui sur le genre pour en proposer une nouvelle formulation aux délimitations perturbées et donc perturbantes » (Patinier, 2014, p. 13)¹⁰².

Alors que Alessandrin mentionne Bourcier pour le Gender Fuck, Neveux cite Bourcier lorsqu'il développe le rire « Camp ». Le rire « Camp » désigne ainsi : une « stratégie de résistance culturelle, qui se fonde sur la conscience partagée du fait que l'on est pris dans un système complexe de significations sociales et sexuelles. « Le Camp » propose d'y résister de l'intérieur via la parodie, la théâtralisation, la prise au sens littéral des codes tacites qui régissent notre manière de vivre et la représentation (les codes de la masculinité par exemple) » (reprenant M.-H. Bourcier, *Queer Zones*, 2001, Neveux, 2006).

Lié à la question de l'hétéronormativité, Wittig (2013) envisage ainsi une forme de sortie radicale de la bicatégorisation, en exprimant qu'elle n'a de sens que dans une logique hétérosexuelle. Ainsi, « les lesbiennes ne sont pas des femmes » puisque « « femme » n'a de sens que dans les systèmes de pensée et les systèmes économiques hétérosexuels ». Dans cette approche lesbienne radicale, Wittig promeut « le refus de l'hétérosexualité comme stratégie de résistance au patriarcat (...) et deviendra une référence de la pensée queer » (Bereni et al., 2012, p. 42). Son approche pirate ainsi le genre, non pas en le détournant, mais en s'en extrayant.

1.7.4 Trouble de la bicatégorisation et tyrannie du genre

D'autres recherches, s'intéressant cette fois au genre et au sexe, se développent dans des disciplines qui participent à la déconstruction biologique du sexe, dans des lieux de fortes résistances, à l'instar de la biologie et de la neurobiologie.

¹⁰² Zoom, « Genderfucking ! » par Arnaud Alessandrin

A ce titre, Fausto-Sterling (2012) expose le processus de catégorisation sexué comme un processus mental déductif, un processus social. Les données biologiques sont complexes et ne permettent pas de donner une division radicale de sexe : « Le sexe d'un corps est simplement trop complexe. Il n'y a pas de ou l'un ou l'autre (...) étiqueter quelqu'un d'homme ou de femme est une décision sociale. (...) Nous pouvons utiliser les connaissances scientifiques pour nous aider à prendre une décision, mais seulement nos croyances de genre –mais non la science- peut définir notre sexe ».

Elle dénonce également les violences dont sont victimes « ceux dont les organes génitaux culturels et physiques dévient de la norme » (Fausto-Sterling, 2012, p. 134) dans la perspective et dans la voie prise de « déstigmatisation et dépathologisation de l'intersexuation ». La question du trouble de la bicatégorisation des sexes se pose. Les violences portent alors sur les personnes intersexes, par exemple « une personne possédant des ovaires, des seins et un vagin, mais dont le « sexe culturel » est masculin affronte également des difficultés » et sur les personnes homosexuelles. Souvent, l'intersexualité est liée aux débats sur « les liens entre le sexe, le genre et le statut légal et social ». Le genre est alors un facteur discriminant puissant, pour les femmes, mais aussi pour d'autres populations contrevenant à la norme socialement établie, une « tyrannie du genre ». Par ailleurs, l'idée est développée « par provocation et par plaisanterie, de remplacer notre système à deux sexes par un système à cinq sexes : les hommes, les femmes, les *herms* (hermaphrodites « véritables »), les *merms* (« pseudo-hermaphrodites masculins »), les *ferms* (« pseudo-hermaphrodites féminins ») » (Rebrevend, 2013).

1.7.5 La plasticité cérébrale, l'expérience vécue et le neurosexisme

Dans le champ de la neurobiologie, la référence incarnée par Vidal (2013) illustre à travers la notion de plasticité cérébrale que les cerveaux ne sont pas sexués. « Voir des différences cérébrales entre les sexes ne signifie pas que celles-ci sont inscrites dans le cerveau depuis la naissance, ni qu'elles y resteront gravées. En effet, le cerveau fabrique sans cesse de nouveaux circuits de neurones en fonction de l'apprentissage et de l'expérience vécue. Ces propriétés de « plasticité cérébrale », découvertes il y a une vingtaine d'années, ont révolutionné nos conceptions du fonctionnement du cerveau. Rien n'y est à jamais figé, ni programmé à la naissance ». Devenir femme ou homme n'est pas inscrit à la naissance dans le cerveau « à la naissance, l'enfant n'a pas conscience de son sexe. Il va l'apprendre progressivement (...) c'est l'interaction avec l'environnement familial, social et culturel qui va orienter les goûts et les aptitudes ainsi que contribuer à forger les traits de personnalité en fonction des modèles du féminin/masculin donnés par la société¹⁰³ ».

Vidal (2013) reprend ainsi certaines maximes telles que « les filles naturellement douées pour le langage » en les contrariant avec des études réalisées par IRM qui « ne montrent pas de différence statistiquement significative entre les sexes dans la répartition des aires du langage ». Elle fait de même avec « le cerveau des garçons plus

¹⁰³ Vidal mentionne ici ses travaux, mais aussi celui d'Anne Fausto-Sterling

apte à faire des maths ? », expliquant que cette affirmation « n'a aucun fondement neurobiologique ». Enfin, elle décrie fortement les études concluant à des différences genrées, notamment celle sur la supposée empathie ou moralité plus élevée chez les femmes. Elle pointe « les dérives sexistes dans l'interprétation des résultats ». La construction neurobiologique se situe au niveau des expériences au cours de la vie, « processus de construction social et culturel de nos identités sexuées ». Ainsi, « le « neurosexisme » contemporain avec ses allures scientifiques fait recette dans les milieux conservateurs pour justifier les préjugés et les inégalités entre les sexes (Fine 2010). Une analyse critique s'impose, d'autant plus que la portée politique de ces discours est lourde de conséquences. Car, au-delà, se profile toujours l'idée que l'ordre social est le reflet d'un ordre biologique. Dans ce contexte, il est crucial que les biologistes s'engagent au côté des sciences humaines pour forger et diffuser un savoir scientifique de qualité et, par là même, contribuer à construire une culture de l'égalité entre les femmes et les hommes ».

2. Convergences des définitions proches du DDG

2.1 La « détournabilité » du genre

Sur l'ensemble des notions connexes au DDG, le genre peut être détourné, à travers ses codes pluriels (linguistiques et non linguistiques), les clichés et stéréotypes, le mythe de l'originalité du genre (du genre tel qu'il est performé), les attentes et assignations, les représentations véhiculées (dans la presse, l'audiovisuel, les fictions ou la publicité, de groupes sociaux ou d'individus, de faits sociaux, de personnalités, de personnages), les normes sociales et culturelles (dominantes, de l'hétérosexualité, du masculin et du féminin), les identités, l'énonciation, le sexisme comme mécanisme ou système.

Il ne s'agit pas de signifier qu'il existerait une « version originale » du genre, mais des objets collectifs, sociaux et culturels qui, *partagés*, constituent des *lieux* pouvant être réinvestis, transformés, imités, et faire sens, y compris par leur transformation, puisqu'ils s'inscrivent dans un environnement social normé et attendu. La majorité des auteur·e·s se référant à Butler, le genre constitue à la fois un construit -qui peut être déconstruit, et des performances. Cette approche n'exclut pas, cependant, que des stéréotypes, clichés, codes, normes, ... bien que dynamiques, puissent être figés, et objets à être défigés. C'est l'importance du contexte sociologique, culturel, historique, économique... qui fait sens à travers l'idée d'un « savoir » partagé sur le genre et de la possibilité de le détourner.

2.2 Les intentions de dénaturalisation du genre

Les intentions à travers les notions proches du DDG sont relativement déterminées par les auteur·e·s dans le même sens, celui de la dénaturalisation du genre, la réception est envisagée de manière construite.

Les intentions, à travers ces formes de transgression du genre, sont de montrer le caractère construit de la « norme », son artificialité, voire l'absence de version originale du genre. La version détournée du genre est une parodie, un artefact qui en pointe un

autre, puisque le genre repose sur des rôles sans cesse joués, sans nature ni substance. Or, si l'intention est de dénaturiser le genre, c'est qu'il s'agit de décrire son processus inverse, la naturalisation du genre, voire, sa biologisation, à l'instar des études qui cherchent du genre dans la (neuro)biologie, que Vidal qualifie de « neurosexisme ». La dénaturisation dont il est question, parfois nommée déconstruction, ne s'attaque pas uniquement à la bicatégorisation femme-homme, mais aussi à la sexualité.

La conceptualisation du genre comme fait de culture et non de nature transcende les théories temporellement, on ne naît pas femme, on le devient (Beauvoir, 1949) et fait désormais consensus dans les recherches sur le genre, bien que des exceptions existent, et que le terme soit polymorphe (Monzani, 2015).

Selon nous, la conceptualisation du genre et de ses transgressions repose ainsi à la fois sur une approche par la performativité, mais aussi sur une approche par le matérialisme (voir point 3., page 94). En somme, la dissymétrie du genre est un processus en perpétuelle construction par lequel les déterminismes sociaux genrés agissent sur les individus (matérialisme), quant en même temps, la scène sur laquelle se jouent ces actes est un théâtre de performances, où chacun joue le jeu, imparfaitement, du genre à travers des rôles féminins et masculins (performativité).

A travers les transgressions, il s'agira de montrer, depuis la marge, du moins depuis un autre point de vue situé, ce qui ne répond *plus* aux attentes faites sur le monde social genré, et ainsi de révéler l'artificialité de la norme, par un effet de dédoublement, de double lecture (voir partie 3., page 94) qui participe à un processus de dissonance.

2.3 Formes que revêtent les transgressions

A la question des formes que revêtent les transgressions du genre dans les références connexes à celui du DDG, plusieurs réponses mais aussi une question.

Premièrement, les formes étudiées dans les articles recouvrent différentes formes : les jeux sur les codes linguistiques et non linguistiques¹⁰⁴ et notamment le travestissement, le *drag*, que l'on retrouve chez Kunert et Butler¹⁰⁵. Il peut s'agir d'exagération, soit « réitérer les clichés et stéréotypes hommes/femmes d'un genre médiatique de manière hyperbolique » (Trépanier-Jobin, 2013). D'autres signifient les perturbations et reconfigurations des attentes et assignations du genre par des procédés de féminisation, stigmatisation et de « femmes dissonantes » par exemple, mais aussi la masculinisation. Les autres formes, dont le défigement (du masculin / féminin), sont reprises dans plusieurs articles. Elles peuvent reposer sur la symétrisation et la neutralisation des figurations, la normalisation de l'homosexualité (soit une forme d'inversion de la norme

¹⁰⁴ « un jeu sur les codes vestimentaires (travestissement, ateliers drag king), sur le langage (avec l'utilisation systématique de pronoms féminins, ou l'emploi de tirets pour remédier à la prédominance du masculin dans la langue française), par le néologisme (avec création de pronoms mixtes comme « ellui », « ceux », « elle »), ou encore le détournement de représentations genrées » (Kunert, 2012).

¹⁰⁵ « pratiques *drag*, dans le travestissement et la stylisation sexuelle des identité *butch/fem*. » (Butler, 1990, p. 260).

dominante), ou encore à « ne pas être clair quant à son lieu d'énonciation » (Quemener, 2012), à hacker en déjouant les failles du sexisme ou encore, de l'inverser du genre.

La question qui subsiste est celle posée par Butler « quelle performance nous forcera à repenser la *place* et la stabilité du masculin et du féminin ? Et quel genre de performance accomplira et révélera la nature performative du genre lui-même de manière à déstabiliser les catégories naturalisées de l'identité et du désir ? » (Butler, 1990, p. 263).

Cette question nous amène logiquement à répondre aux trois dernières questions posées à ce corpus de textes sur les notions proches du DDG et qui sont en lien : quelle est la capacité de subversion des parodies, transgressions... du genre, quels sont leurs ressorts mais surtout leurs limites ? Et qu'en est-il du « public » face à la parodie, puisque « la déstabilisation parodique, même le rire parodique, dépend d'un contexte et de condition de réception (...) il est évidemment impossible de savoir à l'avance ou exactement quelle performance inversera la distinction entre l'intérieur et l'extérieur et forcera à repenser radicalement les présuppositions psychologiques de l'identité de genre et de la sexualité » (Butler, 1990, p. 262-263).

2.4 La capacité de subversion : atouts et limites

Les perturbations, reconfigurations, parodies... n'ont de sens que dans un contexte temporel, culturel, social donné, c'est même, pourrions-nous dire, sa condition d'existence puisqu'il puise dans le social pour le transgresser. Il nécessite également un public, lequel est particulièrement mis en avant dans l'analyse des capacités de la parodie à dénaturer le genre de Trépanier-Jobin et Butler.

2.4.1 Partir de l'intérieur du système que la transgression dénonce

A travers les différentes notions et concepts, les transgressions partent de l'intérieur du système (codes, normes...) qu'elles critiquent, et s'y réfèrent. Rares sont les exemples d'être *dans* et *en dehors* du système du genre. A un moindre degré, il peut s'agir d'un trouble, soit celui du lieu d'énonciation (Quemener, 2012), et à l'autre extrême de s'extraire de ce cadre de pensée (*les lesbiennes ne sont pas des femmes* (Wittig, 2013)). Au centre de ce chemin *dedans/dehors* du genre, se situe la création de nouveaux modèles : nouvelles représentations pour Trépanier-Jobin, nouvelles identités pour Butler, viser une création en dehors du genre pour Dayer.

Ces détournements, majoritairement, critiquent le système depuis l'intérieur de celui-ci, ce qui constitue à la fois sa force et faiblesse. D'une part, depuis l'intérieur du système, leur force est de ne pas chercher à s'en émanciper et de pouvoir retourner ces failles contre lui-même. Ils ont un pouvoir de renversement (renversement du stigmaté ou de l'injure *Queer*, que Butler qualifie de « resignification, de redéploiement et de répétition subversive » (Baril, 2007)) et de retournement, la parodie retournant « contre les stéréotypes leurs propres armes ou profite de leur faiblesse. La force des détournements, en tant qu'instrument de changement, réside donc dans le fait qu'elle s'élabore en fonction de la mécanique du genre elle-même, plutôt que d'essayer en vain d'échapper à son

emprise » (Trépanier-Jobin, in Damian-Gaillard et al., 2014). Partir de l'intérieur du système, le connaître pour le déjouer, est la description même du processus de Dayer (2014).

D'autre part, la faiblesse de ces formes, en se situant depuis l'intérieur du système, est de se référer à lui et à la norme : non seulement elles y font toujours référence, mais elles peuvent réintégrer le mythe de l'objet détourné, réifier la norme, c'est-à-dire la figer alors qu'elle est un objet dynamique, voire renforcer ou consolider la norme, le système que pourtant elles critiquent et enfin ne pas satisfaire à l'objectif de subversion en ne faisant que « agir uniquement dans les logiques de correction et d'aménagement du système existant ». (Dayer, 2014; Kunert, 2012; Trudel & Dupont, 2012).

2.4.2 Limites de condamnation, réassignation, appropriation

D'autres effets peuvent différer avec l'intention initiale de dénaturalisation tels que : la condamnation de la transgression (discréditation sociale, marginalisation, discrimination, violence) ; la réassignation genrée par ailleurs (en compensant une transgression par un autre attribut genré correspondant aux attentes comme le montre Soulages ; en mobilisant la transgression du genre dans une vue conforme à la norme dominante, par exemple les lesbiennes sur des médias hétéronormés décrits par Kunert ; une liberté et distance prise face au genre mais toujours dans un cadre permis à l'instar du principe des gynécées décrit par Barthes) ; une transgression consensuelle qui se retourne en faveur du dominant ; une appropriation ou récupération par les adversaires de la cause. D'autres limites peuvent reposer sur la plasticité du système normé naturalisé, qui permet de trouver d'autres sources de légitimation aux normes, *i.e.* justifier une essence ou une nature au genre ; une incompréhension en réception (pas de lecture au second degré) pouvant renforcer les stéréotypes pourtant dénoncés ; la discréditation des situations énoncées (ce n'est pas vrai, ça n'arrive pas dans la « réalité ») ; et enfin, un renforcement de la distinction entre un genre « normal », privilégié, naturalisé et un genre dérivé, déviant, raté.

Pour les auteur·e·s qui s'expriment sur la capacité de subversion de ces formes de détournements, parodies, transgressions... du genre, la réponse est plutôt négative, et est conditionnée à la réception.

2.5 La capacité de subversion : atouts et limites et public

Ces formes ne relèvent pas d'une subversion radicale. « Ce qui était hier avait une puissance subversive peut se révéler aujourd'hui allié de l'oppression » (Neveux, 2006). De même, « des parodies peuvent finir par être domestiquées et circuler de nouveau comme instrument de la domination dominante » (Butler, 1990), les métaphores peuvent perdre de leur force lorsqu'elles se figent en concepts et que les clichés sont usés à force d'être répétés. De plus, la subversion a une valeur marchande, ce qui diminue son caractère subversif (Butler, 1990). Cependant, sa force réside dans l'analyse préalable du système qu'il dénonce et de l'acte créatif. Il peut être une sorte de « cheval de Troie » (Dayer, 2014) s'il atteint son objectif de donner à voir les conventions genrées comme

sociales et non naturelles. Le pouvoir subversif du DDG n'est pas absolu puisqu'il ne renverse pas l'ordre établi, ne constitue pas des actions de transformation radicale (Dayer, 2014) et n'est pas en capacité, à travers la parodie, de « redistribuer plus équitablement les caractéristiques entre les stéréotypes masculins et féminins ni de mettre en place une répartition plus équitable des rôles entre les hommes et les femmes » (Trépanier-Jobin, 2013).

Cependant, si le DDG n'est pas subversif ou radical, les auteur·e·s y voient ces capacités selon certaines conditions. Pour Butler, si « les significations de genre » dans la parodie participent « de la culture misogyne », elles n'en sont pas moins dénaturées et « enrôlées » par la parodie qui met en scène leurs conditions de production » (Butler, 1990, p. 261). « Dénaturaliser les stéréotypes » peut s'envisager non comme subversion « car elle ne vient pas nécessairement de pair avec le renversement de l'ordre, des valeurs et des modèles établis », mais peut être « une étape préalable à la subversion, dans la mesure où cesser d'envisager les conventions de genre comme des faits de nature avec lesquels il faut à tout prix composer ou comme des exigences sociales incontournables ouvre la porte à leur transformation » (Trépanier-Jobin, 2013). De même, le détournement induit un processus préalable à tout changement. *Hacker le sexisme* est ainsi l'action « d'analyser la manière dont le sexisme se construit et se déploie, non seulement pour mettre en lumière ses différentes traductions mais également pour actualiser les moyens de l'enrayer et de le prévenir » (Dayer, 2014). Le détournement du genre recoupe ainsi l'analyse préalable du genre et celui de l'action de le déjouer, en tentant d'être créatif. Il peut être ce « cheval de Troie » précédemment cité qui depuis l'intérieur bouleverse la naturalité supposée du genre, il est peut-être moins positionné à l'extérieur du système pour créer du nouveau, depuis la marge. Pour terminer sur Butler, elle donne, en conclusion de son ouvrage, des formes qui semblent gagner cette capacité subversive :

« Il y a un subversif dans l'effet de pastiche produit par des pratiques parodiques, faisant de l'original, l'authentique et du réel eux-mêmes des effets. (...) De même, la répétition parodique du genre révèle l'illusion de l'identité comme une profondeur irréductible et une substance intérieure. En tant qu'effet d'une performativité subtile, soutenue politiquement, le genre est en quelque sorte un « acte » qui ouvre sur des clivages, de la parodie de soi, l'autocritique et des présentations hyperboliques du « naturel » qui, dans leur exagération même, en révèlent le statut fondamentalement fantasmatique » (Butler, 1990, p. 273).

Quant à la place laissée au public, nous l'avons dit, Trépanier-Jobin (2013) et Butler (1990) l'invitent clairement à la table pour évaluer les capacités des parodies à subvertir, déconstruire et dénaturiser le genre. Trépanier-Jobin y conduit même une étude en réception. De plus, en creux des nombreuses autres références, les recherches évoquent le public et l'influence des parodies et transgressions, alors même que cet aspect n'est pas le cœur de ces recherches. Plusieurs citent de Lauretis (2007) pour mentionner la réception, du moins, le fait que les médias participent à la création de représentations du

genre, à la « socialisation et à la construction des identités sociales des publics ». D'autres évoquent l'influence des médias. Kunert (2012, 2014) fait également écho à la réception et à la pluralité des interprétations de ces dispositifs. En soi, il n'est pas étonnant que la réception, même lorsqu'elle n'est pas l'objet de recherche, apparaisse si souvent : elle est en fait au cœur du processus de la transgression, du détournement du genre tel que nous allons le développer dans la partie suivante. En effet, l'intention, dénaturiser, déconstruire, est déjà orientée *vers* un public. De plus, elle ne fait sens que socialement, et pour exister, elle nécessite cette double lecture sociale des publics.

3. Le détournement du genre (DDG) : hypertextualité du genre et des violences faites aux femmes

Le travail de notre thèse vise à étudier, dans le champ de la lutte contre les violences faites aux femmes, une stratégie créative que nous avons qualifiée de détournement du genre (DDG). Nous présentons ci-après la définition que nous en donnons. D'une part, elle s'inscrit dans la définition convergente des nombreuses définitions de la littérature et, d'autre part, invite une autre approche théorique : l'hypertextualité.

3.1 Définition du DDG

Le DDG, tel que nous l'envisageons, est une stratégie créative qui vise à réécrire, à travers le genre, les violences faites aux femmes. Il s'oppose au processus de construction asymétrique des relations femmes-hommes, dans le but de lutter contre les violences genrées envers les femmes et illustre la performativité du genre.

Ces violences recourent celle du continuum de violences, dans différentes sphères et prenant différentes formes. Elles incluent les formes de discrimination et d'inégalité faisant elles aussi violence dans le système de genre. Le DDG tel qu'il nous intéresse, s'insère dans une visée de déconstruction du genre à travers des communications et créations persuasives, voire réflexives, d'intérêt général, sociale et politique. Ces dispositifs servent un discours d'influence, déclaré féministe, militant, ou non, et d'un discours encadrant le dispositif construit a priori ou a posteriori.

Le DDG repose sur une double lecture : celle d'une version initiale, a priori, du genre et des violences faites aux femmes ; et celle d'une version détournée, qui se lisent par transparence. Ce processus d'hypertextualité consiste à montrer l'artificialité de la norme : si la version détournée est une parodie, sa version originale l'est aussi. La « norme » est un artefact, des rôles sans cesse joués, sans nature si substance (Butler, 1990) et un processus de construction asymétrique des relations femmes hommes (Delphy, 2013).

En somme, lorsque nous évoquerons le DDG, il s'agira de l'envisager tel que nous le définissons ici succinctement, et au regard des éléments théoriques de cette partie, comme : perturbations des relations, normes ou représentations socialement construites, dans une réalité socio-historique située, de ce qui relève du masculin ou du féminin, des hommes ou des femmes, sans que ces bi-catégorisations se superposent exactement

(Coulomb-Gully, 2010). Cette stratégie créative hypertextualise, au sens de Genette (1982), le genre, par une réécriture qui transforme et imite un hypotexte vers un hypertexte. Par ces leviers, les intentions des créatifs pourraient différer de la communication étatique : « saisir » les violences par le prisme du genre, mettre la lumière sur les femmes et les hommes (dans le champ et dans la cible) et se différencier de l'injonction. Le DDG en tant que stratégie créative pose des questionnements et met en jeu à la fois les interactions interindividuelles mais aussi le collectif, partant d'un point de vue situé, celui des « femmes » en tant que femmes, dans une perspective féministe et visant à déconstruire le genre. Il est aussi, en tant que stratégie créative, un processus interactionnel et social : il met en discussion la création, la réception et le dispositif, dans un cadre socio-historique situé, jouant des horizons d'attentes (sur la lecture, sur le genre) et d'une contractualisation de ces interactions.

Nous envisageons le DDG sous certaines conditions, des critères premiers. D'une part, les violences faites aux femmes, au sens large, qui incluent les inégalités et discriminations, sont l'objet des dispositifs que nous étudions. D'autre part, les intentions des créatifs, tels que nous pouvons les inférer, relèvent d'une volonté de lutter contre les violences faites aux femmes, considérant le genre comme construit, donc dans une relative critique du genre et du genre comme objet critique.

De plus, nous ajoutons une seconde série de critères préalables, qui font écho aux manques de la communication de l'Etat français de lutte contre les violences. Ainsi, nous appréhendons le DDG à travers des dispositifs qui incluent les hommes dans le champ et dans le public-cible. Nous nous intéresserons aux DDG à travers des dispositifs qui visent à lutter contre toutes formes de violences envers les femmes, y compris conjugales, sans se restreindre à celles-ci.

Nous retrouvons ces critères -premiers et préalables- dans la deuxième partie, qui s'intéresse aux formes de DDG, que nous étudions à travers une base de données construite : une collecte puis une systématisation des dispositifs de DDG.

Nous explicitons les bases théoriques sur lesquelles repose le DDG visant à lutter contre les violences en nous intéressant à des dispositifs de DDG ayant des critères préalables.

3.2 Critères de limitation du champ d'étude du DDG : inclure les hommes

Alors que nous étudions le DDG, notre perspective est aussi d'étudier des dispositifs qui prennent le contre-pied des manques de la communication de l'Etat français contre les violences faites aux femmes.

Nous serons plus extensive et précise sur ces critères dans la partie dédiée à l'étude des dispositifs (seconde partie, point 2., page 137). Cependant, nous précisons dès

maintenant ces principaux critères, puisqu'ils limitent notre champ d'action d'étude du DDG.

D'une part, nous nous intéressons aux dispositifs de DDG visant à lutter contre les violences faites aux femmes qui incluent, dans le champ de la caméra (ou dans le cadre de l'affiche) les hommes. Ensuite, ces dispositifs devront également viser à inclure, dans la cible de communication (ou plus largement, le public-cible du dispositif), les hommes.

3.3 Le détournement, une veine contestataire et de remise en question

Le détournement, le DDG et les notions connexes s'inscrivent dans une veine contestataire. Par exemple, Kunert (2012) note que « la pratique du « dégenrage des codes » s'inscrit dans une longue tradition militante, on en trouve déjà l'expression dans les premiers textes du mouvement de libération des femmes au début des années 1970 ».

A ce titre, nous pouvons mentionner l'ouvrage « MLF // Textes premiers » (Bernheim, 2009), dont la première partie débute avec un slogan de cette deuxième vague : « un homme sur deux est une femme ! ». Le détournement du genre, proche de la parodie, a un héritage lointain. La parodie est notamment documentée par Genette (1982), traçant son histoire depuis Aristote à la confusion régnant aujourd'hui sur le concept, ou par Trépanier-Jobin (2013), qui en retrace longuement les lignes, autour de la notion de « parodie de genre ».

Le détournement prend ses racines contemporaines (souvent associées à l'anticapitalisme) dans ce que l'on appelle la contreculture, notamment sur le détournement publicitaire ou « antipub », développé dans la fin des années 1970 aux Etats-Unis, mouvement qui a ensuite voyagé, notamment en France. Ces actions relèvent d'une critique, d'une contestation contre la communication « produit ». Le journal *Adbuster* et la fondation éponyme ont ainsi vu le jour au Canada en 1989, définissant leurs publications comme « *the most provocative, emotionally stirring and heretical ideas in the geopolitical, environmental, psychological, activist and social arenas*¹⁰⁶ ». Ce mouvement ne focalise pas son action sur les seuls espaces publicitaires, mais sur une critique sociétale.

De la manière dont il est envisagé aujourd'hui, le détournement hérite aussi du situationnisme des années 1950. Debord et Wolman, deux figures de l'international situationniste, ont rédigé le « Mode d'emploi du détournement » (Debord & Wolman, 1956) dans lequel l'inversion comme forme de détournement constitue « l'ultra-détournement, c'est-à-dire les tendances du détournement à s'appliquer dans la vie sociale quotidienne. (...) Le détournement par simple retournement est toujours le plus immédiat et le moins efficace. Ce qui ne signifie pas qu'il ne puisse avoir un aspect

¹⁰⁶ Traduction libre : « [nous publions] les idées les plus provoquantes, émotionnellement vibrantes et hérétiques des sphères géopolitique, environnementale, psychologique, activiste et sociale. »] <https://www.adbusters.org/about/submissions>, consulté le 05.05.2015

progressif. (...) C'est évidemment dans le cadre cinématographique que le détournement peut atteindre à sa plus grande efficacité, et sans doute, pour ceux que la chose préoccupe, à sa plus grande beauté. (...) Enfin, quand on en arrive à construire des situations, but final de toute notre activité, il sera loisible à tout un chacun de détourner des situations entières en en changeant délibérément telle ou telle condition déterminante ».

Poursuivant, dans le champ de l'art, le détournement est proche des ready-made de Duchamp. Dans une lettre envoyée à sa sœur, il écrira « Ici à New-York, j'ai acheté des objets d'un style similaire et les ai appelés « Ready-made ». Tu connais suffisamment l'anglais pour comprendre le sens de « déjà terminé » que j'ai attribué à ces objets » (Duchamp, cité par Mink, 2004, p. 57). Avec ces ready-made, il s'agit de « l'élimination par Duchamp de la qualité individuelle et manuelle de l'art » (Mink, 2004, p. 63) Il s'agit bien, peut-être nous l'exprimerons trop simplement, d'une (dé)connexion entre l'œuvre et l'artiste, de questionner ce qu'est l'art et d'une transposition (modifiée à différents degrés) d'un objet de son contexte. Le détournement, c'est aussi, dans l'art, le surréalisme de Magritte, décrochant la représentation de l'objet, avec sa célèbre pipe, qui n'en est pas une. Ceci n'est pas une pipe : ici aussi (dé) connexion, cette fois entre la représentation et l'objet : « comme s'il convenait pour chacune de ces œuvres d'intégrer en elles-mêmes quelque chose qui les nie, les dénonce, des mots peints, ou bien des évidences paradoxales renforcées par un titre pour dire : « ce n'est pas ça, ce n'est pas ce que tu vois, ce n'est pas ce que tu crois : ceci n'est pas l'image » » (Massat, 2017).

3.4 Le détournement, une hypertextualisation du genre

3.4.1 Le DDG, un processus de réécriture

Avec le détournement, nous nous sommes intéressée, dans le champ de la littérature, à l'hypertextualité (Genette, 1982). Additionné au concept de genre, objet du détournement, nous nous sommes aussi intéressée à l'idée de *Hacker*, pirater, le genre en tant que construit (voir point 1.6, page 83).

En nous appuyant sur l'hypertextualisation, nous mettons en perspective que l'objet détourné (une œuvre chez Genette, le genre chez Dayer) est un construit initial, humain et social. Il est nécessaire de connaître l'œuvre ou le système initial, afin de l'imiter, de le transformer pour en proposer une nouvelle version, visant à lire la version détournée et par transparence, la version initiale.

Par la richesse de ses apports, c'est à travers l'hypertextualité que nous envisageons le DDG, dans une visée de lutte contre les violences faites aux femmes.

L'hypertextualité désigne ainsi « toute relation unissant un texte B (que j'appellerai *hypertexte*) à un texte antérieur A (que j'appellerai, bien sûr, *hypotexte*) sur lequel il se greffe d'une manière qui n'est pas celle du commentaire » (Genette, 1982, p. 13).

Le DDG devient ainsi les relations unissant une version détournée à une version *initiale* du genre, à la fois construit socialement et construit par le regard du créatif qui le transforme ou l'imité.

Si l'ouvrage s'intéressant à l'hypertextualité de Genette a pour titre *Palimpsestes*, ce mot désigne « un parchemin dont on a gratté la première inscription pour en tracer une autre, qui ne la cache pas tout à fait, en sorte qu'on peut y lire, par transparence, l'ancien sous le nouveau ». Ce dédoublement de la lecture, la transparence entre nouvelle et précédente expression du genre, constitue le pivot central du DDG. De plus, l'hypertexte, ou le DDG, ne prévient pas nécessairement, *a priori*, de sa contrefaçon, bien que des indices soient présents, notamment paratextuels (Genette, 1982, p. 17). Une première « intuition » de recherche peut être formulée (le terme d'intuition étant préféré à hypothèse dans la mesure où il correspond à notre démarche abductive –Anadón & Guillemette, 2007) : le DDG, à travers le dédoublement de la lecture et la découverte du caractère hypertextuel du dispositif peut susciter un certain inconfort, et notamment « un inconfort émotionnel [qui motive l'individu] à retrouver un état de bien-être » (Fointiat, Girandola, & Gosling, 2013, p. 5). Cet inconfort se définit comme « un état émotionnel négatif (*i.e.*, l'inconfort psychologique) » (Martinie & Priolo, 2013).

Un des problèmes liés à l'hypertextualité est de se demander ce qui en relève, ou non. Comme le souligne Genette, il y a toujours évocation d'un autre texte dans un autre, on pourrait alors dire que toutes les œuvres sont hypertextuelles. « Certaines le sont plus que d'autres. (...) Moins l'hypertextualité d'une œuvre est massive et déclarée, plus son analyse dépend d'un jugement constitutif, voire d'une décision interprétative du lecteur ». C'est donc ici un point limite : pour les formes de DDG les « moins hypertextuelles », l'interprétation prend davantage de place dans l'analyse.

La démarche de Genette, que nous adoptons pour le DDG, est ainsi d'aborder dans un premier temps « l'hypertextualité par son versant le plus ensoleillé : celui où la dérivation de l'hypotexte à l'hypertexte est à la fois massive (...) et déclarée, d'une manière plus ou moins officielle ». Puis, dans un second temps, « il faudra donc aller sensiblement plus loin, en commençant par ces pratiques manifestes et en allant vers de moins officielles »

Autre élément important dans le concept d'hypertextualité, Genette envisage « la relation entre le texte et son lecteur d'une manière plus socialisée, plus ouvertement contractuelle, comme relevant d'une pragmatique consciente et organisée » plutôt que de se situer dans une herméneutique littéraire ou textuelle. Cette vision et approche contractuelle fait écho à la fois à la forte dimension interactionnelle de l'hypertextualité, du DDG ; aux horizons d'attentes et aux compétences de lecture ; et à sa dimension contractuelle.

3.4.2 Interaction, horizon d'attente, compétence de lecture et contrat

Ainsi, nous considérons la dimension interactionnelle à travers l'ouvrage, ou le genre, et sa version réécrite, qui implique une double lecture. Il s'agit d'« une lecture spécifique de va-et-vient entre texte passé et texte nouveau » (Connan-Pintado, 2009).

Le point des horizons d'attentes est également central. Nous l'avons vu à travers les *attentes* sur le genre (Damian-Gaillard et al., 2014). Il s'agit aussi, dans le champ littéraire de « l'horizon d'attente du lecteur, et donc la réception de l'œuvre ». Genette (1982) parle ici des attentes quant au genre de l'œuvre (poésie, roman, ...).

Cet horizon d'attente, en réception, désigne que « le texte nouveau évoque pour le lecteur (ou l'auditeur) tout un ensemble d'attentes et de règles du jeu avec lesquelles les textes antérieurs l'ont familiarisé et qui, au fil de la lecture, peuvent être modulées, corrigées ou simplement reproduites » (Jauß, 1978, p. 56). L'horizon d'attente, en lecture, est une « précompréhension du monde et de la vie dans le cadre de référence littéraire impliquée par le texte. [Il] inclut les attentes concrètes correspondant à l'horizon de ses intérêts, désirs, besoins et expériences tels qu'ils sont déterminés par la société et la classe à laquelle il appartient aussi bien que par son histoire individuelle (...) [et] qu'à cet horizon d'attente concernant le monde et la vie sont intégrées aussi déjà des expériences littéraires antérieures » (Jauß, 1978, p. 284). Or, l'horizon d'attente peut être perturbé : « La distance entre l'horizon d'attente préexistant et l'œuvre nouvelle dont la réception peut entraîner un "changement d'horizon" en allant à l'encontre d'expériences familières ou en faisant que d'autres expériences, exprimées pour la première fois, accèdent à la conscience, cet écart esthétique, mesuré à l'échelle des réactions du public et des jugements de la critique (succès immédiat, rejet ou scandale, approbation d'individus isolés, compréhension progressive ou retardée), peut devenir un critère de l'analyse historique » (Jauß, 1978, p. 58). Si ici l'auteur semble évoquer des lecteur·trice·s empiriques, son approche reste centrée, avec l'horizon d'attente, à celle du·de la lecteur·trice implicite.

Enfin, le point relatif aux compétences de lecture nécessaires quant à l'hypertextualité, au DDG, fait appel au concept de contrat de communication. Avec les œuvres détournées, la question se pose de la connaissance de la version originale avant celle détournée, mais aussi du champ de connaissances et compétences de lecture. D'une part, sur la connaissance de l'hypotexte : « On peut certes lire le Chapelain décoiffé sans connaître le Cid ; mais on ne peut percevoir et apprécier la fonction de l'un sans avoir l'autre à l'esprit, ou sous la main. Cette condition de lecture fait partie de la définition du genre [l'hypertextualité], et -par conséquent, mais d'une conséquence plus contraignante que pour d'autres genres - de la perceptibilité, et donc de l'existence de l'œuvre » (Genette, 1982, p. 31).

D'autre part, Genette envisage « la relation entre le texte et son lecteur d'une manière plus socialisée, plus ouvertement contractuelle, comme relevant d'une pragmatique consciente et organisée ». Il y a une forme de contractualisation de la situation de communication, asynchrone, puisque auteur·e et récepteur·trice ni ne se situent, ni n'exercent en même temps les actes d'écriture et de lecture, où il est reconnu certaines conditions à l'échange.

Dans la création et la réception de dispositifs, en général, et particulièrement avec le DDG, il y a bien ici des co-constructeur·trice·s de réalité, à travers les interactions, les horizons d'attentes et l'inférence d'une certaine compétence de lecture, qui lient les partenaires de l'échange. L'écart esthétique mentionné par Jauß n'est autre que la co-construction des sens, d'enjeux et buts qui lient des partenaires à l'interlocution, en différé. C'est ce que l'on appelle le contrat de communication, qui nécessite, à l'instar des compétences de lecture, que les partenaires se reconnaissent mutuellement le statut d'interlocuteurs « valables » et « potentiels » dans l'échange (Ghiglione, Landré, Bromberg, & Molette, 1998, p. 20).

3.4.3 L'importance de la réception

A travers ces éléments, nous pensons avoir illustré l'importance de la réception des œuvres hypertextuelles, et donc du DDG : objet de lutte contre les violences, dimension contestataire, processus de réécriture visant une double lecture, dimensions interactionnelles, horizons d'attentes et approche contractuelle.

Cette réception s'envisage d'ailleurs empiriquement. En effet, la question de la capacité du DDG, ou pour reprendre Butler, des parodies de genre, à être subversives, est conditionnée à cette approche.

« Faire une typologie des actions ne serait vraisemblablement pas suffisant, car la déstabilisation parodique, même le rire parodique, dépend d'un contexte et de conditions de réception qui permettent d'entretenir les confusions subversives. Il est évidemment impossible de savoir à l'avance ou exactement quelle performance inversera la distinction entre l'intérieur et l'extérieur et forcera à repenser radicalement les présuppositions psychologiques de l'identité de genre et de la sexualité » (Butler, 1990, p. 262-263).

Butler exprime ainsi qu'une étude *a priori* des effets des performances serait caduque. Par ailleurs, comme l'explique Genette, la taxinomie des formes d'hypertextualité permet l'exploration, mais l'analyse, même construite, rend les frontières floues.

3.4.4 Imitation, transformation et régime

Pour Genette, l'hypertexte désigne « tout texte dérivé d'un texte antérieur par transformation simple (nous dirons désormais *transformation* tout court) ou par transformation indirecte : nous dirons *imitation* ».

Ainsi, Genette développe, à partir de deux relations (de transformation, d'imitation) de l'hypotexte à l'hypertexte, et de plusieurs régimes (les tons ludiques, satiriques, sérieux, mais aussi humoristique, polémique et ironique) un tableau de différentes formes d'hypertextualité. Il explique que « tout ce qui suit [ce tableau] ne sera, d'une certaine manière, qu'un long commentaire de ce tableau, qui aura pour principal effet, je l'espère, non de le justifier, mais de le brouiller, de le dissoudre et finalement de l'effacer » (Genette, 1982, p. 44).

Ce que Genette qualifie de *transformation* correspond au « degré de déformation infligé à l'hypotexte » et l'*imitation* « le degré d'aggravation stylistique » (Genette, 1982, p. 40). Il s'agit des relations qu'entretient l'hypertexte avec son hypotexte.

Quant aux régimes, ils sont six : le ludique « vise une sorte de pur amusement ou exercice distractif, sans intentions agressives ou moqueuses » (Genette, 1982, p. 43) ; le sérieux, lequel ne dégrade pas, mais transforme ou imite sur le même sujet / ton que l'originale. Ces deux régimes s'inscrivent dans ce que Genette qualifie « les façons de n'être pas satirique ». Ensuite, ce qui relève du satirique c'est « une fonction critique ou ridiculisante » (Genette, 1982, p. 32). Entre le ludique et le satirique, il y a la fonction de l'ironie ; entre le satirique et le sérieux il y a celle de la polémique ; et entre le ludique et le sérieux, il y a celle de l'humoristique (Genette, 1982, p. 46).

Le choix de notre approche par le détournement et l'hypertextualité est proche des notions connexes issues de la littérature comme les « pratiques discursives militantes » (Kunert, 2012) ou les « productions discursives » (Trépanier-Jobin, 2013) qui s'intéressent aux discours. Notre choix de l'hypertextualité en est proche, au sens où il s'intéresse lui aussi à la réécriture et à sa stratégie. C'est par ailleurs un travail sur les *perturbations et reconfigurations* qui va nous intéresser (Damian-Gaillard et al., 2014).

Nous l'avons vu dans la littérature des notions connexes, la grande majorité se réfère à un modèle d'analyse lié à la performance et à la parodie du genre lui-même (Butler, 1990) et dans une finalité de déconstruction du genre, un positionnement faisant par ailleurs relativement consensus chez les féministes ou dans les études sur le genre. Bien entendu, le DDG est analysé sous les mêmes traits théoriques et de finalités. L'étude du phénomène de DDG nous conduit à inclure et élargir ces premiers éléments, en les combinant avec une approche matérialiste et de point de vue situé.

3.5 Le genre : un (dé)construit social, entre matérialisme, performance et point de vue situé

Nous l'avons vu, il est possible de détourner (parodier, transgresser, ...) le genre, considérant qu'il existe *des* hypotextes au genre (attentes, codes, ...), c'est à dire des versions initiales, déjà construites, déjà sociales, mais aussi déjà *performées*. Nous l'avons vu dans l'état de l'art, si le genre est déjà une parodie, les chercheur·e·s, qui principalement adoptent cette approche, considèrent l'existence de bases créatives préexistantes, que sont les attentes, stéréotypes, codes, ... formées sur le genre. Elles peuvent être aussi des *performances*, au sens de Butler, qui insiste sur le fait qu'il n'y a donc pas de version « originale » du genre. C'est aussi et surtout, dans ces deux perspectives, l'épistémologie d'un point de vue et d'une connaissance située.

Sur ces trois approches, le genre est un construit, visant à être déconstruit, dénaturalisé. Le genre s'insère dans une triade genre-sexe-sexualité (Dayer, 2014), à l'intersection d'autres rapports de domination, de classe et de race notamment.

A travers notre perspective théorique de l'hypertextualité de Genette, le DDG pourra prendre plusieurs formes, d'imitation et de transformation, sur différents régimes. Par ailleurs, considérant que l'on s'intéresse au DDG dans la lutte contre les violences, inégalités et discriminations, nous ferons reposer l'analyse de l'hypotexte à travers l'hypertexte¹⁰⁷.

Ainsi, ici, dans cette partie, il sera question des ancrages théoriques du genre tels que nous pensons qu'ils sont mobilisés, et mobilisables, dans le DDG.

3.5.1 Le genre, les violences faites aux femmes et le point de vue situé

Le genre, nous l'avons vu, n'est pas un concept issu des féministes, mais qu'elles se sont appropriées pour poursuivre le travail de dénaturalisation et de déconstruction et ajouter à la dimension du savoir, celle du pouvoir. Il s'agira de le *défaire*, de le *déjouer* (Fassin, 2008). « Les théories féministes seront définies comme un savoir indissociablement lié à un mouvement politique qui problématise, notamment d'un point de vue épistémologique inédit, le rapport que tout savoir entretient avec une position de pouvoir, qu'il renforce, renverse ou modifie en retour » (Dorlin, 2008). La définition des violences faites aux femmes d'Hanmer, en début de thèse, exprime ce lien entre savoir et pouvoir, et de point de vue :

« Une définition sociologique de la violence envers les femmes doit tenir compte de l'usage de la force et de la menace comme moyen d'obliger les femmes ou à ne pas se comporter de telle ou telle façon. La mort se situe à un extrême et la menace à l'autre. Entre les deux, on trouve toutes sortes de comportements quotidiens, depuis les coups superficiels jusqu'aux blessures graves en passant par l'agression sexuelle et le viol. Notre définition de la violence comprend les catégories légales mais les dépasse en incluant tous les comportements qui visent à obtenir la soumission. C'est une définition de femme ; elle part du point de vue de la victime » (Hanmer, 1977, p. 72).

3.5.2 Déconstruire, dénaturiser

Dans l'état de l'art sur les notions connexes au DDG, les auteur·e·s s'inscrivent dans le même champ sémantique et théorique : « dévoiler, dénaturiser, « décoder » et déconstruire les « codes du genre » (Kunert, 2012) ; dénaturisation du genre, montrer l'artificialité de la norme (Butler, 1990; Trépanier-Jobin, 2013) ; mobiliser mais aussi déstructurer les normes, pointer la dérive essentialiste, les attentes hétéronormées et ethnoracialisées, les identités de genre déviantes, transgression, dissonance, défiger les normes, les déconstruire (Damian-Gaillard et al., 2014) ; « enrayer et prévenir » le genre, le « déjouer sans le consolider » (Dayer, 2014).

¹⁰⁷ Pour cela, nous étudierons les dispositifs à travers les violences, inégalités et discriminations incluses, mais aussi ce que les créatifs en disent et comment ils co-construisent ces réalités sociales, et en réception, sur la co-construction des sens.

Les conceptualisations du genre ont évolué au fil des positionnements féministes et de la recherche¹⁰⁸, nous nous intéressons au matérialisme, à la performativité et au point de vue situé : ces trois références, qui connaissent des convergences significatives, nous semblent les plus à même d'aborder le DDG.

3.5.3 Matérialisme et genre

Premièrement, sur le versant du matérialisme, Christine Delphy, sociologue française, grande figure du féminisme matérialiste et militant, hérite de la distinction entre sexe et genre. Mais elle va se demander si « quand on met en correspondance le genre et le sexe (...) on compare du social à du naturel ; ou est-ce que l'on compare du social avec encore du social ? » (Delphy, 2013, p. 231). Ses deux hypothèses sont alors que le genre précède le sexe, et qu'il faut extraire du terme « sexe » ses connotations « naturelles » pour démontrer que « ce terme s'applique à des divisions et distinctions sociales ».

Elle définit le genre comme : « processus de division hiérarchique de l'humanité en deux moitiés inégales » (Delphy, 2013, p. 42). Il est intéressant, dans cette définition, de considérer que le genre est un processus, une dynamique, et non un résultat. Cette division hiérarchique est celle de la construction sociale des sexes, par ailleurs imbriquée à d'autres processus de division, comme la race ou la classe sociale, ce que l'on appelle l'intersectionnalité. Le genre a une visée critique, remet en cause cette division, socialement construite.

Cette conception du genre comme diviseur s'inscrit dans le courant théorique féministe matérialiste, dès les années 1970, dans lequel nous retrouvons Christine Delphy, Colette Guillaumin, Nicole-Claude Mathieu, Paolat Tabet et Monique Wittig. Les origines théoriques du mouvement empruntent au marxisme l'idée selon laquelle la société est composée de classes, qui sont des constructions sociales et non pas des lieux de domination naturels (à l'image des classes sociales de Marx), et qui n'existent que dans leur rapport d'opposition et hiérarchique (Bereni et al., 2012, p. 33). Nous comprenons mieux dès lors quel sens leurs auteurs donnent au genre en tant que système de « division hiérarchique ».

L'objet décrié par les féministes matérialistes est le patriarcat, qui désigne le système d'exploitation des femmes par leur travail (production) et de leur corps (reproduction). Ce rapport de pouvoir est aussi « *valence différentielle des sexes* » pour Françoise Héritier, anthropologue, structuraliste et se déclarant parfois du matérialisme (Héritier, 2012, p. 23, p38). Elle désigne par cette expression les valeurs associées au féminin, considérées comme inférieures à celles liées au masculin. La valence différentielle des sexes est un universel culturel, fondement de la domination masculine (Terry, 1997), ou de « *domination masculine* » (d'inspiration bourdieusienne et matérialiste, il s'agit de la manière dont les structures féminines sont intériorisées) (Bourdieu, 1998).

¹⁰⁸ Voir par exemple, (Bereni et al., 2012)

3.5.4 Intersectionnalités

Le genre est aussi défini comme « imbriqué dans d'autres rapports de pouvoirs », c'est-à-dire qu'il est à l'intersection d'autres rapports de classe ou de race, dont l'une des principales et pionnières théoriciennes est Crenshaw (2005).

Une autre théoricienne de l'intersectionnalité est Wittig, qui mise sur les structures symboliques et leur subversion pour abolir le genre. Féministe française, Wittig deviendra une figure du féminisme poststructuraliste aux Etats-Unis, où elle émigre. Pour elle, si la « lutte des classes » reste un appui, c'est pour entrer dans une dénonciation de la collaboration¹⁰⁹ de classe. Les rapports sexuels et matrimoniaux entre homme et femme sont une collaboration de classe. Elle considère les lesbiennes comme à l'avant-garde du féminisme ; elles ne sont plus femmes (car ça n'a de sens que dans un système de pensée économique hétérosexuelle) mais transfuges¹¹⁰. Elles ont une stratégie politique de résistance féministe. En affirmant « les lesbiennes ne sont pas des femmes », le lesbianisme radical de Wittig remet en question l'hétérosexualité et la subvertit.¹¹¹ En parlant de collaboration, c'est à la fois une référence à une expression de la classe ouvrière, mais aussi à la période de l'occupation nazie. En 1980, à Paris, à l'occasion de la rencontre lesbienne, des affiches aux murs notent « une femme qui aime son oppresseur est opprimée. Une féministe qui aime son oppresseur est une collabo ». Les féministes matérialistes ne sont pas d'accord avec cette réduction : les rapports sexuels ne sont qu'une infime partie de l'oppression de la femme. Pour ces dernières, les féministes poststructuralistes réduisent la lutte à un niveau individuel, alors qu'il est, selon elles, collectif (hétérosexuel et homosexuel). Wittig est une figure du lesbianisme radical et a inspiré la pensée *Queers* (Bereni et al., 2012, p. 41-42).

3.5.5 Sexe/genre/sexualité

Le genre n'est pas envisagé uniquement dans une dialectique sexe/genre, laquelle a nécessité un temps pour y voir le genre précédant le sexe, mais aussi dans une dialectique avec la sexualité. Dayer (2014) met en perspective cette « triade sexe-genre-sexualité » et les processus de hiérarchisation et les éclatements au sein de chacune des composantes. « L'appréhension du sexe est conditionnée par les représentations de genre, elles-mêmes pétries par l'invention de l'hétérosexualité comme primat. Ce qu'il s'agit donc de hacker, c'est la matrice hétérosexiste » (Dayer, 2014).

Dorlin (2008) explique également que « le concept de genre est lui-même déterminé par la sexualité, comprise comme système politique, en l'occurrence l'hétérosexualité reproductive, qui définit le féminin et le masculin par la polarisation sexuelle socialement organisée des corps ».

¹⁰⁹ Le terme collaboration est lié à la fois à un terme courant chez les ouvriers, et fait référence à la collaboration sous l'occupation nazi. (Bereni, Chauvin, Jaunait, Revillard, 2013)

¹¹⁰ Transfuge sur le dictionnaire Larousse en ligne : « Soldat qui déserte et passe à l'ennemi ; personne qui abandonne un parti, une doctrine pour se rallier à un / une autre. »

¹¹¹ Préface de Louise Turcotte in Monique Wittig, « La pensée *straight* », Editions Amsterdam [2001] 2013, p 18.

3.5.6 La performativité du genre

Butler, philosophe américaine et référence de la théorie *Queer* soulève le problème de l'opposition entre nature et culture, tressée à celle de sexe et de genre. Elle montre comment l'idée d'un sexe -associé à la nature- et d'un genre -dissocié de la nature- contribue à renforcer la division entre mâle et femelle comme naturelle. Si l'on considère le genre comme social et variable, c'est qu'il existerait en présupposé un sexe biologique « pur », naturel et non social. Dès lors, penser la nature comme préalable à la culture, c'est rester enchevêtré dans une idéologie biologique... La distinction entre sexe biologique et genre social ne s'affranchit pas de la nature, mais contribue à la produire et à la stabiliser. Or, le genre étant déjà une parodie, une performance, ses parodies révèlent l'artificialité de la norme, son caractère déjà imitatif sans original. Il est « une pratique d'improvisation qui se déploie à l'intérieur d'une scène de contraintes. (...) On le « fait » toujours avec ou pour quelqu'un d'autre, même si cet autre n'est qu'imaginaire ». Elle dira aussi sur le genre qu'il est « un idéal que *personne* ne peut incarner ».

3.5.7 Rapprochement du matérialisme et de la performativité

Ces deux perspectives du genre, matérialiste et performatif, conjuguent dénaturalisation et déconstruction. Elles pointent aussi les questions des corps et des conditions matérielles des femmes. Si les premières constituent, du moins évoquent les femmes comme groupe social, les secondes soulèvent le problème lié au fait de parler « des femmes » comme groupe social (Butler, 1990, p. 63-67), ce qui réifie les rapports de genre. Des critiques réciproques émergent aussi : reprocher à la performativité d'individualiser et d'occulter les autres rapports de pouvoir (à l'instar des critiques portées par les féministes matérialistes envers le lesbianisme radical) et à l'inverse, reprocher au matérialisme une vision universaliste à travers ses concepts, notamment celui du patriarcat.

Pourtant, il est possible de rapprocher, voire il s'agirait d'une « ambition de rapprocher ces deux points de vue théoriques, [desquels se dégage déjà une large convergence] qui sont l'un et l'autre évolutifs et sujets à des questionnements croisés, notamment sur les évolutions de l'ordre du genre et l'importance des changements sociaux » (Le Talec, 2016). Le Talec parle ici de ces deux théories, au prisme de l'étude des hommes et des masculinités, et explique que ces rapprochements sont d'ores et déjà engagés avec par exemple l'intersectionnalité.

Nous abordons ainsi notre troisième angle d'attaque théorique du DDG, la question du point de vue situé, largement développée et reprise par les féministes intersectionnelles.

3.5.8 Le point de vue situé

3.5.8.1 Les conditions de mobilisations, les conditions d'existence des femmes

Premier point introductif, cette question des mobilisations féministes pose question. Gerhard (2004) ne le dit pas autrement quand elle pointe qu'à travers l'Histoire (elle parle des trois vagues féministes) « le fait que des femmes s'organisent sous la bannière de l'appartenance à un même genre, par-delà toutes les catégorisations et différences

sociales, n'a rien d'évident, et semble même improbable ». Si ces catégories sociales sont plurielles¹¹², c'est « qu'il faut de nombreux facteurs pour les mobiliser en tant que femmes ». Enumérant ces facteurs de mobilisation, eux aussi nombreux (et à mettre en parallèle avec les éléments de science politique¹¹³), elle affirme ainsi que « si l'on tient compte de tout cela [les nombreux facteurs nécessaires à la mobilisation] ce n'est pas l'échec des mouvements des femmes qui étonne, mais plutôt qu'il ait encore et toujours été possible de mobiliser les femmes en dépit des résistances, pour leur propre cause ou celle de « l'humanité entière » ». Au-delà des facteurs explicatifs, la question des conditions d'existence des femmes est significative.

Avec les féministes matérialistes, il est possible de tracer une analogie avec le marxisme, et la conscience de classe. Cette idée de conscience dans la visée matérialiste féministe est ainsi expliquée par Dorlin (2008) : « ce travail de conscientisation fait que le destin quotidien de chaque femme, la prétendue « condition féminine », est reconnue comme une expérience de l'oppression où je me reconnais moi-même comme « sujet de l'oppression », reprenant ici Nicole-Claude Mathieu. Elle poursuit : « En outre, le vécu singulier des femmes peut être re-signifié comme un vécu collectivement partagé : ce qui fonde doublement la possibilité même de la révolte, aux niveaux individuel et collectif – « ce qui est résistant, n'est pas inévitable », reprenant cette fois Christine Delphy. Il y a ainsi dans cette perspective matérialiste féministe un sujet politique : « les femmes », dont les conditions d'existence se rejoignent au point de leurs oppressions. Il est aussi question de « vécu singulier », introduisant bien entendu qu'il va s'agir d'un point de vue situé depuis ces expériences sociales.

3.5.8.2 Standpoint theory et matérialisme

Ce point crucial qui nous intéresse ici, du point de vue situé, ou *standpoint*, depuis la théorie matérialiste. Dorlin (2008) le développe ainsi : « Cette transformation de la conscience de soi des femmes, (...) a notamment été possible par la production de savoirs sur, par et pour les femmes, qui ont inventé d'autres langages, pris plusieurs formes, mais dont les deux principales sont les groupes de conscience et les « expertises sauvages » ». A travers les premiers, ce sont les vécus des femmes qui sont envisagés, c'est à dire « les multiples expressions d'une commune condition sociale et historique », participant à « définir, identifier et lutter contre les multiples formes de violences faites aux femmes, jusqu'alors indicibles ou invisibles ». A travers les secondes, les expertises sauvages, c'est la question du savoir situé qui est mise en avant : elles « consistent à produire du savoir en tant qu'objet et sujet de connaissance, à devenir l'expert informé de soi-même. Elles viennent contester le savoir dominant qui prend pour objet les femmes, objectivent leurs corps, leurs paroles ou leurs expériences. En court-circuitant le savoir dominant, et plus

¹¹² Gerhard cite « les différentes classes ou couche sociales, les groupes ethniques, les orientations sexuelles ou religieuses »

¹¹³ Gerhard évoque comme facteurs à la mobilisation « une structure d'opportunités politiques, des ressources, des motifs à la mobilisation -comme la prise de conscience des contradictions ou des injustices, le pouvoir de séduction d'une utopie sociale ou d'un programme politique, ou encore l'existence d'une avant-garde d'activistes qui réussissent à mettre sur pied des groupes et des réseaux et à gagner l'attention du public en tant que force politique ».

particulièrement gynécologique ou sexologique, les femmes ont produit des savoirs sur leur sexualité et leur santé, se sont réappropriées leur propre corps, en inventant ou en expérimentant des techniques de plaisir comme de soin.» Ensemble, ces groupes participent à la production d'un savoir qui se désindexe « des systèmes de représentations "masculins" qui la désapproprient de son rapport à elle-même, et aux autres femmes. Ces savoirs féministes, ne produisent donc pas seulement un nouveau savoir sur les femmes, ils disqualifient à leur tour la « connaissance vraie », ils bouleversent l'économie du savoir lui-même et la distinction entre sujet et objet de connaissance » (Dorlin, 2008).

Si le point de vue situé s'inscrit dans le matérialisme, et qu'il a connu des critiques, il est aussi développé dans l'approche de la performance du genre. Par ailleurs, ce transfert entre conditions de vie et « conditions de vue » est pointé par Maria Puig de la Bellacasa (citée par Dorlin, 2008). Et c'est à Nancy Hartsock que nous devons le « concept de « positionnement » ou de « point de vue » » : « dénoncer la prétendue posture idéale du sujet connaissant – y compris du sujet connaissant marxiste –, comme une posture désincarnée, en adoptant le point de vue des féministes, c'est-à-dire en se situant depuis les conditions matérielles d'existence des femmes. (...) Son projet épistémologique consiste alors à valoriser des ressources cognitives invisibilisées et dépréciées, déterminées par, et élaborées depuis, les conditions matérielles d'existence des femmes ; à transformer leur expérience en savoir. Elle accorde donc un « privilège épistémique » à ce positionnement féministe. Comme le souligne très justement Maria Puig de la Bellacasa, l'utilisation du terme « féministe » par Hartsock, plutôt que « femmes », marque le caractère produit de ce positionnement ; c'est-à-dire qu'il s'agit d'une position construite à partir d'une situation subie et non pas d'un point de vue féminin essentialisé. La définition est politique et non ontologique. En conséquence, il s'agit d'une position politique, « engagée » » (Dorlin, 2008).

3.5.8.3 Standpoint theory, question de l'objectivité et intersectionnalité

Dans la même veine que Hartsock, Sandra Harding poursuit avec le concept d'« objectivité » (Dorlin, 2008) dans son approche philosophique empiriste ; et Donna Haraway « ajoutera qu'il faut également accepter la capacité d'agir des objets de connaissance (...). Il ne s'agit pas seulement d'une règle de respect à l'égard des objets animés des sciences, mais d'un préalable épistémologique qui fonde une vision, une manière de voir le réel ». A cette analyse de la « théorie de la connaissance », soit l'épistémologie féministe, Bertini (2009b, p. 121) en résume l'approche qui selon nous, s'applique également au DDG : « Il s'agit donc de valoriser la réalité des groupes dominés afin de leur donner du pouvoir, en mettant en valeur les savoirs différents qui procèdent de leur positionnement spécifique ».

Ces questions de conditions d'existence, de vécu, mais aussi des violences ciblant les femmes, et notamment les femmes à des intersections d'autres rapports de domination, sont envisagées pour les femmes lesbiennes avec Wittig (Wittig, 2013) ou les femmes noires avec Crenshaw (2005). Les femmes dites « racialisées » sont non seulement dans

le même *continuum* de violences, mais elles doivent aussi faire face à d'autres subordinations, telles que les discriminations raciales à l'emploi ou plus de difficultés à dénoncer des violences intra-raciales dans le cadre du couple. Crenshaw conduit une étude de terrain sur les refuges pour femmes battues dans les communautés minoritaires de Los Angeles. Elles sont confrontées aux violences, discriminations et inégalités sociales genrées et racistes. Les violences physiques sont la manifestation la plus immédiate des subordinations auxquelles elles font face comme la responsabilité parentale et le manque de compétences professionnelles, aggravées par un classisme et des discriminations raciales à l'emploi et au logement, dans un contexte plus large de chômage où il leur est difficile de se faire héberger, où discours féministe ou antiraciste ne les prennent pas en compte et où la dénonciation de violence interraciale sont plus difficiles à dénoncer. L'Etat peut encore aggraver ces oppressions, par exemple en imposant particulièrement aux personnes tout juste immigrées et mariées de rester avec leur conjoint pendant deux ans minimum pour être résident permanent, ce qui contraint les femmes immigrées à rester auprès de leur époux. Si une dispense aux victimes de violences conjugales s'applique, elle reste difficile à obtenir (K. W. Crenshaw, 2005). Pour Dorlin (2008), Crenshaw a « notamment montré comment l' « intersectionnalité » est inhérente à tout rapport de domination : elle est une structure de la domination elle-même, qui empêche ou affaiblit les tentatives de résistance. »

3.5.8.4 L'expérience de la marge et performativité

Quant à l'approche sur la performativité, avec Butler, relève Coulomb-Gully (2014), c'est l'idée que c'est en faisant l'expérience de la marge, et de ce que « penser à la marge » peut vouloir dire, qu'il est possible de comprendre ce qu'est la périphérie et ce qu'est la norme. Cette perspective du point de vue situé s'envisage ainsi selon une opposition centre/périphérie. Toutefois, nous l'avons vu, pour Butler, le sujet politique féministe ou groupe social « femmes » pose problème. En somme, le « nous » féministe ne doit pas être déterminé de manière négative, exclusive (opposer le Nous et Elles) ou « antagoniste » mais une « identité en devenir et, par conséquent, accepter le conflit entre les féminismes » (Dorlin, 2008).

Si la catégorie « femmes » est normative, le féminisme a intérêt à s'ouvrir et à intégrer les perspectives des marges : « Cela ne signifie pas que le terme « femmes » ne doit pas être utilisé, cela veut dire qu'il ne peut pas être un préalable à la politique féministe. Aussi, il ne suffit pas que le terme « femmes » élargisse ou rétrécisse son acception au gré des luttes (un peu de couleur, un peu de classe, un peu d'âge, un peu de sexualité, un peu de religion... « et mélangez bien »)¹¹⁴, il faut que le sujet du féminisme soit dans un effort permanent de décentrement, qu'il adopte les points de vue minorisés au sein même de son mouvement. Cet effort de décentrement pourra ainsi permettre de débusquer les formes de sujétion en nous, qui résistent à la subjectivation politique » (Dorlin, 2008, analysant Butler).

¹¹⁴ Dorlin (2008) reprend ici Butler (1990, p. 81)

3.5.8.5 Le DDG, combiner les approches matérialiste, performative et de point de vue situé

L'ensemble de ces éléments sont mentionnés ici pour plusieurs motifs évidents : ils consistent à mettre en perspective théorique la conceptualisation du genre, tel que nous l'entendons à la fois de manière globale, mais aussi de manière spécifique à celle du DDG. C'est-à-dire que non seulement le *genre* dans DDG s'inscrit dans ces prismes matérialiste et performatif, mais de plus, le DDG propose cette vision décentrée, à travers ses formes hypertextuelles. Ce que nous voyons en seconde partie à travers les formes de DDG, puis en troisième partie, avec la création du DDG. Malgré son hétérogénéité, un point de convergence est d'illustrer les violences, inégalités et discriminations selon un point de vue, situé, par le prisme des femmes.

Ainsi, alors que nous avons posé une première intuition (le terme d'intuition étant préféré à hypothèse dans la mesure où il correspond à notre démarche abductive – Anadón & Guillemette, 2007) sur la dissonance cognitive à travers le DDG, nous en posons une seconde, relative à la question de l'empathie. Le DDG, s'il prend ce parti de point de vue situé, pourrait chercher à susciter une forme d'empathie, en donnant à voir le monde social genré depuis le prisme *des* femmes.

L'empathie se définit dans le champ de l'art comme « un état cognitif et physiologique qui incite le regardeur à partager certains états mentaux et corporels propres à l'auteur de l'artefact », même si celui-ci n'est pas physiquement présent » (Couchot & Lambert, 2016, p. 28-29). Plus largement, être empathique : « c'est percevoir le cadre de référence interne d'autrui aussi précisément que possible et avec les composants émotionnels et les significations qui lui appartiennent comme si l'on était cette personne, mais sans jamais perdre de vue la condition du « comme si » (Rogers, cité par E. Simon, 2009). Dans le cas de création de DDG, l'empathie sera considérée comme virtuelle, c'est-à-dire « introduite pour rendre compte de la nature fictive de la relation entre un récepteur et un contenu médiatisé » (Daignault & Paquette, 2009).

CHAPITRE 4. Le détournement du genre (DDG) : stratégie créative au service de la communication persuasive contre les violences faites aux femmes

Le DDG, stratégie créative au service de la lutte contre les violences faites aux femmes, s'inscrit dans une communication persuasive et d'intérêt général. Cette communication est, d'une part, persuasive et vise à influencer. Elle est mise en place par une organisation, « dotée d'intentionnalités, [qui] cherche à orienter les comportements des publics, également dotés d'intentionnalités, de manière à ce que ces comportements contribuent à réaliser les objectifs de l'organisation » (Chabrol et al., 2004). Les enjeux liés à ce type de communication sont classables en trois catégories, représentant trois types de communication persuasive : assurer la subsistance économique et le développement organisationnel (communication externe des entreprises et publicité commerciale) ; participer au pouvoir politique (communication des organisations et hommes et femmes politiques, "propagande politique") ; assurer l'intérêt général et le bien public. C'est dans ce troisième enjeu que se situe la communication que nous étudions.

En effet, d'autre part la communication et les dispositifs étudiés dans cette thèse visent à « assurer l'intérêt général et le bien public » souvent « provenant des organisations de service public ou d'associations » (Chabrol et al., 2004). Les auteur·e·s, dans une approche socio-pragmatique, tracent cette catégorie (à côté de celles de divertissement et d'échanges économiques) sur la base des « raisons qui sous-tendent l'existence des différents discours et contenus (...) les intentions de communication et les enjeux propres aux producteurs ou diffuseurs de contenus et discours, liés aux différents contextes sociaux ». Les campagnes de communication d'utilité et d'intérêt public associent généralement « des partenaires publics et privés : ministères, entreprises de service public, collectivités locales et territoriales, associations, équipes de recherche, collectifs, militants, etc. » (Bernard & Joule, 2005, p. 195).

Si les typologies construites participent de la compréhension du phénomène communicationnel, elles ne sont, selon nous, jamais hermétiques. En ce sens, des *hybrides* existent entre ces catégories ainsi constituées, telles que la communication persuasive et d'intérêt public contre les violences faites aux femmes et employant le DDG est aussi politique. Ces communications et créations issues de la société civile s'envisagent aussi en « en lien avec des évolutions profondes qui touchent le politique, avec la redéfinition de la relation du citoyen aux affaires publiques et avec les changements de l'espace public (...) qui réorganisent des pratiques d'échanges, de débat et de délibération vers plus d'hétérogénéisation » (Bernard & Joule, 2005, p. 195).

En effet, l'objet des violences faites aux femmes, le genre, est un concept critique et politique de reconnaissance des dimensions construites des féminins, masculins, des relations femmes - hommes et des dimensions structurelles des violences. Les communications de lutte émanent de différentes organisations et individus, et lorsque

ceux-ci sont majoritairement issus de la société civile, voire de « contre-publics subalternes » (Fraser, 2001) et que le genre devient le pivot de la stratégie créative, alors la communication prend une dimension de mobilisation sociale et de positionnement politique. L'espace public, notamment constitué d'arènes comme « espaces de médiation propre à la société civile », sont des lieux qui « obéissent à une volonté (souvent celle d'un tiers, des militants associatifs par exemple) de créer les conditions de l'échange entre des personnes ne se rencontrant que fort peu. Il s'agit de relier, de constituer un collectif, mais également se séparer, de maintenir la distance critique individuelle » (Dacheux, 2008, p. 7-8). Ces arènes, ou la sphère publique, définie comme « cadre structuré où se produit la contestation ou la négociation culturelle et idéologique entre une multitude de publics » (Fraser, 2001, citant Eley)¹¹⁵, sont aussi des lieux d'expression de publics dominants, de contre-publics, voire de contre-publics subalternes. Ces derniers correspondent à « des arènes discursives parallèles dans lesquels les membres des groupes sociaux subordonnés élaborent et diffusent des contre-discours, afin de formuler leur propre interprétation de leurs identités, leurs intérêts et leurs besoins » (Fraser, 2001). La société civile inclut ainsi des organisations, mais aussi des individus ou des artistes. Nous postulons ici que « l'assemblage » de dispositifs de DDG à tendances communicationnelles ou artistiques est possible considérant leur dimension politique, du moins critique du genre. Certaines œuvres relèvent de l'engagement artistique, questionnant « l'autonomie et [les] limites du monde artistique ». Mouvement sociaux et formes de contestation dans l'art ont des convergences « des emprunts réciproques des répertoires d'action (...) au travail similaire de manipulation des symboles » comme le note Balasinski (2009).

Dès lors, il s'agira de ne pas omettre que ces deux types de création se confondent et occultent leurs différences tant dans les formes, dans la création ou dans la réception, par ailleurs inscrites dans un contexte socio-historique et culturel situé, mais plutôt (1) de s'intéresser à ce qui les rapproche (et ce qui peut les différencier) et (2) d'entrer par la « porte » de la stratégie créative du DDG pour unir ces créations, en reconnaissant que le concept de *stratégie* relève davantage du champ de la communication. Nous revenons à cette mise en relation dans la partie suivante, à l'aide des concepts clés issus de la théorie générale sur la communication médiatique comme « forme d'interactions humaines et sociales médiatisées ».

Considérant ainsi le DDG comme stratégie créative au service de la lutte contre les violences faites aux femmes et inscrivant le DDG dans la communication persuasive et d'intérêt général, nous développons notre approche théorique. Nous illustrons la communication comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées et les interactions entre « pôles » : la création (les concepteur·trice·s, les créatifs) ; les créations, *i.e.* les dispositifs ; et la réception (les publics, les cibles). Nous en tissons des liens avec les processus créatifs dans l'art et la conception de l'expérience esthétique. Ensuite, nous

¹¹⁵ Geoff ELEY, « Nations, Publics, and Political Cultures : Placing Habermas in the Nineteenth Century », in Habermas and the Public Sphere, éd. Craig Calhou

explicitons la manière théorique que nous adoptons pour étudier la création -les processus créatifs et intentions d'influence, et la réception -l'*Unimodel*, en cohérence avec la théorie globale des interactions envisagée.

1. La communication du DDG comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées

Le DDG s'entend comme stratégie créative dans le cadre d'une communication persuasive et d'intérêt général, à tendance politique, et se *matérialisant* sur différents supports médiatiques et artistiques à tendance sociale.

Nous l'envisageons par le prisme de la « communication comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées » (Fourquet-Courbet, 2010), soit les interactions entre les acteur·trice·s de la production-crédation et le dispositif, les interactions entre les acteur·trice·s de la réception comme co-producteur·trice·s de sens et le dispositif, et enfin les interactions entre les acteur·trice·s de la production-crédation et celles et ceux de la réception.

L'ensemble du développement qui va suivre consiste à expliciter, d'une part, la communication médiatique comme « forme particulière d'interactions humaines et sociales médiatisées », soit le fondement de notre approche théorique. En en détaillant les concepts clés sur lesquels repose cette théorie en SIC, nous nous autorisons, d'autre part, des mises en parallèle ponctuelles avec le champ des créations artistiques et culturelles qui, selon nous, sont pertinentes et éclairent les liens de la création et de la réception médiatiques et artistiques.

Notre choix théorique autour de la communication médiatique a émergé, initialement, d'une réflexion sur la réception du DDG. Nous nous demandions, dans un premier temps, comment l'étudier ? C'est en partant de ces questionnements -quelle est la réception du DDG ? Quelle est la capacité de la stratégie créative à influencer les récepteur·trice·s dans le sens de la lutte contre les violences faites aux femmes ?- que nous avons « remonté » le fil théorique de la réception. Pour l'étudier, il sera nécessaire de s'intéresser *aussi* aux autres pôles, la production et le dispositif, qui sont en interaction.

1.1 Modèle interactionniste de la communication médiatique, production, création et réception

« Etudier l'interaction consiste à étudier les champs de force agissant réciproquement et co-construisant les cognitions, affects et actions sociaux des émetteurs et récepteurs, non présents physiquement mais reliés par des médias, c'est-à-dire par des dispositifs technologiques » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 11).

Loin des conceptions de la communication médiatique comme mécaniste ou fonctionnaliste, cette approche est interactionniste. La communication médiatique repose sur une intersubjectivité, celle des sujets sociaux en création et en réception, médiée par

le dispositif. « L'interaction désigne un champ mutuel d'influences bénéficiant d'un contexte de mise en action ; c'est un processus d'intercompréhension qui conduit à la co-construction du sens » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 10, en référence à Matuzak et Quidot)¹¹⁶.

Plus précisément, pour étudier la communication médiatique, il y a trois types d'interactions qui mettent en jeu les trois pôles de la communication, toujours inscrits dans un contexte social, celui de la situation (de création, de réception) et plus largement d'un contexte socio-politique, culturel et historique :

- celles des « esprits » entre les producteur·trice·s et les récepteur·trice·s, à travers le dispositif. Ces sujets sociaux en interaction sont physiquement absents mais présents dans leurs esprits respectifs. Par cette intersubjectivité, il y a « mise en jeu de leur intentionnalité, les acteurs génèrent ou activent (...) des représentations liées aux autres acteurs impliqués ». Chaque acteur·trice·s inférant les intentionnalités de l'autre, le dispositif est une co-construction de sens.

- celles entre les producteur·trice·s et le dispositif, soit les moments de création du dispositif et du discours et la façon dont le dispositif en construction va « faire évoluer et orienter les processus cognitifs impliqués dans la conception » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 22). Il s'agit ici du processus créatif, lequel s'envisage par des « processus socio-cognitifs et/ou socio-émotionnels de construction de sens du sujet social en production » interagissant avec le dispositif en construction et des intentions, soit « à un but ou à une volonté de produire un effet », le dispositif portant des « traces » de celles-ci ;

- celles entre les récepteur·trice·s et le dispositif, où se situe la compréhension et la co-construction de sens, inscrites dans un contexte. Les interactions se situent au niveau des processus cognitifs ascendants et descendants des récepteur·trice·s face au message : ce qui jaillit de l'esprit des récepteur·trice·s face au dispositif et ce qui est appelé, en mémoire, pour donner du sens au dispositif. Ces allers-retours répétés s'agencent pour former des hypothèses qu'ils vérifient sur le sens du dispositif et les intentions des créatifs à travers lui. Par ces interactions, « le dispositif est donc « assimilé » à la suite d'un procès complexe de re-construction et négociation des significations ». Les questions posées portent sur la manière dont sont co-construits le sens et les significations, d'après les intentions perçues et sur les temporalités (en exposition puis après), les processus socio-cognitifs et socio-affectifs de la réception et de la signification, les effets sur les attitudes et les comportements, résultant de ces processus. Fourquet-Courbet le précise : « les réponses à ces différentes questions sont d'autant plus complexes à traiter que les interactions dans ce cas sont plurielles : (...) sensorielles : il faut alors étudier le récepteur

¹¹⁶ Matuszak, C., Quidot, S. (2008). « L'interaction et après ? Débat autour d'une notion transformée et transformable », *XVI^{ème} Congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC) – Les Sciences de l'Information et de la Communication : affirmation et pluralité*, Compiègne, 10-12 Juin 2008

au moment du contact avec le dispositif, (...) effets psychologiques laissant des traces dans l'esprit du récepteur; (...) supports d'une diffusion sociale ultérieure (par les conversations) et, dans ce cas, on s'intéresse davantage aux futures interactions sociales du récepteur au sein de son groupe social de référence, qui contribueront, sous certaines conditions, à former, changer ou renforcer des valeurs, des normes et des représentations sociales et des comportements sociaux, socio-politiques ou socio-économiques » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 24).

Si les interactions que nous étudions entre créatifs et récepteur·trice·s, sont asynchrones puisque médiées par le dispositif (les interactants ne sont pas *coprésents physiquement*), elles s'inscrivent dans la logique des travaux sur les interactions, lesquels impliquent le *soi* et les *autres*. « Le soi ne se développe qu'en interaction avec les autres êtres humains » et les « interactions sont-elles également sociales ». « Les êtres humains interagissent avec et sur les autres sur la base des intentions et significations qu'ils attribuent à leurs gestes et comportements respectifs » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 10-11). Ces Autres sont des composantes internalisées par les sujets sociaux, à l'instar des normes sociales. Les dimensions *humaines* et *sociales* sont ainsi inscrites dans cette théorie de la communication médiatique.

D'un point de vue opérationnel, pour étudier ces interactions, nous développons une approche empirique visant à « objectiver des phénomènes qui demeurent pétris de subjectivité », à « construire des connaissances proches de la « réalité » » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 17) et à étudier ses processus et ses effets. « Les processus, définis comme étant une suite d'étapes qui se réalisent dans le temps, sont plus spécifiques. L'étude des processus socio-cognitifs et socio-affectifs impliqués dans la communication médiatique n'est pas antinomique à l'étude de l'interaction, mais constitue une composante opérationnelle spécifique du cadre interactionnel plus général » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 13). Par ailleurs, s'intéresser à ces processus implique de s'intéresser aux sujets sociaux, « sans réductionnisme individualiste ». D'une part, les sujets sociaux sont au cœur de l'interaction et co-construisent du sens. D'autre part, nous nous intéressons à ce qui est partagé par eux et elles, soit ce qu'ils et elles ont en commun, et non à leur particularité.

Les effets peuvent être étudiés lorsqu'ils sont immédiats, les récepteur·trice·s étant en interaction synchrone avec le dispositif, ou différés. Ainsi, il y a un intérêt à en appeler à la mémoire mais aussi aux échanges conversationnels dont le dispositif peut faire l'objet avec d'autres sujets sociaux et aux individus avec lesquels il peut faire l'objet de conversation.

Les interactions mentionnées, nous le disions, reposent sur « un champ mutuel d'influences ». Dans le cas des processus et des effets en réception, l'influence se définit comme « l'ensemble des empreintes et des changements manifestes ou latents produits (...) sur les individus (considérés sur les plans cognitif, affectif et comportemental), sur les groupes et systèmes sociaux, sur les systèmes socio-politique et économique, sur les

sociétés et les cultures. L'influence regroupe à la fois les aspects « dynamiques », comme « la réception », c'est-à-dire le processus qui se déroule au moment du contact avec des contenus (...) et les aspects plus « statiques », considérés à un moment donné, comme « les effets », c'est-à-dire les résultats à court, moyen ou long termes du processus de réception » (Courbet & Fourquet, 2003a, p. 9).

Pour conclure et amorcer ce qui suivra dans les parties dédiées à la création et à la réception, la communication comme forme d'interactions invite à s'intéresser aux trois « pôles » : la création, les dispositifs et la réception. Nous le disions en introduction, la communication médiatique comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées s'éloigne des approches mécaniste et fonctionnaliste. La réception s'envisage comme interaction des pôles. Les sujets sociaux en réception, dans notre approche, sont dits complexes. Ils et elles ne sont ni actif·ve·s, ni passif·ve·s, mais les deux à la fois. La réception intègre les deux niveaux, individuel et social. Les récepteur·trice·s sont des sujets « pensants » et « sociaux » (Courbet & Fourquet, 2003b), en interaction avec les autres pôles de la communication et considérant l'environnement social dans lequel ils-elles s'inscrivent et qu'ils ont intégré. Ainsi, la réception s'envisagera, à travers les processus et les effets, en s'intéressant et mettant en interaction les pôles création et dispositifs, ainsi que les contextes microsocial et macrosocial de la réception.

1.2 Lien entre modèle interactionniste de la communication médiatique et expérience esthétique

Nous nous proposons de lier la théorie de la communication médiatique mobilisée (forme d'interactions humaines et sociales médiatisées) à l'expérience esthétique. Nous l'envisageons par les processus de réception et de création des œuvres d'art (Couchot & Lambert, 2016). Ce rapprochement entre ces deux champs tient à ce que le DDG soit une pratique mobilisée dans des dispositifs communicationnels et artistiques. Nous mettons en avant ici les convergences théoriques interactionnelles dans l'étude de la création et la réception de dispositifs de DDG, portant une visée politique, du moins critique par le genre, de lutte contre les violences faites aux femmes. Nous l'avons vu, mouvements sociaux et art peuvent échanger, réciproquement, des leviers d'action ou de création (Balasinski, 2009). Les dispositifs de DDG relèvent d'une double perspective de l'offre médiatique, tel que celles persuasives visant « à réaliser des objectifs socio-politiques de « bien public » » mais aussi celles de « divertissement des publics » (Chabrol et al., 2004), lesquelles participent à l'intérêt général en offrant des contenus visant à exposer des problématiques sur le genre et les violences faites aux femmes.

Précisons, en amont, que les questionnements philosophiques sur l'expérience esthétique empruntent volontiers aux champs de la psychologie cognitive ou des émotions par exemple (Schaeffer, 2015). L'intérêt pour les processus en création et en réception font aussi sortir l'expérience esthétique de la philosophie (Couchot & Lambert, 2016).

Notre propos est de démontrer que des liens entre disciplines scientifiques pour étudier la réception et la création en art et communication non seulement existent, mais que les théories que nous mobilisons s'entrecroisent. Ainsi, étudier conjointement des supports relevant du champ communicationnel et artistique est possible. Par ailleurs, certains dispositifs en sont des hybrides, puisqu'ils relèvent d'emprunts réciproques. En effet, les théories qui sous-tendent création et réception pointent des aspects similaires et des différences nuancées dans notre recherche. Dans l'approche exposée par Couchot et Lambert (2016, p. 25), l'œuvre d'art, l'artefact, peut être « reconnu comme une œuvre d'art, candidat à cette reconnaissance ou ignoré par la sphère de l'art, [cela] ne modifie pas la composition des constituants ».

Ainsi, la question des « pôles » de la communication médiatique, producteur·trice·s, récepteur·trice·s, et dispositifs, considérés dans leurs contextes sociaux macro et microsociaux (pour le dire brièvement) trouve écho en esthétique, ainsi que les interactions entre ces pôles et les questions d'intentionnalité et de co-construction de sens.

Les trois pôles de la communication (producteur·trice, dispositif, récepteur·trice) et le contexte de la réception deviennent, en esthétique, des constituants, au nombre de quatre : « la vision d'un tableau, que j'appelle « moment du voir », nécessite la rencontre temporaire d'un artefact (le tableau), d'un observateur (le regardeur), d'un « milieu » de présentation (galerie, musée, collection privée, etc.) et d'un auteur (le peintre) » (Couchot & Lambert, 2016, p. 25). Nous retrouvons ici des sujets et objets similaires en communication et en art, à la nuance près que le « milieu » est hiérarchiquement égal à celui des autres constituants (pôles), quand pour nous, il est nécessairement inclusif des pôles de la communication, le contexte socio-historique et culturel situé.

De plus, à l'instar de notre approche théorique de la communication médiatique, forme d'interactions humaines et sociales médiatisées des sujets de la production et de la réception, le « moment du voir » (l'exposition au dispositif) met en présence physique trois constituants (artefact, observateur et milieu) et en présence asynchrone le quatrième : l'auteur. Couchot et Lambert (2016, p. 25) l'expriment ainsi : « Les trois premiers constituants, l'artefact, l'observateur et le milieu sont coprésents au moment du voir, mais la présence du peintre ne se manifeste qu'indirectement à travers certains « embrayeurs temporels » auxquels le regardeur est plus ou moins réceptif. (...) Mais si le peintre n'est habituellement pas présent au moment où le regardeur contemple le tableau, celui-ci peut en trouver la présence grâce aux embrayeurs temporels¹¹⁷ (...) ». En somme,

¹¹⁷ Si les « embrayeurs temporels » mentionnés ici correspondent par exemple à voir l'artiste *en train de faire*, c'est-à-dire en créant son œuvre en direct face aux observateurs, ou filmé puis présenté aux observateurs, ce n'est pas ce point qui nous intéresse. Plus loin, les auteurs (Couchot & Lambert, 2016, p. 30-31) explicitent ce qui nous intéresse : « comment la résonance empathique peut avoir lieu, si dans le cas de la vision d'un tableau, le peintre est absent ? Je propose l'hypothèse que la résonance se ferait alors par le biais d'une sorte de relai, les « embrayeurs temporels » qui, gardant la trace physique des actions du peintre au moment où il a peint (...) renverraient indirectement à sa présence. C'est le partage empathique de la temporalité vécue par le peintre au moment du faire et de la temporalité vécue par le regardeur au moment du voir qui inscrit l'expérience esthétique dans le temps et ses trois directions (présent, passé,

il est ici question de l'interaction entre observateur (récepteur) et auteur (créatif), médié par l'artefact, dans le contexte d'observation, où l'auteur (créatif), bien qu'absent physiquement, est présent dans l'interaction, à travers les « traces » dans l'œuvre et de ses intentions, ce que nous voyons ci-après.

Pour ces auteurs en esthétique, ces constituants sont des systèmes auto-organiseurs qui « interagissent entre eux s'ajustant les uns aux autres » (2016, p. 28). Chacun intègre « plusieurs systèmes sous-jacents plus ou moins complexes, empilés en niveaux hiérarchiquement intégrés -une sorte de « feuilleté » systémique qui constitue un système global. Les conduites du regardeur et du peintre étant les plus complexes ». Ces éléments font grandement écho aux processus de création et de réception de notre approche en SIC.

Comme le montre l'extrait suivant, le peintre est doté d'intentions, relevant du faire, et il est aussi agi, en projetant dans son esprit l'observateur (en SIC, le récepteur), par l'idée de produire un effet sur lui. L'observateur est présent à l'esprit du peintre lors du processus créatif, par l'interaction des esprits, et l'acte créatif est un processus d'actions progressives, à l'instar de notre approche des interactions en SIC. Les créatifs, en art et en SIC, sont dotés d'intentionnalités. Celles-ci peuvent différer, mais les créatifs ont à l'esprit le public et visent à produire un effet sur lui.

« Le peintre est lui aussi un système auto-organisateur intentionnel extrêmement complexe analogue à celui du regardeur, mais doté d'intentions différentes visant le faire plutôt que le ressenti. Il définit lui-même ses propres objectifs au cours de l'acte de création, les corrige, les adapte, en vue de produire un artefact destiné à provoquer chez autrui une activité cognitive produisant un plaisir esthétique. (...) le tableau peut faire système si, comme le veut sa fonction, il interagit avec le système cognitif du récepteur. (...) C'est donc en tant qu'il est couplé à un système auto-organisateur complexe doté d'une intentionnalité (le peintre) que l'artefact participe indirectement à l'émergence d'une forme qui ne préexiste ni en lui ni dans l'esprit du regardeur » (Couchot & Lambert, 2016, p. 26).

Après les intentions, nous considérons la question des *traces* dans l'œuvre (ou dans le dispositif) de l'auteur (le créatif), l'interaction entre l'observateur et l'œuvre et enfin, les interactions entre l'observateur et l'auteur. (Pour cette dernière interaction, nous l'avons vu plus tôt mais dans le sens auteur-observateur). Pour finir, nous voyons qu'à l'instar de l'auteur (créatif), l'observateur (devenant « regardeur ») s'envisage aussi selon un processus de réception complexe.

Nous les avons cités, les deux systèmes complexes sont ceux de l'auteur et de l'observateur, ce dernier produisant notamment une activité cognitive durant le « moment du voir ». Quant à la composante de l'espace-temps, « il agit fortement sur les conditions de perception et de réception (...) et se réinscrit » dans le système plus global

futur) instaurant ainsi un lien intersubjectif puissant entre l'auteur et le récepteur, au-delà de l'écart temporel qui les séparent ».

social, à l'instar de l'approche en SIC. Il n'est pas dit « complexe » ici, ni ne l'est le « tableau ».

Premièrement, les interactions entre observateur, œuvre et auteur : l'artefact, *i.e.* le tableau (ou le dispositif) est ainsi « composé en tant qu'objet physique d'élément stimulant la perception : des formes (...) diversement organisées, mais incapables d'une quelconque évolution autonome ». Or nous l'avons lu, il est destiné à produire un plaisir esthétique, issu des choix du créatif, sur l'observateur. Il en comporte donc des *traces*. L'artefact est l'objet de la médiation entre les créatifs et observateurs, comportant des « formes » issues de l'acte créatif des premiers et visant des effets sur les seconds. « Le tableau peut faire système si, comme le veut sa fonction, il interagit avec le système cognitif du récepteur ». (Couchot & Lambert, 2016, p. 27) « C'est donc en tant qu'il est couplé à un système auto-organisateur complexe doté d'une intentionnalité (le peintre) que l'artefact participe indirectement à l'émergence d'une forme qui ne préexiste ni en lui ni dans l'esprit du regardeur ».

Deuxièmement, comme l'envisage en SIC les interactions humaines et sociales médiatisées, non seulement le regardeur suit un processus de réception, complexe -où il n'est ni passif, ni actif, mais les deux à la fois-, mais il est de plus en interaction avec l'auteur. « Contrairement à une idée très répandue qui veut que la perception d'un tableau se réduise à une contemplation passive, qu'elle n'engage aucune action de la part du regardeur, la perception est toujours un processus mental étroitement lié à l'action. La perception est un phénomène exploratoire ». Non seulement le regardeur regarde « avec une certaine attention et une certaine intention », mais il est en interaction avec les autres systèmes auto-organiseurs. « Du couplage regardeur-tableau émerge un état cognitif et physiologique -l'empathie- qui incite le regardeur à partager certains états mentaux et corporels propres à l'auteur de l'artefact », même si celui-ci n'est pas physiquement présent (...) Une simulation mentale de la subjectivité d'autrui » (Couchot & Lambert, 2016, p. 28-29). Ainsi, les sujets sociaux en réception, *regardeurs ou récepteur-trice-s*, dans ces approches en art et en communication, sont en interaction avec celles·eux en création.

2. Etudier les processus créatifs et les intentions d'influence en SIC : représentations sociales et théories naïves

L'œuvre, même ouverte, signifie une intention communicationnelle : « l'étude du projet primitif se poursuit à travers l'analyse des structures définitives de l'objet artistique, considérée comme significative d'une intention de communication » (Eco, 1965, p. 11). Et comme nous l'avons déjà posé, à la fois en esthétique et en communication persuasive, le récepteur est déjà dans la pensée du créatif au moment de la création : « c'est un fait aussi qu'au moment même où il projette une opération productive (et par conséquent, un objet, une œuvre), l'artiste projette également un type de consommation ; bien souvent il projette diverses possibilités de consommation, qu'il a toutes présentes à l'esprit. (...) l'artiste qui produit sait qu'il structure à travers son objet un message : il ne peut ignorer

qu'il travaille pour un récepteur. Il sait que ce récepteur interprètera l'objet-message en mettant à profit toutes ses ambiguïtés, mais il ne se sent pas pour autant moins responsable de cette chaîne de communication. Par la suite, toute poésie explicite est déjà, comme projet opératoire, projet de communication, elle est projet sur un objet et sur ses effets » (Couchot & Lambert, 2016). Si « le projet d'un message [de l'œuvre ouverte, est] doté d'un large éventail de possibilités interprétatives » (Eco, 1965, p. 11), celles-ci ne sont pas infinies : « « ouverture » ne signifie pas « indétermination » de la communication, « infinies » possibilités de la forme, liberté d'interprétation. Le lecteur a simplement à sa disposition un éventail de possibilités soigneusement déterminées, et conditionnées de façon à ce que la réaction interprétative n'échappe jamais au contrôle de l'auteur ». Ainsi, l'œuvre ouverte non seulement ne laisse pas de liberté d'interprétation infinie et absolue, mais une liberté relativement restreinte et conditionnée, et de plus, c'est aux récepteurs de puiser, parmi les multiples marqueurs ou traces et leurs sens déterminés mais aussi appropriés, comme dans le processus à une voie (voir l'*Unimodel*, point 3.1, page 121), pour interpréter.

Avec le DDG, nous retrouvons cette dimension hybride entre communication et art, de manière transversale. Non injonctif, peu prescriptif, il est un donné à voir du monde, critique. La suggestion du monde social genré est induite par sa version déformée. S'appuyant sur Mallarmé, Eco pointe un trait essentiel de l'œuvre ouverte : « il faut éviter qu'une interprétation unique s'impose au lecteur : l'espace blanc, le jeu typographique, la mise en page du texte poétique contribuent à créer un halo d'indétermination autour du mot, à le charger de suggestions diverses » (Eco, 1965, p. 22). L'œuvre ouverte en art serait-elle œuvre fermée en communication ? Dans notre approche, la réponse est négative : d'une part, l'un et l'autre des champs ont des emprunts réciproques, d'autre part, les créations, d'autant plus celles relevant de notre objet (la lutte contre les violences faites aux femmes), convergent vers une position politique, et enfin, l'approche interactionniste et le processus à une voie (Kruglanski & Thompson, 1999) infirment l'idée d'une co-construction de sens et d'effets « balisés » en amont et « effectifs ». Selon nous, l'ensemble des créations issues du DDG, même ancrées dans le monde de l'art et sans « commanditaire » ou cahier des charges, ce que nous pourrions appeler des « œuvres ouvertes », s'inscrivent dans un mouvement convergent de mise en question des normes de genre, au sens large, et prescrivent une certaine lecture, intentionnellement, bien que celle-ci laisse en réception une amplitude interprétative. La lecture demeure orientée, la prescription étant le questionnement sur le monde social genré, pour les sujets sociaux en réception.

Ainsi, pour investir la réception, il est intéressant d'investir la création.

Ayant pointé le caractère central et croisé des interactions et des intentions dans ce que désigne le processus médiatique et artistique avec le DDG, nous posons que ces deux concepts sont centraux dans notre recherche. En particulier, sur la création, nous notons que les créatifs sont en interaction avec les autres pôles, qu'ils sont dotés d'intentionnalités, qu'ils et elles mettent en action un projet de construction d'un

dispositif. Nos questions sur la création, pour mieux la comprendre et pour mieux comprendre la réception et les formes de DDG, nous conduisent à nous intéresser à deux éléments : les processus créatifs et les intentions, en particulier persuasives, de ces dispositifs qui visent à produire un effet possible, ayant une lecture prescrite dans l'œuvre relativement ouverte.

Nous prenons pour appui ici des recherches empiriques ayant mobilisé des théories qui nous semblent appropriées dans l'étude de la création et des créatifs, qui s'inscrivent dans le domaine des SIC (Courbet & Fourquet-Courbet, 2005; Courbet et al., 2017; Fourquet-Courbet et al., 2007). Nous le verrons dans la partie des méthodologies (voir troisième partie, points 1.2 et 1.3, page 202), il est possible de coupler une approche communicationnelle et phénoménologique pour accéder aux processus créatifs et intentions, notamment persuasives, pour étudier ces créations plutôt communicationnelles, plutôt artistiques, et les hybrides.

La création est ainsi envisagée, pour l'étudier, à travers les « processus psychologiques sous-tendant la créativité », visant à « mieux comprendre les processus de créativité se déroulant « dans l'esprit » des créatifs » (Courbet et al., 2017). Les questions qui se posent sur la création et leurs auteur·e·s sont : « quels sont les cognitions, cognitions sociales, processus cognitifs et socio-cognitifs impliqués dans l'acte créatif des concepteurs de messages de communication persuasive ? ».

Si nous avons vu que dans la création communicationnelle et artistique, il y a des intentions et des buts, cette idée de processus est aussi partagée. Les SIC évoquent des processus, en particulier cognitifs et affectifs, en art, que nous retrouvons : « un certain nombre de processus mentaux, sensibles, émotionnels, généralement non verbaux » (Couchot & Lambert, 2016, p. 40). De même, quand en SIC est pointé, concernant la créativité publicitaire, « l'élaboration de réponses originales et imaginatives à des problèmes lors de la conception de message » (Courbet et al., 2017), les arts parlent « d'une confrontation singulière de l'artiste au réel qui, à travers notamment l'articulation de percepts, affects et la façon dont ils s'articulent à son imaginaire, l'oblige à se départir des routines pour tenter d'appréhender ce qui lui pose problème » (Couchot & Lambert, 2016, p. 48).

Ainsi, en plus de la littérature et de l'analyse du DDG (ses formes dans les dispositifs de DDG), nous allons étudier les créatifs. Ce sont, par leur activité de création, les créatifs qui sont à même de nous éclairer. A travers les interactions et les intentions, nous nous intéressons aux représentations sociales et théories naïves mobilisées, d'autant qu'à travers la création de DDG, elles sont centrales. Il s'agit en effet de *réécrire* un monde social perçu, une réalité par une autre. Ces deux concepts permettent ainsi d'accéder aux supports de la création *détournement* et *genre*.

Nous nous intéressons donc, de manière socio-pragmatique, aux processus créatifs, tels qu'il s'agit des « processus de décision au cours de la production » à l'aide « de représentations sociales et de théories implicites » (Courbet & Fourquet-Courbet, 2005),

soit les « savoirs courants (...) socialement élaborés et partagés par un groupe d'individus » et « des théories non scientifiquement fondées auxquelles les acteurs sociaux ont recours pour expliquer la réalité sociale ». Par ailleurs, nous nous appuyons, quant aux processus créatifs, sur ceux de l'hypertextualisation (Genette, 1982) et du *hacking du genre* (Dayer, 2014).

Cette application, opérationnalisation, de l'étude des processus créatifs n'oublie ni les intentions persuasives, ni l'inclusion des publics dans le processus de création, telles que nous les avons définies.

3. Etudier la co-construction de sens en réception : les interactions entre récepteur·trice et dispositif

Alors que notre préoccupation initiale pour cette recherche visait à étudier la réception de dispositifs créatifs de DDG, et que nous avons précisé qu'elle était en interaction avec ses autres pôles, nous nous intéressons plus précisément à son ancrage théorique, à ses processus et à ses effets.

Faisant suite aux modèles à deux voies de la réception et de l'influence dans le cadre de la communication persuasive, et considérant la réception de sujets sociaux et pensants (Courbet & Fourquet, 2003b), le modèle du processus de réception à une voie nous semble à la fois correspondre à notre approche globale et aux liens tissés avec l'esthétique.

3.1 L'*Unimodel* – modèle à une voie, pour étudier la réception

La réception et la persuasion sont envisagées comme processus à une voie, l'*Unimodel* (Kruglanski & Thompson, 1999). Les indices du message -non hiérarchisés selon qu'ils soient centraux ou périphériques- sont des prémisses d'un syllogisme conduisant à une conclusion, les autres prémisses relèvent des socio-cognitions des individus. Sa conclusion est un jugement évaluatif (favorable, défavorable), *i.e.* une attitude envers un objet ou groupe d'objets. C'est un processus animé d'hypothèses et d'inférences dépendantes des capacités cognitives de l'individu et de l'accès et de la disponibilité cognitive à des informations pertinentes. C'est un processus durant lequel les croyances se forment sur la base de marqueurs appropriés. Cette conclusion est un jugement évaluatif, une opinion, autrement dit une attitude, *i.e.* tendance psychologique et évaluative, disposition à réagir de façon favorable/défavorable exprimant un degré d'aversion ou d'attraction, de favorabilité ou de défavorabilité envers un objet particulier ou une classe d'objets. L'attitude peut varier (accessibilité et activation sur le moment), elle prend appui sur trois sortes d'informations : une cognitive, une comportementale, une affective (émotion) (Kruglanski & Stroeber, 2005; Kruglanski & Thompson, 1999). Dans cette perspective, et selon cette unité d'analyse, c'est donc le changement attitudinal qui est ciblé et que nous étudions en termes d'effets relatifs à l'influence du DDG. Nous parlons ici de marqueurs dans les dispositifs, considérant qu'ils ne sont ni hiérarchisés (centraux ou périphériques) ni associés à l'une ou l'autre des deux voies différenciées d'influence.

Nous voyons dans l'approche de la réception via l'*Unimodel* un parallèle clair avec la conception, en psychologie sociale, d'un chemin causal dans la co-construction de sens : initié par des traces dans le dispositif, d'inférences des intentions des récepteur·trice·s aux auteur·e·s, mais aussi des cognitions des récepteur·trice·s agissant comme prémisses du syllogisme. Ainsi, Ghiglione et Chabrol expliquent que : « un texte est porteur des représentations du locuteur et/ou de ce dont il parle et/ou de ce qu'il met en scène (...) elles influenceront -dans un jeu de co-construction de la référence- les sujets compreneurs de diverses façons, et auront donc des incidences sur le traitement qu'ils opèreront sur le texte ». L'analyse doit tenir compte de l' « appel aux savoirs antérieurs » et aux représentations sociales¹¹⁸ pour « comprendre » le texte, *i.e.* « identifier la structure causale « sous-jacente à la sémantique du texte » » (Ghiglione et al., 1998, p. 26-27).

Etudier les attitudes et leurs changements a pour limite que les attitudes (prédispositions à agir) ne sont pas prédictives de manière mécanique du comportement. Par exemple, la force de l'attitude peut faire varier la consistance entre attitude et comportement (Michelik, 2008).

Tandis que les approches à deux voies faisaient appel à deux processus et deux types d'indices dans les dispositifs (Fourquet, 1999), une « hiérarchie » était faite. L'approche par une voie permet de penser que chaque indice, devenu marqueur, peut être traité comme prémisses d'un syllogisme, conduisant à une conclusion. Loin de considérer que cette « liberté » pourrait-on dire, interprétative, puisse devenir un donné à voir tout à fait subjectif et individuel en réception, elle permet de ne pas construire et asserter *a priori* ce qui *est* un indice premier ou secondaire, et la manière dont il sera traité.

3.2 Lien avec l'esthétique : la liberté de la réception, au prisme des SIC et de l'esthétique

Pour faire le lien entre ce processus de réception à une voie et la réception en esthétique, nous montrons, d'une part, qu'il est toujours un processus où il y a une liberté en réception, et d'autre part, que cette liberté est plus grande en art qu'en communication.

Si la création est « un acte destiné à provoquer chez autrui une activité cognitive produisant un plaisir esthétique » et que l'expérience esthétique, les objets qu'elle convoque « impliquent que le récepteur continue, à chaque fois de façon singulière, le travail amorcé par l'artiste » (Couchot & Lambert, 2016, p. 15-16), l'idée du processus interactionnel est présent, à l'instar de la communication envisagée comme interactionnelle. La première nuance est que, dans l'art, la création vise à produire un plaisir esthétique, quand en communication, la création vise à produire des effets dans le sens du message (changer les attitudes). En art, chaque expérience est dite singulière « ce

¹¹⁸ La définition de la représentation sociale est reprise de Doise, 1990 « une représentation se construit sur un ensemble de savoirs, de croyances, de connaissance etc. qui est constitué en « principe générateur de prise de position, liée à des insertions spécifiques dans un ensemble de rapports sociaux et organisant les processus symboliques intervenant dans ces rapports » ».

qui caractérise peut-être spécifiquement l'expérience esthétique, c'est que les objets qu'elle convoque impliquent que le récepteur continue, à chaque fois de façon singulière, le travail amorcé par l'artiste » (Couchot & Lambert, 2016, p. 15-16). Tandis qu'en communication persuasive, la tendance est plus monosémique : le tracé compréhensif, co-constructif et les effets seraient plus étroits, plus déterminés et intentionnellement délimités pour que se produisent, en réception, des effets dans le sens des intentions persuasives sur le changement d'attitude.

Ceci étant, lorsque les créations artistiques portent un message politique lié à une mobilisation sociale, alors le processus de création et de réception peut s'envisager moins ouvert, plus orienté, afin que les sujets sociaux en réception fassent émerger à travers des cognitions et des affects, des questionnements sur la problématique posée.

Ce qui différencie ces degrés de liberté est, selon nous, la construction du discours qui accompagne la création : *a priori* en communication, car il pose les bases, le cahier des charges persuasif, le faire créatif au service du discours ; quant en art, le discours vient *a posteriori*, le faire précédant ce que la création peut produire comme effet en réception, car l'acte créatif relève plus de l'action en création que du ressenti en réception. Cette dimension de liberté variable sur la base des intentions en création et des traces des créatifs dans les créations s'envisage également aussi, selon nous, à travers un cahier des charges qui détermine (plus ou moins finement d'ailleurs) une cible en communication, quand cela n'est pas le cas en art, bien que nous ayons vu que le public fasse partie du processus créatif.

En somme, selon nous, l'idée d'une prescription de lecture de la création en réception est présente en communication persuasive comme en art, à différents degrés de liberté. L'idée qu'en communication, cette prescription soit tout à fait déterminée en amont et visée de manière absolue en réception est une conceptualisation « d'un autre monde ». En effet, concevoir la communication, même persuasive, seulement à travers les effets prescrits, une persuasion mécanique ou fonctionnelle, ne tient pas avec la théorie des interactions humaines et sociales médiatisées.

Deux notions fortes relient la réception à ce qui en résulte. D'une part, celle du sens : Jauß (1978), développant son approche de l'esthétique de la réception, explique ainsi qu'une œuvre, polysémique, ne se constitue que lorsqu'elle devient un objet de l'expérience de ses récepteurs, dans leur pluralité mais aussi à leur époque donnée. Le sens est en soi une évaluation et un jugement porté sur la création par ses regardeurs (là aussi, dans un processus interactionnel et situé). Le regardeur est déjà présent dans la création, comme nous l'avons dit précédemment. A cette assertion, nous ajoutons celle de Jauß qui donne « le primat » au « lecteur implicite », lui-même défini par Iser (Iser, 1972, cité par Kalinowski, 1997 note bas de page 33) « le caractère d'acte de lecture prescrit dans le texte » (...) conçu comme condition d'un effet possible, qui préoriente l'actualisation de la signification, mais ne la détermine pas ». Le rebondissement est là : oui, les œuvres littéraires ont des intentions prescriptives, mais ses effets sont incertains.

D'autre part, la seconde notion est celle de l'émergence. Nous l'avons discuté plus haut. La question de ce qui émerge (Couchot & Lambert, 2016) n'est ni descriptible ni explicable depuis des lois, même scientifiques, elle est avant tout une question compréhensive. « Cet art dont l'autonomie s'est pétrifiée en un dogme institutionnel, il doit être de nouveau soumis aux lois de la compréhension historique, en même temps que doivent être rendus à l'expérience esthétique le rôle social et la fonction de communication qu'elle a perdus » (Jauß, 1978, p. .267). Pour Jauß, « le sens [de l'œuvre] se constitue par le jeu d'un dialogue, d'une dialectique intersubjective. (...) L'effet de l'œuvre et sa réception s'articulent en un dialogue entre un sujet présent et un discours passé. (...) [le sens] n'est pas d'abord « révélé » mais se « concrétise » au fil des réceptions successives » (Jauß, 1978, p. .270-272) Le dialogue et les effets de celui-ci apparaissent (dans l'optique d'une approche historiciste, mais que nous reprenons au compte de l'instant de réception) au sujet récepteur présent s'il « découvre la réponse implicite contenue dans le discours passé et la perçoit comme une réponse à une question qu'il lui appartient, à lui, de poser maintenant » (Jauß, 1978, p. .171).

Pour Eco (1965), « l'œuvre d'art est un message fondamentalement ambigu, une pluralité de signifiés qui coexistent en un seul signifiant » (Eco, 1965, p. 9). En communication persuasive, il est opportun de penser qu'un message cherche à ne pas être ambigu et plutôt monosémique. C'est le cas du DDG. Mais parce qu'il est à la fois envisagé par le prisme théorique des interactions et par un processus à une voie de la persuasion, les marqueurs des dispositifs, même communicationnels, peuvent être « captés » et appropriés en réception (comme des prémisses dans le support, mis en lien avec d'autres prémisses, induites par les sujets sociaux). Ainsi, le DDG nous semble-t-il, est moins assertif en termes de co-construction et d'interprétation que ne l'est une communication persuasive qui relèverait de l'injonction, d'un donné à penser fermé.

CHAPITRE 5. Synthèse de la problématique, épistémologie et triangulation méthodologique

Nous souhaitons présenter la synthèse de notre problématique qui est de mieux comprendre le DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes et les trois grands axes de cette recherche. Puis, nous présentons notre position épistémologique avant de dresser notre triangulation méthodologique, mixte. Nous donnons une vue globale sur les méthodologies et analyses mobilisées pour répondre à notre problématique et aux différentes questions de recherche posées. Ces méthodologies et analyses sont précisées ensuite dans chacune des parties.

1. Synthèse de la problématique et axes de recherche

Notre problématique vise à mieux comprendre le DDG, stratégie créative et persuasive au service de la lutte contre les violences faites aux femmes, qui inclut également les hommes dans le champ et dans le public-cible. Elle cherche à mieux comprendre cette notion de DDG, à travers ses influences, et considérant qu'elle est une communication comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées. Elle s'envisage ainsi également à travers son caractère d'hypertextualisation du genre, dans une perspective de déconstruction de celui-ci. Le DDG s'envisage ainsi, par les interactions et l'hypertextualité, à travers ses créations -les dispositifs qui imitent et transforment le genre, à travers *la* création -considérant les processus créatifs et les intentions d'influences des créatifs, et à travers la réception, la co-construction des sens, la double lecture, les processus et effets de l'influence.

Notre objet principal est de questionner les formes de DDG *des* créations (les dispositifs), les processus créatifs et intentions d'influence (*la* création) et enfin les processus de co-construction des sens, inférences d'intentionnalités et les effets sur les attitudes et mises en jeu de soi (la réception).

Cette problématique se décline en trois axes correspondant aux trois pôles de la communication comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées, soit le DDG à travers *ses* créations, *i.e.* ses dispositifs, le DDG à travers la création, *i.e.* ses créatifs, concepteur·trice·s, et enfin le DDG à travers la réception, *i.e.* sur les publics-cibles. Notre objectif est ensuite de mettre en perspective, en discussion, ces trois pôles en interaction.

Le premier axe (des questions) de recherche sur *les* créations porte en premier sur les formes du DDG. Il s'agit alors de recueillir des dispositifs de DDG puis de rechercher un équilibre entre homogénéité et hétérogénéité des formes de DDG, celles qui s'incluent effectivement dans la lutte contre les violences faites aux femmes et visent à avoir une influence, à questionner les publics sur le genre à travers son détournement. Grâce à la constitution de critères et par ces critères, nous délimitons les dispositifs de DDG à ceux qui sont au service de la lutte contre les violences faites aux femmes et le genre et qui incluent les hommes dans le champ et dans le public-cible. Nous cherchons à offrir une

première lecture systématisée du DDG à travers les violences dénoncées et à travers les formes de DDG, éclairée également au prisme des intentions inférées et des processus persuasifs.

Le second axe de recherche sur *la* création s'intéresse aux créatifs ayant conçu ou participé à la conception d'une sélection de dispositifs de DDG. Il s'agit alors de questionner la création à travers le processus en trois étapes d'hypertextualité (hypotexte, hypertextualisation, hypertexte). Principalement, ce sont les processus créatifs et les influences visées qui en sont l'objet et à travers eux, les représentations sur les violences, sur l'influence, les étapes créatives et notamment les transformations opérées du genre ou les déclencheurs à l'action, les intentions persuasives, les publics-cibles, les limites, difficultés et critiques du DDG.

Ces questions à la fois répondent de manière idiosyncrasique à *la* création, mais viennent enrichir, parce qu'elles se recourent, les questions et analyses *des* formes de DDG.

Le troisième axe de recherche sur la réception invoque des questions qui recourent celles des autres pôles, envisagées cette fois depuis les récepteur·trice·s. Il s'agit en réception de questionner les processus de la réception et ses influences, *i.e.* ses effets. En particulier, les questions portent sur la co-construction de sens des dispositifs de DDG et les mises en jeu de soi, à travers les processus socio-cognitifs et socio-affectifs de l'empathie et de la dissonance cognitive (l'inconfort émotionnel et psychologique), les effets sur les attitudes, et enfin les projections faites sur les publics-cibles et sur les créatifs.

Ainsi, lorsque nous parlerons de *la* création, nous ferons référence aux créatifs, aux concepteur·trice·s de messages, qu'ils ou elles soient artistes ou annonceurs par exemple. Et nous parlerons *des créatifs*. Ensuite, lorsque nous mentionnerons *les* créations, ce sera pour désigner les dispositifs de DDG, les supports, qu'ils soient audiovisuels, audios, visuels, textuels. Enfin, nous parlerons de la réception, pour désigner les publics-cibles, les récepteur·trice·s, les sujets sociaux en réception.

2. Une épistémologie principalement constructiviste

L'épistémologie telle que nous la présentons, en tant que *non-épistémologie*, vise à la fois à éclairer le processus de construction des connaissances de cette recherche, la place de la chercheuse dans cette recherche et la posture adoptée par la chercheuse, dans ce processus.

« Loin d'être un simple instrument de la recherche, la méthodologie, parce qu'elle assure, d'une part, la transition du terrain au théorique et, d'autre part, la validité des connaissances construites, est d'une importance épistémologique cruciale » (Courbet et al., 2006).

Notre problématique, qui vise à mieux comprendre le détournement du genre (DDG), s'intéresse à un objet créatif, construit, interactionnel et porteur de sens pour les sujets sociaux. Si c'est principalement à travers ces derniers que nous envisageons le DDG, nous nous penchons aussi sur ses effets directement mesurés. Plus précisément, en mettant en place une méthode quantitative quasi-expérimentale, nous cherchons à faire apparaître des déterminations et avoir une approche explicative des relations de cause à effets entre le détournement de genre en tant que dispositif persuasif et des attitudes des récepteur·trice·s. Nous développons donc des méthodologies mixtes et mixons deux approches épistémologiques, adhérant ainsi à l'idée que « la réalité décrite par la science est relative à notre connaissance, tout en étant indépendante de nous. Il articule ainsi le réalisme au sens des physiciens avec une construction sociale de la réalité » (Courbet, 2004, p. 50).

Notre épistémologie est principalement constructiviste. Le constructivisme apparaît comme une position ou « « posture » « utile ou « efficace » en sciences humaines et en Sciences de l'information et de la communication » (Benoit, 2004). Nous considérons, que la « réalité » est une construction ainsi que les connaissances issues de la recherche. La connaissance reste inachevée, plausible, dirigée vers une finalité. Elle met en jeu la chercheuse et les sujets sociaux connaissant en interaction. (Mucchielli, 2009). La (les) réalité(s) étudiée(s) est (sont) construite(s) (Benoit, 2004) : « ce que l'on nomme communément « réalité » est le produit de la communication conçue non pas comme prise d'informations avec le monde tel qu'il « est », mais comme mise en ordre singulière d'une certaine expérience, prédéterminée par des caractéristiques elles-mêmes prédéfinies ».

Le constructivisme s'intéresse, à travers les Sciences de l'Information et de la Communication, à la « « construction » du sens et du lien impliquant objets et actions ». Notre recherche mobilise « dimension empirique et théorique » (Bernard, 2004) pour répondre aux questions des formes du DDG et des significations du DDG pour les sujets-sociaux.

Nous cherchons à construire des connaissances « proche de la « réalité » » pour et des sujets sociaux, de leur « co-construction de la réalité sociale » (Fourquet-Courbet, 2010). Et c'est à travers une méthodologie qualitative que nous proposons de répondre à notre problématique posée. Elle appelle à « une certaine posture « constructiviste » où le savoir naît du dialogue, de la co-construction et de la prise en compte des représentations des acteurs qui ne sont pas vus comme des « idiots culturels » » (Martineau, 2007).

C'est donc à la subjectivité des sujets sociaux que nous nous intéressons, « la définition que le sujet donne de la réalité » et leur intersubjectivité « des manières de percevoir, de penser, de sentir et d'agir particulières au sujet qui connaît à un moment donné et dans un lieu donné ». De plus, les connaissances construites relèvent de l'interaction entre la chercheuse et les participant·e·s « traversée par des valeurs qui ont un impact sur la connaissance produite et sur le processus de production. Ainsi, la subjectivité et l'intersubjectivité sont considérées comme des « moyens » incontournables de

construction des savoirs et non comme des obstacles à la production des connaissances » (Anadón & Guillemette, 2007).

A travers cette épistémologie constructiviste, ce travail s'ancre également dans une épistémologie de Genre. Nous travaillons *sur* le genre, le prenant pour *outil*, mais aussi en proposant une manière d'aborder les significations qui sont construites à travers lui : une « question ouverte, de mouvement d'élucidation du sens » (Paveau, 2018). Cette question transcende le concept des violences faites aux femmes de cette recherche. Elle est aussi posée par la notion de DDG -laquelle implique l'expérience des individus, mais aussi la prise en compte des points de vue situés de celles·ceux qui produisent des créations de DDG ; et par l'analyse des formes de DDG -qui implique une relative interprétation de la chercheure, par ce prisme du genre.

Notre approche est aussi compréhensive, et rejoint l'épistémologie constructiviste et de genre. Elle donne « une interprétation « en compréhension » de l'ensemble étudié ». Le paradigme compréhensif « réfute l'existence d'un monde réel, d'une réalité extérieure au sujet. (...) Les fondements du discours scientifique ne prennent pas en compte les objets extérieurs indépendants du sujet percevant mais bien les perceptions, les sensations, les impressions de ce dernier à l'égard du monde extérieur » (Mucchielli, 2009). En ce sens, le développement sur l'épistémologie du genre vient se joindre à cette approche compréhensive : « L'expérience des individus qui composent ces groupes¹¹⁹ est conçue comme un savoir au sens où elle mobilise des connaissances spécifiques gouvernant les actions de ces individus, leur permettant de dégager des informations essentielles à leur vie en société » (Bertini, 2009b, p. 123)

Enfin, notre approche est aussi phénoménologique. Elle fait également écho à l'assertion de Bertini qui met en avant « l'expérience des individus ». Nous envisageons l'approche phénoménologique à la fois dans la méthodologie, mais aussi dans l'approche de notre objet de recherche construit (Davallon, 2013), à savoir le DDG.

Cette approche met en avant l'expérience et la subjectivité. « Le monde phénoménologique, c'est non pas de l'être pur, mais le sens qui transparait à l'intersection de mes expériences et à l'intersection de mes expériences et de celles d'autrui, par l'engrenage des unes sur les autres, il est donc inséparable de la subjectivité et de l'intersubjectivité, qui font leur unité par la reprise de mes expériences passées dans les expériences présentes, de l'expérience d'autrui dans la mienne » (Merleau-Ponty, 1945). Nous nous positionnons donc dans une recherche du sens plus que de l'explication. Les données expérientielles sont importantes, car elles « fournissent les informations les plus complètes relatives aux significations propres aux sujets » (Mucchielli, 2009).

Toutefois, notre construction des connaissances ne s'inscrit pas uniquement dans une épistémologie constructiviste. En effet, si nous étudions principalement le DDG et ses influences au travers des représentations et constructions sociales des acteurs, nous

¹¹⁹ Marie-Joseph Bertini parle alors de « groupes minoritaires dans la société tel celui des femmes »

mesurons également les effets objectivement mesurés de ce dispositif persuasif sur les attitudes en mettant en place une quasi-expérimentation au travers d'un protocole avant-et-après. Nous cherchons à mesurer dans quelle mesure la cause, le DDG, a des effets sur les attitudes des récepteurs et si ces effets, les changements attitudeux, sont significatifs. En mettant en place cette méthode, nous nous inscrivons également dans une épistémologie que l'on pourrait qualifier de falsificationniste au sens de Karl Popper.

3. Triangulation méthodologique et méthodologie mixte

Nous avons construit, pour notre travail de thèse, un arsenal méthodologique que nous pensons riche et réfléchi. Nous en présentons ses différents aspects, résultats d'une longue réflexion et démarche de construction. Il s'agit ici d'un panorama de cette triangulation méthodologique et de méthodologie mixte mise en place, mixant méthodes qualitatives et quantitative quasi-expérimentale. Chaque méthodologie et chaque analyse sont explicitées et détaillées respectivement dans les parties qui les mobilisent.

3.1 Méthodologies qualitatives : analyse de dispositifs, entretiens et focus groups

Une triangulation méthodologique consiste à « recourir à plusieurs techniques de recueil de données afin d'obtenir des formes d'expression et de de discours variés » (Mucchielli, 2009, p. 285-286).

Nous avons développé pour l'analyse des formes de DDG (partie 2) une **méthodologie de collecte systématisée de dispositifs** -des dispositifs devant répondre à plusieurs critères premiers et préalables. Ceux-ci s'insèrent dans une grille d'analyse systématisée, que nous avons déterminée, qui prend la forme d'une base de données sur le logiciel Excel. Elle est disponible en Annexe A. L'analyse effectuée sur les 346 dispositifs collectés est une méta-analyse par critères de segmentation. Pour procéder à la collecte et pour analyser certains dispositifs, nous avons aussi effectué pour certains dispositifs une analyse croisée, stratégique, pragmatique et sémiologique.

Ensuite, pour étudier le DDG en création, nous avons conduit une étude empirique des créatifs, *i.e.* des concepteur·trice·s. Ce travail correspond à la partie 3. A partir d'une sélection de dispositifs de DDG issus de notre première recherche empirique (partie 2), nous avons conduit **18 entretiens semi-directifs, couplés à des entretiens d'explicitations** (Annexe E). Lors de ces entretiens, 31 dispositifs de DDG sont discutés avec leurs créatifs. Ces derniers sont des réalisateur·trice·s, coordinateur·trice·s de campagne et annonceurs, directeur·trice·s artistiques, comédien·ne·s, artistes photographes et BDiste. Nous avons au préalable construit une grille d'entretien, disponible en Annexe I. L'ensemble des entretiens est retranscrit. Nous effectuons une triangulation analytique pour ce corpus d'entretien. Nous effectuons en premier une analyse lexicale et cognitivo-discursive (Annexe J à Annexe M). Nous effectuons également une analyse sémantique (Annexe N à Annexe T). Enfin, nous effectuons une analyse thématique (Annexe U et Annexe V). La première série d'analyse est semi-automatisée

avec le logiciel Tropes. La seconde (analyse thématique) est réalisée manuellement, assistée du logiciel Nvivo.

Enfin, pour étudier la réception, nous développons plusieurs méthodologies et analyses, que nous présentons de manière différenciée. Un premier arsenal méthodologique qualitatif est celui des **focus groups, en réception**. Après avoir sélectionné trois dispositifs de DDG, nous avons conduit 3 focus groups avec au total 17 participant·e·s (Annexe W). A chaque focus group est projeté un dispositif de DDG. Au focus group, nous avons couplé la méthodologie de **l'Etude des Cognitions Verbalisées en Réception (ECER)**. A notre connaissance, la combinaison des méthodologies focus group et ECER n'a pas d'antécédent. Au préalable, nous avons construit une grille d'entretien du focus group, qui inclut également la consigne initiale de la méthode ECER (Annexe Z). L'ensemble des focus groups et des réactions concomitantes à la réception sont retranscrits. Nous effectuons ici également une triangulation analytique. L'analyse thématique (Annexe AM à Annexe AT) est centrale. Elle est complétée des analyses lexicale (Annexe AB et Annexe AC) cognitivo-discursive (Annexe AE), sémantique (Annexe AG à Annexe AL). Enfin, l'analyse des focus groups est aussi conversationnelle (Annexe AV à Annexe BG). Quant à l'analyse des cognitions verbalisées en réception (Annexe AU), elle correspond à une analyse des valences des réactions.

3.2 Méthode quasi-expérimentale

Pour étudier la réception, nous avons également mis en place une deuxième méthode quasi-expérimentale¹²⁰ au travers d'un protocole d'enquête longitudinale et, plus précisément d'un protocole avant-et-après (ou prétest/post-test) qui permet d'établir des relations de cause à effet empiriquement vérifiables (Moscovici & Philogène, 2003). Nous avons mesuré les attitudes (de sexisme hostile et bienveillant) d'un groupe de sujets qui, une semaine après ont été exposés à un dispositif de DDG¹²¹ (la variable expérimentale) avant que leurs attitudes de sexisme hostile et bienveillant soient une nouvelle fois mesurées. La différence entre les résultats au post-test et au prétest est alors considérée comme l'effet de la variable expérimentale, ici le dispositif de détournement de genre.

Nous avons construit 3 questionnaires, auto-administrés, sur trois temps (Annexe BH à Annexe BJ), prétest (T1), post-test (T1 + 1 semaine) et un troisième temps où nous avons notamment évalué comment avait été mémorisé le DDG (T2 + 1 semaine). Les 31 sujets sociaux étudiés sont des étudiant·e·s de Master d'Aix-Marseille Université.

Les attitudes sur le sexisme hostile et bienveillant sont mesurées avec des échelles de Lickert et les moyennes avant-après exposition au dispositif de DDG recueillies ont subi

¹²⁰ Dans la mesure où les sujets n'ont pas été répartis aléatoirement dans des groupes expérimentaux et où nous n'avons pas de groupe contrôle, il est plus prudent de parler de méthode quasi-expérimentale

¹²¹ Il s'agit du clip musical « C.L.I.T. » de Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles qui est un dispositif de DDG ayant pour œuvre de base le clip « Saint-Valentin » d'Orelsan, <https://www.youtube.com/watch?v=P7jnvGNX-ao>

un test T de Student sur échantillons appariés (mêmes sujets avant-après), variable par variable (Annexe BK).

Les questionnaires comportent aussi une grille sur les intentions d'agir (mesurées par le même protocole que les attitudes), ainsi que sur l'inconfort psychologique et l'empathie virtuelle sur échelle de Lickert (mesurés par leur moyenne). Enfin, des questions ouvertes permettent l'étude du processus de réception de manière qualitative et sont analysées sémantiquement et par leur valence.

SECONDE PARTIE. Etude des formes de DDG dans les dispositifs de lutte contre les violences faites aux femmes

Première étude empirique, cette seconde partie de la thèse présente les différentes formes que revêt le DDG, comme stratégie créative visant à la lutter contre les violences faites aux femmes et le genre. Cet apport à la recherche pour mieux comprendre le DDG est construit depuis une méthodologie de collecte et d'analyse systématisée de 346 dispositifs, issus de 37 pays, restant majoritairement d'origine française, européenne et états-uniennes. Ces dispositifs sont quasi exclusivement créés entre 2000 et 2018. Cette base de données vise à codifier, qualitativement, les dispositifs de DDG collectés et à en construire les formes. Nous en présentons le processus de collecte, les critères qui ont permis en amont, mais aussi pendant la collecte, d'aboutir à ce résultat.

Le chapitre 1 rappelle la définition du DDG et déroule les critères de constitution de notre collecte et les questions de recherche. Ensuite, le chapitre 2 présente notre méthodologie plus précisément. Enfin, le chapitre 3 présente les résultats de la recherche, en réponse aux questions posées, à la fois sur les formes que revêt le DDG et sur les violences faites aux femmes qui sont dénoncées.

CHAPITRE 1. Etude empirique des formes de DDG

Cette deuxième partie constitue notre première étude empirique du détournement du genre (DDG), à travers ses formes. Nous reprenons dans un premier temps la définition de la notion du DDG, ses visées, telle que la déconstruction du genre, puis ses atouts, faiblesses et le concept d'hypertextualité. Puis nous évoquons les limites à la construction des formes de DDG. Il s'agit ensuite de présenter ce qui structure et restreint notre étude portant sur le DDG : les critères auxquels cette forme doit correspondre (les critères préalables, pour que le DDG s'inscrive dans la lutte contre les violences faites aux femmes). Ces critères se poursuivent avec ceux, préalables, qui prennent le contre-pied des manques de la communication persuasive et d'utilité publique de l'Etat français contre ces violences. Poursuivant en ce sens, nous évoquons également le statut des créatifs et le critère de matérialisation des dispositifs. Enfin, nous présentons nos questions de recherche, lesquelles portent sur les violences dénoncées par les dispositifs de DDG et sur les formes de DDG. Plus courtes, deux questions visent à trouver des réponses méthodologiques.

1. Dessiner des formes de DDG

1.1 Stratégie créative de lutte contre les violences genrées

Nous envisageons le DDG comme stratégie créative, à la fois matériel discursif et visuel, qui vise à manipuler le genre, lui faire prendre un chemin qui contrevient aux attentes formulées sur le monde social (les individus, groupes sociaux, systèmes (sociaux, politiques) et société). Le DDG repose sur la perturbation des relations, normes ou représentations socialement construites, dans une réalité socio-historique située, de ce qui relève du masculin ou du féminin, des hommes ou des femmes (sans que ces bi-catégorisations se superposent exactement (Coulomb-Gully, 2010). Nous envisageons cette stratégie créative dans le cadre de la lutte contre les violences faites aux femmes.

Le DDG tel que nous l'entendons se concentre autour des problématiques de sexisme et de violences faites aux femmes : inégalités, discriminations et violences genrées. Alors que le sexisme et les discriminations s'inscrivent dans la problématisation des violences faites aux femmes, comme formes de violences, et que le sexisme constitue et permet ce phénomène social des violences genrées, c'est uniquement dans ce cadre que nous investiguons le DDG et donc aussi uniquement par ce prisme que nous le définissons. S'il existe d'autres formes de DDG (dénonçant d'autres violences, n'ayant pas pour visée la lutte contre les violences) nous ne les envisageons pas. Cela ne veut pas dire qu'elles n'ont pas d'intérêt, mais qu'elles s'excluent de cette recherche pour des raisons de logique de constitution d'un corpus, déjà hétérogène, ayant deux points de convergence (les critères premiers) : sur les violences et sur les intentions inférées de lutte contre ces violences. Ces intentions sont, bien entendu, jusqu'ici inférées, par l'analyse. Elles sont réfléchies grâce à une appréciation initiée par une analyse progressive : lecture des dispositifs et inférences d'écriture et de lecture et lecture de l'état de l'art. C'est sous le prisme sémio-

pragmatique, mais aussi avec certainement une certaine prétention immanentiste (Odin, 2011, p. 15-16) que nous avons fait un premier « tri » de dispositifs de DDG. Nous y reviendrons.

1.2 Déconstruire, dénaturiser et aussi l'expérience d'être au monde comme savoir

Nous l'avons vu, le DDG, dans la littérature, à travers ses notions connexes, vise à déconstruire le genre : montrer son artificialité, sa non-naturalité, face au processus de naturalisation des normes genrées. Or, selon nous, et d'après ce que nous allons découvrir au fil de cette recherche, ce sont à la fois ces perspectives de déconstruction et dénaturisation qui sont visées, mais leur support et leur fin orientent notre regard sur un autre versant peu exploré jusqu'alors. Ces formes de DDG, sans être nommées ainsi, sont selon nous des lieux d'expression *d'être au monde*. Le DDG, tel que nous l'avons envisagé, semble se rapprocher d'une application, d'une *opérationnalisation* de la phénoménologie et d'une épistémologie féministe.

En effet, les dispositifs que nous présenterons, à travers les critères sélectifs que nous détaillons plus loin, nous ont conduit, sans le savoir initialement, à disposer de ressources visant à faire *vivre, voir, entendre, percevoir, montrer, imaginer* depuis *l'expérience d'être au monde* selon le prisme d'une femme (le personnage) ou *des femmes*. Ce sont donc nécessairement des points de vue subjectifs en deux lieux : subjectivité de celui ou celle qui narre l'histoire mise en scène, subjectivité de femmes, lesquelles demeurent ou deviennent le sujet, sujet qui narre son (ses) histoires, sa *perspective* de ses *expériences* de vie.

Phénoménologique, le DDG, par son partage de *l'expérience d'être au monde en tant que femmes*. Epistémologie féministe, le DDG, par son présupposé que ce point de vue expérientiel constitue un *savoir sur le monde*. Ce savoir sur le monde, parce qu'il est celui d'être au monde, devient un levier persuasif.

Ainsi, il ne pourrait pas s'agir uniquement d'envisager le DDG comme l'état de l'art le met en exergue, par la *performativité* du genre, mais aussi par la porte de *l'expérience* genrée. En effet, si *jouer* le genre et *se jouer du* genre peut être le levier du détournement, *jouer* l'expérience genrée d'être au monde l'est aussi. Dans ces deux perspectives, ce sont à la fois les interactions individuelles, mettant en jeu le soi et l'autre, mais aussi les interactions de soi avec la réalité socio-historique dont il est question.

Dans nos premiers présupposés de chercheure, la combinaison de plusieurs facteurs - DDG, inclusion des hommes dans le champ et en tant que cibles, diversification des violences- nous pensions que ces dispositifs visaient à sensibiliser les hommes, majoritairement. Puis, cette idée initiale n'a pas toujours trouvé écho dans nos lectures et analyses. Y-aurait-il une intuition ici erronée de départ ? Y-aurait-il une gêne des créatifs à dire publiquement ou à vouloir toucher un public d'hommes, connaissant les réticences à mettre la focale sur eux, quand le féminisme est envisagé comme un mouvement

émancipateur et par, et pour les femmes ? Finalement, nous nous sentions inconfortable dans nos propres positions de chercheuse et de féministe. Or, il s'avère que le DDG, loin d'être exclusif des femmes ou des hommes, serait plutôt une stratégie créative très inclusive : un levier pour que tou·t·e·s puissent y avoir et voir un intérêt. Si nous ne pensons pas qu'il puisse y être déterminé deux réceptions sexuées différenciées, car ce serait revenir à l'idée d'une séparation femmes-hommes et d'un collage identique féminin/masculin, nous pensons qu'il y a une réception variable selon les expériences d'être au monde, incluant donc le contexte socio-politique culturel, mais aussi les interactions au cours de la vie, les expériences, et enfin, la sexuation des individus, qui jouent nécessairement dans et par ces interactions, expériences et contextes.

1.3 Atouts, faiblesses et hypertextualisation

Si le genre n'a pas de version originale -il est une imitation d'imitation- nous avons vu que les notions connexes au DDG reprennent des objets collectifs, partagés, comme les clichés, les codes, les stéréotypes, comme *base* ensuite *parodiée*, *dégenrée*, *troublée*. En somme, il est possible de constituer un hypotexte au genre, bien que celui-ci ne soit jamais une version originale, puisque le genre est déjà une imitation, une parodie.

Notre propos ici sera double : d'une part, nous pointons ce qui, dans les formes connexes, relève des atouts et des limites dans le sens de la déconstruction et de la dénaturalisation du genre. D'autre part, nous nous appuyons sur l'approche de l'hypertextualité développée par Genette pour envisager le DDG, considérant qu'il existe un hypotexte, un processus de réécriture, l'hypertextualisation, et un objet détourné, l'hypertexte. Ces deux éléments nous conduiront directement à présenter les critères préalables à la constitution du DDG, ce qui nous sert de guide, et répond à notre première question de recherche, posée plus loin : quel premier tri peut-on faire dans les dispositifs portant le DDG, et ainsi resserrer notre analyse vers des dispositifs de DDG participant à des intentions et à la diffuser un message de lutte contre les violences.

Le principal atout des formes connexes au DDG tient à son but : montrer le caractère construit de la norme, son artificialité, et opposer aux arguments des *faits de nature* ceux des *faits et méfaits de la culture*. Le genre étant construit, il peut être déconstruit. Ses autres atouts sont le pendant positif de ses faiblesses.

Ses principales faiblesses, ou limites, sont premièrement que ces formes font sens dans un contexte, une réalité socio-historique située. La référence à *un original* doit faire sens, et participer à se rendre compte que cet original n'en est finalement pas un : que ce que *l'on croyait être* une version originale était en fait déjà *une supercherie*. Ceci n'est ni une faiblesse, ni une limite, mais une condition d'existence.

Les principales limites sont donc que les transgressions partent de l'intérieur du système qu'elles critiquent : conditions d'existence -rares sont les transgressions *en dehors* du système de pensée dominant- mais aussi risque de réifier la norme qu'elles dénoncent. D'un côté positif, pouvoir de renversement du stigmaté et capacité de

retournement de l'arme contre l'*agresseur* (à un niveau conceptuel ici), d'un côté négatif, réification de la norme, réintégration du mythe, action dans des logiques de correction et non de renversement. Plus encore, la transgression peut être condamnée, récupérée et appropriée par la cause adverse et le genre réassigné. Par ailleurs, l'asymétrie entre féminin/masculin pose question dans le DDG : féminiser, sans lier cet acte à une *réduction*, *infériorisation* ; masculiniser, sans que l'acte devienne synonyme de *valorisation*.

Enfin, et cette réflexion sur les limites nous conduit au point de départ et au point suivant : la réécriture, et la compréhension, dans le sens visé de lutte contre les violences, de l'hypotexte, soit la base créative.

Si le terme détournement est souvent envisagé négativement, comme une soustraction, comme une perte ou un dommage, nous pensons que le détournement *ajoute* aussi à son objet initial. Et s'il substitue un objet à un autre, c'est pour mieux voir l'ensemble des deux objets. Détourner nécessite par ailleurs de connaître l'objet ou sujet de départ pour lui faire parcourir un nouveau chemin et ajouter du sens au sens initial.

C'est en ce sens que nous envisageons le DDG, à l'instar de Dayer qui pointe l'analyse du sexisme préalable avant l'étape de piratage, ou à l'instar de Genette, lequel s'est longuement penché sur les différentes imitations et transformations -l'hypertextualité- dans la littérature. C'est de cette base théorique, développée par ailleurs en point 3.4, page 97, que s'inspire notre travail et analyse des formes de DDG.

1.4 Ouverture, question et limites de forme(s)

Souvent, dans la littérature, la parodie n'est pas envisagée comme un moyen subversif ou radical, par ses limites, par le fait qu'elle ne sort pas du système qu'elle dénonce. Il est par ailleurs parfois fait mention que la parodie, le détournement, peuvent constituer une première étape dans le processus de reconnaissance du sexisme et violences.

Il devient donc intéressant de se poser la question des formes de DDG. Puisque « en soi, la parodie n'est pas subversive » pour Butler « il faut encore chercher à comprendre comment certaines répétitions parodiques sont vraiment perturbantes » (Butler, 1990, p. 262-263). Ce sera donc notre premier travail, de dessiner des formes de DDG, pour, dans un premier temps, comprendre quelles formes de DDG existent, avec l'ensemble des conditions que nous avons posées (intention et message dans le sens de la lutte, stratégie créative de DDG, diversification des violences, inclusion des hommes dans le champ et dans la cible). Bien que Butler exprime que « faire une typologie des actions ne serait vraisemblablement pas suffisant¹²² » elle sera notre première étape avant de nous engager dans la création et la réception du DDG.

¹²² « (...) Faire une typologie des actions ne serait vraisemblablement pas suffisant, car la déstabilisation parodique, même le rire parodique, dépend d'un contexte et de condition de réception qui permettent d'entretenir les confusions subversives » (Butler, 1990, p. 262-263).

Par ailleurs, nous l'avons aussi compris du point de vue de Genette (1982) : la construction taxinomique des formes d'hypertextualité permet l'exploration, mais l'analyse rend les frontières floues. De plus, dans le cadre de notre approche interactionnelle des trois pôles, et considérant la particularité du détournement à placer la réception en son centre, l'étude en réception, suivant celle de la création, enrichira toute l'analyse. Ainsi, cette première décomposition « défriche » l'étendue du DDG plus qu'elle ne la fige ou ne la catégorise.

Aussi, devant nos questions de recherche, notre objectif est de nous demander comment répertorier ces formes de DDG, d'en proposer une méthodologie et une analyse qui en dessinent des traits, comme un croquis. Celui-ci ne sera pas, en soi, une œuvre que nous jugerons finie, mais un point de départ pour les analyses, ensuite, de la création, de la réception et d'une sélection de formes de DDG et de dispositifs.

2. Les critères de la collecte de dispositifs de DDG

2.1 Critères premiers : DDG et lutte contre les violences

Dans l'absolu, notre premier critère de collecte de dispositifs est qu'ils mobilisent le DDG comme stratégie créative, selon la définition que nous avons donnée, inspirée à la fois des notions connexes dans la littérature, du genre comme construit, du détournement comme hypertextualité.

Ensuite, notre première préoccupation est de nous intéresser à des formes de DDG dans des dispositifs ayant pour axe la lutte contre les violences faites aux femmes. Ces dispositifs visent à lutter contre les violences faites aux femmes, dans toute l'amplitude définitionnelle que nous avons donnée : ces violences peuvent revêtir toutes formes de violences visant les femmes, considérant que sexisme et discrimination font aussi violence, et que le sexisme participe et constitue le système du genre et des violences. Le genre vise à être déconstruit, dénaturalisé.

Enfin, en renfort de cette première préoccupation, les intentions (que nous pouvons) inférées à la création sont de s'inscrire dans la lutte contre les violences faites aux femmes. Il s'agit de porter une attention particulière aux intentions, aux significations du dispositif, mais aussi au diffuseur et au contexte de diffusion. Cette analyse passe aussi par le filtre des lectures répétées des dispositifs, inférences d'écriture et de lecture, et lecture de l'état de l'art. En ce sens, des dispositifs seront exclus de notre collecte, et nous préciserons ce choix à travers leurs analyses.

2.2 Critères préalables : contre-pied de la communication de l'Etat français

Nous cherchons des dispositifs, au-delà du DDG dans la lutte contre les violences, qui vont prendre le contre-pied de la communication de l'Etat français, et de ses limites constatées (pour le détail, voir première partie, points 3.2, page 58). Nous rappelons ces

manques, puis les critères que nous retenons dans la collecte, qui visent à prendre le contre-pied de ces manques.

Une première limite de la communication de l'Etat français dans la lutte contre les violences, est qu'elle se focalise, en majorité, sur les violences conjugales, principalement physiques¹²³.

Notre premier critère sera donc de chercher des dispositifs de DDG qui traitent non seulement de ces violences conjugales, mais aussi de toutes les autres formes de violences que nous pourrions trouver : violences sexuelles, sexisme, harcèlement, prostitution... En somme, la collecte de dispositifs de DDG diversifie et inclut les formes dénoncées, dont les violences conjugales, mais aussi toutes formes de violences genrées, telles que les envisagent les créatifs.

La seconde limite pointée de la communication de l'Etat français est l'absence d'hommes dans le champ (de la caméra, du cadre de l'affiche) et en tant que cible de communication. Notre second critère, double, sera de nous intéresser à des dispositifs de DDG incluant les hommes dans le champ et dans la cible de communication. Ces hommes, dans le champ et en tant que cible, peuvent être auteurs de violences ou non.

2.3 Autres critiques de la communication de l'Etat et DDG

Deux autres limites à la communication de l'Etat français ne composent pas, en soi, et en contrepartie, des critères de sélection de dispositifs de DDG.

La première limite est que, souvent, les femmes ont pour injonction de briser le silence, et sont par ailleurs privées d'agentivité. La seconde limite est que seul l'acte violent individuel est montré, les dimensions collective et structurelle en sont éludées.

Si nous n'avons pas de critère qui vienne s'opposer à celui de l'injonction, en revanche, nous supposons que le DDG, *a priori*, peut participer à prendre le contre-pied du manque lié à la deuxième limite *i.e.* au fait de ne montrer que l'acte, éludant la dimension collective. En effet, possiblement, le DDG pourrait participer à lier aux actes violents la dimension collective des violences : en s'attaquant aux représentations, codes, normes, il pourrait illustrer, au-delà des actes montrés et dénoncés, la dimension collective à laquelle se rattachent ces actes et comportements violents. Ce n'est pas tout. La question du statut des créatifs de dispositifs de DDG, en particulier celui des associations, peut participer à prendre le contre-pied de cette individualisation du problème. C'est ce que nous développons ci-après.

¹²³ Nous l'avons vu en première partie, point 1.1.3 page 43, la communication de l'Etat français s'est concentrée sur les violences conjugales considérant l'ampleur du phénomène révélé par l'ENVEFF en 2001. Ces violences constituent toujours une problématique centrale, considérant le Grenelle sur les violences conjugales et aux regards des 105 féminicides qui ont eu lieu en France entre le 01/01/2019 et le 18/08/2019.

2.4 Statut des créatifs : associations mais aussi artistes

Puisque notre analyse porte sur des manques de la communication de l'Etat, nous avons cherché à constituer majoritairement une base de données de dispositifs issus de la société civile. Il s'agit de s'intéresser à la communication d'autres organisations, non étatiques, bien que ce critère ne soit pas exclusif.

Collecter des dispositifs de la société civile permet aussi de prendre le contre-pied d'un manque de la communication de l'Etat. En effet, Hernandez Orellana et Kunert (2014, p. 62-63) pointent que la construction de la définition des violences, pour l'Etat, « semble toujours s'appliquer aux attitudes et aux comportements individuels (...) c'est toujours de la responsabilité des individus » A l'inverse, pointent-elles, « dans les discours des associations féministes de lutte contre les violences, le cadrage du problème s'effectue explicitement au regard de la dissymétrie des rapports sociaux de sexe et prend en compte sa dimension structurelle. ».

Ainsi, nous nous intéresserons majoritairement à des organisations de type associatif, considérant que leur communication peut traduire cette mise en perspective d'un problème collectif. Ce n'est cependant pas à l'ensemble des dispositifs d'associations que nous nous intéresserons, mais en particulier à ceux du DDG.

Ensuite, nous nous intéressons également à des créations de DDG aussi issues de créations artistiques. C'est davantage la collecte de dispositifs qui nous conduit sur cette voie. Ainsi, les créations qui nous intéressent et constituent progressivement notre base de données sont des créations artistiques et communicationnelles issues de la société civile, constituée ou non en contre-public. Enfin, nous verrons dans nos résultats que les *statuts* des créatifs sont des artistes, des associations, mais aussi d'autres organisations issues de la société civile (des acteurs économiques par exemple) et d'organisations publiques (dans une moindre mesure).

La collecte et l'analyse de dispositifs plutôt communicationnels ou artistiques est possible, nous l'avons décrit dans notre première partie, considérant que la frontière entre créations communicationnelle et artistique peut être poreuse, d'autant qu'elles ont pour trait commun le DDG et la lutte contre les violences faites aux femmes.

Les créations issues de mobilisations sociales féministes ou d'artistes, engagés à différents degrés dans la cause, viennent questionner les frontières entre ces deux champs. Des œuvres qui relèvent de l'engagement artistique viennent questionner « l'autonomie et [les] limites du monde artistique » (Balasinski, 2009). Les artistes peuvent prendre l'art comme support de l'action, « un moyen de véhiculer un message contestataire d'une manière différente, en particulier dans un contexte d'essoufflement et de renouvellement des pratiques contestataires ». Mouvements sociaux et formes de contestations dans le monde de l'art ont des convergences, notamment « des emprunts réciproques des répertoires d'action (scandale, pétition, grève, boycott) au travail similaire de manipulation des symboles ». Par ailleurs, « on retrouve également, au-delà

de l'engagement des artistes et des œuvres », des emprunts du monde militant au monde de l'art, mais aussi « une esthétisation marquée des actions purement protestataires, qui prennent la forme de *zaps*, actions éclairs inspirées du monde du spectacle, ou encore le *die-in*, simulations momentanées de la mort appelant la représentation photographique ».

Cette composition mixte est par exemple mobilisée par Kunert (2012) pour le « dégenrage des codes » -notion connexe au DDG. La chercheuse prend appui sur deux dispositifs, l'un d'une association militante, l'autre « action militante sous forme de performance artistique ».

Ainsi, les frontières entre mobilisation et art sont ténues, voire peuvent se confondre : « Ces différents modes d'action, par leur dimension théâtrale et visuelle, ont une visée autant médiatique que d'effet surgénérateur alliant l'efficacité du message à la satisfaction esthétique et entraînent, finalement, une quasi-indifférence entre l'art et l'activisme » (Balasinski, 2009).

2.5 Critère de matérialisation des dispositifs

Nous cherchons des créations *matérialisées*, au sens où les dispositifs ne sont pas des performances (au sens d'action, mode d'expression artistique, ou que celles-ci soient constituées en dispositif archivable et projetable). Notre intention initiale est de pouvoir envisager ensuite d'étudier empiriquement la création mais aussi la réception, d'où cette contrainte qu'il existe des traces constituées du dispositif. Par ailleurs, nous pensons qu'étudier des formes de DDG *matérialisées* versus *éphémères* nous conduirait à une analyse ne relevant plus des mêmes champs théoriques.

Avec l'ensemble de ces critères, nous avons finalement construit une grille a priori délimitant les dispositifs de DDG. Elle aboutit à un corpus de dispositifs de DDG ayant possiblement la capacité d'avoir une influence positive dans le sens de la lutte contre les violences faites aux femmes.

3. Questions de recherche

Nous envisageons cette recherche sur les formes de DDG de dispositifs luttant contre les violences faites aux femmes, à travers deux séries de questions de recherche.

3.1 Questions de recherche sur la méthodologie, l'analyse et la collecte

Premièrement, étudier le DDG comme stratégie créative nécessite une première question à laquelle la réponse est méthodologique.

Question de Recherche 1 : Quels critères se révèlent pertinents pour répertorier, classer et analyser les formes de DDG visant à lutter contre les violences et le sexisme ?

Cette question cherche une réponse méthodologique : c'est donc dans la partie méthodologie que nous y répondons (voir point 3.2, page 148), en présentant les critères de segmentation de notre base de données.

Deuxièmement, nous posons une question à l'intersection entre collecte et analyse.

Question de Recherche 2 : Quel tri peut être fait dans les dispositifs pour distinguer ce qui relève à la fois de la persuasion, de l'intérêt général et des intentions de lutte, d'autres formes aux messages et intentions différentes ? *I.e.* qu'est-ce qui peut constituer une limite à la lutte contre les violences faites aux femmes dans les formes de DDG et donc, s'exclure de notre recherche ?

Nous répondons à cette question directement dans le chapitre 3 des résultats, point 1., page 150.

3.2 Questions de recherche sur les formes de DDG et les violences

A la suite de ces premières questions, la seconde série de nos questions de recherche porte plus particulièrement sur notre corpus.

La première questionne la diversification des violences.

Question de Recherche 3 : Quelles sont les violences faites aux femmes dénoncées par les dispositifs mobilisant le DDG ? Diversifient-ils les formes de violences comparées à la communication de l'Etat français contre ces violences ?

La question suivante, la question de recherche 4, porte sur les formes de DDG des dispositifs de lutte contre les violences. Cette question est la plus centrale de toutes. Puis, deux questions, les questions de recherche 5 et 6, viennent se joindre à celle des formes, qui lui sont secondaires. Elles visent à mieux appréhender le DDG, à travers les formes qu'il peut revêtir, considérant que ces formes sont matérialisées. Elles nous servent d'appui pour dessiner les formes de DDG. Il s'agira d'une méta-lecture des dispositifs. Notre idée est de concevoir, *a priori*, par une lecture de ces dispositifs, les intentions inférées aux créatifs, mais aussi les processus persuasifs, réflexifs des dispositifs. En somme, nous nous intéressons à ce que ces premiers éléments nous révèlent sur la création et la réception construites.

Question de Recherche 4 : Quelles sont les formes que revêt de DDG ? Par-là, quelle première typologie, première lecture flottante, peut-on construire ?

Question de Recherche 5 : Quelles sont les intentions construites des créatifs, intentions inférées aux créatifs, de ces dispositifs de DDG ?

Question de Recherche 6 : Quels sont les processus persuasifs et effets, construits *a priori* par l'analyste, que peuvent viser les formes de DDG ? Notamment, nos intuitions initiales de recherche sur l'inconfort et l'empathie se retrouvent-elles ?

CHAPITRE 2. Méthodologie

La construction de la méthodologie de recherche est progressive : nous investissons un terrain sur lequel nous avons déjà des critères préalables de collecte. Notre approche abductive est présentée. Nous pointons également que cette étude empirique des formes de DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes est imparfaite. Non seulement elle est perfectible, mais de plus, la construction de formes, la taxinomie, est elle-même imparfaite. C'est un point de départ. Les méthodologies sont ensuite présentées : nous construisons une grille d'analyse systématisée par base de données. Cette base de données constitue le résultat d'un long travail de collecte. Enfin, cette base de données constituée vise à être analysée pour répondre à nos questions de recherche. Nous présentons l'analyse croisée que nous réalisons pour inclure ou exclure des dispositifs de DDG de notre base de données. Puis, nous présentons cette grille : cette partie méthodologique répond à notre question de recherche 1 sur les critères qui se révèlent pertinents pour répertorier, classer et analyser les formes de DDG visant à lutter contre les violences et le sexisme.

1. DDG : construction de l'objet par la collecte

1.1 Un corpus construit progressivement et une approche abductive

Notre recherche sur les formes de DDG visant à lutter contre les violences faites aux femmes s'est construite sur la base de critères premiers (point 2.1, page 137), critères préalables (point 2.2, page 137), puis d'une analyse permettant d'inclure ou d'exclure des dispositifs (point 1., page 150) et de critères de segmentation dans la base de données constituée (point 3.2, page 148). Ces *resserments* progressifs visent à la cohérence du corpus. En revanche, ils ne visent pas l'homogénéité des formes de DDG ou de dispositifs. Au contraire, nous avons cherché à les multiplier, afin de proposer des résultats sur une large étendue de formes de DDG et de dispositifs les mobilisant.

Notre corpus s'est constitué par une collecte empirique, par des découvertes, le recensement d'initiatives allant dans le sens d'une prévention s'adressant aux hommes. Il a, en cours de construction et très rapidement, suscité des questions pour lesquelles la littérature a été le support de connaissances.

Notre approche est abductive : nous avons constitué notre corpus d'étude des formes de DDG visant la lutte contre les violences faites aux femmes, à la fois en nous laissant surprendre lors de la collecte de dispositifs, mais aussi avec une grille *a priori* déjà déterminée par des critères premiers et préalables, puis en cours de collecte, avec des critères d'inclusion/exclusion. Enfin, c'est à partir des dispositifs collectés que des critères de segmentation qualitatifs ont émergé. La collecte relève d'une exploration inductive, de découvertes par la collecte, couplée à une approche déductive par les critères premiers et préalables et par la littérature des notions connexes de DDG.

Notre perspective théorique a un impact relativement fort sur la collecte de données, quelque part la conditionne, mais cette collecte reste aussi ouverte, preuve en est des éléments d'inclusion/exclusion au cours de la constitution de la BDD. Notre corpus s'est construit par des allers-retours entre théories et découvertes du corpus en même temps qu'il se construit.

Cette approche abductive est aussi celle qui fonde notre intérêt pour cet objet de recherche -le DDG comme stratégie créative de lutte contre les violences faites aux femmes. Notre intérêt pour les dispositifs de DDG incluant et ciblant les hommes s'est construit par étape et progressivement, en même temps que notre curiosité scientifique s'est portée sur ce que peuvent apporter ces dispositifs de DDG à la lutte contre les violences. Cet intérêt a pour point de départ des visualisations sur internet de deux dispositifs¹²⁴, desquels nous sommes partie pour ensuite remonter à des questionnements plus larges : manque de la communication de l'Etat, absence des hommes, intérêts d'une communication les incluent et les ciblant, liens entre acte et dimension collective, littérature des formes connexes au DDG. La collecte est ainsi concomitante à la découverte de formes de DDG de manière empirique et depuis la littérature. Dans ce processus a émergé plusieurs questions, notamment celles sur les hommes : la différence entre préventions primaire, secondaire, tertiaire, mais aussi ce qu'ils recoupent comme concepts (masculinités, privilèges par exemple), ou bien encore, qu'est-ce que signifie inclure les hommes dans les dispositifs, leur présence dans les dispositifs.

1.2 Une étude imparfaite

Ces allers-retours entre terrain et théorie pointent également que cette partie de la recherche sur les formes de DDG est un processus en cours, une étude exploratoire poussée qui nous permet de rebondir, ensuite, sur une analyse plus ciblée et plus précise de dispositifs à travers leur création et leur réception. Cette partie est aussi relativement interprétative, au sens où la subjectivité de la chercheuse, non sans base théorique issue de la littérature sur le genre et les notions connexes de DDG, est ici plus libre.

C'est par le prisme du genre et de sa réécriture qu'est envisagé le DDG. Et notre construction progressive, perfectible et imparfaite de formes de DDG relève d'une « question ouverte, de mouvement d'élucidation du sens » (Paveau, 2018). Si le genre reste pour nous un outil d'analyse, il est aussi une manière d'aborder les significations qui sont construites à travers lui. C'est-à-dire que, confrontée à de nombreux dispositifs et formes de DDG, nous nous sommes posée la question de leurs significations, mais aussi de leurs intentions. Il s'agit d'une intégration du concept de genre à l'étude, bien qu'il y

¹²⁴ Ces deux dispositifs sont le court-métrage d'Éléonore Pourriat, « Majorité opprimée » (2010), et le clip de prévention du Lobby Européen des Femmes, « Changeons de point de vue » (2011). Ces deux dispositifs abordent respectivement le continuum des violences faites aux femmes et la prostitution. Ils utilisent l'*inversion du genre*, pour lutter contre ces violences, en exposant l'homme aux situations violentes. Les acteurs hommes deviennent la personne sifflée dans la rue, agressée sexuellement, culpabilisée ou bien personne prostituée, selon la conception abolitionniste. Les hommes sont les cibles de ces deux messages.

soit plus qu'intégré, central, et d'une relative appropriation du concept pour « penser avec le genre » (Paveau, 2018).

Enfin, si nous avons posé comme dénomination à l'étude des formes celles d'étude exploratoire, une construction progressive, perfectible et imparfaite, c'est que d'une part, il s'agit d'un processus itératif (constructions de critères, allers-retours entre terrain et théories) et que d'autre part, même plus aboutie, la taxinomie resterait imparfaite. Imparfaite et insuffisante, car « faire une typologie des actions ne serait vraisemblablement pas suffisant » (Butler, 1990, p. 262-263) et que la construction taxinomique des formes d'hypertextualité permet l'exploration, mais l'analyse rend les frontières floues, voire vient la « bouillir (...) [la] dissoudre, et finalement l'effacer » (Genette, 1982, p. 44)

Ainsi, nous essayons de trouver la juste mesure entre développement d'une proposition significative et rigoureuse des formes de DDG, tout en précisant son caractère imparfait, exploratoire et surtout non clos. La qualification des formes de DDG est issue des multiples lectures de ces dispositifs, entre *lecture flottante et encodage qualitatif multiple*, soit une combinaison entre matériaux bruts et théoriques, construction de connaissances et d'expériences sur et par les dispositifs de DDG, portant ainsi une dimension de *bricolage intellectuel* (Lévi-Strauss, 1985). La grille d'analyse finale bénéficie d'un enrichissement progressif, tout en demeurant inachevée.

2. Choix des méthodologies

2.1 Grille d'analyse systématisée par base de données

Pour construire des premiers éléments de réponse à notre problématique, et répondre à nos questions de recherche sur les formes de DDG, dans le cadre que nous avons défini, nous développons une première méthodologie : une collecte systématisée de dispositifs mobilisant la stratégie créative du DDG, insérés dans une grille d'analyse systématisée. Cette dernière est une base de données, listant les dispositifs et les précisant par des critères de segmentation qualitatifs. Cette méthodologie vise à construire une première taxinomie des formes de DDG.

La collecte et la qualification des dispositifs relève d'une méthodologie de codification, qui consiste à « transformer des données brutes en une première formulation signifiante. La dénomination faite n'est pas neutre, elle est déjà donatrice de sens » (Mucchielli, 2009, p. 19-20). Notre méthodologie de codification ne passe pas à l'étape suivante de la catégorisation, car notre objectif n'est pas de théoriser les formes de DDG, mais d'en offrir une première lecture, permettant d'en tracer des grandes lignes, et qu'elle repose déjà sur une relative grille *a priori* (les critères préalables). En revanche, elle vise à répondre à la question de quels phénomènes se déclinent sous la dénomination générale du DDG, et repose déjà sur un ensemble de connaissances constituées de la littérature et de l'apprentissage en continu depuis la collecte multipliant les formes de DDG. Il s'agit d'une méthodologie qualitative relativement ouverte, dont l'analyse sera de contenu,

qualitative, visant à « expliciter *in fine* la ou les significations » (Mucchielli, 2009, p. 36), ou les formes, de DDG dans les dispositifs. La codification, comme analyse de contenu, permet donc surtout de qualifier les formes, tout en restant ouverte.

Cette démarche méthodologique correspond à ce que Wanlin (2007) décrit comme une méthode d'analyse qualitative -la préanalyse. Après « le choix des documents » (...), la lecture flottante (...), l'identification des thèmes [ou codes] (...), le repérage des indices et l'élaboration des indicateurs (...), la préparation du matériel (...) bref, il s'agit de la « décontextualisation » », même si pour notre part, il s'agit d'un corpus constitué et construit où nous cherchons les différences et similarités, et l'itération de la démarche par la collecte d'éléments nouveaux.

2.2 Collecte de dispositifs

Notre collecte de dispositifs s'est construite sur la base des critères que nous avons formulés (point 2., page 137), c'est-à-dire des dispositifs qui mobilisent, pour les résumer : le DDG ; la lutte contre les violences faites aux femmes et des intentions en ce sens ; les hommes dans le champ et dans la cible ; une ou plusieurs formes de violences, sans distinction ; possible (mais non exclusif) critère de mise lien entre acte et dimension collective des violences ; statut de créatifs ouvert (en favorisant la recherche sur les associations) ; matérialité (support projetable) du dispositif.

Tenant compte de ces critères, nous avons collecté 346 dispositifs à travers le monde (Annexe A). Aucune base de données n'est préexistante, son ensemble est construit par nos soins. Ce sont des initiatives disparates et éparpillées que nous avons souhaitées regrouper et rendre visibles. La période de collecte et d'analyse s'étend de septembre 2015 à mars 2018.

Nous avons collecté ces dispositifs de DDG en combinant plusieurs méthodes. D'une part, nous avons réalisé une revue de presse de l'actualité durant toute notre thèse (plus de 100 pages d'actualité), laquelle vise à nous tenir à jour des événements médiatiques relatifs aux violences faites aux femmes, mais aussi des actualités et dispositifs diffusés par les associations féministes, à travers des médias nationaux ou directement par elles.

C'est principalement en passant le filtre des relais d'organisations féministes que nous avons collecté ces données -d'information et de création, bien que nous ayons aussi consulté des sites d'information directement, et que le phénomène de sérendipité nous a été profitable.

Ces réseaux féministes sont, entre autres : Encore Féministes ! ; Osez le féminisme ! ; Women's Rights News ; Fondation des Femmes ; Tous Contre les Dérives, Les Violences Sexistes et Sexuelles aux Antilles ; Stop Acid Attacks ; HeForShe (Brésil, Espagne, Paraguay ; Hong Kong, Columbia University (USA, NY), India, Kurukshetra et Ahmedabad (Inde), Equateur ; Hongrie ; Worcester Polytechnic Institute (UK) ; Hanze University Groningen (Pays-Bas) ; Corée, Cameroun, Kenya, Italie, Argentine...) ; Les effFRONTé-e-s ; Afrofeminista ; Collectif Féministe contre le Viol ; l'Empêcheuse de tourner en rond ;

Coordination française pour le Lobby Européen des Femmes ; Le Salon des dames ; Européen Women's Lobby ; Archives du féminisme ; 52% pour cent – Petites chroniques du sexisme ordinaire ; Clasches Collectif Féministe ; De colère et d'espoir – blogue féministe ; Je suis une publication sexiste ; Collectif des Rosas ; Union des Femmes du Monde Gams-sud ; Chiennes de garde ; Antisexisme – Sexisme et Sciences Humaines – Féminisme ; Quoi le féminisme ? ; Les désobéissante-e-s ; Insoumise Féministe ; Brigade Anti-sexiste. On peut aussi évoquer l'association du Mouvement du Nid ou Zero Macho traitant en particulier de la prostitution. C'est à travers la plateforme Facebook que nous avons suivi l'actualité de ces pages.

D'autres pages sur des sujets proches sont aussi suivies, sur l'homophobie ou les personnes LGBTQI+, à l'instar de : Stop Homophobie ; SOS Homophobie, Acceptess Transgenres ; 7^e Genre ; Jeanne Magazine ; Inter-LGBT ; Nous, les LGBT+ ; Yagg ; Association Grisélidis ; The Queer Muslim Project.

Nous suivons aussi les comptes de personnes dans le champ, militant·e·s, artistes, ou projets à titre d'exemple : Caroline de Haas ; Fatima Ezzahra Benomar ; Assignée Garçon BD ; Cie Avant l'Aube ; Still Not Asking for it ; Courage Campaign ; Porntoshop ; Women Not Object ; Ceci n'est pas un ceintre (Planning Familial) ; Subversion : nom féminin ; Féministes en mouvements ; Ca fait genre le blog ; La Chair ; Adbusters ; Alexandro Palombo ; Thomas Mathieu.

Nous suivons des sites d'information sur le féminisme, l'égalité, tels que 50/50 Magazine ; TV5 Monde Les Terriennes ; L'école du genre ; Les Glorieuses ; Ls Nouvelles News.

Des supports ou soutiens en sciences humaines et féminisme et art ou communication, tels que : Genre, sexualité et société ; Institut Emile du Châtelet ; Genre, média et Communication ; Miroir / Miroirs réflexion LGBT et féministes.

Les médias nationaux que nous suivons sont publics et privés, tels que France Info, France Inter, Libération, Le Monde, AJ+, Radio-Canada, France 2, La Tribune ; Slate ; Huffington Post (France). Certains ciblent les femmes dans l'actu, tels que Madame Le Figaro ; Au féminin ; HuffPost Women (US).

Nous avons aussi suivi plus directement plusieurs médias spécialisés dans la communication, tels que la revue Stratégies (newsletter quotidienne) ; ou sur l'art et sciences humaines Artsy, sur la publicité : La Pubothèque ; ou la critique des médias : Action Critique Médias.

3. Analyses du corpus de dispositifs de DDG

3.1 Analyse stratégique, pragmatique et sémiologique de dispositifs de DDG

Cette analyse, qui combine plusieurs formes d'analyse, a deux objectifs. Le premier est celui d'illustrer les significations, le contexte et la persuasion de dispositifs que nous n'avons pas retenus dans notre base de données. Le second, ayant les mêmes axes d'illustration, vise à fournir une analyse d'exemples de dispositifs retenus.

Pour les dispositifs non retenus - nous en présentons quelques cas, nous pouvons dire qu'il s'agit de faire émerger, par l'analyse, de *nouveaux* critères d'inclusion et d'exclusion. Ces cas de dispositifs de DDG qui sont inclus/exclus, font par ailleurs la démonstration, par l'analyse, de l'importance du troisième critère préalable (intentions). Il s'agit moins de poser de nouveaux critères que de faire émerger depuis des dispositifs des critères les excluant.

Nous réalisons ici une analyse à cheval entre trois analyses, lesquelles nous ont semblées être plus pertinentes et répondant à nos besoins.

D'une part, en qualifiant le DDG de *stratégie créative*, nous avons cherché à combiner l'ouverture dans la créativité, *créative*, et à poser la *stratégie* comme la dénomination la moins inappropriée, pour évoquer à la fois la stratégie communicationnelle et la stratégie de défense (ou d'attaque ?) d'une position militante, qui peut s'inscrire dans les champs de l'art et de la communication. Elle reste certainement maladroite, surtout pour des dispositifs n'usant pas de l'art comme *moyen* mais comme processus créatif expressif d'un artiste. En étudiant le DDG comme stratégie créative, néanmoins, nous mobilisons la méthode d'analyse stratégique, c'est-à-dire, d'envisager les dispositifs porteurs de DDG à travers les pouvoirs mis en jeu dans les interactions et la construction des mondes des dispositifs portant le DDG. S'il ne s'agit pas de l'analyse de « lutte pour le pouvoir des phénomènes humains se déroulant dans des organisations » (Mucchielli, 2009, p. 264-265), il s'agit d'appliquer cette analyse aux dispositifs de DDG. Il est notamment question d'explorer les « ressources (...) et les zones d'incertitude » en particulier les « enjeux qui mobilisent les acteurs ».

C'est également une analyse socio-pragmatique des intentionnalités, puisqu'il s'agit d'identifier si elles correspondent à celles de la lutte contre les violences faites aux femmes. C'est ici qu'intervient la sémiotique, envisagée à travers le prisme des lectures des notions connexes de DDG, qui en pointent les atouts mais surtout les limites. Des questions plus opérationnelles aussi viennent les éclairer : les créatifs, le diffuseur et le contexte de diffusion.

3.2 Analyse par critères de segmentation qualitatif (codification) : méta-analyse de l'hypertextualité

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 1** : quels critères se révèlent pertinents pour répertorier, classer et analyser les formes de DDG visant à lutter contre les violences et le sexisme ?

Dans une perspective méthodologique de codage, nous cherchons à « transformer des données brutes (...) en une première formulation signifiante. La dénomination faite n'est pas neutre, elle est déjà donatrice de sens. »(Mucchielli, 2009, p. 19-20) La codification reste imparfaite, mais il ne nous semble pas que « ce sens reste cependant banal et proche du sens commun ». Elle est entre la codification et la compréhension depuis la littérature, et de plus, elle dispose de plusieurs critères.

Trois critères importants relatifs au DDG dans notre base de données (BDD) qui sont : la forme de DDG, les rôles joués par les personnages masculins, les rôles joués par les personnages féminins. Ces trois critères reposent sur une lecture flottante des dispositifs, répétée, et en continu (démarche ininterrompue qui construit les codes sur l'ensemble et non sur un échantillon).

Les rôles joués par les personnages sont plutôt descriptifs, ils désignent ce que font et sont ces personnages. En ce sens, ils ne sont pas codés mais qualifiés, ce qui revient à avoir presque autant de qualifications que de dispositifs.

Les formes de DDG, quant à elles, résultent d'une combinaison entre lecture flottante et approche par l'hypertextualité, combinée à une approche féministe : en somme, quelle est la stratégie de perturbation du genre qui se décline le long du dispositif.

Deux autres critères viennent compléter ces formes de DDG : le(s) ton(s) (régime pour Genette) mobilisé(s) dans le dispositif, venant aussi éclairer les rôles des personnages et les formes de DDG ; et la cible construite.

A un autre niveau d'hypertextualité, deux critères viennent préciser si le dispositif a une œuvre de base détournée (ex. le clip musical « C.L.I.T. » de Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles a pour œuvre de base le clip « Saint-Valentin » d'Orelsan) et/ou un objet de base repris (ex. le clip de sensibilisation « Bande de bites » de l'agence TBWA pour l'association HandsAway précise "Ce film a été réalisé avec de vrais témoignages de femmes").

Sur les formes de violences, trois critères sont importants : le sujet des violences est-il transversal aux violences, inégalités et discriminations ou en pointent-ils un ou un autre exclusivement. Ensuite, le thème principal de la violence dénoncée (ex. sexisme, harcèlement, manspreading). Enfin un critère précis si le dispositif articule (intersectionnalité) ou additionne d'autres formes de violence (ex. racisme, homophobie) ou pointe les masculinités comme objet.

D'autres critères sont significatifs dans notre BDD mais ici secondaires : les créatifs et leurs statuts de créatif (ex. Agence de com. X pour association Y) ; le titre du dispositif ; le support du dispositif (ex. planches de BD, court-métrage, clip de sensibilisation¹²⁵) ; la durée ; le pays de la création ; l'année ; les notes sur les contextes (par exemple, liés à la Journée Internationale de lutte contre les violences faites aux femmes, le 25 novembre, ou encore un événement médiatique concomitant et lié au dispositif) ; le lieu de diffusion (ex. web + projection) ; la possibilité de lecture en français ; l'internationalisation du dispositif ; son nombre de vues.

Enfin, par souci d'archivage et de consultation des dispositifs, tous disposent *a minima* d'un lien (url) vers lequel les trouver sur internet. Nous fournissons plusieurs liens lorsque nous le pouvons.. Des liens conduisent aussi vers des retombées presse que le dispositif a pu susciter (de manière non exhaustive). Tous les liens ont été mis à jour à la fin de cette thèse. Les données précisant les créatifs, titres, etc. servent aussi ce but d'archivage.

Grâce à ces critères de segmentation, nous pouvons réaliser une méta analyse des dispositifs, c'est-à-dire que chacun, étudié individuellement, peut être mis en perspective en contraste avec les autres mais aussi en lien, avec d'autres dispositifs proches dans la forme de DDG.

¹²⁵ Nous n'avons pas souhaité nous arrêter à des dispositifs audiovisuels uniquement. Ainsi, nous avons des dispositifs de formes diverses, tels que :

- **audiovisuels : qui recense 173 dispositifs sur 246, soit 50% des dispositifs étudiés** (long-métrage, court-métrage, reportage, programme éducatif, campagne de prévention, clip de musique, parodique ou non, droit de réponse en vidéo, web série, émission de TV réalité parodique, expérience sociale en caméra cachée, happening dont des traces permettent la projection, performance et manifestation filmées, vidéo professionnelle de comédien·n·e, d'agence, fausse publicité vidéo, présentation TedX, one woman show, chronique TV/radio filmée),

- **d'images et textes inanimés : qui recense 103 dispositifs, sur 446 soit 29,8 des dispositifs étudiés** (BD, affiche, brochure, photographie, publicité parodique ou non, blog de témoignages illustré, gif, remise de prix satirique illustré, photographies, Goodies),

- **textuels : qui recense 43 dispositifs, sur 446 soit 12,4% des dispositifs étudiés** (article de presse, tribune, article de presse satirique, poésie, hashtag, recueil de citations, pièce de théâtre, posts de blog).

CHAPITRE 3. Résultats

Dans ce chapitre 3, nous répondons successivement à nos questions de recherche. Le premier point (1) répond à notre question de recherche 2 sur le tri des dispositifs, c'est-à-dire l'inclusion ou l'exclusion de dispositifs de DDG de notre base de données. Dans un deuxième point (2) nous présentons les caractéristiques générales des dispositifs de notre base de données. Le troisième point (3) répond à notre question de recherche 3 sur les violences dénoncées à travers les dispositifs de DDG visant à lutter contre les violences faites aux femmes, et incluant les hommes dans le champ et dans la cible. Le quatrième point (4) répond à notre question de recherche 4 sur les formes de DDG. Il répond également aux questions secondaires de la question de recherche n°4, que sont : la question de recherche 5 sur les intentions construites des créatifs et la question de recherche 6 sur les processus persuasifs. Notre base de données est disponible en Annexe A.

1. Des dispositifs de DDG exclus ou inclus en fonction de l'analyse

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 2 : quel tri peut être fait dans les dispositifs pour distinguer ce qui relève à la fois de la persuasion, de l'intérêt général et des intentions de lutte, d'autres formes aux messages et intentions différentes ?** Nous présentons ici nos analyses permettant d'inclure ou d'exclure des dispositifs qui mobilisent pourtant le DDG.

Pour cela, et résumer ce qui suit, nous avons de fait un tri entre les dispositifs allant dans le sens de la lutte et exclu ceux donnant à voir des positions masculinistes ou des supports de divertissement dont le renversement visuel et discursif participe à moquer, exclure les personnes déjà discriminées. Ensuite, nous présentons un tri réalisé aussi depuis les *statuts*, au sens de *statut social* des annonceurs (public/privé) illustrant que des organisations publiques peuvent remplir les conditions des critères posés, mais aussi des organisations privées, bien que ces dernières n'aient pas de finalité d'utilité publique. Nous donnons des exemples. Ensuite, nous rappelons le critère d'inclusion des hommes dans le champ : il ne s'agit pas d'un critère du DDG, mais d'un critère relatif au contre-pied pris face à la communication de l'Etat français. Nous montrons qu'il peut être complexe et nuancé de qualifier ce que signifie la *présence* des hommes dans le champ. Enfin, nous expliquons pourquoi, dans notre BDD, quelques dispositifs dépassent les frontières établies par les critères : ils sont des illustrations que, en levant certaines barrières restrictives que nous avons posées, le DDG peut continuer de s'envisager.

1.1 Exclusion de dispositifs : un rire mauvais et des mauvais rires ?

1.1.1 Exclusion de dispositifs de DDG de défense des droits des hommes et masculinisme

Nous avons **exclu les messages qui selon notre analyse ne répondaient pas à la finalité de défense des droits des femmes et/ou de lutte contre les violences**

genrées. Ce tri implique la collecte, mais surtout l'analyse de dispositifs en cours de collecte. Nous n'incluons pas, dans notre base de données systématisée de dispositifs de DDG des supports portant un message et des intentions allant à contre-sens d'une position féministe, du moins prenant position en faveur des femmes en tant que femmes, et conduisant à vision masculiniste, à visée inégalitaire, discriminante, ou de renversement de la cause.

Par exemple, nous avons exclu la campagne de sensibilisation #ViolenceIsViolence¹²⁶ (2014) inversant le genre de l'association britannique *The Mankind Initiative*, dont la signature est « *helping men escape from domestic abuse*¹²⁷ ». Partagée dans la presse¹²⁸ et visualisée 8,9 millions de fois, la vidéo de 2 minutes, filmée à Londres en caméra cachée en 2014, montre un couple qui simule une dispute suivie de comportements violents (insultes et menaces physiques). L'expérience sociale prend deux formes : celle où la femme est victime puis celle où l'homme est victime de violences conjugales. Les réactions des passants mises en lumière par les caméras cachées, sont d'aider la femme lorsqu'elle est victime puis de rire de l'homme en situation inversée. Le message à visée impressive place le récepteur en position de témoin de la scène : n'aurait-il pas réagi comme les autres passants ? Pourtant, nous apprend le dispositif, « la violence c'est de la violence¹²⁹ », et « 40% des violences conjugales [/familiales ?] est subie par des hommes¹³⁰ ». La question de rhétorique -en somme pourquoi rire d'une situation violente lorsqu'elle touche un homme alors qu'une même situation suscite l'indignation lorsqu'une femme en est la victime ?- est appuyée et sa réponse fléchée par le pourcentage affiché, qui sert de support à la thèse soutenue : les violences conjugales seraient en fait presque symétriques... Le message a pour objectif, à l'instar des missions de l'organisation le diffusant, de défendre les droits des hommes et de lutter contre les discriminations et violences dont ils sont l'objet.

Non seulement nous ne retenons pas ce dispositif dans notre recherche, mais nous illustrons en quoi elle est masculiniste et conduit à un mensonge. Nous précisons néanmoins que notre propos n'est pas de nier l'existence des violences à l'encontre des hommes, ni la violence des femmes.

Premier point, puisque l'organisation a pour objet la lutte contre les violences conjugales faites aux hommes, ce dispositif sort déjà de notre cadre de recherche.

¹²⁶ Pour visualiser la campagne, sur la page YouTube de l'association The Mankind Initiative, https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=u3PgH86OyEM

¹²⁷ Site internet de l'association Mankind Initiative <http://new.mankind.org.uk/>

¹²⁸ En France par exemple, Le Figaro partage la vidéo, <http://video.lefigaro.fr/madame/video/quand-un-homme-se-fait-maltraiter-par-sa-femme-en-public/3589894456001/> ; au Royaume-Uni, le titres The Independent également et titre « *How would you react? Hard-hitting film suggests male victims of domestic abuse aren't taken seriously* » <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/how-would-you-react-hard-hitting-film-suggests-male-victims-of-domestic-abuse-arent-taken-seriously-9434867.html>

¹²⁹ « #ViolenceIsViolence »

¹³⁰ La différence à faire entre conjugale et familiale est ici très importante, nous le développons plus bas.

Second point, la vidéo véhicule l'idée que les violences n'ont pas une structure genrée, mais qu'il serait nécessaire de déconstruire l'idée selon laquelle les hommes ne peuvent pas être victimes de ces violences. Le DDG renverse l'objet de déconstruction, il est au service de la cause des hommes, puisque l'organisation part du postulat qu'il est entendu, dans les représentations, que *ce sont les femmes* qui sont victimes de violence, et que c'est à cette représentation qu'il *faut s'attaquer*.

Le chiffre énoncé -40% de violences conjugales au Royaume-Uni serait subie par des hommes- est un pourcentage qui peut en effet étonner. La source de ce chiffre est citée : *Office for National Statistics*, ce qui lui confère une certaine crédibilité.

Nous avons consulté cette étude et rapproché ce chiffre des données présentées. L'ONS¹³¹ rapporte que sur une année (2012-13), 1,2 million de femmes et 700 000 hommes ont été victimes de *domestic violence*. Un simple calcul nous donne le pourcentage de 36,8%. Si l'on ne tient pas compte du chiffre arrondi, par estimation *militante* (36,8% devient 40%), ce chiffre est par ailleurs présenté de manière *frauduleuse*. Par les images du dispositif, l'organisation assimile, rapproche et fait correspondre ce chiffre aux violences conjugales, alors que ce chiffre correspond à des *violences domestiques*, où les auteur·e·s ne sont pas nécessairement les partenaires intimes mais aussi les membres de la famille¹³². Ainsi, les compagnes, supposément des femmes (et assertant par ailleurs l'hétérosexualité), ne sont pas les auteures exclusives de ces violences -psychologique, physique, sexuelle, financière émotionnelle- qui peuvent être « mother, father, son, daughter, brother, sister & grandparents; directly-related, in-laws or step-family » (même guide du Gouvernement du Royaume-Uni). Ainsi, si le nombre n'est pas faux, il inscrit par effet d'analogie et effet de contamination par l'image une idée qui est fautive : celles de violences conjugales partagées (presque) autant par les hommes que par les femmes, dans le but de rendre visible des violences faites aux hommes et par là même d'invisibiliser celles ciblant les femmes. Or, les chiffres de l'étude le démontrent, les femmes sont plus souvent les victimes de violences (hors violences sexuelles) de leur partenaire que les hommes : 4% des femmes et 2,8% des hommes déclarent en avoir été victime sur l'année. Sur la même période, les femmes sont plus souvent la cible de harcèlement (4,1%) que les hommes (1,9%) peu importe l'auteur. Les violences familiales (dont les auteurs sont potentiellement tous les membres de la famille) sont celles où la différence entre les femmes et les hommes est la plus faible : 1,5% pour les hommes et 2,2% pour les femmes, et l'étude de préciser que « *This is still a statistically*

¹³¹ Office for National Statistics, 2014, Chapter 4 – Intimate Personal Violence and Partner Abuse : http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20160105160709/http://www.ons.gov.uk/ons/dcp171776_352362.pdf

¹³² UK Government, « Definition of domestic violence and abuse : guide for local areas » 18 march 2018, vers lequel renvoie l'étude ONS, et qui le précise également dans la sienne : « Any incident or pattern of incidents of controlling, coercive or threatening behaviour, violence or abuse between those aged 16 or over who are or have been intimate partners or family members regardless of gender or sexuality. This can encompass, but is not limited to, the following types of abuse: psychological, physical, sexual, financial, emotional »

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/142701/guide-on-definition-of-dv.pdf

significant difference ». Enfin, sur l'année, 2% des femmes et 0,5% des hommes ont subi une forme d'agression sexuelle (y compris les tentatives) ce qui signifie que les femmes y sont quatre fois plus les cibles que les hommes. Nous nous arrêtons là pour les chiffres : alors que l'étude pointe la différence genrée, que les femmes demeurent les plus touchées par les violences, l'organisation élude cette dimension et cherche à donner un sens erroné à la signification des violences.

Cette démarche de l'organisation ne date pas seulement de 2014. Créée en 2001, elle apparaît notamment dans la presse, comme en 2010, lorsque le grand titre *The Guardian*, publiait un article¹³³, pourtant écrit par Denis Campbell, permanent du titre, qui sert de tribune à l'organisation britannique *Parity* et son président John Mays, que l'on peut rapprocher de celle de *The Mankind Initiative*. John Mays dénonce que les hommes sont souvent traités de « *second-class victims (...) invisible* ». Sur son site, l'organisation prône l'égalité hommes-femmes, considérant que les hommes sont lésés. La démarche, sans la nommer, est aussi masculiniste. Par exemple, pour l'organisation, c'est à cause des féministes que les violences conjugales sont considérées comme un problème de femmes...¹³⁴ ou bien que des lois en faveur de l'égalité discriminent... les hommes¹³⁵. Dans cet article-tribune, Mark Brooks, de l'organisation *Mankind Initiative*, dénonce également « *It's a scandal that in 2010 all domestic violence victims are still not being treated equally.* » Il ajoute que « *We reject the gendered analysis that so many in the domestic violence establishment still pursue, that the primary focus should be female victims. Each victim should be seen as an individual and helped accordingly.* » Bien que les violences, au Royaume-Uni, à l'étranger ou envisagées au niveau global, touchent en grande majorité les femmes, l'analyse de ces violences ne peut, selon Brooks, être envisagée sous le prisme du genre. Le chiffre donné est ainsi exclusif de toute analyse plus complexe (nature des violences, violences hors conjugales, auteurs des violences).

L'argument « de choc » de ces associations (dont la première s'est vue retirer le *charitable status* pour ses positions, qu'elle a récupéré ultérieurement) est de prôner « l'humain » et « les victimes », en annihilant le caractère genré des violences. L'autre mobile est de dénoncer un manque d'accompagnement et de structures dédiées aux hommes victimes de violences, voire des lois anti-discriminations en défaveur des hommes. Nous admettons donc que politiquement, ces organisations, bien qu'agissant favorablement à la sortie de situation de détresse et de violences faites aux hommes, ont **une posture masculiniste hostile au féminisme**. Pourtant, les recherches sur le genre n'excluent pas les hommes, notamment dans une approche compréhensive des problématiques des formes de masculinités, de leurs constructions, des hommes auteurs et aussi victimes de violences. Les études sur le genre visent justement à déconstruire les propos de naturalisation des supposées caractéristiques sexuées, pour révéler que féminin et masculin sont des construits. A travers une lecture théorique du concept de

¹³³ The Guardian, 5.09.2010 "More than 40% of domestic violence victims are male, report reveals", written by Denis Campbell. <https://www.theguardian.com/society/2010/sep/05/men-victims-domestic-violence>

¹³⁴ Propos sur le site de l'organisation *Parity* http://www.parity-uk.org/male_dom_abuse.php

¹³⁵ Propos sur le site de l'organisation *Parity* http://www.parity-uk.org/sex_discrimination.php

genre, rire des hommes victimes de violence s'inscrit dans un processus de discréditation, au sens de Goffman, de l'homme en tant qu'incapable de répondre aux attentes sur le masculin, de *ne plus être un « vrai » homme*. Quand les masculinistes tirent à bout portant sur le féminisme et le genre, c'est aussi sur ceux qu'ils prétendent défendre qu'ils font feu.

Quant aux arguments sur le manque d'étude des hommes victimes de violence, ils sont aussi malhonnêtes, puisqu'en France, par exemple, l'étude VIRAGE (Violences et Rapports de Genre) s'intéresse aux victimes femmes et hommes : « La construction d'une typologie permettra de distinguer la situation des victimes selon la gravité des situations subies et notamment d'établir dans quelle mesure les violences subies par les personnes des deux sexes se ressemblent ou au contraire se distinguent, de façon à adapter la prévention aux réalités vécues par chacun des deux sexes¹³⁶ ».

1.1.2 Exclusion de dispositifs de DDG riant de l'homophobie et des hommes homosexuels

Nous prenons, dans une approche par l'exemple, un autre dispositif pour illustrer en quoi l'analyse préalable participe à l'exclusion de supports. La vidéo, en caméra cachée elle aussi, s'intitulant « Coup de foudre entre hommes en escalator », réalisée par l'auteur-comédien-artiste Grégory Guillautin¹³⁷, conduit une forme d'expérience sociale, visualisée plus de 14 millions de fois. Ce membre du collectif NOU mine une séduction homosexuelle dans un centre commercial. Joutant de la caricature, il lance des regards langoureux, feint un baiser et touche la main d'hommes qu'il croise sur des escalators, l'un montant l'autre descendant. A visée humoristique, la « pranque » (comprendre *prank*, soit farce en anglais) atteint très vite ses limites : comédien abusant de clichés sur les hommes homosexuels (féminisation des attitudes corporelles jusqu'au ridicule, lascivité, caricature de la séduction), réactions gênées voire menaçantes et insultes homophobes « enulé, sale pédé » des individus naïfs à l'expérience et visés par « la drague ». Si toutes les réactions des personnes naïves ne sont pas négatives, lors d'un cas de ces « farces » à répétition, une situation provoque un conflit, qui n'est résolue que par la révélation du canular (montrer à la personne la caméra cachée). Selon nous, cette vidéo manque à ses objectifs supposés, même de divertissement, et constitue un support homophobe, par les multiples renversements auxquels les récepteurs assistent.

Nous ne nous arrêtons pas sur le caractère de divertissement, et non d'utilité publique, qui exclurait ce dispositif de notre corpus, mais nous continuons son analyse.

Le jeu du genre, par la dialectique genre/sexualité, parodie par le ridicule à la fois l'homosexualité, la séduction et l'hétéronormativité et conduit à la révélation d'un hétérosexisme violent à l'égard des personnes homosexuelles hommes. Celui-ci n'est ni décrié, ni commenté, ni dénoncé. Aucune prise de distance n'est faite, aucune

¹³⁶ Enquête Nationale sur les violences subies et les rapports de genre (VIRAGE), conduite par l'Ined, présentation de l'étude. <https://www.ined.fr/fr/tout-savoir-population/memos-demo/focus/enquete-virage/>

¹³⁷ Greg Guillautin – NOU, 2016 « Pranque : coup de foudre entre hommes en escalator / Love escalator prank (G. Guillotin, J. Demayo) » https://www.youtube.com/watch?v=igxN6HmHj_s

condamnation des propos homophobes, pourtant réprimables par la loi¹³⁸. La vidéo donne donc à voir un hétérosexisme supposé être drôle, sur fond musical « j'aurais aimé tenir ta main un peu plus longtemps » de Grégoire, un rejet et une haine de l'autre supposée risible. En évitant le conflit avec un homme naïf de l'expérience, lors de la révélation, des rires sont ajoutés sur la bande son : l'individu, dans une approche menaçante, s'est fait piéger. De quoi rit-on alors ? De la farce dont il a fait l'objet, de son comportement, du ridicule de la situation ? Le rire vient de la farce. Or, les attaques et le harcèlement dont les personnes homosexuelles sont victimes n'ont pas de caractère factice. Il paraît peu concevable de rire de violences genrées basées sur une discrimination faite à l'égard d'individus sur la base de la sexualité. C'est pourtant ce que diffuse la vidéo. Enfin pour terminer sur l'éthique chaotique du dispositif, deux éléments : d'une part une scène réinversée qui clôturera la vidéo. Une femme frôle la main d'un homme dans l'escalator. Le jeune homme visé affiche un large sourire tout en dénudant la séductrice du regard. Le comportement d'un homme, pourrait conclure le message c'est ça : même s'il n'initie pas le contact, il domine *en-tant-qu'homme*. Il impose son regard, appelle à ce que la séductrice descende et le rejoigne. Un homme, hétérosexuel et dominant, conclut le dispositif, bien que le sujet initial du désir fut une femme. Et s'il doit faire face à une personne homosexuelle, c'est sa virilité qui est remise en question. Les hommes sont représentés à la fois comme sexistes et homophobes, condition *sine qua non* de leur virilité, suppose le message. D'autre part, dans l'ensemble de la vidéo, une majorité des hommes ciblés par la mise en scène sont racialisés. Bien que la majorité des hommes réagissent par un rejet de l'autre, la surreprésentation des hommes dits de couleurs vient faire écho à un cliché bien raciste : celui de leur intolérance supposée, celui d'un rapport au corps et à la tradition. En bref, le message, et surtout le procédé de DDG, est ici au service d'un message homophobe, sexiste et raciste.

De ces deux dispositifs présentés comme exemples non inclus à notre base de données ressortent deux rires : celui qui, se substituant à l'action, discrédite un homme en tant qu'homme parce qu'il est dominé, et au service d'une cause masculiniste relativement évidente. Un second rire, se substituant à la condamnation, discrédite un homme en tant qu'homme sur la base de sa sexualité, au service du divertissement qui induit, implicitement, et certainement non intentionnellement, une homophobie dont *il ne serait pas grave* de rire. Dans les deux cas, non seulement les intérêts des femmes et des hommes, hétérosexuels ou homosexuels ne sont pas servis, mais de plus c'est au renforcement d'une masculinité hégémonique qu'il est fait appel, ou à l'inverse à la discréditation de l'homme s'il ne correspond pas aux attentes faites sur les hommes de la masculinité.

Ainsi, les rires qui renversent la cause en prenant le parti des hommes, position masculiniste ou qui créent une forme de violence à l'encontre de personnes et groupes

¹³⁸ Loi du 31 décembre 2004, article 22

<https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000423967&dateTexte=&categorieLien=id>

sociaux discriminés constituent des limites infranchissables et exclusives de notre recherche. Le rire est dans ces deux exemples significatif, mais il n'est pas central ni transversal à d'autres dispositifs de DDG qui s'avèrent opposés aux intérêts des luttes tels que celles des violences faites aux femmes ou de l'homophobie.

1.2 Inclusion de dispositifs dont les créatifs sont publics ou privés

1.2.1 Critères d'inclusion : intérêt général ou tendance sociale

Alors que dans nos critères préalables, l'un d'entre eux porte sur le *statut* des créatifs : associations et artistes, nous avons constaté au fil de la collecte que d'autres *statuts* d'organisation pouvaient répondre à ces critères préalables. Dans notre base de données, les artistes représentent 33,8% des créatifs et les associations 19,1%.

Ainsi, quelques dispositifs sont des créations dont les annonceurs sont des organisations publiques ou privées lorsque cela semblera correspondre aux critères préalables.

Premièrement, en nous intéressant en premier aux dispositifs de DDG issus de la société civile organisée en contre-public (Fraser, 2001), nous faisons écho à la mise en comparaison entre le discours de l'Etat français et celui des associations féministes et à la mise en lien de la dimension individuelle et collective des violences. Hernandez Orellana et Kunert (2014, p. 62-63) expliquent ainsi que l'Etat met en avant la responsabilité individuelle quand « dans les discours des associations féministes de lutte contre les violences, le cadrage du problème s'effectue explicitement au regard de la dissymétrie des rapports sociaux de sexe et prend en compte sa dimension structurelle ». Or d'autres organisations publiques, autre que l'Etat français, peuvent conduire une stratégie de communication différente à celui-ci. Pour ces organisations, la communication est aussi persuasive et d'intérêt général. Dans notre base de données, les organisations ou institutions publiques représentent 5,5% des créatifs. Des médias publics représentent 2,3% des créatifs.

Ainsi, concernant l'inclusion de dispositifs issus d'organisations publiques, nous ne définissons pas le DDG comme exclusivement issu de la société civile organisée ou matérialisation, création d'une mobilisation sociale. Les organisations publiques produisent, à l'instar de l'Etat français, des dispositifs persuasifs et de défense de l'intérêt général et d'utilité publique, et politique. Or, elles peuvent produire des dispositifs allant dans le sens des critères que nous avons développés.

Deuxièmement, nous avons fait le choix, au cours de la collecte, d'inclure dans notre base de données, lorsque les critères préalables étaient validés, des dispositifs issus d'organisations privées. Cette fois, la communication est persuasive mais pas d'intérêt général. Cependant, elle peut mettre en scène et prendre des positions, tels que le DDG en allant dans le sens de la lutte contre les violences. Ces organisations privées se répartissent en entreprises privées (4,3% des créatifs de la base de données) et d'entreprises privées de média (13,3%).

S'il est contestable d'intégrer des dispositifs d'organisations lucratives, ce que nous détaillons plus bas, nous pensons qu'au-delà du tri par l'analyse -comme nous l'avons fait pour les dispositifs traités plus haut (point 1.1, page 150) nous avons intérêt à intégrer ceux dont les critères sont positifs avec ceux posés par nos soins.

Une organisation commerciale, une entreprise conduit une communication à visée persuasive et économique (vendre un produit, une image de marque) et non d'utilité publique ou d'intérêt général. Certaines peuvent y ajouter des arguments jouant sur les valeurs d'une cause sociale ou sociétale (en vendant des jouets « sans préjugés » ou des vêtements « à messages militants »). En abordant les stéréotypes sexistes, l'homophobie ou le racisme, l'entreprise à la fois instrumentalise une cause comme « valeur ajoutée » ou « qualité distinctive » à son offre (consommer en accord avec ses valeurs), une image de marque « avec des valeurs », supposément « engagée », cherchant à se positionner comme telle auprès de ses cibles, dans une approche également de « proximité », et à la fois elle peut, dans une certaine mesure qui nécessite une analyse, exposer et faire circuler un message persuasif convergeant vers la cause.

Nous pensons qu'il peut être utile à notre analyse d'intégrer des dispositifs dont les créatifs se situent dans ce secteur marchand, à condition de les passer par le filtre de nos critères et d'une analyse. Ils peuvent constituer des exemples de déclinaison, voire de créativité différente, dans notre corpus.

Nous pouvons poser l'idée selon laquelle certaines de ces entreprises ont une diffusion plus importante de leur communication qu'une partie des associations en raison des moyens financiers à disposition (couverture nationale, répétition d'exposition, multiplication des médias de diffusion), ce qui peut leur conférer une visibilité plus forte. Nous pensons qu'il n'est pas inintéressant de les étudier.

Nous pouvons également poser l'idée, intuition, que dans le cas des entreprises, la position prise sera moins « radicale », du moins plus consensuelle, que celle de groupes associatifs et/ou militants. A cet effet, nous pouvons par analogie considérer les multiples acteurs se mobilisant et mobilisant le DDG à ceux sur les questions d'écologie (notamment). Comme le note Dacheux (2013), ces acteurs sont animés par des « logiques plurielles », lesquelles sont de statuts diversifiés, de soubassements politiques et idéologiques différents, mais aussi de logique militante à degré variable, certainement en lien avec les finalités des organisations.

Dans le champ de l'écologie, des entreprises se « verdissent », *i.e.* utilisent des arguments ou registre du développement durable dans leur communication. Dans le milieu militant est dénoncée l'hypocrisie des firmes par la notion de *greenwashing* (ex. label écologique auto décerné, sans charte engageante, RSE de communication dénuée d'actions) et la demande des ONG d'une réforme est entendue, conduisant à la création d'une instance pour de nouvelles règles sur la publicité contenant des messages

environnementaux (Libaert, 2012). Par ailleurs, la RSE¹³⁹ participe, lorsqu'elle est intégrée et considérée dans la stratégie d'entreprise et appliquée, à une démarche où l'organisation économique et financière peut s'associer à des enjeux environnementaux et sociétaux. Ces démarches sont recensées et quantifiées¹⁴⁰, alors que dans la recherche, les études abondent en ce sens (« légitimant la RSE ») mais aussi y opposant un regard critique (« culte de l'éthique (...) limites de la RSE » notamment) se développent (Bory & Lochard, 2008).

Dans le registre des violences et des inégalités, les entreprises sont appelées à prendre part au changement : des organisations comme le Laboratoire de l'Égalité ou Communication & Entreprise appellent les entreprises respectivement à l'égalité professionnelle¹⁴¹ (salariale, domestique) et à une représentation des femmes dans la publicité sans clichés¹⁴². L'association La Meute des Chiennes de Garde attribue également deux prix : le « Prix Fémino », pour la publicité sans cliché machiste et le « Prix Macho », décerné à l'auteur de la déclaration la plus sexiste de l'année. Par ailleurs, dans la même veine sémantique que le greenwashing, le *women washing* ou *féministe washing* est aussi questionné¹⁴³, mais reste timide à ce jour.

Ainsi, bien que cette *catégorie* d'acteurs puisse poser question, nous prenons le parti de les intégrer, lorsque les dispositifs remplissent nos conditions, et parce qu'ils permettent d'étendre notre étude un peu plus loin dans l'analyse de ces actions de communication.

1.2.2 Contre-exemple, le cas de l'entretien d'embauche de ERAM exclu de la base de données

Cette publicité commerciale, « l'entretien d'embauche » (2004) des magasins de chaussures ERAM partait pourtant positivement dans le sens d'un discours piquant sur les discriminations à l'embauche et salariales envers les femmes. Face à quatre hommes en cravate, les recruteurs, une femme postule pour un poste, et commence directement, face à cette assemblée « Bon, disons que mon point faible pour ce poste c'est d'être une femme ». Elle remballé ses documents et poursuit « donc une vendeuse qui sera enceinte tous les deux ans, qui devra être rentrée chez elle à 19h pour s'occuper de ses mômes, et qui vous fera un procès pour harcèlement sexuel quand vous lui pincerez les fesses à la

¹³⁹ « Communication from the commission to the european parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions a renewed eu strategy 2011-14 for corporate social responsibility » <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52011DC0681>

¹⁴⁰ INSEE, 13.12.11, « La responsabilité sociétale des entreprises : une démarche déjà répandue », http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1421

¹⁴¹ Site internet du Laboratoire de l'Égalité, <http://www.laboratoiredelegalite.org/>

¹⁴² Site internet de Communication et Entreprise, <https://www.com-ent.fr/>

¹⁴³ Colloque « féminisme et communication » à Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, « « Women washing », quand la com' et la pub surfent sur le féminisme » 6 mars 2018, [https://www.pantheonsorbonne.fr/fileadmin/Service-com/20180308 Revue Presse.pdf](https://www.pantheonsorbonne.fr/fileadmin/Service-com/20180308%20Revue%20Presse.pdf) ; article de presse sur Les Nouvelles News, 14 mai 2018 « Women Washing ou ouverture sur l'égalité à Cannes ? » <https://www.lesnouvellesnews.fr/women-washing-ou-ouverture-sur-legalite-a-cannes/>

photocopieuse ». La caméra passe d'un cadrage prenant son point de vue puis celui du comité de ressources humaines. Elle met mal à l'aise ses interlocuteurs, son ton est incisif, satirique, et s'appropriant le discours sexiste et discriminant des recruteurs, elle dit à voix haute ce qu'elle infère de leurs pensées. Elle poursuit en se levant, se rapprochant de la table autour de laquelle sont les recruteurs : « en revanche, l'avantage c'est qu'à travail égal vous allez me payer 30% de moins qu'un homme ». Sourire, elle conclut « mais bon, on dépense l'argent tellement moins bêtement que vous ». La caméra cadre ses chaussures, apparaît alors la marque « Eram », précédé du prix des chaussures « 49€ ».

La première moitié du spot de 30 secondes dénonce les clichés, pointe une violence contre laquelle la candidate choisie ne se laissera pas faire. Mais la seconde partie, en deux temps, vient renverser le discours. Si les inégalités salariales peuvent encore s'inscrire dans l'ironie (les recruteurs la paieront moins qu'un homme), ils sont renversés, servent la transition vers la dernière assertion de la candidate, qui fait appel à une relative nature féminine [on, les femmes] de dépenser l'argent « tellement moins bêtement que vous [les hommes] ». S'il y a un clivage femmes-hommes, il sert une opposition sexuée, et dessert le travail discursif jusqu'alors : finalement, ce n'est pas grave d'être moins bien payé.

L'année 2004 fait suite à des événements politiques tels que la loi en 2000 pour la parité en politique, en 2004 à l'accord interprofessionnel relatif à la mixité et à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, ou encore en 2002 et 2003 la lutte contre le harcèlement moral et sexuel. C'est ainsi peut-être aussi pour la marque l'idée de surfer sur les tendances de changements sociétaux.

1.2.3 Exemple de dispositif inclus : le cas des catalogues de Noël sans préjugé

Dans le secteur des jeux pour enfants à la période de Noël, différentes enseignes ou marques ont lancé des catalogues de Noël « sans stéréotypes sexistes », à l'instar de Toy Planet (Espagne) dès 2009, Top Toys (Suède) en 2012 ou Super U en 2015.

Pour prendre ce dernier exemple, l'enseigne Super U diffuse, en support à sa démarche et en promotion de son catalogue de jouets, une publicité audiovisuelle au format long. La publicité de 2min se découpe en plusieurs parties. La première fait parler des enfants, petites filles et petits garçons sur ce que sont des jouets de « fille » et des « jouets » de « garçon » (château rose, superhéro, ...), où un paratexte vient ancrer que « dès la naissance, les enfants sont conditionnés ». La seconde partie est annoncée « Mais est-ce la réalité quand ils jouent ? ». Les enfants investissent quatre espaces de jeux où les stéréotypes initiaux ne trouvent pas écho dans la pratique du jeu (petit garçon dans la cuisine ou avec une poupée, petite fille à la batterie ou avec une visseuse). Cette fois, pas besoin de paratexte, les images fonctionnent comme la démonstration que les discours - que l'on situe comme ceux transmis aux enfants- ne correspondent pas *aux réalités* des envies et actes des enfants. La troisième partie s'annonce avec le texte « Alors les magasins U ont décidé de créer un catalogue de Noël sans préjugés ». Le « Alors » met bien en scène le processus du syllogisme : (prémisse 1) les enfants tiennent un discours généré sur les jouets qu'ils répètent (processus d'apprentissage culturel), (prémisse 2) or, dans

les faits, ces discours ne tiennent pas, puisque les enfants jouent indifféremment avec tous les jouets. (conclusion) Donc (alors) le catalogue de jouet sera sans préjugé. La suite du support continue d'ancrer son propos, dépassant la rhétorique des trois temps (ajout à la conclusion : « où il n'existe pas de jouets pour filles ou pour garçons, mais des jouets tout simplement »). La vidéo poursuit, en plongée montrant les quatre espaces de jeu, en vidéo accélérée pour la dynamique, puis en plan américain, où l'on voit un photographe prendre une scène d'enfants jouant, puis le graphiste mettre cette photo sur le catalogue. Une petite fille conclut, dans la même mise en scène qu'en partie une « Bah moi j'aime tous les jeux, les jeux de garçons et les jeux de filles ». A super U le dernier mot : « offrir aux enfants l'image d'un monde plus juste » allant progressivement « c'est aussi ça, le commerce qui profite à tous » vers sa signature et l'accroche de la campagne « U les nouveaux commerçants #NoelSansPrejugés ».

Dans ce spot, même s'il reste des jeux « de filles et de garçons », ce sont des préjugés, voire des données assimilées depuis un apprentissage, une culture. Super U cherche, en plus de sa visée économique, à intégrer les préoccupations sociétales et *agenda du genre*, orienté vers sa déconstruction et non *contre le concept* (pensons à la « théorie du genre » décriée). Offrir « l'image d'un monde plus juste » s'oppose dans sa construction de la phrase à un monde qui le serait moins, celui des préjugés. Ces préoccupations quant au genrage des jouets sont déjà mises sur la scène publique et médiatique par des féministes, et objet d'un rapport sur les jouets du Sénat¹⁴⁴.

1.3 Exclusion de dispositifs mobilisant pourtant le DDG mais n'illustrant pas les hommes

Dans nos premiers choix -ceux de nous intéresser au DDG avec des critères également qui prennent le contre-pied des manques de l'Etat français- nous avons dû exclure de notre base de données des dispositifs pourtant intéressants.

Notre étude exclut des dispositifs qui mobilisent le DDG parce qu'ils ne remplissent pas l'ensemble des conditions. Pour autant, la forme de certains d'entre eux est proche de ceux inclus dans notre base de données.

Par exemple, nous avons exclu le clip de sensibilisation de la Commission Européenne, « Close the gender pay gap¹⁴⁵ » de 2012, lequel utilise la transposition analogique et matérielle de la problématique des inégalités salariales. Une femme à la caisse se voit retirer une partie de chacun de ses achats -un à un, par la caissière, sans que la situation ne paraisse absurde aux personnages : paquet ouvert et en partie vidée, pantalon coupé sur une demie-jambe... Après 45 secondes de ce spectacle inédit s'affiche « getting less

¹⁴⁴ Lire par exemple l'article de TV5-Monde, Les Terriennes, « Les féministes ne veulent plus de Noël en rose » <https://information.tv5monde.com/terriennes/les-feministes-ne-veulent-plus-de-noel-en-rose-73061> En 2018, le même titre reprend la bulletin de Noël 2018 de « Pépite sexiste » qui évalue Super U « 12/10 Beaux progrès. On continue ! ». Article « Noël : à quand une révolution féministe des jouets ? » <https://information.tv5monde.com/terriennes/noel-quand-une-revolution-feministe-des-jouets-276483>

¹⁴⁵ Clip de la Commission Européenne « Close the Gender Gap », 2012 : <https://www.youtube.com/watch?v=0TEGrI5bDLA>

than 100% ? ». La cliente s'en va avec son caddie amputé d'une partie de ses courses laissant place à la suivante. « On average, women across Europe earn 17% less than men. Close the gender pay gap » conclut la vidéo.

Ce dispositif s'inscrit dans l'ensemble des critères que nous avons donnés, à l'exception de la présence d'homme dans le champ. Cet élément important nous conduit nécessairement à l'exclure. Autrement, des dispositifs mobilisent le même ressort, à l'instar de la Caméra Cachée de Simone Média¹⁴⁶, où les hommes sont dans le champ de la caméra. Si ce sont les hommes auxquels 25% de leur commande est soustraite, ce n'est pas ce point qui nous importe, ce qui compte est leur présence -et non la simple mention à la différence femmes-hommes.

Cependant, il serait trop simple de s'arrêter ici, puisque la confrontation aux supports et aux données est toujours plus complexe. Ainsi, il nous est arrivé de garder certains dispositifs où les hommes, physiquement présents, étaient substitués matériellement. C'est le cas des œuvres et plus globalement de l'exposition « Art Gap exposition » (2019) à Dubaï. Alors que dans l'art, les peintures réalisées par des femmes se paient 47,6% moins que celles des hommes, 19 peintres femmes ont peint des toiles (les dispositifs) où la même proportion du tableau ne sera pas peinte. Ce qui attire le regard, et ce qui est mis en avant, ce sont ces espaces blancs, lesquels *matérialisent* la présence des hommes artistes dans ce champ. Les hommes font partie de l'œuvre, et en particulier les hommes artistes, ils sont ces espaces blancs qui constituent l'œuvre dans sa globalité et ses deux parties. C'est ainsi, dans une veine polémiste (sur son versant de prendre à partie un tiers, le milieu de l'art), que se construit le discours qui accompagne les créations et l'événement.

Si tous les choix et sélections ont des conséquences sur l'étude, et si les choix peuvent être discutés, ils sont néanmoins indispensables pour construire une étude aussi précise qu'elle puisse l'être, et d'illustrer nos argumentations dans ce sens. Ainsi, la question de la présence/absence des hommes dans le champ sert de moteur à la réflexion, et ce sont les filtres de nos analyses qui en déterminent le degré d'acceptation pour inclure ou exclure des dispositifs.

1.4 Inclusion de rares dispositifs extra-critères

Bien que nous ayons forgé des critères limitatifs, notre collecte a aussi été façonnée par la sérendipité, et nous avons été confrontée à des cas-limites, mais aussi à des cas hors-cadre. Nous en avons gardé plusieurs dans notre BDD. Ce qui est fait peut être défait, ou plutôt le terrain participe, comme le dit Genette, à le brouiller, pour notre part, à ouvrir certaines « cases » de notre tableau. Nous illustrons ici les « cas » inclus les plus éloignés des critères initiaux.

¹⁴⁶ Caméra cachée de Simone Média, 2018, <https://www.youtube.com/watch?v=C62tjOqSHbk>

De rares dispositifs¹⁴⁷ ne prennent pas pour objet les violences, inégalités et discriminations dans la construction des dispositifs. Cependant, leurs créations participent, selon nous, à un paysage culturel se jouant du genre et donnant à *voir*, par le prisme d'un DDG qui inverse les rôles, des réalités sociales historiques et renvoient au procédé réflexif du·de la spectateur·trice, de le·la lecteur·trice. Ces deux dispositifs sont le clip musical « Smack my bitch up » de Prodigy (1997) (réalisé par Jonas Åkerlund¹⁴⁸), dans lequel, depuis une caméra embarquée, nous vivons avec l'individu une soirée ponctuée de drogue, de sexe, de violence aussi, qui se termine par un retournement final (au sens technique de la caméra et narratif) : l'individu était une femme. Le second dispositif est la BD « Spider Gwen » (2016) de Jason Latour et Robbi Rodriguez, dans un monde alternatif, où le héros de comics de Marvel est substitué par l'héroïne. Bien d'autres références en ce sens pourraient être retenues, mais elles sont présentes uniquement pour ouvrir des portes, vers d'autres possibilités élargies ou recherches sur le DDG. Ces références appellent à la double lecture, voire à la relecture a posteriori, cognitivement, de ce qui a été vu, lu ou compris : nos représentations ont pu nous tromper dans le premier cas, nos représentations sont conduites vers un modèle féminin puissant dans l'autre.

A la marge également, nous avons des dispositifs qui évoquent des violences pas toujours ciblées envers les femmes. Quatre dispositifs (sur 346) s'intéressent exclusivement à l'homophobie -hétérosexisme envers les hommes homosexuels. Ils sont intéressants au sens où d'une part ils illustrent la transversalité du procédé de DDG (et nous aurions pu en collecter davantage !), et que ce dernier se décline (nous avons déterminé quatre formes de DDG sur ces quatre dispositifs). Un cinquième est très intéressant aussi : la courte vidéo documentaire « Bacha Bazi » (2016), qui présente le phénomène des jeunes garçons afghans, souvent pauvres, les « dancing boys », habillés comme des jeunes filles, qui divertissent des hommes, désignés comme puissants, ces derniers les abusant et les violent. Ces jeunes hommes se substituent aux femmes, qui ne sont pas autorisées à danser en public : on retrouve ici à la fois un processus de construction de masculinité et de classes sociales, celui de la domination et des violences d'hommes envers de jeunes garçons (*à défaut des femmes*), et celui lié à l'économie, l'asymétrie entre ces jeunes hommes précaires et ceux qui disposent de moyens financiers.

D'autres dispositifs, parallèlement à l'homophobie, s'intéressent exclusivement à la lesbophobie ou à elle et à l'homophobie. Dans ce cas, les dispositifs sont plus proches de notre objet général, en s'intéressant à des inégalités, violences et discriminations envers des femmes en raison de leur orientation sexuelle.

¹⁴⁷ 2 sur 346,

¹⁴⁸ Lien vers le clip « Smack my bitch up » de Prodigy (1997) : <https://vimeo.com/144850907> ; Lien vers une interview du réalisateur du clip, Jonas Åkerlund, par Vice, 26 juin 2017, <https://www.vice.com/fr/article/6eny3m/jonas-akerlund-interview-prodigy>

2. Caractéristiques générales des dispositifs de la base de données

2.1 Des créatifs majoritairement artistes et associatifs

Lorsque nous évoquons les acteur·trice·s mobilisant le DDG, notre base de données recense ainsi, en proportion :

- Une majorité d'artistes et assimilés (117 créatifs, soit 33,8% des créatifs de la BDD), tels que des réalisateur·trice·s, artistes dessinateur·trice·s, de musique, photographes, comédien·ne·s par exemple ;

- Ensuite, les associations (qui ont bénéficié du travail d'agence de communication ou non) représentent 19,1% des créatifs recensé·e·s (66 entrées dans notre base de données) ;

- Des entreprises de média privées (ex. Le Gorafi) représentent 46 des 346 créatifs de notre collecte, soit 13,3% des créatifs ;

- Une partie des créatifs sont aussi des personnalités médiatiques ou politiques, telles que des chroniqueur·se·s, militant·e·s, bloggeuse·s, professeur·e·s, ou personnalités politiques (10,69%, 37 entrées de la BDD) ;

- Des organisations / institutions publiques sont aussi des créatifs annonceurs, au nombre de 19, soit 5,5%. Ce sont des organisations gouvernementales (ex. Ministère Français, collectivités territoriales). A elles s'ajoutent deux organisations publiques universitaires.

- Les entreprises privées (faisant appel ou non à une agence) représentent 15 des 346 créatifs (soit 4,3% des entrées de la base de données) ;

- Les créatifs peuvent aussi être des personnes anonymes, soit 14 entrées de notre BDD (4%).

- Des étudiant·e·s à l'origine de projet étudiantin, artistique ou non, représentent 10 créatifs (2,9%)

- Des médias publics sont aussi à l'origine de création : 8 entrées dans notre base de données, soit 2,31%

- Les agences de communication en tant que créatifs indépendamment d'une commande d'un annonceur sont à 7 reprises des créatifs.

2.2 Des dispositifs de 37 pays mais majoritairement français ou états-uniens

Notre BDD recense ainsi 346 dispositifs, dans 37 pays différents. Si nous avons cherché à étendre notre collecte au-delà des frontières nationales, c'est notamment pour y chercher leur présence et les transversalités internationales quant au DDG incluant les hommes dans le champ et dans la cible. Cependant, par de multiples phénomènes possibles : la langue (nous pouvons aborder le français et l'anglais), les sources de collecte (citées en point 2.2, page 145), et bien entendu notre situation géographique, la majorité des dispositifs collectés sont issus d'une création française (181 entrées sur 346, soit 52,3% + 6 autres liées à des créations binationales par exemple). A elles s'ajoutent 39 créations issues de pays voisins (Belgique, UK, ...), soit 11,27%.

Nous disposons également de nombreux dispositifs Etats-Uniens (66 entrées, soit 19,1%). Plus au Nord sur le continent, nous disposons de 10 dispositifs Canadiens ou Québécois. Plus au Sud, nous disposons de 5 dispositifs d'Amérique Centrale et 5 d'Amérique du Sud. Plus près de nous, nous avons 8 dispositifs provenant d'Asie de l'Ouest, 8 dispositifs provenant d'Asie centrale (dont 5 d'Inde). Enfin, 8 dispositifs sont d'origine Australienne et 3 dispositifs viennent du continent Africain. Nous pensons que nos recherches pourraient être étendues, du moins approfondies géographiquement.

3. La diversification des violences dénoncées

Dans notre base de données, nous nous intéressons à visualiser quelles sont les violences objet de la lutte à travers le DDG. Nous visons ici à répondre à **la question de recherche 3** : quelles sont les violences faites aux femmes dénoncées par les dispositifs mobilisant le DDG ? Diversifient-ils les formes de violences dénoncées comparées à la communication de l'Etat français contre ces violences ?

3.1 Harcèlement, agressions sexuelles et continuum des violences

Le constat de Hernandez Orellana et Kunert sur la communication de lutte de l'Etat français pointait sa concentration autour des violences conjugales physiques. Dans notre étude, nous avons cherché à inclure toutes formes de violences, les critères (voir point 2., page 137) étaient principalement le DDG et l'intégration des hommes dans le champ et dans la cible. Nous détaillons ainsi plus bas que les créations de DDG incluant les hommes diversifient les violences dénoncées.

Notre base de données recense ainsi 31 dispositifs sur ses 346 qui visent à lutter contre les violences conjugales, soit près d'un dixième (9,2%). La majeure partie -26 dispositifs- se concentre sur la problématique des violences conjugales précisément et 5 autres qui les inscrivent dans davantage de violences dénoncées, telles que les agressions et violences sexuelles, ou dans un continuum plus étendu. Aux violences conjugales s'ajoutent deux dispositifs s'intéressant aux mariages forcés.

Les formes de violences qui sont le plus exprimées et objet de la lutte des dispositifs de DDG que nous avons collectés portent sur des thématiques précises :

- le harcèlement et le sexisme, représentant 42 dispositifs (12,1% des dispositifs de notre base de données). Il s'agit majoritairement de harcèlement de rue. Viennent s'ajouter le harcèlement au travail lié aussi aux discriminations (3 dispositifs). Le manspreading est abordé précisément dans 3 dispositifs. Le harcèlement est aussi envisagé à travers le continuum des violences (38 dispositifs, 11%).

- les agressions, violences sexuelles *seules*, ou combinées à une autre forme de violences (le harcèlement par exemple) représentent 42 dispositifs de notre étude (12,1%). Aux violences sexuelles s'ajoutent le consentement dans 3 dispositifs. Enfin, aux violences sexuelles s'ajoutent le continuum des violences dans 38 dispositifs (voir ci-dessous).

Dans notre base de données, 38 dispositifs (11%) s'attaquent au continuum de ces violences. La base commune de ces dispositifs porte sur le harcèlement, les insultes, les agressions et violences sexuelles, et le sexisme. D'autres violences s'invitent dans certains de ces dispositifs : culture du viol, prostitution, discrimination...

Des dispositifs s'intéressent aussi particulièrement au système de représentations de genre et préjugés sexistes (28 dispositifs, soit 8,1%).

Les dispositifs concentrant leur objet de lutte sur les discriminations concentrent 24 dispositifs, soit 6,9% des dispositifs.

D'autres dispositifs se focalisent sur le sexisme, 24 dispositifs (6,9%), ou encore la misogynie et machisme dans 7 dispositifs (2%).

Plusieurs dispositifs s'intéressent précisément à l'objetisation et à la sexualisation des femmes, au sexisme dans la publicité : 18 dispositifs (5,2%).

Enfin, dans une moindre mesure, des dispositifs s'attaquent aux injonctions faites aux femmes (et aux hommes) dans 8 dispositifs (2,3%), à l'éducation des enfants (et notamment des petits garçons) dans 5 dispositifs (1,4%), aux problématiques liées à la grossesse (avortement, contraception, allaitement, violences obstétricales) dans 5 dispositifs (1,4%). Une dernière série s'intéresse tout particulièrement aux violences, inégalités et discriminations homophobes (9 dispositifs), homo et lesbophobes (4 dispositifs, à la lesbophobie (2) et aux représentations des personnes trans dans les médias ou à la transphobie (6 dispositifs). Nous l'avons précisé (point 1.4, page 161), si parfois nous avons débordé du cadre des violences faites aux femmes (dans ce cas, en considérant l'homophobie visant les hommes), c'est dans le but de disposer d'exemple sur la transversalité de la stratégie créative.

Ainsi, à travers une collecte de dispositifs mobilisant le DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes, incluant par ailleurs les hommes dans le champ et dans la

cible, nous avons trouvé à la fois des dispositifs portant sur les violences conjugales, mais aussi et surtout une large diversité de violences dénoncées.

Les créations mobilisant le DDG et intégrant les hommes (dans le champ et dans la cible) pointent et s'attaquent majoritairement ici au harcèlement et aux violences sexuelles. Que ces violences concentrent exclusivement l'objet des dispositifs, ou que ces violences soient intégrées dans le continuum, elles tiennent une place importante dans les mobilisations contre les violences. Les violences conjugales sont elles aussi envisagées, mais elles ne dominent pas les préoccupations des créatifs ou des annonceurs de campagne mobilisant le DDG. Par ailleurs, nous constatons que l'étendue des formes de violences et de sexisme se poursuit avec les problématiques telles que les représentations de genre, les discriminations, le sexisme, mais aussi l'objetisation et la sexualité des femmes, les injonctions genrées, l'éducation des enfants ou les grossesses.

Ainsi, les acteur·trice·s mobilisant le DDG semblent diversifier, clairement, les formes de violences comparativement à l'Etat français se focalisant sur les violences conjugales. Cependant, l'étude de référence sur la communication de l'Etat porte sur les trois premiers plans triennaux (2005-2013). Une mise à jour et l'étude des campagnes depuis 2013 pourraient révéler aussi pour l'Etat une diversification des violences dénoncées.

3.2 Des dispositifs prenant peu en charge les dimensions intersectionnelles

Dans notre base de données, nous avons cherché à voir si les violences intersectionnelles étaient présentes. Sur 346 dispositifs, seuls 35 prennent en charge une dimension intersectionnelle, soit 10,1%. La grande majorité ne concentre pas les problématiques autour de cette question, mais va les intégrer aux problématiques ciblant les femmes. Parmi ces dispositifs, 13 impliquent les femmes lesbiennes (dont 4 dispositifs pour lesquels les femmes lesbiennes sont le sujet exclusif) ; 10 enregistrent aussi des violences envers les femmes racialisées (dont 2 dispositifs pour lesquels les femmes racialisées sont le sujet central) ; enfin, 10 dispositifs sont relatifs aux personnes trans ou queer, et dans ces dispositifs elles en sont le sujet.

4. Les formes de DDG, intentions et processus persuasifs

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 4** : quelles sont les formes que revêt de DDG ? Par-là, quelle première typologie, première lecture flottante, peut-on construire ? Nous proposons ici, depuis notre méta-analyse, des formes de DDG. Imparfaites, elles sont néanmoins issues de notre analyse par lecture flottante et codifiant depuis plusieurs indicateurs le DDG. Nous précisons à chaque forme les intentions créatives et les processus persuasifs, qui correspondent aux questions de recherche secondaires de la question de recherche 4. Il s'agit de **la question de recherche 5** : Quelles sont les intentions construites des créatifs, inférées aux créatifs, de ces dispositifs de DDG ? Et de **la question de recherche 6** : Quels sont les processus persuasifs et effets d'influence, construits *a priori* par l'analyste, que peuvent viser les

formes de DDG ? Notamment, nos intuitions initiales de recherche sur l'inconfort et l'empathie se retrouvent-elles ?

Ces formes sont des grandes lignes par lesquelles nous pouvons apprécier le DDG dans ses déclinaisons. Elles sont imparfaites au sens où leur qualification unique simplifie nécessairement l'hétérogénéité que chaque forme peut revêtir. Cela signifie aussi que des dispositifs auraient pu être classés dans deux formes mais qu'il a été nécessaire de faire un choix, aux dépens d'un autre.

Nous pensons que la quantification des formes n'est pas la donnée la plus importante à retenir : c'est davantage la qualification de ces formes qui fait sens. En effet, si l'inversion peut être la forme la plus souvent mobilisée du DDG, elle peut aussi être surreprésentée proportionnellement aux autres formes, car l'inversion est certainement la forme la plus « évidente » de DDG, la plus aisée à trouver et à référencer.

4.1 Forme de DDG : inversion du genre, des rôles sociaux sexués

4.1.1 Définition, limite, intention et violence

Près d'un quart des dispositifs collectés (23,7%, 82/346 dispositifs au total) correspondent à une forme de DDG qui inverse le genre, des rôles sociaux sexués. L'inversion du genre est la stratégie créative. Il s'agit ici d'intervertir les rôles sociaux sexués. L'inversion du genre manipule et interroge les systèmes de valeurs sur le féminin et le masculin. Elle ne déconstruit pas vraiment les normes de genre, mais elle les reproduit telles qu'elles s'imposent et assignent les individus, en faisant poser les injonctions sur le féminin aux hommes, et inversement. Il s'agit aussi de performer le genre conformément aux attentes, mais ces attentes sur le féminin sont performées par les hommes, et inversement. De même, les cibles de violences faites aux femmes sont les hommes et ces violences sont conduites par des femmes. En ce sens, si l'inversion manipule les valeurs, son revers est de garder une binarisation sexuée. Elle peut rendre compte de l'artificialité de la norme, du caractère construit des rôles, mais elle reste enfermée dans le processus de genrage des individus. Cependant, cette forme fait souvent appel au collectif et pas seulement à l'individu pour ancrer ses propos à un niveau collectif. Le genre, dans cette forme de DDG, prend le sens plutôt interactionnel : c'est par l'interaction que se construit l'asymétrie des relations. On pourrait ainsi rapprocher cette forme de la définition matérialiste de Delphy.

La plus grande limite de cette forme, l'inversion, est de rester dans la binarité de genre : les femmes d'un côté, les hommes de l'autre. Cette limite a son pendant positif : il s'agit de marquer la différence genrée dans les actes violents et dans l'illustration par le collectif, d'un système de domination.

Nous y voyons ici deux risques d'interprétation : la décrédibilisation de l'événement, en tant que situation jugée *improbable*, et le renversement. Le renversement peut prendre deux formes : le célèbre renversement *ça arrive aussi aux hommes* (déjouant le marquage genré des violences dénoncées), suivi de celui réassurant chacun·e à *sa* place.

En somme, l'argumentation logique de l'inversion du genre est plutôt déductive et réflexive : si dans une autre version de notre monde les rôles et la norme étaient inversés, et que *je* trouve ce monde, ces rôles et cette norme anormaux, alors pour pourquoi *je* ne vois pas dans notre monde l'anormalité de certaines situations -en particulier les violences et le sexisme.

Au-delà de l'argumentation logique, l'inversion est un procédé impressif, visant en premier les hommes : proposer, le temps du moment de réception, de se mettre dans les chaussures (à talon ?) des femmes, du moins, de faire l'expérience, par procuration et par effort empathique, du sexisme, de la menace et de la mise en jeu de soi à travers les agressions ou les représentations objetisantes.

Les intentions persuasives passent également par le trouble, en jouant sur les attentes faites par chacun·e sur le monde, et en particulier sur le genre, pour faire vaciller les récepteur·trice·s. Alors que l'inversion se découvre, l'idée est de susciter un inconfort émotionnel et cognitif, avant que l'équilibre puisse se rétablir. Il s'agit ici du processus de dissonance cognitive : éveil d'une dissonance suivie de l'inconfort émotionnel entraînant possiblement un changement d'attitude (Fointiat, Gosling, et al., 2013).

Un quart des dispositifs d'inversion du genre (24,4%, 20 dispositifs) traitent de plusieurs formes de violences : ce sont des violences multiples, transversales (harcèlement, insulte, agression, sexisme) qui semblent ainsi pointer le caractère à la fois individuel et collectif de ces violences. Les autres objets dénoncés en majorité dans cette catégorie sont plus ciblés : il s'agit d'objetisation et sexualisation des femmes dans la pub (11), du sexisme (11), ou encore de violences, inégalités et discriminations homo-lesbo-trans phobes (8). Ces lieux de violences, inégalités et discriminations s'envisagent eux aussi à un niveau collectif : la publicité constitue un espace partagé qui véhicule des représentations genrées, décriées, le sexisme s'inscrit également dans un système partagé, et enfin, les inversions liées aux sexualités ou identités de genre vont renverser la norme (hétérophobie, cisphobie) ou illustrer des personnages connus (la Chancelière allemande Angela Merkel lesbienne, des acteur·trice·s).

4.1.2 Exemple : court-métrage « Majorité Opprimée » d'Eléonore Pourriat (2010)

Le court-métrage d'Eléonore Pourriat « Majorité Opprimée » (2010)¹⁴⁹ (voir Annexe B) construit un monde dystopique où les rôles femmes-hommes, le public le comprendra progressivement, sont inversés. A travers la journée du personnage principal, Pierre, la réalisatrice déroule les remarques infériorisantes qui lui sont faites, les sifflements dans la rue, les insultes, mais aussi une agression sexuelle, un dépôt de plainte où la policière remet en question le témoignage de la victime et une compagne culpabilisatrice.

Le film de 10 minutes qui se présente comme comédie qui devient grinçante, est ponctué aussi de ce sexisme ordinaire et de privilèges : les femmes courent torsés-nus,

¹⁴⁹ « Majorité Opprimée », Eléonore Pourriat, 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=kpfaza-Mw4I>

elles occupent majoritairement l'espace public, ponctuent leurs discours de sexisme bienveillant ou hostile. Pierre, en tant qu'homme, est aussi blanc. Face à l'assistant paternel, Nissar, nouvellement « cagoulé » (pour le voile) à qui il dépose son enfant, Pierre tient un discours féministe et moralisateur, alors que lui-même a intériorisé certaines contraintes liées à sa condition. Nissar avouera quand même que c'est sa femme « qui veut ». Après son discours face au nounou, Pierre regardera tout de même à gauche et à droite avant d'oser ouvrir un bouton de sa chemise parce qu'il fait chaud. L'intériorisation de sa condition passe aussi par ses attitudes, il n'est pas surpris d'être abordé dans la rue, mais fatigué de cette situation. Sa tenue le rattrapera : il est abordé puis insulté par une femme sans-abris, qui le rappellera à l'ordre (genré) parce qu'il « dandine son petit cul, dans son petit bermuda bleu-marine ». La compagne de Pierre n'y manquera pas non plus, il ne faut pas s'étonner de se faire agresser, alors que Pierre l'a été sexuellement, quand on s'habille « comme un petit allumeur ».

Le film dessine ainsi à travers les discours, les images, les rôles des personnages et les violences le continuum de celles-ci. La répétition d'actes violents, la *banalité* des situations du point de vue des personnages, mais aussi les représentations des institutions (le mariage, la police) favorisent la mise en lien entre actes violents et dimension collective de ces violences. La découverte progressive de l'inversion et aussi le rythme crescendo du film marquent l'intention de malaise visée par la réalisatrice. Par ailleurs, l'intention de s'adresser aux hommes est aussi significative : se mettre dans les chaussures de Pierre pour voir, à travers la fiction, ce que peuvent éprouver les femmes en tant que femmes.

Eléonore Pourriat décrit sa production comme « œuvre de fiction (...) mais aussi une comédie » et exprime son intention : « Je veux l'égalité entre les hommes et les femmes : c'est tout ce que revendique mon film. Et pour cela, je continuerai à me battre à coups d'histoires, de répliques, de gros plans, avec mes moyens d'artiste, bec et ongles.¹⁵⁰ » Elle explique, plus précisément sur ses intentions : « d'essayer de faire ressentir, sinon faire comprendre aux spectateurs masculins qui n'ont pas forcément conscience de ce qui peut se passer, des discriminations envers les femmes et de leur faire prendre conscience de ça, (...) et d'en rire et d'en ressentir. Je crois qu'on est assez ému et assez bouleversé à la fin, on passe du rire à l'ordre de quelque chose de plus, relevant du malaise. Ce qui m'intéressait était de retranscrire ce que peut être une discrimination que l'on ne ressent pas forcément dans son quotidien.¹⁵¹ » Elle qualifie l'inversion dans cette même interview par « l'absurde, l'ironie », une manière « d'interroger des fonctionnements, des comportements, des réactions, en les mettant en lumière par l'ironie » dans son article sur le Huffington Post.

¹⁵⁰ Huffington Post, Les blogs, Eléonore Pourriat, le 7 juin 2014, mis à jour le 5 octobre 2016, « "Majorité opprimée", bilan d'un succès à retardement », <https://www.huffingtonpost.fr/eleonore-pourriat/majorite-opprimee-comment-expliquer-le-succes-b-4917100.html>

¹⁵¹ Interview d'Eléonore Pourriat par L'Archipel contre-attaque, Nicolas Caudeville, 12 février 2014, <http://l.archipel.contre-attaque.over-blog.fr/article-polemique-autour-du-genre-le-court-metrage-majorite-opprimee-tourne-a-perpignan-fait-le-buzz-sur-122520958.html>

Ce film de 2010 a peu d'écho à sa sortie, il reçoit néanmoins le prix du meilleur court-métrage au festival de Kiev. Il connaît un « succès à retardement », en 2014, alors qu'il est mis en ligne sur YouTube en 2014, puis sous-titré avec plus de 9 millions de vues en un mois. En 2014, alors que le film s'internationalise et que les retombées presse affluent, la réalisatrice explique ainsi cet effet : « en France, il y a cinq ans, on me demandait si le féminisme était encore contemporain. Maintenant, mon film fait le buzz parce que les droits des femmes sont en danger, comme c'est le cas en Espagne avec la limitation de l'avortement, ou l'homophobie et le sexisme grandissant en France¹⁵² ».

Si la réception du film est plutôt positive dans la presse¹⁵³ ou dans les retours reçus par la réalisatrice, des retours d'internautes ont pu être aussi violents, comme en témoigne la réalisatrice dans son article : « Un internaute a été jusqu'à souhaiter le viol de toute l'équipe du film ! » Quant aux critiques négatives, elles ont porté sur la scène entre Pierre et Nissar, auxquelles la réalisatrice répond : « Dans certains articles, quelques messieurs m'ont accusée de racisme, de sexisme ou encore d'islamophobie. Est-ce faire preuve de tous ces délits que de traiter une femme voilée/un homme cagoulé par la dérision au même titre qu'un(e) sexagénaire, un(e) policier(e), un(e) blond(e), une bande de jeunes ? ». La réalisatrice poursuit : « Majorité opprimée est non seulement une œuvre de fiction (pas un documentaire ou un reportage) mais aussi une comédie. Dans mon travail de scénariste, j'ai toujours privilégié ce genre parce qu'il permet d'interroger des fonctionnements, des comportements, des réactions, en les mettant en lumière par l'ironie. Les femmes voilées font partie de la société dans laquelle je vis, et je ne vois pas pourquoi je ne devrais pas en rire, comme je le fais de tous mes semblables. Je souris de cet homme cagoulé pour satisfaire sa femme, de même que je souris de ce père de famille condescendant et fort de ses certitudes d'homme libre. C'est ma politique d'intégration ».

4.1.3 Exemple : chronique Sophia Aram « Avec un viol toutes les 8 minutes, il serait temps de refuser d'être traitée comme une chienne » (2015)

« Salut les garçons... mais c'est quoi qu'est-ce qu'il se passe ici il y a un lâcher de beaux gosses ou quoi ? (...) Hey, Bruno Duvic, il est à toi ce joli petit cul ? Hey dis-moi, dis-moi, c'est ton téléphone ou t'es juste content de me voir là ? Et les petites lunettes là à côté c'est qui ? C'est quoi son petit nom ? Thomas ! Thomas comment ? Thomas Legrand, hey c'est plus un nom c'est une promesse ma parole ! Et tout est grand comme ça chez toi ? Ouais tu dis non, tu dis non, mais tu sais que j'aime bien quand on me dit non, j'aime bien quand

¹⁵² Madame Le Figaro « La vidéo choquante d'un homme opprimé fait le buzz en Angleterre », Assma Maad, 11.02.2014 <http://madame.lefigaro.fr/societe/video-choquante-dun-homme-opprime-fait-buzz-angleterre-110214-717702>

¹⁵³ Des exemples de retombées presse à l'international positive au Royaume-Uni sur *The Guardian*, le 26 février 2014, « Oppressed Majority: the film about a world run by women that went viral », <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/womens-blog/2014/feb/11/oppresed-majority-film-women-eleonore-pourriat> ou en Inde sur DNA, le 7 mars 2014 « Have you watched the Sex Exchange ? » <http://www.dnaindia.com/lifestyle/report-have-you-watched-the-sex-exchange-1967505>

on me résiste...¹⁵⁴ » Sur 3 min 25 de sa chronique à heure de grande écoute sur France Inter, Sophia Aram prend deux longues minutes pour mettre mal à l'aise les journalistes et invités hommes autour de la table du studio. Elle se joue d'une position masculine - contrairement au titre de la drague, de harcèlement, à ses pairs masculins de la radio, pour ironiser sur les propos tenus par Sophie de Menthon, qu'elle cite « être sifflée dans la rue, c'est plutôt sympa ». Et d'en conclure, dans un sens ou dans l'autre, se faire siffler ou harceler n'est pas plaisant. Après les noms d'oiselles donnés à Sophie de Menthon, « la fille de « J'aime ma boîte » » et aux autres « gourdasses se complaisant dans leurs rôles de teckel manucuré », Sophia Aram revient sur l'intériorisation des femmes et le contrôle dans l'espace public qu'elles vivent et subissent. Elle passe, non sans ironiser sur les violences sexuelles également, sur le chiffre de la fréquence des viols et de conclure, de façon polémique (faire appel à un tiers dans l'argumentation) « Avec un viol toutes les 8 minutes, il serait temps de refuser d'être traitée comme des chiennes ».

En 2015, l'affaire Weinstein n'a pas encore éclaté, ni les hashtag metoo ou balance ton porc, Catherine Deneuve et un collectif de 100 femmes n'ont pas encore écrit une tribune pour défendre une liberté d'importuner¹⁵⁵ qui fera polémique. Mais en avril 2015 est publié l'Avis du Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes sur le harcèlement sexiste et les violences sexuelles dans les transports en commun¹⁵⁶ avec le chiffre « 100% des utilisatrices des transports en commun ont été victimes au moins une fois dans leur vie de harcèlement sexiste ou agressions sexuelles, conscientes ou non que cela relève de ce phénomène ». Le chiffre est largement relayé le jour-même dans la presse nationale¹⁵⁷. La publication de Sophie de Menthon sur Twitter et décriée par Sophia Aram dans sa chronique est en fait une réaction, le même jour, face à ce chiffre publié, que la presse a aussi relevé¹⁵⁸.

En ce sens, l'inversion des rôles et la thématique prise par Sophia Aram dans sa chronique ont un caractère événementiel : le contexte médiatique est précis, le style ironique pour pointer et décrédibiliser une réaction allant à l'encontre des intérêts de la lutte contre les violences. Sophia Aram se joue dans sa performance radio audiovisuelle

¹⁵⁴ Chronique de Sophia Aram dans le 7/9 de France Inter, le 20 avril 2015, « Sophia Aram drague l'équipe de la matinale en direct » <https://www.franceinter.fr/emissions/le-billet-de-sophia-aram/le-billet-de-sophia-aram-20-avril-2015>

¹⁵⁵ La tribune de 2018, sur Le Monde, 9 janvier 2018, « Nous défendons une liberté d'importuner, indispensable à la liberté sexuelle », https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/01/09/nous-defendons-une-liberte-d-importuner-indispensable-a-la-liberte-sexuelle_5239134_3232.html

¹⁵⁶ Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes sur le harcèlement sexiste et les violences sexuelles dans les transports en commun, 16 avril 2015, « Avis sur le harcèlement sexiste et les violences sexuelles dans les transports en commun » http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/IMG/pdf/hcefh_avis_harcelement_transports-20150410.pdf

¹⁵⁷ Par exemple, L'Express, 16 avril 2015, « 100% des femmes ont déjà été harcelées dans les transports » https://www.lexpress.fr/actualite/societe/100-des-femmes-victimes-d-harcelement-sexiste-dans-les-transports-en-commun_1671800.html ; ou 20 minutes, 16 avril 2015, « Harcèlement dans les transports: «100% des femmes ont déjà été victimes» » <https://www.20minutes.fr/societe/1587751-20150416-harcelement-transports-100-femmes-deja-victimes>

¹⁵⁸ Par exemple, sur le Huffington Post, 16.04.2016, « Sophie de Menthon trouve "plutôt sympa" de se faire siffler dans la rue, son tweet crée la polémique » https://www.huffingtonpost.fr/2015/04/16/sophie-de-menthon-plutotsympa-siffler-harcelement-de-rue-tweet-polemique_n_7076816.html

de ses collègues, du public aussi, et de celle dont la réaction participe d'un sexisme aussi partagé par les femmes. Sophie de Menthon n'est pas *la* cible ni le sujet de la chronique, elle est une sorte de trampoline sur lequel Sophia Aram rebondit, une opportunité d'expression de révolte de la chroniqueuse qui par ailleurs s'attaque souvent aux thématiques liées aux droits des femmes.

Sophia Aram balaie ainsi plusieurs types de violences, harcèlement, agression sexuelle et sexisme, avec ironie et distance critique, et pointe aussi la participation de certaines femmes au système de domination, qu'elle marginalise « à part quelques gourdasses... ». Elle use aussi d'analogie contextuelle (« la main aux fesses dans le cadre d'une envie commune » versus « dans la rue ou dans le métro, et sans aucune autre forme de procès ») ou historique (« même s'ils semblent loin les temps préhistoriques où une femme ne pouvait pas se pencher pour trouver de l'eau dans la rivière sans qu'un abruti ne l'attrape par derrière ») pour marquer le caractère social, culturel et contractuellement évident des différences entre drague et sexualité d'une part, harcèlement et agression d'autre part.

4.2 Forme de DDG : Visibilisation de l'auteur de violence et renversement de la culpabilité

4.2.1 Définition, limite, intention et violence

Une autre tendance de forme de DDG est celle de la visibilité de l'auteur de violence et le renversement de la culpabilité. Cette forme générique -qui comporte quelques déclinaisons, représente 86 dispositifs, soit près d'un quart de la BDD (24,9%).

Elle peut prendre la forme de jeu visuel, de représentation iconique ou textuelle ou à l'inverse d'hyperréalisme, avec une forte tendance à dénoncer et renverser la culpabilité sur l'auteur. Nous avons initialement nommé cette forme en ajoutant qu'elle accentuait les caractéristiques de l'auteur de violence. Or, après étude des dispositifs, il s'agit moins d'accentuer ses caractéristiques que de les rendre visibles. Nous n'avons plus retenu l'accentuation car il s'agit, dans cette catégorie, très souvent de reprises d'éléments existants : les histoires semblent ne pas s'inventer, mais préexister à l'histoire qui est racontée par le dispositif détournant le genre. C'est aussi une forme « miroir » qui renvoie à l'auteur son reflet, qui semble ne pas avoir été intentionnellement changé, pour qu'il se voit *réellement* tel qu'il est : un agresseur, un harceleur, tout en faisant porter ici aussi, comme pour l'inversion du genre, un message, une histoire depuis le point de vue des femmes, victimes ou non, du moins ciblées par les violences genrées.

L'intention de montrer des problèmes liés au masculin, liés à la construction de comportements problématiques, violents, incarnés par des individus aux (por)traits tirés, laisse la porte ouverte à l'empathie avec les victimes, que le public soit des femmes ou des hommes, harceleur ou non. La part laissée au trouble dans la réception est aussi ici présente : les dispositifs de DDG de cette forme questionnent les sens, qu'est-ce qui est vu, et qu'est-ce qui est *vrai* dans ce qui est ici raconté, *pourquoi* tel ou tel événement se produit

ainsi. Nous pensons qu'empathie et inconfort émotionnel sont également, ici aussi, visés par les créatifs.

Dans cette forme de DDG, plusieurs niveaux, individuel et collectif, sont en présence : il peut s'agir d'histoires individuelles successives, marquant ainsi le caractère répété, généralisé, de situations qui multiplient les lieux, les violences, les auteurs. C'est aussi l'interpellation faite, sans le dire nominativement, mais en s'adressant directement aux hommes, par contact discursif ou visuel direct.

L'atout principal de cette forme est de replacer et redonner à chacun·e un statut relatif à la situation violente : celui des agresseurs coupables et des victimes, peu importe leurs actes ou autres tentatives de renversement de culpabilité, non coupables. L'atout est aussi semble-t-il de faire reposer ces narrations sur des éléments *réalistes* (peu importe que la représentation soit dessinée ou photographiée).

La principale limite est difficile à énoncer, tant les dispositifs sont hétérogènes. L'argument de victimisation et d'association des femmes à porter ce statut n'est pas tenable, tant la focale est mise sur les agresseurs et sur l'interaction dans la situation violente. C'est davantage par l'étude des dispositifs que pourraient être déterminées les limites du procédé.

Quant à ses risques, c'est-à-dire aux anticipations que nous pouvons faire de la réception considérant la forme et les contenus visuels et discursifs, ils sont selon nous à la fois la discréditation des situations énoncées, tels que *ça n'arrive pas dans la vraie vie*, ou encore de renversement de la culpabilité sur les femmes, soit deux pendants de la force persuasive que se donne cette forme de DDG.

Avec cette forme de visibilité de l'auteur et de renversement de la culpabilité, les violences dénoncées sont souvent concentrées autour du phénomène de la violence conjugale (21 dispositifs sur 86). Le harcèlement est aussi une violence spécifiquement dénoncée dans 16 dispositifs de cette forme. Les violences sexuelles spécifiquement concentrent aussi l'objet de 16 dispositifs. Finalement, cette forme prend moins en charge le continuum des violences (8 dispositifs), et les créations portant sur le fait de visibiliser les auteurs et de renverser la culpabilité sur eux se concentrent sur une problématique de violence.

Nous le disions au départ de cette partie, cette forme de DDG par visibilité de l'auteur de violence et renversement de la culpabilité a quelques déclinaisons. Certains dispositifs mettent clairement en avant la capacité d'agir des femmes, soit des actions de dénonciation ou de sortie, dans le champ, de la situation violente. Une autre déclinaison est celle d'accentuer les inégalités et caractéristiques de l'auteur : ces dernières renvoient un portrait déformé, métaphorisé de l'auteur. Enfin, autre déclinaison, celle du piège, où non seulement les agresseurs sont visibles, mais les auteurs de violences, ou les hommes, vont être confrontés directement à leur image ou en tant que cible à deux reprises (un dispositif de sensibilisation premier, puis un méta-dispositif présentant celui-ci).

4.2.2 Exemple : BD « Les Crocodiles » de Thomas Mathieu

Initialement un Tumblr avec le Projet Crocodile (2012), la version éditée « Les Crocodiles » de Thomas Mathieu voit le jour en 2014 et un tome 2 est annoncé pour septembre 2019 « Les crocodiles sont de retour », cette fois sous le crayon de la BDiste Juliette Boutant¹⁵⁹. Voir Annexe D.

Dans cette bande dessinée sont mis en bulle et en dessin des témoignages de femmes et de harcèlement de rue -trame initiale du projet, puis d'autres formes de violences, sexuelle ou conjugale par exemple. Dans cette bande dessinée les hommes sont dessinés sous les traits de crocodiles, ce zoomorphisme permet d'illustrer, visibiliser et accentuer la relation de prédation qui se joue entre l'auteur de violence et la victime, mais aussi la relation genrée. Il y a ainsi un double focus sur l'auteur et sur la relation de pouvoir. Certaines planches s'adressent directement aux harceleurs, mais la bande dessinée, en addition aux témoignages, présente aussi des pages portant un méta regard ou des conseils sur la manière de réagir face à une situation de harcèlement par exemple, ou de déconstruction de mythes (ex. « mythe : les hommes sont comme ça, il faut s'y faire »). La version éditée est postfacée par Anne-Charlotte Hudson (docteure en linguistique et militante féministe) ou par l'association Stop Harcèlement de Rue. Cette dernière reprendra par ailleurs le crocodile pour détourner une publicité de la RATP¹⁶⁰.

Sur le choix des crocodiles pour représenter les hommes, Thomas Mathieu répond à un commentaire sur son Tumblr : « En fait les crocodiles ne sont pas une métaphore. C'est un parti pris qui souligne la différence de traitement des sexes, et qui j'espère la rend inconfortable. Je l'ai pris un peu par hasard au début, et maintenant je suis assez content. La métaphore est quelque chose d'assez limité. Si je dessinais en crocodile que les salauds, je serais obligé de remettre mon jugement à chaque fois, tel homme est bon, tel homme est mauvais, ce qui serait un peu idiot. Ici, le lecteur ou la lectrice peut lire et se faire sa propre idée.¹⁶¹ » Sur la version éditée, en avant-propos, le BDiste précise : « Bien sûr, tous les hommes ne sont pas des prédateurs. Le crocodile, c'est, pour moi, une image qui englobe de nombreuses idées comme le privilège masculin, le sexisme, les clichés sur le rôle de l'homme et la virilité, et même la peur de croiser quelqu'un dans la rue sans savoir s'il va vous faire du mal. Si j'ai dessiné tous les hommes en crocodiles, c'est qu'il s'agit d'un problème de société et pas de quelques cas isolés.¹⁶² »

A l'instar des autres dispositifs présentés jusqu'ici, la répétition des actes, ici des histoires, illustre le sexisme comme système, rapporte des cas, mais ceux-ci ne sont pas

¹⁵⁹ Le Tumblr « Projet Crocodile », <https://projetcrocodiles.tumblr.com/>

¹⁶⁰ Stop Harcèlement de Rue, avril 2015, « Relou croco : la fausse affiche qui croque le relou » <http://www.stopharcèlementderue.org/2015/04/relou-croco-la-fausse-affiche-qui-croque-le-relou/>

¹⁶¹ Sur le Tumblr, publication du 10 décembre 2013, <https://projetcrocodiles.tumblr.com/post/69577822377/jaime-beaucoup-ce-site-les-dessins-et-lid%C3%A9e>

¹⁶² Les Crocodiles, Thomas Mathieu, 2014, Editions Le Lombard

isolés. A travers les intentions exprimées de l'artiste, nous comprenons bien ici la démarche de pointer le caractère genré des situations.

A travers l'intention de rendre « la différence de traitement des sexes (...) inconfortable », mais aussi de dessiner tous les hommes sous les traits de l'animal prédateur, c'est une forme d'inconfort émotionnel et psychologique qui est visée, en lecture, que nous pouvons rapprocher de l'inconfort à travers la dissonance cognitive. (Martinie & Priolo, 2013)

Ensuite, sur la question de l'empathie, ici aussi, l'auteur y fera référence. A la suite de l'explication de son choix du crocodile, « Si j'ai dessiné tous les hommes en crocodiles, c'est qu'il s'agit d'un problème de société et pas de quelques cas isolés. », Thomas Mathieu poursuit : « Un conseil : lisez l'album en vous identifiant aux femmes qui témoignent, pas aux crocodiles ». L'invitation à l'identification depuis le point de vue des victimes participent de cette intention à ce que le point de vue situé soit celui des femmes qui témoignent, afin de donner à voir depuis leur prisme, expérience, ce que *signifie* être harcelée par exemple.

4.2.3 Exemple : campagne « contre la suppression de l'article 14 »

En 2016, alors qu'un article (l'article 14) sur le harcèlement sexiste dans les transports est supprimé par les sénateurs de la proposition de loi relative à la prévention et à la lutte contre les incivilités et les atteintes à la sécurité publique¹⁶³, des féministes se mobilisent. PayeTaShnek partage des visuels¹⁶⁴, supports d'affichage invités à être partagés, imprimés, affichés. Une pétition est également lancée¹⁶⁵. Les visuels prennent une forme polémique : ils font appel aux harceleurs et aux sénateurs, et prennent à parti le public, avec des slogans tels que « sur mon corps, la main du harceleur. Avec les compliments du sénateur ! » ou encore « Le harcèlement sexiste n'existe pas – pour les personnes qui ne le vivent pas ». Quant à la pétition, son visuel détourne une campagne de 2015 contre le harcèlement sexiste dans les transports du Secrétariat d'Etat des Droits des femmes¹⁶⁶. Dans cette campagne aux visuels composés de textes, des hommes ne sont pas

¹⁶³ Sur l'article 14 et sa suppression par le Sénat, voir par exemple sur Madmoizelle, 6 février 2016 « Le Sénat porte un coup à la lutte contre le harcèlement sexiste dans les transports » : https://www.madmoizelle.com/harcelement-transports-senat-497769?utm_content=buffer606a3&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer puis sur Le Monde sur sa réintroduction par les Député·e·s, 10 février 2016, « Les députés rétablissent l'amendement sur le harcèlement dans les transports » https://www.lemonde.fr/societe/article/2016/02/10/les-deputes-retablissent-l-amendement-sur-le-harcelement-dans-les-transports_4862893_3224.html

¹⁶⁴ Visuels disponibles sur Madmoizelle, le 4 février 2016, « Le Sénat porte un coup à la lutte contre le harcèlement sexiste dans les transports », <https://www.madmoizelle.com/harcelement-transports-senat-497769>

¹⁶⁵ Face au harcèlement, n'attendons pas pour réagir ? » <https://www.change.org/p/harc%C3%A8lement-de-rue-n-attendons-plus-pour-r%C3%A9agir-harcelementagissons>

¹⁶⁶ Sur le site du gouvernement Stop Violences ; <https://www.stop-violences-femmes.gouv.fr/les-liens-de-telechargement-des.html> ou un article sur Stratégies, le 14 septembre 2016, « Tous gagnants contre le harcèlement sexiste » <http://www.strategies.fr/actualites/marques/1045921W/tous-gagnants-contre-le-harcelement-sexiste.html>

visuellement mais textuellement présents : les harceleurs mais aussi les sénateurs, les seconds étant finalement désignés complices des premiers, voire incompetents quant à la compréhension du phénomène et à faire un choix en faveur de la lutte contre le harcèlement. Le DDG ici, comme dans les autres cas de DDG, s'attache à bouleverser le sens commun, à changer le focus et désigner les coupables.

Avec les slogans créés, non seulement la charge de la culpabilité est toute désignée, et le ton polémique enclenché, mais ils se jouent également de l'absurde : parlementaires validant ce qui constitue une agression sexuelle, ou encore phrase réflexive détournée de la campagne « Face au harcèlement, n'attendons pas pour réagir [?] » qui constitue un contre-sens logique. Par ailleurs, la question de l'expérience vécue, comme levier compréhensif, empathique, est aussi présente par le second slogan mentionné.

4.2.4 D'autres exemples illustrant la visibilisation et le renversement

Nous l'avons précisé sur cette forme, la visibilisation des auteurs et le renversement de culpabilité s'opèrent selon des styles graphiques et discursifs diversifiés. Elle se décline aussi à travers des sous-formes. Nous donnons ici deux exemples pour illustrer ces variations.

Notre premier exemple illustre ces changements de formes graphiques. S'il est possible de rendre compte de cette forme par la bande dessinée, elle se matérialise aussi par la photographie hyperréaliste.

La série photographique de Sara Naomi Lewowics « A portray of domestic violence » ou « Shane et Maggie¹⁶⁷ » (2012) fait le portrait de violences conjugales. La photographe, qui suivait la jeune femme sur un autre sujet, s'est retrouvée avec le couple dans ces scènes de violences. Des voisins avaient appelé la police, et la photographe a continué ses shots. Le caractère violent et hyperréaliste tient à ce qu'il ne s'agisse pas d'une mise en scène. La dissonance peut apparaître, comme dans le mouvement hyperréaliste, à travers la confusion entre reproduction et réalité de l'objet. L'empathie et le rejet d'une masculinité violente peuvent être suscités.

Notre second exemple illustre une sous-forme atypique, celle du piège, avec l'application « Hé ! » réalisée pour l'association Stop Harcèlement de Rue en projet pro bono par l'agence BETC Paris (2015). Comme pour ces projets de ce genre, la création du dispositif est un premier support conduisant à la création d'un méta-dispositif, la *video-case*¹⁶⁸ de l'agence, qui présente ensuite sa campagne lors des prix de communication. Version détournée de l'application créée en Israël puis déménagée à San Francisco « Yo ! » qui permet d'envoyer des Yo ! à ses contacts, Hé ! fonctionne sur le même principe.

¹⁶⁷ Sur le site de la photographe Sara Naomi Lewowics, USA, New York, : <https://www.saranaomiphoto.com/Personal-Projects/Maggie/1/thumbs> ou sur France Inter, le 29 novembre 2015, « En quatre murs, la violence domestique », <https://www.franceinter.fr/societe/en-quatre-murs-la-violence-domestique>

¹⁶⁸ Si l'application n'est plus disponible, sa *video case* est en ligne, voir sur YouTube sur la chaîne de l'association Stop Harcèlement de Rue, « Hé ! L'application qui simule le harcèlement de rue » <https://www.youtube.com/watch?v=H-SwflDtV-U>

Cependant, comme l'explique la *video case*, un nouveau contact s'incruste dans la liste des contacts et envoie des Hé !, progressivement répétés, puis des messages tels que « hé ! t'es trop bonne » « Hé ! Regarde-moi quand je te parle ». Reproduisant le phénomène de harcèlement de rue, l'utilisateur visé, représenté sous les traits d'un homme dans la vidéo, sans être un harceleur, va bloquer cet interlocuteur-harceleur. L'application affiche ensuite le message de prévention « Si vous pouvez vous échapper aujourd'hui, pour beaucoup, le harcèlement de rue c'est tous les jours ».

Cette démarche consiste à montrer une forme d'expérimentation sociale conduite, une action (plus qu'un message) de sensibilisation. L'annonce de l'intention est d'ailleurs claire à ce sujet, sous forme de phrase d'accroche : « le problème, c'est qu'en dehors des personnes qui sont victimes de harcèlement de rue, beaucoup de personnes ne réalisent pas à quel point ça peut devenir une pression insupportable au quotidien. Plutôt que de tenter de leur expliquer, pourquoi ne pas leur démontrer ? ».

A travers le procédé persuasif par l'action de *faire l'expérience* du harcèlement de rue, c'est à la fois l'idée de mettre dans l'*inconfort* des personnes non-habituellement ciblées par le harcèlement, mais aussi de faire vivre, moins par procuration que comme expérience ponctuelle et délimitée, d'être *à la place de* quelqu'un le vivant, au quotidien, en l'occurrence les femmes en tant que femme. A l'instar des autres dispositifs présentés, les créatifs (en l'occurrence l'annonceur ici, mais aussi les BDistes, la photographe) s'inscrivent dans une perspective de rendre visible et de déconstruire certaines perspectives genrées, en l'occurrence les comportements masculins violents et sexistes.

4.3 Forme de DDG : Ironisation, ridiculisation du genre, de la misogynie, situation discriminante et comportement masculin

4.3.1 Définition, limite, intention et violence

Dans les formes de DDG se dessinent celles, ici aussi déclinées, de la ridiculisation du rapport genré et des comportements masculins (34 dispositifs) et l'ironisation d'une situation discriminante, de la misogynie (34 dispositifs). Une frange est le pointage de l'absurdité de la culpabilisation des victimes (2 dispositifs).

Cette fois, la forme de DDG mobilise l'absurde et l'ironie pour décrier, à travers le genre, l'incongruité de phénomènes sociaux, de discours, de situations discriminantes ou misogynes, de représentations sur l'intelligence ou la bêtise. Dans le cas de cette forme, l'objet est de (sou)rire : avec le public, de celles·ceux dont le portrait tiré est risible justement, (sou)rire pour dédramatiser ou à l'inverse pour visibiliser la gravité de certaines attitudes et situations partagées.

Si l'objet est plus d'entrer en complicité avec un public, celui-ci serait possiblement *attrapé* cognitivement parce qu'à la fois il est invité à *rire avec* et *rire contre*, et qu'un trouble est induit par l'énoncé ou par l'image. Si un certain inconfort peut être visé et ressenti, la dimension empathique est ici, nous le pensons, moins voire pas du tout

présente. En revanche, le rapprochement peut s'effectuer du public aux personnages, notamment le·la narrateur·trice qui peut aussi être un des personnages, ou des femmes, puisqu'il s'agit de prendre leur partie à travers ces histoires. Quant aux hommes, ou à la misogynie, ou aux situations discriminantes, elles servent de repoussoir à une pensée sur le genre naturalisé.

Dans ces formes de DDG, la dimension collective semble plus envisagée que celle individuelle, puisque le reflet, même d'une situation précise, renvoie à une structure plus globale, à une visée généralisante de la problématique dénoncée.

L'atout principal de cette forme semble être de marquer qu'il est possible, à travers les intentions de rire, de se jouer du sexisme, de la violence et de la misogynie en limitant les effets contre-productifs d'un rire allant à l'encontre des effets visés. Cette forme mise sur des moyens inclusifs en termes de public : le ton non-sérieux est une invitation à rire ou sourire, y compris de manière gênée ou perplexe, et à porter un regard réflexif, ensemble, sur ce qui fait sens.

La principale limite ou risque du procédé tient nous le pensons, à la possible réattribution du message au domaine du *faux* ou du *juste pour (faire sou)rire*.

Dans cette forme de DDG, les violences liées au harcèlement (13) comptabilisent le plus de dispositifs, mais aussi celles liées au sexisme, machisme, misogynie ou masculinité (13 dispositifs). Des thèmes précis sont aussi abordés, tel que celui sur les règles, les menstruations (3).

4.3.2 Exemple Le Gorafi « 89% des hommes pensent que le clitoris est un modèle de Toyota »

Bien que le journal satirique ne s'inscrive pas dans une approche persuasive et d'intérêt général ou social, ou qu'il ne s'agisse pas d'un support ayant pour trame les questions liées aux femmes, il multiplie néanmoins les articles en ce sens. Il s'inscrit dans notre base de données sous la forme de ridiculisation du rapport genré ou comportement masculin. Son article « Sondage : 89% des hommes pensent que le clitoris est un modèle de Toyota¹⁶⁹ » tourne en dérision les hommes pour finalement pointer une thématique ancrée dans les problématiques de genre : celui du plaisir féminin. Le chapô le présente par ailleurs dans ces termes : « Les mâles Français auraient-ils des lacunes en matière de sexualité féminine ? C'est du moins ce que laisse entendre ce sondage TNS-SOFRES en partenariat avec le magazine féminin Causette. Décryptage ». Par ailleurs, 2013 est aussi l'année de la première représentation du clitoris, en trois dimensions, réalisée par l'artiste

¹⁶⁹ Le Gorafi, 23 septembre 2013, « Sondage : 89% des hommes pensent que le clitoris est un modèle de Toyota », <http://www.legorafi.fr/2013/09/23/sondage-89-des-hommes-pensent-que-le-clitoris-est-un-modele-de-toyota/>

Sophia Wallace¹⁷⁰ – la première représentation du clitoris en France, imprimé en 3D, est réalisée en 2016 par la chercheuse Odile Filod¹⁷¹.

L'usage de l'ironie dans la phrase initiale du chapô marque à la fois le ton humoristique et sarcastique. Jouer du faux peut parfois sonner *juste* : l'article du Gorafi a été repris par une agence de presse puis un journal italien -non satirique- au premier degré¹⁷². A travers cet article, mais aussi d'autres référencés par nos soins du Gorafi, la tendance moqueuse envers les hommes s'ancre dans une perspective désessentialisante : « le Gène de la lâcheté enfin identifié chez les hommes » ou encore « Il ne comprend pas pourquoi il n'a pas été félicité pour ne pas avoir été sexiste aujourd'hui ».

Enfin, jouer du faux, pour se jouer du vrai -une trame du journalisme satirique, vise justement par l'hypertextualité à manipuler le phénomène de double lecture. En ce sens, si le-la lecteur·trice est averti·e, alors le dédoublement passe par cette superposition. Si le-la lecteur·trice ne l'est pas, alors la confusion possible passe elle aussi par un possible inconfort cognitif.

4.3.3 Exemple « Porntoshop » : sexisme et misogynie en politique

La revue Porntoshop¹⁷³, qui se présente comme « magazine politique, érotique et féministe », se compose d'une série photographique. Nous nous intéressons à son numéro 2 « Présidentes » (2016). Des femmes, en partie dénudées, en noir et blanc, posant sur fond blanc, ont des visages masqués. Chacune pose individuellement. Et ce sont bien des masques, ceux de Présidents de la 5^e République Française -François Mitterrand, Jacques Chirac, Nicolas Sarkozy, François Hollande notamment qu'elles portent. Sur ces photos, jouant du contraste entre ces corps de femmes esthétiques et ces visages de pouvoir, une citation est attribuée à chaque Président : « On ne peut pas les avoir toutes, mais il faut essayer » François Mitterrand, non daté ; « A nos femmes, à nos chevaux et à ceux qui les montent ! » Jacques Chirac, 1992 ; « C'est bien la parité en politique, mais c'est bruyant » Nicolas Sarkozy, 2015 ; « Ce serait un bon principe que d'avoir autant d'hommes que de femmes en politique. Cela ne veut pas dire que les responsabilités seraient les mêmes » François Hollande, 2012.

Déclinées en cartes, mais aussi en affiches qui sont collées « en bande de meufs » dans la rue, ces images jouent, par le même système que celui du collage, du masque, pour à la fois éloigner et rapprocher deux mondes. Il s'agit de la sphère du pouvoir politique, masculin, et des hommes politiques, habillés, et celle des corps des femmes, dénudés, et souvent éloignés, symboliquement, de cet espace masculin de pouvoir.

¹⁷⁰ Sophie Wallace, 2013 « Αδάμας (pronounced Adamas is a Greek word meaning "unconquerable") » <https://www.sophiawallace.art/adamas>

¹⁷¹ Voir par exemple sur Makery, 26 juillet 2016, « Un clitoris imprimé en 3D, une première en France » <https://www.makery.info/2016/07/26/un-clitoris-imprime-en-3d-une-premiere-en-france/>

¹⁷² La Monde, 28 septembre 2013, FAUX NEZ - Clitoris et Toyota : quand Le Gorafi piège la presse italienne », https://www.lemonde.fr/big-browser/article/2013/09/28/faux-nez-clitoris-et-toyota-quand-le-gorafi-piege-la-presse-italienne_6000807_4832693.html

¹⁷³ Le site internet de Porntoshop : <http://porntoshop.bigcartel.com/>

Si les images visent à créer un trouble dans la perception, le paratexte poursuit l'inconfort -véracité des citations, qualification sexiste ou non ? A travers ces créations, l'intention est certainement de questionner le sens visuel mais aussi la réflexivité quant à sa perception des corps et du pouvoir, aux représentants politiques et aux femmes, aussi.

4.4 Forme de DDG : inciter à impliquer les hommes et dénonciation par les hommes

4.4.1 Définition, limite, intention et violence

Une autre forme de DDG se décline en deux volets : l'incitation et implication à réagir des hommes (26 dispositifs) et la dénonciation par des hommes des violences faites aux femmes et le renversement de la culpabilité (22 dispositifs). Au total, ce sont deux formes qui se rejoignent sur le point de l'implication des hommes dans la cause de la lutte contre les violences recense 48 dispositifs, soit 13,9% des dispositifs. Ces deux formes se rejoignent et participent, à un degré pas nécessairement aussi fort que celui de l'« engagement improbable » des hommes, mais dans ce sens de leur participation contre ces violences. Les dispositifs ne mettent pas en avant leur féminisme ou proféminisme, mais plus modestement une prise de position contre les violences.

Ces prises de position peuvent se matérialiser par des manifestations : prise de position dans l'espace public, par des campagnes (hashtag, affiche ou vidéo). Dans la première forme, les hommes sont interpellés, directement, considérant que les violences faites aux femmes *sont un problème d'hommes*, allant dans le sens positif de la lutte. Dans la seconde forme, des *hommes* deviennent les personnes et personnages incitant, appelant d'autres hommes à s'opposer aux violences et au sexisme.

Dans ces deux cas, le caractère improbable tient à la position des hommes, appelés et parfois mobilisés contre les violences, alors que les paysages (communicationnels, artistiques, féministes) de cette opposition ne sont pas, habituellement, colorés au masculin. Cette improbabilité constitue le lieu de DDG, qui contrevient aux attentes faites sur le monde quant à la lutte contre les violences sexistes. Elle illustre aussi que des hommes vont prendre position contre un système de privilèges dont ils bénéficient. Le caractère improbable, et ses matérialisations dans les dispositifs, agitant les préjugés sur les hommes, peuvent constituer, selon nous, une forme de *surprise cognitive*, ne pas s'attendre à *les voir* ou à tenir *ce genre* de propos publiquement, en ce sens, ils peuvent induire un trouble en réception. Quant au caractère empathique, il se pourrait que ces messages invitent à l'identification des hommes à d'autres hommes aux modèles positifs (l'opposition aux violences, et parfois, aux privilèges ou à des formes de masculinités négatives, hégémoniques).

La dialectique entre individu et collectif est ici particulière, en somme, elle consisterait à l'argument suivant : le changement individuel est premier (faire, ne pas faire telles ou telles choses), puis ce facteur individuel, s'il est multiplié, participe à du collectif. Il n'y pas vraiment d'interactions entre système et individu, mais un individu puis un autre qui, s'ils

agissent, participent à changer le collectif. Le collectif ne pourrait être envisagé ici que par la somme de ses individus (et non par ce qui est construit par le groupe en tant qu'entité).

Clairement ici, la principale limite peut être le renversement vers une réassignation : voici ce *qu'est* un homme, ou ce *qu'il devrait être*, avec des injonctions contradictoires telles qu'*être un vrai homme c'est*, renforçant l'idée qu'il puisse exister quelque chose définissant *un vrai homme*, et vers une essentialisation : *être homme* s'oppose à ce que signifie *être femme*.

L'atout quant à lui peut être de proposer des modèles de masculinité positive, déconstruits, car le masculin est un construit comme le féminin, et aussi de révélation de la fausse neutralité du point de vue masculin et des privilèges (être un homme, cis, blanc, hétéro, valide, ...) des hommes.

Les violences dénoncées avec ces formes de DDG vont porter sur le continuum des violences (11 dispositifs) les agressions et violences sexuelles (8 dispositifs), sur le harcèlement (6 dispositifs), sur les discriminations, (4), les masculinités (3) ou la paternité (2).

4.4.2 Exemple CFCV « les hommes contre les violences faites aux femmes »

En 2005 puis en 2009, le Collectif Féministe Contre le Viol¹⁷⁴ lance deux campagnes « les hommes contre les violences faites aux femmes ». La position du Collectif, qui dispose de la ligne d'écoute « Viols Femmes Information 0900 05 9595 », et de sa Présidente Emmanuelle Piet, est de ne pas être dans l'injonction. La signature de la ligne « Nous pouvons vous aider » *n'est pas* à l'impératif, à l'instar des campagnes conduites et des directives données aux agences qui créent les campagnes.

En 2005 (mais débutée en 2004¹⁷⁵) la campagne « Contre les violences faites aux femmes » lancée avec des villes de Seine-Saint-Denis (localisation du CFCV) décline en affiches des hommes, dans l'espace public, de dos, vacant à leurs occupations, mais paratextés de discours contre les violences. Les six visuels exposent ainsi des discours d'hommes contre les violences faites aux femmes, envisagés comme « des témoignages de prévention et de sensibilisation » :

« Tu es nul, si tu la frappes » (Jacques, 32 ans) « Si je la force, c'est un viol » (Régis, 42 ans) « Moi je ne frappe pas, j'aime (Akim, 21 ans) « Être mâle, c'est pas faire mal » (Julien, 16 ans) « Je suis un homme, je ne la frapperai jamais » (Claude, 52 ans) « Si tu es un homme, tu ne lui parles pas comme ça » (Morad, 25 ans).

En affichage en 4x3, la campagne est construite par des discours d'*hommes*, à destination *des hommes*, contre les violences faites aux femmes. Les versants positifs de la campagne, tels que présentés dans le dossier de presse, illustrent que les hommes n'en sont pas la seule

¹⁷⁴Site du Collectif Féministe Contre le Viol : <https://cfcv.asso.fr/>

¹⁷⁵ Dossier de presse et visuels de la campagne disponible : https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2012/07/campagne93_dp.pdf

cible. Les femmes le sont également à travers le réseau d'accompagnement, et à travers la *libération de la parole*, soit l'idée de parler des violences subies. A l'instar aussi de la seconde campagne, la stratégie passe par l'idée que les hommes, entre eux, peuvent adopter une attitude qui vise à marginaliser ces comportements violents.

En 2009, une campagne dans le prolongement de celle-ci est lancée¹⁷⁶. Cette fois-ci, les hommes sont en gros plan, de face et en noir blanc. La campagne passe ainsi d'hommes anonymes (si leurs prénoms étaient donnés, leurs visages restaient anonymes) à des hommes faisant face et prêtant leur image, dans un style qui se veut à la fois plus individualisant (un individu reconnaissable) et universalisant (le noir et blanc).

Ces hommes sont moins cités paratextuellement que sujets affirmés de leurs discours contre les violences : ce n'est plus un encadré noir sur une photo en plan moyen, mais une bulle -un phylactère- qui leur attribue plus fortement le propos. Ceux-ci sont les suivants :

« Adama, 31 ans "Moi, je ne décide pas pour elle" ; Alexandre 26 ans "Si tu la forces, c'est un viol" ; Rachid, 38 ans "Si t'es un homme, tu ne la traites pas comme ça" ; Maurice, 52 ans " Moi, je ne frappe pas, j'aime" ; Romain, 28 ans : "Insulter, ce n'est pas aimer" ; Sébastien, 31 ans "Je respecte les femmes, je n'achète pas leur corps" ».

Les violences dénoncées, auxquelles les hommes sur les affiches font référence et par lesquelles ils interpellent d'autres hommes, sont principalement sous-entendues comme conjugales, physiques et sexuelles, mais aussi verbales. Le viol est aussi envisagé en dehors de ce cadre. Il y a aussi la (remise en) question de ce que signifie être un homme. Dans la seconde campagne s'insère en plus la thématique de la prostitution.

4.5 Forme de DDG : Déroutement des assignations et trouble de la catégorisation

4.5.1 Définition, limite, intention et violence

Deux formes de DDG sont désignées par le déroutement des assignations (21 dispositifs) et l'exposition du trouble dans la catégorisation (8 dispositifs). Proches, elles désignent principalement le genre en pointant et en donnant à réfléchir sur la bicatégorisation femmes-hommes. Bien que composées de dispositifs hétérogènes, ces formes abordent moins les violences faites aux femmes que le système sur lequel se construisent les inégalités, les représentations, en tant que processus de construction du genre.

Les intentions premières peuvent être multiples : dérouter les assignations de genre sur les versants du sexe et de la sexualité, des rôles joués, illustrer la difficulté à définir si la personne est un homme ou une femme, et ainsi *presque démontrer*, en même temps que

¹⁷⁶ Communiqué de presse et visuels de la campagne disponible : <http://contrelesviolencesfaitesauxfemmes.blogspot.com/>

le processus cognitif est à l'œuvre, que la catégorisation *est* un processus cognitif et social, renverser les attendus (sur les capacités à *être*, à *faire*).

Dans ces formes, la dimension envisagée semble tirailler l'individu et le collectif, en faisant apparaître ce que le social révèle de soi et de ses perceptions. Si une définition du genre se rapproche de cette forme, ce serait celle de la performativité de Butler.

Dans ces formes, la dissonance est peut-être la plus marquée comparativement aux autres formes, toutes réserves gardées de la diversité des dispositifs, pas nécessairement tous à un même degré. L'empathie peut être un levier de certains dispositifs, lorsqu'ils parlent de *soi* en parlant des *autres*, mais cette visée processuelle n'est pas transversale.

L'atout principal de cette forme globale est d'interroger, de *s'attaquer*, aux racines d'une discrimination première, celle qui qualifie, socialement, et vise à révéler cette idée de construction sociale et mentale, du genre.

Sa limite est peut-être un rejet, plus rapide, voir le dégoût suscité par des images usant parfois de procédé radicalisant par l'esthétisme (nous pensons ici par exemple à l'œuvre « Confusion » de Aurélie Dubois, laquelle mélange des corps, suscitant une forme de dégoût à l'encontre ces dessins¹⁷⁷). L'autre possible limite est celle du déni, de la réassignation et réessentialisation, en correction du trouble induit. Elle peut aussi être réappropriée par la cause adverse, dans certains cas.

Les violences dénoncées par cette forme portent en majorité sur des questions d'inégalités et de discriminations, que fondent cette distinction sociale et sont très concentrées autour des représentations de genre (17 dispositifs, dont 4 sur les personnes trans).

4.5.2 Exemple Frédérique Pollet-Rouyer « L'homme enceint » (2009)

Avec ce projet photographique, Frédérique Pollet-Rouyer présente « l'homme enceint¹⁷⁸ », des photographies d'un homme au ventre rond, travail depuis le photomontage de plusieurs prises. L'artiste débute ses commentaires sur l'œuvre : « En photographie, la question du genre, en opposition au sexe, est un concept qui a souvent été utilisé par les transsexuels et les transgenres, mais mon envie était de partir de la banalité, du quotidien. Partir de l'imagerie la plus classique de la femme, à savoir la nudité et la grossesse, pour construire un être hybride. Masculin à l'évidence, mais féminin dans la représentation. Le genre est une construction sociale, une performance, un spectacle que chacun joue quotidiennement sans s'en rendre compte. C'est aussi une obéissance à un modèle arbitraire, masculin ou féminin. Ces photos rendent compte de leur construction par l'évidente artificialité ».

¹⁷⁷ Libération, blog Les 400 culs, par Agnès Giard, journaliste et docteure en anthropologie, présente l'œuvre de Aurélie Dubois, 15 mars 2017, « Pourquoi nous avons peur de la confusion », <http://sexes.blogs.liberation.fr/2017/03/15/pourquoi-nous-avons-peur-de-la-confusion/>

¹⁷⁸ Frédérique Pollet-Rouyer, vidéo commentée des photographies : <https://vimeo.com/5380660>

Il s'agit avec cette œuvre de montrer l'artificialité des construits autour du genre, illustration de la description que nous avons faite de cette forme. Par l'image principalement, puisque ce sont des photomontages, l'artiste convoque la dissonance en faveur d'une réflexivité sur le genre.

4.6 Forme de DDG : Substitution

La forme de DDG par substitution remplace un être, un objet ou un concept, par un autre. Elle représente 18 dispositifs de notre base de données, soit 5,2% des dispositifs. C'est une forme d'analogie, de comparaison, ou de métonymie. La visée persuasive repose sur l'idée que par la substitution d'une composante à une autre, la clarté permise avec le nouvel objet va bénéficier au premier terme substitué. L'objectif de rendre visible ou tangible un concept ou un présupposé est également présent. Il s'agit d'une forme de jeu par l'image où la démonstration rend une confusion initiale plus évidente. Bien entendu, l'inconfort psychologique est ici visé. La dimension empathique s'apprécie également à travers ce que disent ces substitutions aux publics, aux lectures qui agissent par le doublement (l'hypertextualité) et la résonance que peuvent susciter, en déplaçant l'objet, les contenus visuels ou discursifs sur les individus, les interactions mises en jeu et les représentations collectives sur le monde. Un tiers des dispositifs de cette forme porte sur le consentement, l'égalité, le sexisme et les représentations genrées.

Un exemple d'objet substitué : les Bleus, dans la campagne de *Elle's imagine'nt*¹⁷⁹ (2016), où le fait de « ne pas supporter les Bleus » fait référence à l'équipe de France masculine, alors en Coupe du Monde, et les bleus, ceux des coups liés aux violences physiques conjugales.

Un exemple de concept substitué : le consentement, et ses versants positif et négatif (oui/non), par une tasse de thé, la campagne *Tea Consent*¹⁸⁰.

Un exemple d'être substitué, mais aussi de concept, dans « *The Creation of God*¹⁸¹ » de l'artiste Harmonia Rosales, où Dieu est une femme noire, et où toutes les représentations de personnes blanches dans les œuvres de Michelangelo sont remplacées.

4.7 Forme de DDG : action en milieu politique masculin

Le DGG prend ici la forme de l'action dans des milieux politiques masculins, avec l'idée d'occuper, d'agir et de perturber ces lieux et entre-soi. Il s'agira de rendre visible, si ce n'est tangible, cette occupation masculine de l'espace ou l'asymétrie qui se joue. Ces dispositifs sont onze dans notre base de données (3,2%). Ces actions déjouent l'occupation masculine de l'espace et visent à produire une gêne et à marquer l'inconfort d'un certain *statu quo* et de privilèges. Les hommes en tant qu'individus sont ciblés, mais ce sont aussi ce que représentent ces lieux de pouvoir masculin (réunion politique, espace

¹⁷⁹ Campagne *Elle's imagine'nt* « Je ne supporte pas les bleus », 2016, <https://www.youtube.com/watch?v=FZU-apSvmd8>

¹⁸⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=oQbei5JGiT8>

¹⁸¹ Site de l'artiste : <https://www.harmoniarosales.com/>

public de la rue) qui est dénoncé. Ainsi, ces actions, dont des traces permettent la diffusion (vidéo), pointent plus la dimension collective qu'individuelle du sexisme et des violences.

Un presque cas d'école sont les actions conduites par La Barbe, « groupe d'action féministe¹⁸² », dont les performances filmées nous permettent d'en garder des traces et donc les inclure. D'un ton assuré d'oratrices poilues du visage pour l'occasion, elles s'invitent à des rencontres, lieux de pouvoirs, où les femmes sont absentes. Les militantes sont intervenues par exemple à la rencontre parlementaire sur l'avenir de l'Europe en 2015¹⁸³. Durant leur performance, les réactions des parlementaires ont été des insultes à leur encontre. Elles définissent ainsi leurs actions : « Partout où les hommes se croient en terrain conquis, des femmes à barbe surgiront, arborant les attributs du pouvoir, jouant le jeu de la masculinité. »

Un autre exemple, les féministes « *las hijas de Violencia* » au Mexique, lesquelles conduisent des actions de rue, sur musique punk, face aux harceleurs dans l'espace public¹⁸⁴. Ces femmes ne se dotent pas de barbe, mais de pistolet à paillette et d'un mégaphone pour faire entendre, sur un autre registre que celui de La Barbe, mais avec la même virulence, les voix des femmes.

¹⁸² La Barbe : <https://labarbelabarbe.org/>

¹⁸³ Vidéo de l'intervention des féministes de la Barbe : https://www.liberation.fr/direct/element/les-reactions-a-laction-des-feministes-de-la-barbe-cest-pas-joli-joli_11054/

¹⁸⁴ Vidéo de présentation des Las hijas de violencia, via AJ+ : <https://www.facebook.com/watch/?v=676054245869419>

Conclusion de la deuxième partie

A travers cette première partie empirique de notre recherche, nous avons rappelé notre définition du DDG : perturbation des relations, normes ou représentations socialement construites, dans une réalité socio-historique située, de ce qui relève du masculin ou du féminin, des hommes ou des femmes (sans que ces bi-catégorisations se superposent exactement (Coulomb-Gully, 2010)). Nous envisageons le DDG mobilisé dans des dispositifs de lutte contre les violences faites aux femmes. La perspective prise par le genre est celle d'une déconstruction et d'une dénaturalisation du genre. Nous avons aussi ajouté d'autres critères à notre étude, qui s'ajoutent au DDG et à la visée de lutte contre les violences, que sont : l'inclusion des hommes dans le champ (de la caméra par exemple) et dans le public-cible du message, sans mettre d'autres barrières que la lutte contre les violences (toutes les violences peuvent être abordées). Ces trois critères correspondent au contre-pied des manques de la communication de l'Etat français, identifié par Hernandez Orellana et Kunert (2014). Nous avons cherché en premier les dispositifs issus de la société civile, composée -ou non, en contre-publics subalternes (Fraser, 2001). Nous souhaitons alors étudier les formes que peuvent revêtir des créations luttant contre les violences et mobilisant ces critères, avec comme présupposé implicite que le DDG pourrait participer aussi à contrer deux autres manques ou problème de la communication de l'Etat : celui de l'injonction (inciter les femmes à libérer la parole, faisant reposer sur elles la responsabilité du fait de parler, de ne pas parler) et celui de ne montrer que l'acte individuel, et de ne pas penser, inclure ou rattacher l'acte à sa dimension collective, structurelle des violences.

Nous avons ainsi posé trois grandes questions de recherche, participant à notre problématique de mieux comprendre le DDG : la question de recherche 1 porte sur les critères pertinents pour répertorier, classer et permettre de codifier les formes de DDG. La question 2 porte sur le tri de ces dispositifs, *i.e.* face à la collecte de dispositifs, comment s'inclut ou s'exclut des dispositifs. La question 3 interroge les formes de violences dénoncées dans les dispositifs entrant dans notre champ d'investigation. La question de recherche 4 vise à déterminer les formes de DDG, à travers des critères d'appui. La question 5 questionne les intentions des créatifs, celles que nous pouvons identifier. Enfin, la question 6 vise à se demander ce que sont les processus persuasifs et notamment à vérifier notre intuition initiale, celle de processus liés à la dissonance cognitive (l'inconfort psychologique et émotionnel) et l'empathie virtuelle.

Forte de ces questions, nous avons présenté notre méthodologie : une collecte systématisée de dispositifs portant les caractéristiques sus-citées, autour d'une grille d'analyse, elle aussi systématisée, à l'aide de critères d'analyse et de segmentation. Les allers-retours, par processus abductif, entre la collecte et la théorie, en particulier celles des notions et concepts connexes au DDG et le concept d'hypertextualité, nous ont amenés à répondre, en termes de méthodologie, à notre première question de recherche.

Pour répondre à notre question de recherche 1 sur les critères pertinents autour du DDG, nous avons répondu par une lecture flottante de la forme de DDG et des rôles joués par les personnages. Qualitatifs, les critères sur les rôles sont peu exploitables en l'état, mais participent, avec ceux des tons des dispositifs et des cibles construites, à construire les formes de DDG. D'autres critères viennent compléter cette approche du DDG (dans le détail dans le point 3.2, page 148). L'autre critère important pour la suite sera les formes de violences dénoncées, construites qualitativement, puis progressivement resserrées pour former des codifications méta-analysables. Enfin, nous avons tenté de rendre nos résultats lisibles, quant aux statuts des créatifs et quant à l'accessibilité des dispositifs (par les liens multiples et mis à jour).

Pour répondre à notre question de recherche 2, sur le tri en cours de collecte, nous avons répondu par une analyse combinée, bricolée aussi, à la fois sémiotique, pragmatique et stratégique de dispositifs s'incluant et s'excluant de notre base de données. Premièrement, nous avons analysé des dispositifs dont les intentionnalités allaient à l'encontre des intérêts de lutte contre les violences, à l'instar d'un dispositif mobilisant pourtant le DDG, mais dans une visée masculiniste. Nous avons aussi vu qu'un autre dispositif, jouant du rapport de séduction entre hommes, conduisait, à travers le rire, à moquer non pas l'homophobie mais l'homosexualité. Ces deux dispositifs mobilisaient le rire, mais aussi l'inversion, dans deux visées différentes, avec deux résultats différents, mais ayant pour point commun d'illustrer le renversement d'une cause. Secondement, nous avons pointé que le statut des créatifs, qui nous importait initialement de concentrer autour d'associations et d'artistes, peut s'avérer limitatif. Nous avons argumenté dans le sens d'une inclusion de dispositifs issus d'organisations publiques et privées, dans la mesure où les critères étaient remplis. Si les premières servent à la fois un discours social, sociétal ou d'intérêt général, et peuvent faire preuve de créativité dans le sens du DDG, les secondes peuvent intégrer à leurs finalités premières (économiques et financières) des préoccupations sociale ou sociétale liées au genre et mobiliser le DDG. Nous avons ici aussi donné des exemples d'inclusion et d'exclusion pour rendre plus tangibles nos propos. Enfin, et troisièmement, nous avons rappelé le critère d'inclusion des hommes dans le champ du dispositif. Nous avons réitéré et précisé ce critère (qui prend le contre-pied de la communication de l'Etat français), car durant la collecte, la question s'est posée : qu'est-ce que signifie « inclus dans le champ ». Nous avons montré qu'il peut être complexe et nuancé de qualifier ce que signifie la *présence* des hommes dans le champ. Des dispositifs très semblables (sur les inégalités salariales par exemple) qui utilisent le même ressort créatif de DDG peuvent l'un s'inclure, l'autre s'exclure, parce que le premier représente un ou plusieurs hommes, quand dans le second, ils n'apparaissent pas et ne sont pas même mentionnés. A l'inverse, leur présence, c'est ce que nous soutenons, peut ne pas être figurative, mais matérialisée, à l'instar de peintures réalisées par des artistes femmes, dont une partie n'est pas peinte mais intégrée à l'œuvre, et qui marquent, par ces espaces blancs, ce que collectivement les artistes hommes gagnent en plus que les femmes dans le monde de l'art.

Pour répondre à notre question de recherche 3 sur les formes de violences dénoncées à travers le DDG, nous avons déroulé nos premiers résultats issus de notre

base de données. Ainsi, à travers le DDG, dont l'objet est de lutter contre les violences sexistes et dont les dispositifs incluent et ciblent aussi les hommes, nous avons trouvé des dispositifs diversifiant les violences dénoncées, comparativement à la communication de l'Etat. La principale limite de cette relative mise en parallèle tient à ce que nous ne disposons pas d'analyse de la communication de l'Etat français au-delà de 2013 (l'analyse de Hernandez Orellana et Kunert couvre la période 2005-2013). Il serait alors intéressant de conduire une analyse de cette communication depuis 2013. Les résultats de notre étude pointent que non seulement les créations évoquent elles-aussi les violences conjugales, mais qu'elles concentrent également leur attention sur la lutte contre le harcèlement, les agressions sexuelles, et pour beaucoup, s'attaquent au continuum des violences : harcèlement, violences et agressions sexuelles, sexisme, insultes. La diversification des lieux de lutte ne s'arrête pas ici, puisque des dispositifs visent la lutte contre les représentations de genre, les préjugés sexistes, les discriminations, y compris professionnelles, le sexisme, l'objectivation et la sexualisation des femmes, les injonctions, l'éducation des enfants, les violences liées à une grossesse. Nous avons retrouvé le DDG dans des formes de dénonciation contre l'homophobie ou la transphobie, illustrant la transversalité du DDG à des causes proches.

En complément, pour détailler nos résultats et les rendre plus transparents, nous avons montré qu'un tiers sont des créations réalisées par des artistes, un cinquième par des associations (ayant bénéficié ou non des services d'une agence). Par ailleurs, un huitième vient d'entreprises privées de média (par ex. Le Gorafi), un dixième de personnalités publiques ou politiques (ex. chroniqueur·se), un vingtième d'organisations ou institutions publiques, un vingtième d'entreprises privées. Nous avons pointé notre démarche visant à étendre géographiquement notre collecte de dispositifs de DDG, afin de favoriser les transversalités. Si ces dispositifs collectés s'étendent effectivement à 37 pays d'origine de création, ils sont majoritairement concentrés sur la France (plus de la moitié) et de pays voisins (un dixième). D'autres viennent des Etats-Unis (un cinquième). La part restante de dispositifs ont des origines canadienne, d'Amérique centrale et du Sud, d'Asie Centrale et de l'Ouest, d'Australie ou du continent Africain, dans une moindre mesure. Nous pointons ici une autre limite, ou des biais de collecte : il pourrait être intéressant de poursuivre et d'approfondir les recherches dans des espaces géographiques que nous avons finalement peu explorés.

Enfin, les dispositifs que nous avons collectés prennent peu en charge les dimensions intersectionnelles des violences faites aux femmes. Seul un dixième d'entre eux les évoque, en très grande majorité en en faisant mention, sans en faire le sujet central. Parmi ces dispositifs, il est question des femmes lesbiennes d'une part, ou des femmes racialisées d'autre part. Seuls les dispositifs s'intéressant aux personnes transsexuelles vont concentrer le sujet exclusivement sur les problématiques auxquelles elles font face (inégalités, violences et discriminations), quand les dispositifs arborant les femmes lesbiennes ou noires sont rarement concentrés autour des problématiques auxquelles elles font face à ces intersections.

Pour répondre à la question de recherche 4 sur les formes que revêt le DDG, nous avons déroulé nos résultats, formes par formes, tout en les étayant d'éléments de réponse relatives à nos questions 5 -sur les intentions des créatifs- et question 6 -sur les processus persuasifs et nos intuitions initiales de dissonance cognitive et d'empathie. Dans ces parties, nous avons aussi pointé l'atout et la limite ou risque principal de chaque forme, quant au DDG. Par ailleurs, dès la présentation de la méthodologie, puis lors de l'introduction de ces résultats, nous avons précisé que les formes étaient souvent plus hétérogènes à l'intérieur que ce que ne leur attribue la forme qualifiée. Certains dispositifs pourraient par exemple se situer en deux formes différentes codifiées. Nous avons aussi pointé que la proportion relative d'une forme ou d'une autre n'était que secondaire : si certaines formes apparaissent plus, cela peut être dû à leur visibilité plus grande et à des biais de collecte (notamment diversification des sources).

La première forme de DDG est celle de **l'inversion du genre**, qui vise à intervertir les rôles sociaux sexués. Ce sont les systèmes de valeurs, les construits féminins et masculins qui sont interrogés. Son biais est de rester dans la binarité du genre, et ses risques de décrédibilisation ou de renversement. Elle met cependant en jeu à la fois les individus et le collectif (par les normes, les institutions). Elle repose sur une argumentation déductive et réflexive. Sa dimension impressive cherche à susciter une forme d'empathie pour les cibles de violences et un certain inconfort par la double lecture des *mondes* genrés initial et détourné. Une partie significative de ces dispositifs d'inversion du genre s'intéresse au continuum des violences. Nous avons pris deux exemples pour illustrer cette forme : le court-métrage d'Eléonore Pourriat, « Majorité opprimée » (2010) et la chronique de Sophia Aram sur France Inter « Avec un viol toutes les 8 minutes, il serait temps de refuser d'être traitée comme une chienne » (2015).

La seconde forme de DDG est celle de la **visibilisation de l'auteur de violence et du renversement de la culpabilité**. Hétérogène sur la forme visuelle, cette forme de DDG n'accentue pas les caractéristiques de l'auteur mais les rend visibles, de lui et de tous. C'est une forme d'effet miroir qui est à l'œuvre, renvoyant son image et la culpabilité sur lui. Ici, il semble que la tendance soit à la narration d'histoires témoignées (mise en avant dans les dispositifs). Cela ne signifie pas que la forme précédente ou les suivantes ne prennent pas cette voie. Montrant les problèmes liés à la construction du masculin, du genre et des violences, les dispositifs jouent d'une empathie avec les victimes de violences. Par ailleurs, en plaçant aussi au centre les agresseurs, (por)traits tirés, et en adoptant une approche par des histoires *réelles*, la part visée de trouble repose sur le questionnement des sens, ce qui est *vu* et la manière de le recevoir. S'il est difficile d'en donner des limites *a priori* (tant les dispositifs sont différents les uns des autres), l'atout de cette forme est plus probablement le fait de nommer et attribuer les statuts d'auteurs et de victimes, pour pallier aux biais de la culpabilisation des victimes et de préciser la *véracité ou réalité* des faits narrés. Le risque est celui de la discréditation et du renversement. Dans cette forme, les liens entre individuel-collectif sont présents. Les violences traitées dans ces dispositifs sont plus concentrées autour d'une forme de violence qu'étendues en continuum. De manière significative, des dispositifs s'attaquent soit aux violences conjugales, soit au

harcèlement, soit aux violences sexuelles. Nous avons pris quatre exemples pour illustrer cette forme de DDG et les formes graphiques qu'elle revêt : la bande dessinée « Le Projet Crocodile » de Thomas Mathieu (2012) ; la campagne « contre la suppression de l'article 14 » et les affiches textuelles de Paye Ta Shnek, aux slogans tels que « Sur mon corps, la main du harceleur. Avec les compliments du sénateur ! » (2016) ; la série photographique hyperréaliste de Sara Naomi Lewowics « A portray of domestic violence » ; l'application piège et sa *video case* de l'association Stop Harcèlement de Rue « Hé ! » (2015).

La troisième forme de DDG est celle de **l'ironisation, la ridiculisation du genre, de la misogynie, de situations discriminantes et des comportements masculins**. Il s'agit de décrier l'incongruité -par l'ironie, la ridiculisation- de phénomènes sociaux liés au genre. Il y a une présence du rire ou de complicité avec le public, et un (sou) rire circonspect sur ceux dont le portrait est risible ou surprenant. L'inconfort trouve dans cette forme une place, parce que le rire ou sourire peut être gêné, cependant l'empathie y trouve peu sa place, à défaut, c'est davantage la complicité induite entre narrateur·trice ou personnage ou créatif et public qui est visée, puisqu'il est question de choisir une position, qui n'est pas celle des sujets décriés. Ces dispositifs envisagent, nous pensons, davantage la dimension collective qu'individuelle, car les *situations* sont censées être inclusives et *parler* au public. L'argumentation canalise le rire, sa direction, en ce sens, c'est un atout. La principale limite peut être le réajustement : renvoie au domaine du *faux* ou du *juste pour rire*. Dans cette forme, les violences dénoncées sont principalement celles du harcèlement d'une part, ou du sexisme, de la misogynie, du machisme ou des masculinités d'autre part. Nous avons pris deux exemples pour illustrer cette forme : un article du journal satirique Le Gorafi « 89% des hommes pensent que le clitoris est un modèle de Toyota » (2013) ; le magazine « politique, érotique et féministe » Porntoshop (2016).

La quatrième forme de DDG est celle de **l'incitation à l'implication des hommes et la dénonciation par les hommes**. Il s'agit de deux formes quelque peu différentes, dont le trait d'union est l'implication des hommes dans la lutte contre les violences faites aux femmes. Le trouble tient à l'improbabilité de cette implication, et où ce sont des hommes par ailleurs interpellés sur ces problématiques. L'autre processus est plus celui de l'identification à un modèle positif d'hommes contre les violences, qu'à une empathie. La dimension collective est moins envisagée que celle individuelle : c'est par le changement individuel que le changement collectif est envisagé, le collectif semblant se définir ici comme la somme de ses membres. Les violences dénoncées à travers cette forme recourent le plus souvent un continuum ou les violences sexuelles. Nous avons pris un exemple pour illustrer cette forme : les affiches du Collectif Féministe Contre le Viol, « [les hommes] contre les violences faites aux femmes » ([2005] 2009), bien que ce dispositif vise également les femmes et semblent intégrer une dimension collective partagée.

La cinquième forme de DDG est celle du **déroutement des assignations et trouble dans la catégorisation**. Celle-ci donne à réfléchir et à (dé)montrer le processus social et cognitif de construction du genre. Elle s'attaque à la bicatégorisation, laquelle construit

les systèmes de sexisme et tout particulièrement de représentations de genre. C'est la dimension collective chez l'individu qui est appelée. Cette forme s'attaque à *la racine* d'une discrimination première, femmes-hommes, c'est son atout de susciter des interrogations sur ce processus. Dans cette forme, le trouble est nécessairement plus présent que la dimension empathique. La limite peut être le rejet, le déni ou la réessentialisation. Nous avons pris un exemple pour illustrer cette forme : la série photographique de Frédérique Pollet-Rouyer « L'homme enceint » (2009).

La sixième forme de DDG est celle de **la substitution**, où un être, un objet ou un concept, va être substitué à un autre, pour figurer avec clarté, par l'objet substituant, l'objet substitué. L'argumentation passe par le trouble induit, et la détermination de l'objet initial par le second. Le dédoublement de la lecture peut agir, dans une mesure indéfinissable, comme le levier empathique. La dimension collective est ici préférée à celle individuelle. Trois brefs exemples illustrent cette forme : la campagne « Les Bleus » sur les violences conjugales ; *Tea Consent* sur le consentement ; « *The Creation of God* » sur la représentation de Dieu, homme blanc, devenant femme noire.

La septième forme de DDG est celle des **actions en milieu politique masculin**, avec l'idée d'occuper et de perturber des espaces d'entre-soi masculin (la politique, la rue), pour pointer cette occupation ou les comportements masculins qui y sont présents. C'est plutôt la dimension collective qui y est pointée, et combattue *in situ*. Deux exemples, les féministes de La Barbe en France, ou *Las hijas de la violencia* au Mexique.

L'ensemble des dispositifs de DDG, toutes formes confondues, prennent un certain point de vue situé, celui des femmes, sans présupposé essentialisant, mais expérientiel. Le caractère construit du genre est transversal : ce résultat illustre surtout que notre sélection initiale et progressive a écarté des dispositifs lesquels ne servaient pas la lutte contre les violences.

A travers ces formes, lesquelles sont perfectibles, et pourraient être étendues géographiquement et formellement (en incluant les performances, que nous n'avons pas incluses faute de *traces, de dispositifs exposables, projetables* ; en incluant les dispositifs de DDG n'incluant pas, de plus, les hommes), nous avons construit une première ébauche des formes de DDG. A travers ces formes, nous avons vu que toutes ne prennent pas en charge de la même manière le lien entre dimensions individuelle et collective des violences. De même toutes ne visent pas le continuum des violences mais peuvent aussi cibler une forme de violence particulière. Enfin, toutes ces formes ne font pas appel à la fois à la dissonance cognitive (inconfort) et à l'empathie virtuelle, d'après nos analyses.

Les dimensions individuelle et collective sont relativement articulées par deux formes (l'inversion et la visibilisation de l'auteur de violences et le renversement de la culpabilité). Les formes jouant davantage sur le versant collectif des violences qu'individuel sont plus nombreuses (quatre formes : l'ironisation, la ridiculisation du genre, de la misogynie, de situations discriminantes et des comportements masculins ; déroutement des assignations et trouble dans la catégorisation (versant collectif chez l'individu) ; substitution ; actions en milieu politique masculin). Enfin une forme semble

dessiner une dénonciation plus sur le versant individuel que collectif (l'incitation à l'implication des hommes et la dénonciation par les hommes).

A un certain degré, des formes prennent le plus souvent en charge le continuum des violences (l'inversion ; l'incitation à l'implication des hommes et la dénonciation par les hommes). Cependant, dans la majorité des formes de DDG, les dispositifs vont se focaliser sur une forme de violence (la visibilisation de l'auteur de violences et le renversement de la culpabilité ; l'ironisation, la ridiculisation du genre, de la misogynie, de situations discriminantes et des comportements masculins ; déroutement des assignations et trouble dans la catégorisation ; substitution ; actions en milieu politique masculin).

Enfin, trois formes vont associer dissonance et empathie (l'inversion ; la visibilisation de l'auteur de violences et le renversement de la culpabilité ; substitution). Mais majoritairement, les formes de DDG miseront plus sur le trouble, l'inconfort, envisagés par la dissonance, que sur l'empathie (l'ironisation, la ridiculisation du genre, de la misogynie, de situations discriminantes et des comportements masculins ; l'incitation à l'implication des hommes et la dénonciation par les hommes (dimension identification plus qu'empathie) ; déroutement des assignations et trouble dans la catégorisation ; actions en milieu politique masculin).

Dans la partie suivante, nous nous intéressons à *la* création, *i.e.* aux créatifs et à leurs intentions et processus créatifs à travers le DDG. Nous débuterons donc l'analyse du second pôle étudié empiriquement qu'est la création.

TROISIEME PARTIE. Etude empirique de la création du DDG : processus créatifs et intentions d'influence

Cette troisième partie est une étude empirique de la création, *i.e.* des créatifs, des concepteur·trice·s de dispositifs de DDG.

Nous avons explicité les formes de DDG dans la partie 2. Il est intéressant maintenant d'interroger les concepteur·trice·s de dispositifs mobilisant le DDG, que nous appelons les *créatifs*, au sens où ils·elles les ont produits, réalisés, créés.

Dans le chapitre 1 nous explicitons en quoi cette démarche est intéressante et participe à la création de nouveaux savoirs sur la création, sur le DDG et sur la création du DDG. En somme, s'il ne devait y avoir qu'une question structurante à cette partie, ce serait : *qu'est-ce que le DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes pour celles et ceux qui le mobilisent ?* Nous reprenons les éléments clés théoriques sur lesquels nous nous appuyons, en particulier les intentions persuasives et les processus créatifs. Puis, nous explicitons les questions de recherche qui portent sur les violences faites aux femmes, les intentions persuasives et les processus créatifs et enfin le regard réflexif des créatifs sur leurs créations de DDG.

Ensuite, dans le chapitre 2 nous détaillons la méthodologie de recherche : l'échantillon de créatifs, la méthode de recueil des données, les entretiens semi-directifs et entretiens d'explicitation, la grille d'entretien et la méthode de (re) transcription. Nous poursuivons avec les analyses réalisées : thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive.

Le chapitre 3 met en avant les premiers résultats de cette recherche, issus de ce corpus et des analyses, ces dernières étant par ailleurs annexées (Annexes J à Annexe V). Enfin, le chapitre 4 répond plus explicitement aux questions de recherche posées à la création.

Finalement, nous concluons cette partie, puis mettons en exergue et résumons les résultats de la création étudiée empiriquement (partie 3) et les résultats sur les formes de DDG (partie 2).

CHAPITRE 1. La création du DDG par ses créatifs

Dans ce chapitre 1, nous présentons dans un premier temps l'intérêt d'étudier les concepteur·trice·s de dispositifs de DDG, et à travers eux·elles, les deux grands axes de l'analyse de la création : les intentions persuasives et les processus créatifs. Puis nous présentons nos questions de recherche, articulées autour de trois axes : les violences faites aux femmes pour les créatifs de DDG ; les intentions persuasives et processus créatifs du DDG de ses créatifs ; la réflexivité des créatifs sur leurs créations.

1. Intentions persuasives et processus créatifs

Si avec *les formes* de DDG nous avons inféré certaines intentions aux créatifs en analysant leurs dispositifs de manière critérisée et globale, nous pensons qu'il est également pertinent d'étudier leurs créatifs. En effet, cherchant à approfondir la compréhension du DDG, c'est pour nous rapprocher de la « réalité » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 17) des sujets connaissant et agissant depuis un point de vue situé (Dorlin, 2008) que nous nous intéressons à la création empirique et non plus implicite. Ce sont les créatifs qui disposent du savoir qui nous intéresse. Notre première analyse sur *les créations*, ses formes, est ainsi enrichie de la seconde sur *la création*, par celles et ceux qui ont créé des dispositifs portant le DDG comme stratégie créative.

Ainsi, comme nous l'avons déjà mentionné, la création est envisagée, pour l'étudier, à travers les « processus psychologiques sous-tendant la créativité », visant à « mieux comprendre les processus de créativité se déroulant « dans l'esprit » des créatifs » (Courbet et al., 2017) et en particulier pour ce qui nous intéresse, la créativité du DDG.

Trois *objets de recherche*¹⁸⁵ en création gravitant autour de *l'objet de recherche* du DDG structurent notre démarche vers *l'objet scientifique* : les intentions, les processus créatifs (construction du DDG) et la construction du monde. Ils viennent d'abord construire et éclairer nos connaissances sur la création et sont en soi des *objets scientifiques*, mais ils viennent aussi confronter les premiers savoirs sur l'étude des dispositifs de DDG conduite en partie 2 et les intuitions de la chercheuse.

Nous partons d'une approche interactionnelle humaine et sociale médiatisée de la communication (Fourquet-Courbet, 2010) persuasive et d'intérêt général (Chabrol et al., 2004) et de systèmes auto-organiseurs qui interagissent (Couchot & Lambert, 2016).

¹⁸⁵ Davallon (2013) distingue, en SIC, **objet de recherche**, **objet scientifique** et **objet concret**. Le premier « est le phénomène, ou le fait, tel que le chercheur le construit pour pouvoir l'étudier. ». Le second « désigne une représentation déjà construite du réel ; il se situe du côté du résultat de la recherche et de la connaissance produite. » Précisant : « On pourrait éclairer la différence entre ces deux objets en disant que l'objet de recherche est « problématisé » (on connaît son cadre théorique d'analyse, la méthode et le terrain), sans pour autant être « connu », puisque le chercheur ne dispose pas encore d'une connaissance (une représentation explicative plus ou moins conceptualisée) qui à la fois réponde à cette problématique et ait été confrontée à des formes d'expérience (analyse de données, d'observations, etc.) L'objet de recherche se trouve ainsi à mi-chemin entre d'un côté les objets concrets qui appartiennent au champ d'observation et, de l'autre côté, les représentations explicatives du réel déjà existantes ou visées (qui relèvent, quant à elles, de l'objet scientifique) ».

La question des intentionnalités se pose donc, s'agissant de créations militantes, politiques, voire d'hybrides.

1.1 Intentionnalités des créatifs de DDG

D'une part, il est intéressant de poser la question des intentionnalités persuasives (Chabrol et al., 2004), soit des intentions comme « un but ou une volonté de produire un effet » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 23). Nous parlons aussi d'intention d'influence, l'influence étant « l'ensemble des empreintes et des changements manifestes ou latents produits (...) sur les individus (considérés sur les plans cognitif, affectif et comportemental) (...) L'influence regroupe à la fois les aspects « dynamiques », comme « la réception », c'est-à-dire le processus qui se déroule au moment du contact avec des contenus (...) et les aspects plus « statiques », considérés à un moment donné, comme « les effets », c'est-à-dire les résultats à court, moyen ou long termes du processus de réception » (Courbet & Fourquet, 2003b, p. 9). Les intentions peuvent être persuasives, mais aussi viser le ressenti dans une approche plus esthétique : « provoquer chez autrui une activité cognitive produisant un plaisir esthétique » (Couchot & Lambert, 2016, p. 26). Dans les deux cas, c'est l'activité du *faire*, la création, dont il est ici question. Ce *faire* peut précéder ou succéder au discours. Les créations, de part et d'autre des approches communicationnelle et esthétique, comportent *notamment* des traces de ces intentions, elles sont l'artefact ou le dispositif de médiation entre créatifs et publics.

D'autre part, il est judicieux de questionner les sens (significations) *mis* dans les créations, et donc l'horizon d'attente côté création et créations : « l'acte de lecture prescrit dans le texte » (Jauß, 1978, p. 284) dont la compréhension ou les effets ne sont pas certains sur le public. Les effets visés de la communication ou l'écart esthétique entre horizons d'attente participent à la co-construction de sens. On retrouve donc ici l'interaction création/créations et les autres interactions (création/réception et réception/création). Proche de cet intérêt de recherche, la question de la liberté de co-construction des sens laissée aux publics, soit le *degré* d'ouverture de la création. Si les messages communicationnels sont contraints (en création) et contraignants (en réception), la co-construction et l'interprétation sont aussi présentes. Enfin, « « ouverture » ne signifie pas « indétermination » » puisque « le lecteur a simplement à sa disposition un éventail de possibilités soigneusement déterminées, et conditionnées de façon à ce que la réaction interprétative n'échappe jamais au contrôle de l'auteur » (Eco, 1965, p. 11).

En creux de cet *objet*, l'intention, s'envisagent ainsi les intentionnalités persuasives, d'influence, de ressenti et de plaisir esthétique pour le public et d'un *faire* créatif, mais aussi des sens et horizons d'attentes, co-construction des sens et degré d'ouverture de la création. Cet ensemble implique d'ores et déjà les deux autres pôles, que sont *les* créations et les publics. Ces questions sur l'intention façonnent nos questions de recherche en création.

Plus précisément, relativement au DDG, les analyses sur les notions connexes au DDG des chercheur·e·s sont celles que nous souhaitons éprouver. Nous l'avons pointé, ils·elles

analysent ces notions et concepts connexes par des intentions visant principalement à dénaturiser et déconstruire le genre, ses codes, stéréotypes, assignations ; montrer, dévoiler l'artificialité de la norme, du masculin et du féminin, par ses subversions, transgressions et défigement. Souvent, les chercheur·e·s en pointent certaines limites (première partie, point 2.4, page 91) et envisagent, de manière empirique ou en la mentionnant dans l'analyse, la question ou la nécessité de l'étude en réception et la capacité à atteindre les objectifs de changement. Les publics semblent avoir, dans les analyses conduites sur les *formes*, une relative liberté interprétative depuis les traces des intentions des créatifs et les jeux *faits* au genre. Le genre n'est ainsi ni naturel, ni une essence, mais un construit social précédant le sexe. L'intention est de le (dé)montrer en offrant à voir, en faisant vaciller l'horizon d'attente des publics sur le monde social genré tels que *nous* le connaissons par l'expérience.

Avec un certain nombre de critères exclusifs, nous avons construit et délimité les dispositifs de DDG. Premièrement, en inférant l'intention d'une lutte contre les violences faites aux femmes (violences, inégalités, discriminations) et de dénaturalisation du genre. Deuxièmement, en prenant le contre-pied des manques de la communication de l'Etat français (voir point 2.2, page 137) : présence d'hommes dans le cadre et dans la cible ; diversification des violences dénoncées. Le ciblage des hommes est aussi et déjà une inférence d'intentionnalité, sorte de cible méta-construite (la chercheuse la construit en posant que les créatifs l'ont déjà construite ou projetée).

Nous avons ajouté des critères à la fois issus des manques de la communication de l'Etat français et corrélés à l'étude des dispositifs : lier actes et dimension collective des violences ; exclusion des dispositifs ne mobilisant *que* le registre de l'humour sans distance critique. Ces deux éléments constituent d'ores et déjà des inférences d'intentionnalités de la chercheuse aux créatifs.

Ces critères construisent une intuition de recherche : la capacité de ces dispositifs, dans une certaine mesure, non seulement à prendre le contre-pied des manques de la communication de l'Etat français, mais surtout, à avoir une influence positive dans le sens des intentions initiales. Notamment, à renverser la culpabilité sur les auteurs et à pointer ces derniers, mais aussi à sensibiliser les hommes. En langage courant, nous pourrions dire, des créations possiblement *efficaces* dans la lutte contre ces violences, en les déconstruisant et en incluant les hommes dans le problème et la solution. Nous partons également avec deux autres intuitions de recherche, liées aux processus de réception envisagés en création. D'une part, le DDG, par ses imitations et transformations, viserait l'empathie virtuelle (Daignault & Paquette, 2009) avec les victimes de violences. D'autre part, il viserait à susciter une dissonance cognitive (en contraignant et opposant une version réécrite du genre), par l'exposition à une information inconsistante (Fointiat, Gosling, et al., 2013) et l'inconfort psychologique correspondant à des affects négatifs (Martinie & Priolo, 2013).

Au-delà des intentions d'influence, ce sont aussi les processus créatifs que nous souhaitons étudier.

1.2 Processus créatifs des concepteur·trice·s de DDG

Nous avons pour base deux modèles de processus créatifs dans la littérature : celui de Genette (1982) sur les imitations et transformations, et celui de Dayer (2014), où il est question de *hacker*, au sens de pirater, le sexisme. Si ces processus constituent notre grille pour l'analyse des *étapes* du processus créatif, d'autres modèles sont sourcés dans la littérature¹⁸⁶. D'un processus en trois temps, davantage documenté chez Genette, nous percevons une grille d'analyse permettant de structurer les processus créatifs, que nous étudions empiriquement. En somme, comment celles et ceux ayant créé des dispositifs mobilisant le DDG ont conduit cet acte créatif. Ici aussi, la place accordée dans *la* création *aux* créations et aux publics est importante, considérant la réécriture comme contractuelle (avec le public) (Genette, 1982), cherchant à opposer à l'horizon d'attente du public sur le genre une double lecture, nécessitant par ailleurs des compétences de lecture (Genette, 1982), bien que l'œuvre *originale* soit souvent le monde social genré (et non une œuvre littéraire, par exemple). Il s'agit, à la base de l'échange, même asynchrone, de reconnaître l'autre comme interlocuteur « valable » et « potentiel » dans l'échange (Ghiglione et al., 1998, p. 20).

Pour opérationnaliser les processus créatifs, au-delà de la manipulation du genre dans les dispositifs de DDG (imitation, transformation), nous nous appuyons sur deux autres concepts forts, lesquels nous permettent d'envisager également la construction du monde genré et détourné. Les processus créatifs sont des « processus de décision au cours de la production », à l'aide « de représentations sociales et de théories implicites » (Courbet & Fourquet-Courbet, 2005). Les premières désignent des « savoirs courants (...) socialement élaborés et partagés par un groupe d'individus » et les secondes « des théories non scientifiquement fondées auxquelles les acteurs sociaux ont recours pour expliquer la réalité sociale. (...) Les personnes qui les détiennent n'en sont pas nécessairement conscientes et ne savent pas systématiquement les exprimer d'une manière rigoureuse ». Nous le verrons à travers les analyses, ces représentations sociales peuvent se *découvrir* à travers les discours : ce qui est verbalisé et déclaratif révélant les intentions visées, les processus mobilisés, ... et la langue telle qu'elle est mobilisée, révélant les univers de référence, les mises en scène,... A travers les représentations sociales, ce sont des réalités socio-historiques construites, faisant intervenir des ressources (expérientielle, étude, analyse) et des points de vue situés de celles et ceux qui mettent en scène pour d'autres (le public) deux réalités construites (initiale et détournée) sans prévenir de la contrefaçon, mais devant apparaître aux sens du public comme une copie (non) conforme, un même, une déformation, une transformation. Ces réalités, savoir et pouvoir (Bertini, 2009b, p. 121), proposent une nouvelle version initiale et détournée du genre, par le prisme d'un nouveau point de vue, celui de celles et ceux à la marge.

¹⁸⁶ Voir par exemple (Courbet et al., 2017)

2. Questions de recherche liées à la création du DDG

Nous envisageons cette recherche sur la création de dispositifs de DDG luttant contre les violences faites aux femmes, à travers ses concepteur·trice·s. Nous posons trois séries de questions.

2.1 Questions de recherche sur les violences

Premièrement, nous nous intéressons aux violences faites aux femmes, depuis lesquelles sont déclinées plusieurs sous-questions.

Question de Recherche 1 : Que sont les violences faites aux femmes pour les créatifs mobilisant le DDG ?

A partir de cette question volontairement large se déclinent plusieurs sous-questions.

Question de Recherche 1.1 : Dans quelle mesure et comment les créatifs envisagent-ils·elles les femmes, les hommes et les auteurs de violences ? Quelle place tiennent ces derniers (relativement aussi à leur absence dans les violences mises en scène dans les communications de l'Etat) ?

Question de Recherche 1.2 : Quelles sont les représentations partagées sur les violences faites aux femmes par les créatifs ? Diversifient-ils·elles les violences dénoncées (relativement aussi à la concentration des violences dénoncées par l'Etat, autour des violences conjugales) ? Quelles sont ces violences dénoncées et de quelle manière le sont-elles ?

Question de Recherche 1.3 : Qu'en est-il de la lutte contre ces violences ? Comment la conçoivent-ils·elles ?

2.2 Questions de recherche sur les intentions d'influence et processus créatifs

Ces questions de recherche sur les intentions d'influence et les processus créatifs s'axent autour de deux grandes questions, elles-mêmes divisées en sous-questions de recherche.

Question de Recherche 2 : Quelles sont les intentions persuasives des créatifs à travers le DDG ?

Question de Recherche 2.1 : Quels sont les intentions persuasives et les effets visés des créatifs à travers le DDG des dispositifs ?

Question de Recherche 2.2 : Quels sont les processus et marqueurs forts envisagés par les créatifs comme leviers persuasifs ? En particulier, les théories de la dissonance cognitive et de l'empathie trouvent-elles écho dans les intentions des créatifs (comme nous l'avons envisagé dans nos intuitions de recherche) ?

Question de Recherche 2.3 : Quels sont les publics-cibles construits par les créatifs ? Et quels retours ont-ils et elles eu des publics empiriques ?

Question de Recherche 3 : Quels sont les processus créatifs du DDG ?

A partir cette question se déclinent plusieurs sous-questions.

Question de Recherche 3.1 : Quelles sont les étapes des processus créatifs de DDG pour ses concepteur·trice·s ? En particulier, quels sont les hypotextes, les imitations et les transformations ?

Question de Recherche 3.2 : Peut-on rapprocher à ces processus créatifs des modèles de perception du processus de la réception et de l'interprétation ?

2.3 Questions de recherche liées à la réflexivité des créatifs

Dans cette dernière série de questions, nous nous intéressons au regard réflexif que les créatifs portent sur leurs créations.

Question de Recherche 4 : Quels sont les atouts, les limites, les critiques ou difficultés du DDG ? Parmi ces regards portés sur les dispositifs de DDG, ce dernier a-t-il la capacité, selon eux·elles, de lier les actes violents à leur dimension collective ?

CHAPITRE 2. Triangulation méthodologique : entretiens semi-directifs et d'explicitation

Dans ce chapitre 2, nous présentons dans un premier temps la méthodologie de recherche (échantillon de créatifs, méthode de recueil des données, grille d'entretien et (re)transcription) puis les analyses (thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive).

1. Méthodologies de recherche : entretiens semi-directifs et d'explicitation

Nous avons conduit **18 entretiens semi-directifs**, dont la majeure partie est individuelle¹⁸⁷ pour étudier la création, et principalement les intentions persuasives et les processus créatifs. Nous avons joint à notre travail la grille d'entretien (Annexe I) et la liste des créatifs enquêté·e·s (Annexe E). Nous précisons brièvement la méthode de sélection des créatifs pour cette étude empirique, puis précisons ce choix méthodologique et le travail, opérationnel, de (re)transcription.

1.1 Méthode de l'échantillon des créatifs par les créations

Des créatifs ont été contactés pour une demande d'entretien, par mél, puis nous avons convenu de rendez-vous avec les répondant·e·s. Le modèle de mél est en Annexe H. Nous avons au départ sélectionné des créatifs dont les dispositifs devaient remplir certaines conditions : être accessibles librement sur internet pour une question de possible exposition des publics ; être lisibles, audibles en français ; répondre aux exigences des dispositifs sélectionnés de DDG. Notre stratégie de recrutement incluait également de conduire des entretiens avec des créatifs dont les formes de DDG étaient diversifiées pour favoriser l'hétérogénéité des discours (et donc une analyse transversale, *in fine*, du procédé protéiforme). Nous avons cherché aussi à nous concentrer sur des dispositifs dont les créations seraient liées à un projet conduit par des artistes ou des associations, partant ici d'un choix de nous intéresser à des acteur·trice·s de la société civile et portant une vision du genre, supposément plutôt critique et militante. Enfin, nous avons cherché à sélectionner des dispositifs qui ne soient pas trop intimement liés à un contexte événementiel particulier (ex. contestation d'un projet de loi plusieurs années auparavant), dépendants d'un contexte médiatique ou d'un agenda politique à un instant *t*. Nous avons donc sélectionné des dispositifs qui peuvent sortir d'un contexte particulier pour s'inscrire dans un contexte plus général des dispositifs qui *font sens* au moment des entretiens de la création et aussi *feront sens* au moment de l'étude de la réception. Celle-ci se déroulera en France, l'année

¹⁸⁷ Trois entretiens en création ne sont pas individuels : l'entretien avec la Compagnie Avant l'Aube comprend 4 comédien·ne·s et porte sur la parodie burlesque « Vous êtes inadmissible », 2016, détournant la publicité Dim « En pocket de Dim vous êtes inadmissibles » (2016) et deux autres entretiens comprennent deux enquêté·e·s : celui avec Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles sur le clip musical « C.L.I.T. » (2016), pastiche satirique du clip musical d'Orelsan « St Valentin » (2007) et celui avec Gilles Ollier et Christophe Rambaux, sur le site « Girls of Paradise » (2016), imitation sérieuse de site de prostitution et les supports déclinant les version grands public, le video case et les spots radio.

suiuante, les dispositifs devront pouoir s'inscrire dans l'actualité et le contexte socio-politique.

Par ailleurs, nous auons volontairement diuersifié les profils des créatifs enquêtés (Annexe E) : 8 réalisateur·trice·s, 5 coordinateur·trice·s de campagne et annonceurs, 3 directeur·trice·s artistiques, 4 comédien·ne·s, 2 artistes photographes et 1 BDiste. Il s'agit de multiplier les points de ue dans la création du DDG et, nous le voyons dans les résultats, d'accéder à des données dont nous n'aurions pas disposées en nous focalisant, par exemple, uniquement sur celles et ceux qui ont effectivement et matériellement créé les dispositifs ou sur les annonceurs¹⁸⁸. Toutes et tous ont néanmoins participé et contribué à l'idée créative et sa réalisation : certain·e·s sont les parties prenantes à la fois dans l'idée, la conception et la diffusion, d'autres peuvent être des contributeur·trice·s au projet : mise en image par la réalisation, personnes militantes consultées et participant au projet financé, directrice artistique auprès du réalisateur. Lors des entretiens, nous auons pu discuter de mêmes dispositifs avec deux personnes différentes, dans deux entretiens différents¹⁸⁹. Les 18 entretiens ont mobilisé 23 créatifs, dont 7 hommes et 16 femmes.

La période de recrutement a eu lieu en mai 2017, et les entretiens entre le 17 mai et le 13 juillet 2017. Les dispositifs discutés au cœur de ces entretiens sont au nombre de 31 : 9 clips de sensibilisation, 3 clips musicaux, 4 court-métrages dont 1 animé, 1 long-métrage, 1 site et 1 application, ainsi que leurs *video cases* et 1 spot radio, 2 séries photographiques, 4 affiches, 1 BD, 1 publicité, 1 sac. Ils traitent de diuerses violences : violences transversales : 8 dispositifs, prostitution : 7, sexisme et représentation : 7, agression sexuelle : 5, harcèlement 4. Les formes de DDG y sont effectivement diuersifiées¹⁹⁰.

¹⁸⁸ Cette multiplication des points de ue au projet permet un regard croisé sur celui-ci : des éléments de réponse à nos questions n'auraient pas été possibles sans ce croisement. A titre d'illustration, la force des stéréotypes de créatifs des problématiques de violences n'aurait pas été souleuée sans interroger des militantes qui, dans cet exemple, ne sont pas les créatives. L'autre apport est de déceler, soit chez un·e même enquêté·e qui a réalisé l'ensemble du processus créatif, soit chez un·e enquêté·e qui a contribué à une seule ou plusieurs étapes du projet mais non dans sa globalité, les questions propres aux différentes étapes de création du DDG. A titre d'exemple, ne citer que des scénaristes n'aurait pas permis de réuélérer des difficultés de tournage, par exemple, parfois liées au recrutement ou au jeu d'acteur·trice·s. Par ailleurs, les profils diuersifiés choisis des enquêté·e·s –sans les hiérarchiser mais en essayant de comprendre le degré d'intégration du projet dans une perspective institutionnelle– permet de montrer des transversalités surprenantes : des militantes créant un dispositif ou des personnes créant dans le cadre d'une « grande » organisation, peuvent percevoir la création du dispositif de DDG « simplement, sur un bout de table » et le concevoir comme un support d'action de court-terme.

¹⁸⁹ Par exemple, deux entretiens, celui avec Emmanuelle Piet et celui avec Gilles Lazimi (entretiens 8 et 15), évoquent les mêmes 6 dispositifs, puisque tous deux en sont les coordinateur·trice·s. Ce cas apparaît également avec les entretiens de Patrick Jean et Frédérique Pollet-Rouyez (sur un dispositif co-réalisé également) ; avec les entretiens de Marie-Pierre Carbonnet et Sophie Barel concernant l'affiche « Crocodiles » ; et enfin, entre l'entretien conduit avec Grégoire Théry, qui évoquent deux dispositifs, pour lesquels nous auons rencontré lors de deux autres entretiens, les créatifs : Gilles Ollier et Christophe Rambaux pour *Girls of Paradise*, et Agathe Riedinger pour *Les Bourreaux*. Voir l'Annexe E.

¹⁹⁰ Les dispositifs étudiés à travers leurs créatifs abordent le DDG par l'inversion du genre, des rôles sociaux sexuels ; la visibilisation de l'auteur de violence et le renversement de la culpabilité (dont plusieurs avec zoomorphisme et dont deux avec la dimension de piège) ; l'ironisation ou la ridiculisation du genre, de la misogynie, de situation discriminante ; l'incitation à impliquer les hommes et la dénonciation par des

En moyenne, chaque entretien dure un peu plus d'une heure, trois d'entre eux durent plus d'une heure trente et ont été réalisés par Skype, tous sont enregistrés en version audio. Concernant le travail sur la transcription et la retranscription, puis les analyses, elles sont détaillées plus loin.

1.2 Méthode de recueil des données : entretien individuel et d'explicitation

Les entretiens semi-directifs en création et la grille d'entretien (Annexe I) sont mobilisés pour comprendre les processus créatifs et les intentions persuasives, dans une perspective plutôt communicationnelle (schéma stratégie de communication). Ils sont couplés à l'entretien d'explicitation pour tenter une approche plus orientée vers la création (création englobant support artistique et communicationnel). Il s'agit de combiner dans la forme de ces entretiens cette double approche.

Cette méthode des entretiens correspond à notre démarche de recherche et à notre épistémologie, de nous intéresser et de considérer les créatifs comme celles-celles disposant du savoir qui nous intéresse d'exploiter, à travers leurs discours, et selon leur perspective. La définition de Blanchet et Gotman (2007, p. 24) le résume ainsi : « l'enquête par entretien est ainsi particulièrement pertinente lorsque l'on veut analyser le sens que les acteurs donnent à leurs pratiques, aux événements dont ils ont pu être les témoins actifs ; lorsque l'on veut mettre en évidence les systèmes de valeurs et les repères normatifs à partir desquels ils s'orientent et déterminent ». Plus globalement, l'entretien « permet de saisir, au travers de l'interaction entre un chercheur et un sujet, le point de vue des individus, leur compréhension d'une expérience particulière, leur vision du monde, en vue de les rendre explicites, de les comprendre en profondeur ou encore d'en apprendre davantage sur un objet donné. Comme la parole est donnée à l'individu, l'entretien s'avère un instrument privilégié pour mettre au jour sa représentation du monde » (Baribeau & Royer, 2012).

1.3 Construction de la grille d'entretien

Les entretiens sont semi-directifs, c'est-à-dire guidés à l'aide d'une grille d'entretien, qui vise à conduire sur plusieurs thèmes les personnes enquêtées, et donc à collecter des données qualitatives en ce sens, leurs discours.

Notre grille d'entretien se compose d'une présentation de la chercheuse, puis d'une question « bris de glace » large pour favoriser le discours. Puis, il s'agit d'entrer dans l'entretien d'explicitation, soit « la mise en mot, après coup, du déroulement de sa propre action » (Balas-Chanel, 2002) et la réexposition du ou des créatifs à leur création, présentée grâce à une consigne initiale spécifique. Elle s'inspire de la méthode des protocoles verbaux rétrospectifs : « en plus de demander aux producteurs de verbaliser leur processus créatif, nous les remettons en interaction réelle et en contact sensoriel avec

hommes ; la substitution ; le déroutement des associations et trouble de la catégorisation. Les deux premières formes -inversion et visibilisation- sont les plus représentées.

le dispositif qu'ils créent » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 74) ou ont créé. L'objet est alors de faciliter la mémoire du moment créatif et « de provoquer une démarche réflexive sur leur travail créatif » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 110). En cela, il s'agit d'ajouter à notre première analyse sur les dispositifs les éléments issus du discours des créatifs sur leurs créations. Dans notre démarche, la grille d'entretien s'apparente plus à la démarche d'explicitation -des questions inspirées de la phénoménologie telles que « comment vous est venue l'idée de... Qu'est-ce qui vous est venu à l'esprit, qu'est-ce qui vous guide ? » plutôt qu'à un protocole au sens strict du terme, tel qu'il est préconisé dans la méthode des protocoles verbaux rétrospectifs.

Nos questions portent sur l'idée créative, les choix opérés, les intentions, le message, les publics, les difficultés, les atouts et critiques du procédé. De nombreuses questions plus spécifiques ont été envisagées *a priori*, et mobilisées lorsqu'elles étaient évoquées par les créatifs, par exemple, sur les rôles des personnages.

1.4 Méthode de (re)transcription

Avant ces analyses, l'ensemble des enregistrements audio pour les entretiens en création est transcrit, soit passé de l'oral à l'écrit (Rioufreyt, 2016).

Nous avons fait le choix de transcrire tous les entretiens, et intégralement, y compris les éléments qui peuvent paraître « hors sujet ». De plus, nous avons visé une transcription fidèle aux propos, c'est-à-dire d'en garder les éléments de langage parlé¹⁹¹, ce qui, nous le verrons, aura nécessité ensuite des efforts de codage pour l'analyse. Notre seule modification est l'ajout, à l'écrit, de la première négation souvent absente à l'oral¹⁹², pour des raisons d'analyse avec le logiciel Tropes (voir point 2.2, page 211, sur les analyses lexicale, sémantique et cognitivo-discursive). Ces choix visent à restituer et à respecter au mieux l'ensemble des discours, qui constituent nos matériaux de travail, à ne pas (pré)juger la pertinence d'une proposition. Cette démarche semble indispensable selon nous pour les analyses de contenu et ainsi pour qualifier leurs discours.

Par ailleurs, la même personne, la chercheuse, a préparé puis conduit, transcrit et retranscrit les entretiens, puis les a analysés. L'atout du passage de l'oral à l'écrit par la même personne repose principalement sur la fiabilité de la transcription, puisque l'entretien est connu de la transcriptrice, au sens de vécu, et donc les risques d'erreurs sont moindres, et il fait revivre, selon nous, l'entretien, et permet des annotations du moment interlocutoire, compréhensif, plus proche du moment d'échange.

Nous avons choisi de ne pas anonymiser les entretiens en création : le nom des personnes entretenues, ainsi que celles qu'elles ont pu citer, sont ceux des personnes. Ils et elles sont les créatifs de dispositifs rendus publics (au sens de publiciser, via internet, des festivals, une diffusion médiatique). Il s'agit de parler de leur travail créatif, et il n'a

¹⁹¹ Par exemple, les hésitations « hm, ah ! bah... » ou les expressions-punctuation « genre, en fait, voilà quoi, ... »

¹⁹² Il s'agit ici des phrases négatives dont le « ne » n'est pas verbalisé mais transcrit, comme dans cette proposition « je *ne* pense pas ».

pas été demandé, à leur initiative, de ne pas les mentionner. Cependant, nous avons respecté, lorsque cela a été demandé, de garder la confidentialité de certains propos, lorsqu'il ou elle en était l'auteur·e. Il nous est arrivé de couper le micro à la demande d'enquêté·e·s et donc de ne disposer d'aucune trace de certains échanges. Ces cas sont très rares.

Pour les transcriptions, nous avons procédé avec le logiciel de traitement de texte Word, et le logiciel audio et vidéo VLC¹⁹³. Certains entretiens en création, audios, sont passés par le logiciel Audacity pour une réduction de bruits, considérant des conditions d'entretiens bruyantes, en grande majorité conduits dans des cafés parisiens¹⁹⁴.

Chaque entretien dispose de son enregistrement audio, et est transcrit de façon « brute » avec les questions de la chercheuse et le discours des enquêté·e·s, soigné sur sa mise en forme typographique (ponctuation, majuscule, onomatopée). Nous y avons ajouté plusieurs types d'annotations :

- Verbales et non verbales, marquées entre crochets tels que [bafouillement] ; [silence] ; [rire].

- des noms ou événements reliés, pour les contraintes de repérage avec le logiciel Tropes, avec par exemple Ni_Pute_Ni_Soumise en référence à l'association, ou La_Journée_Des_Droits_des_Femmes à la journée du 8 mars (annotée elle aussi 8_mars lorsqu'évoquée ainsi dans le discours), permettant d'éviter les biais de catégorisation (ex. 8_mars dans nombre et mois, mais dans « événement cités »).

- des éléments contextuels permettant de marquer le « moment », tels que [enfants qui passent] [silence]. Puisque nous avons projeté aux créatifs leurs dispositifs pour faciliter l'émergence en mémoire du moment créatif, d'autres annotations sont marquées ainsi, permettant la concomitance entre réaction verbalisée et plan ou marqueur dans le support, par exemple : Elvire : [rire] Ces canards ! [sur l'intro apparition du canard après intro d'Orelsan]

A chaque entretien, un autre fichier est lié, relatif au *off* et à la communication non verbale, qui viennent enrichir l'approche compréhensive de l'entretien. Ces notes sont

¹⁹³ Les entretiens en création sont tous des simples enregistrements audios. En revanche, en réception (partie 4 de cette thèse), les supports d'enregistrement des focus groups sont des supports audiovisuels. Les vidéos n'ont pas nécessité, contrairement à notre travail de mémoire de master 2, l'utilisation du logiciel Adobe Première. Notre première expérience de focus group nous a appris à mieux positionner les caméras pour disposer de plusieurs angles, incluant dans un des champs l'écran de diffusion, nous évitant ainsi de devoir superposer et synchroniser les pistes d'enregistrement.

¹⁹⁴ Sur les 18 entretiens, 11 ont été conduits dans des cafés dans différents arrondissements parisiens. Trois sont conduits par vidéoconférence, ceux avec Sophie Barel, Grégoire Théry et Frédérique Pollet-Rouyer (entretiens 7, 17 et 18), par contraintes d'agenda et de déplacements. Quatre autres entretiens ont été conduits dans les bureaux professionnels des créatifs : celui avec Emmanuelle Piet (entretien 8) dans les locaux du Collectif Féministe Contre le Viol, Paris 13^e, celui avec Marie-Anne Bernard (entretien 11), au siège de France Télévision, Paris 15^e, celui avec Gilles Ollier et Christophe Rambaux (entretien 13), à l'agence McCann Paris, Clichy 92, celui avec Gilles Lazimi (entretien 15), au Centre Municipal de Santé à Romainville, 93.

initialement sur papier, prises face aux enquêté·e·s avec lequel·le·s la chercheuse est toujours en interaction, puis après l'entretien (en restant au café, en sortant du bureau) pour les impressions « à chaud ». Ce document, nous l'avons ensuite enrichi lors de la transcription : prise de notes sur ce qui nous semblait important dans le discours en le transcrivant, des éléments discursifs moins relevés pendant l'entretien par la chercheuse mais trouvant un nouvel écho à ce moment du passage à l'écrit. De plus, nous y ajoutons, à la suite, des éléments de réflexion : des éléments croisés entre entretiens, l'évolution du discours, les points à creuser, les références citées non connues à rechercher. A ce stade, il ne s'agit toujours pas d'analyse, mais de poser à l'écrit des réflexions. Ces documents ne sont pas annexés par respect de confidentialité pour les personnes enquêtées, et parce qu'ils relèvent d'informations d'aide à la compréhension pour la chercheuse.

Un autre fichier par entretien est celui qui correspond davantage à la *retranscription*, et qui « nettoie » les entretiens des annotations, corrige les fautes persistantes (il en restera malgré les nombreuses relectures durant l'analyse) et surtout, appose les différents codes créés en vue des analyses. Ces codes correspondent (1) à des délimitateurs, permettant ensuite avec le logiciel Tropes de dissocier le discours de la chercheuse des discours des enquêté·e·s, mais aussi des discours d'un·e enquêté·e à une·autre. Par exemple, la chercheuse est codée 0_Evi, quand Elvire devient 12_Elvire et Sarah 12_Sarah. Si la chercheuse ne change pas de numérotation, celle des enquêté·e·s correspond à la chronologie des entretiens réalisés (l'entretien avec Elvire et Sarah est notre entretien numéro 12). La codification des noms par l'underscore est toujours présente.

Nous sommes consciente que le premier fichier de transcription, déjà, est « par définition, une infidélité relative » du discours, qui passe de l'oral à l'écrit (Rioufreyt, 2016). Les choix de ponctuation faits lors de la transcription en sont l'exemple. Par ailleurs, s'il est conseillé, dans la version *retranscrite* d'effectuer un nettoyage du discours (de ses répétitions, les interjections, ...) nous ne l'avons pas fait, pour garder les imperfections du langage parlé. En revanche, nous avons dès la *transcription* effectué les modifications sur les négations manquantes, par soucis de temps (il est recommandé de ne le faire que dans un second temps, lors de la *retranscription*).

2. Triangulation analytique : thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive

Les analyses thématique, sémantique, lexicale et cognitivo-discursive sont appliquées à l'ensemble des corpus des entretiens semi-directifs (lesquels sont aussi d'explicitation) portant sur la création.

Les analyses thématique, sémantique, lexicale et cognitivo-discursive sont des analyses de discours. Elles relèvent de l'analyse *de* contenu, et non *du* contenu (Negura, 2006). Nous nous intéressons aux discours des personnes enquêté·e·s, les créatifs en production.

L'atout premier de cette « triangulation analytique¹⁹⁵ » porte sur la validité des analyses d'un même corpus et sur la richesse et la granularité qu'elle permet par ces croisements.

Afin d'illustrer les analyses et surtout, le processus d'analyse, les annexes mentionnées tout au long du développement de nos résultats permettent aux lecteur·trice·s une appréciation des démarches effectuées et de l'ancrage des résultats à travers les résultats dits « premiers ».

2.1 Analyse thématique

Nous avons mobilisé l'analyse thématique pour étudier les discours des créatifs en entretiens individuels semi-directifs et d'explicitation (et dans 3 cas à plusieurs).

Pour la création, cette analyse est la dernière effectuée chronologiquement sur le corpus. Nous l'avons *finale*ment réalisé pour les entretiens en création, considérant que les autres analyses (sémantique, lexicale et cognitivo-discursive réalisées en premières) ne nous permettaient pas de répondre pleinement à nos questions de recherche, ni d'entrer dans la complexité des discours. En effet, l'étude de la création devait initialement être secondaire dans cette recherche, cependant, le corpus en création s'est avéré riche et a nécessité, selon nous, une analyse thématique, en complément des autres analyses.

2.1.1 Une analyse qualitative pour une méthodologie qualitative

Nous avons fait appel à l'analyse thématique car il s'agit d'une analyse qualitative¹⁹⁶. « Le fait qu'une recherche amasse des données qualitatives n'implique pas qu'il y ait ensuite *analyse* qualitative » car elle peut être « statistique ou fréquentielle ». Or, l'analyse thématique relève de l'analyse qualitative, puisqu'elle relève d'une « démarche discursive et signifiante de reformulation, d'explicitation ou de théorisation d'un témoignage, d'une expérience ou d'un phénomène » (reprenant Paillé, 1996, Mucchielli, 2009, p. 203). Poursuivant, « la logique essentielle à l'œuvre participe de la découverte ou de la construction de sens. Les mots, qui sont souvent le support sur lequel travaille l'analyste, ne sont jamais analysés que par d'autres mots, sans qu'il y ait passage obligé par une opération numérique. Le résultat n'est jamais une proportion ou une quantité ; c'est une qualité, une dimension, une extension, une conceptualisation de l'objet ».

Etudiant le phénomène de création, qui évoque aussi la réception (le public dans l'esprit des créatifs, construit, mais aussi le public empirique, issu des retours du public), cette analyse nous semble au plus près des attendus analytiques. Elle permet cette découverte des sens, dans la relation d'entretien intersubjective et interactionnelle, à la fois des processus de création et de réception, et aussi des opinions. Par ailleurs, l'analyse

¹⁹⁵ Nous nous autorisons ici une nouvelle déclinaison des possibles de la triangulation (méthodologique, des données, du chercheur, ect.) en proposant que la multiplication des techniques d'analyses favorise, d'une part, la validité par confirmation externe et de cohérence interne, mais permet aussi, grâce aux multiples données, à davantage de croisement dans l'analyse.

¹⁹⁶ Les analyses lexicale, sémantique et cognitivo-discursives sont dites « quasi-qualitatives » (Mucchielli, 2009, p. 202-204)

thématique, qui s'intéresse aux discours synthétisés en thèmes, « ne s'attardera pas outre mesure aux choix sémantiques des participants » (Mucchielli & Paillé, 2012) et nous explorons cet autre champ d'analyse avec l'analyse sémantique assistée du logiciel Tropes, explicité plus loin.

Nous ne respectons cependant pas complètement l'approche décrite par Mucchielli, sur le point précis de l'absence totale d'opération numérique. En effet, par soucis de déceler les thèmes les plus partagés parmi les enquêté·e·s (voir partie suivante, analyse transversale, *i.e.* inter-entretien), les thèmes les plus significatifs et représentatifs (les thèmes qui apparaissent le plus souvent), nous avons constitué des tableaux thématiques, où sont répertoriés le nombre d'apparitions des thèmes (notre unité de « découpage » est l'assertion) et son importance pondérée sur l'ensemble du (des) discours, relativement au(x) discours. Par exemple, un sous-thème 1 peut être partagé par 10 enquêté·e·s sur 18 en création, 30% du thème auquel il est rattaché, et 10% de l'ensemble des discours. Cette perspective par la mesure, qui est secondaire de l'analyse qualitative, nous permet de vérifier la transversalité d'apparition et l'importance relative d'un thème à un autre.

2.1.2 Une analyse inter-entretien

Pour l'analyse thématique, comme pour les autres analyses¹⁹⁷, nous avons procédé à une analyse transversale, c'est-à-dire inter-entretien, car notre objet est de déceler ce que les discours ont en *commun*. Il s'agit d'analyser *la* création, bien que plurielle, dans ce qu'elle peut nous apprendre lorsque dans les discours, des éléments semblables apparaissent de manière transversale dans les entretiens, *i.e.* inter-entretien.

Ces analyses transversales ne nous empêchent pas d'entrer dans la granularité et les particularités des entretiens, pris individuellement, car les différences interpersonnelles existent et que chaque mot ou assertion d'un·e enquêté·e ne saurait se situer systématiquement dans une « case » commune à une autre personne enquêtée. La singularité de certains propos peut être éclairante.

Nous avons ainsi réalisé une analyse inter-entretien assisté du logiciel Nvivo. A cette thématization transversale par nœuds (thèmes, sous-thèmes), une autre catégorie de nœuds est conduite, appelée « cas » où les discours de chaque enquêté·e constituent un cas. Il est alors possible de visualiser ce que les discours de chacun·e peuvent révéler dans ses particularités, à travers les encodages (nœuds thématiques) croisés avec les « cas ».

2.1.3 Une analyse de réduction des corpus en thèmes, synthétisant les discours et l'étude des opinions

L'analyse thématique, qualitative, telle que nous l'avons faite, correspond à ce processus de réduction des données décrit par Mucchielli et Paillé permettant une synthèse des discours présentés sous formes de thèmes. Elle « fait intervenir des procédés de réduction des données » et pose la question « qu'y-a-t-il de fondamental dans ce

¹⁹⁷ Les analyses lexicale, sémantique et cognitivo-discursive, mais pas celle conversationnelle, puisque celle-ci est nécessairement interactionnelle.

propos ? » Il s'agit de la « transposition d'un corpus donné en un certain nombre de thèmes représentatifs du contenu analysé et ce, en rapport avec l'orientation de la recherche (la problématique) » (Mucchielli & Paillé, 2012). Elle permet « l'étude des opinions par la catégorisation des énoncés dans les thèmes d'analyse » (Negura, 2006), bien que la *catégorisation* ne soit pas la posture désignée mais bien celle de *thématisation* : le thème, « sans être aussi précis et détaillé que l'énoncé phénoménologique, et sans être aussi interprétatif que la catégorie, permet d'avoir accès au propos tenu sur un sujet donné » (Mucchielli & Paillé, 2012). Ainsi, pour ces mêmes auteurs, « l'analyse thématique n'a pour fonction essentielle ni d'interpréter (contrairement à l'analyse en mode écriture), ni de théoriser (contrairement à l'analyse à l'aide des catégories conceptualisantes), ni de dégager l'essence d'une expérience (contrairement à l'analyse phénoménologique). Elle est d'abord et avant tout une méthode servant au relevé et à la synthèse des thèmes présents dans un corpus ». Les actions de l'analyste consistent à « procéder systématiquement au repérage, au regroupement et, subsidiairement, à l'examen discursif des thèmes abordés dans un corpus ».

2.1.4 Niveau d'inférence faible et thématization en continu

Nous avons cherché, pour l'analyse thématique, à garder un niveau d'inférence faible, afin de rester au plus près des discours. En effet, la thématization, qui est un processus, consiste à effectuer des inférences, soit, dans le cas de la thématization, « l'opération logique par laquelle l'analyste passe de l'examen d'une portion de matériau à l'attribution d'un thème pour cet extrait (...) l'analyste va chercher à générer préférablement des thèmes de faible ou de moyenne inférence », c'est-à-dire une inférence ayant un rapport étroit avec le propos thématized (Mucchielli & Paillé, 2012). Ce niveau faible et moyen d'inférence a pour atout principal, selon nous, de rester proche du discours, mais il a pour inconvénient premier la multiplication des thèmes (de premier niveau) et rend la construction de l'arbre thématique complexe, lorsque nous gardons à l'esprit cette proximité avec le discours.

Alors que les analyses quasi-qualitatives prennent les lemmes comme unité significative, ou les propositions grammaticale ou prédicative (voir les analyses quasi-qualitatives), nous avons opté pour l'assertion, soit un découpage par unité significative de sens (plusieurs mots, une phrase, un court paragraphe) significative thématiquement. Cette construction thématique, nous l'avons réalisé en continu. En effet, deux démarches de thématization sont possibles, en continue ou séquencée. La première « consiste en une démarche ininterrompue d'attribution de thèmes et, simultanément, de construction de l'arbre thématique ». La seconde « plus hypothético-déductive » procède en « deux temps [où] un échantillon de corpus est tiré au hasard et analysé dans le but de constituer une fiche thématique (...) cette fiche est ensuite appliquée à l'ensemble du corpus ». La première, thématization en continue, permet « une analyse plus fine et riche du corpus ; par contre elle est plus complexe à mener et exige plus de temps » (Mucchielli & Paillé, 2012). Cherchant toujours la finesse dans l'analyse thématique, nous avons donc procédé en continu, construisant l'arbre thématique tardivement mais progressivement dans le

processus de thématization. Nous avons effectué une lecture flottante de chaque entretien, puis pris des notes informelles, progressives, sur papier, pour nous aider. La thématization sur le logiciel Nvivo, toujours en continu et progressive, s'est effectuée dans un second temps. Ces choix ont en effet la contrepartie de la richesse d'analyse, leur chronophagie.

2.1.5 Une analyse abductive

Enfin, nous terminerons cet exposé de nos démarches et choix de l'analyse thématique par l'approche abductive dont elle relève. S'il existe *traditionnellement* deux grandes approches, inductive et déductive qui s'opposent quant au processus de construction des connaissances, nous nous situons plutôt du côté de l'induction, puisque nous avons constamment cherché à nous « débarrasser » non seulement des préjugements sur les corpus, mais aussi à nous « détacher » autant que possible des théories pour faire une lecture et une analyse ouverte aux découvertes et *nous laisser surprendre* par les discours. Cependant, comme le relèvent Anadón et Guillemette (2007), si la recherche qualitative valorise, épistémologiquement, « l'exploration inductive et qu'elle élabore une connaissance holistique de la réalité », s'opposant ainsi à un raisonnement déductif « où les connaissances précèdent la lecture de la réalité », elle a aussi un certain nombre de limites.

La première limite est celle de « l'échantillonnage théorique car celui-ci a une dimension déductive ». En somme, le terrain doit être rapproché de théories, lesquelles participent à la sélection de données et situations empiriques. Ce « moment déductif » reste, nous disent les auteur·e·s, « au service d'une démarche générale essentiellement inductive ».

Deuxième limite, « le chercheur ne peut pas faire complètement abstraction de ses « pré-jugés » et de sa perspective théorique (ou de sa sensibilité théorique), c'est-à-dire de l'angle sous lequel il appréhende les phénomènes à l'étude. De plus, la suspension de la référence à des théories existantes peut constituer un effort intellectuel permettant les « découvertes », mais il est illusoire, voire dangereusement aveugle, de penser qu'on peut approcher un phénomène en étant totalement « vierge » de tout a priori. Les résultats de la recherche ne peuvent jamais être purement construits a posteriori ».

Enfin, troisième limite, « les données elles-mêmes ne sont jamais exemptes d'interprétation par les acteurs eux-mêmes et le chercheur doit construire sa propre interprétation sur ces données déjà chargées conceptuellement d'un univers théorique qu'il doit prendre en compte. Cette prise en compte a nécessairement un aspect spéculatif et donc déductif ».

En cela, notre approche est abductive, puisque nous avons tenté de nous laisser surprendre par les données récoltées dans les discours, des créatifs. Mais les allers-retours entre le terrain et les théories (précédant la collecte, concomitantes ou nouvelles) forcent le trait même de la collecte. De même, malgré les efforts de *dégagement* des

préjugés théoriques, ceux-ci demeurent à l'esprit de l'analyste, et il ou elle doit traiter de données déjà « chargées » de concepts.

Ainsi, nous nous efforçons de faire preuve de réflexivité quant à ce qui relève davantage de la découverte et de l'induction, de ce qui a été orienté par la théorie, dans nos résultats. Et aussi d'explicitier de quelles théories sous-jacentes ils relèvent. Comme l'expriment les chercheur·e·s, dans cette perspective abductive, il est plus juste d'éviter le terme « hypothèse » propre à l'approche déductive, et de présenter ce qui nous conduit sur des pistes comme « intuition à valider ». Anadón et Guillemette (2007, en référence à Kelle)¹⁹⁸ évoquent alors une démarche conciliant deux formes d'inférences : « l'induction analytique et l'abduction. En effet, par induction analytique, un phénomène est décrit et interprété à partir de la catégorie et l'abduction permet de trouver des relations conceptuelles entre les catégories et donc des « règles » pour comprendre un phénomène. Ainsi, l'inférence abductive permet de combiner de manière créative des faits empiriques avec des cadres heuristiques de référence ».

2.1.6 Une analyse interprétative ?

Bien que l'analyse thématique soit présentée ici à travers la littérature comme peu interprétative (du moins ne le visant pas), pour d'autres chercheurs l'analyse thématique est interprétative (Ghiglione et al., 1998). C'est même, pour ces derniers, un argument de développement d'autres formes d'analyse systématisée et automatisée par le logiciel Tropes, avec l'idée de garder à distance la subjectivité du·de la chercheur·e, du moins dans la première phase d'analyse.

Selon nous, d'après notre expérience des différentes analyses, l'interprétation pénètre les analyses thématiques et celles sémantique, lexicale et cognitivo-discursive, de manière différente. Avec l'analyse thématique, nous avons essayé de rester au plus près des discours des individus, mais les phases de construction de l'arbre nous semblent parfois proche, par les regroupements effectués, d'une interprétation non dite. De plus, la mise en perspective des thèmes (construits et issus du corpus) avec les théories flirte avec l'interprétation. Quant aux analyses présentées comme plus « objectivistes », à l'instar de celles sémantique, lexicale et cognitivo-discursive, elles mettent certes l'analyste de côté un instant, mais ses présupposés sont déjà interprétatifs (comme pour l'analyse thématique), de sorte que la fréquence d'un lemme *signifie déjà* quelque chose, est *interprétée* comme plus important qu'un autre par exemple. Les *fonctionnalités* accordées aux indicateurs langagiers sont eux aussi déjà interprétatifs, car mis en perspective avec une grande littérature en psychologie, linguistique et cognition. Enfin la dimension interprétative, et non des moindres, est d'observer que grâce au logiciel Tropes (pour les analyses sémantique, lexicale et cognitivo-discursive), l'analyste dispose d'un grand nombre d'indicateurs et de grilles d'analyse, mais que sa part d'interprétation, en seconde partie d'analyse, nous a semblé plus forte (et difficile) que pour l'analyse thématique.

¹⁹⁸ Kelle, U. (1995). Computer-Aided Qualitative Data Analysis : Theory, Methods and Practice. London : Sage.

2.2 Analyse lexicale, sémantique, cognitivo-discursive

En complément de l'analyse thématique, notre corpus en création passe par les analyses sémantique, lexicale et cognitivo-discursive, en partie automatisées avec le logiciel Tropes. Si l'analyse thématique permet l'étude fine et compréhensive et des discours des personnes enquêtées, certaines de ses limites peuvent être dépassées, voire l'analyse complétée, à l'aide des trois autres analyses. Nous les présentons conjointement car elles relèvent de la même approche psycho-socio-cognitive. Elles permettent l'étude des sens, des intentions et des mises en scène du monde à partir d'indicateurs langagiers.

2.2.1 Les créatifs, sujets complexes et psycho-socio-cognitifs et les discours porteurs de finalités et d'intentions

Nous considérons ici les individus, sujets sociaux, créatifs et récepteur·trice·s, à la fois dotés d'intentionnalités, mais également comme sujets complexes (Courbet & Fourquet, 2003b) et sujets psycho-socio-cognitifs (Ghiglione et al., 1998, p. 34-35). L'approche des auteurs que nous partageons ici est psycho-socio-cognitive. Créatifs et récepteur·trice·s, en situation de communication asynchrone et médiée, jouent de « mécanique cognitive », notamment par « la mise en œuvre de processus de traitement de l'information discursive plus ou moins indépendants du contexte interlocutifs » et de « mécanique sociale » notamment par « la mise en œuvre de processus de co-construction de la référence renvoyant à un traitement de l'information lié aux savoirs antérieurs et aux représentations des sujets sociaux, qui structurent ces savoirs de façon évaluative ».

Le discours est une appropriation des systèmes de signes pour construire un monde, et non le décrire. Cette perspective s'inscrit pleinement dans l'approche de la construction sociale de la réalité. Le discours poursuit un certain but, sens et intention, et vise une influence sur son interlocuteur. Tout échange est « porteur d'enjeux et co-constructeur de réalité, tentative d'imposer à l'autre un monde possible et de s'assurer [...] de la maîtrise des enjeux. Ce principe va de pair avec le principe de compétition puisqu'une tentative d'imposer à l'autre un monde possible ne va pas sans entraîner des réactions, des résistances de la part du partenaire de l'interlocution, d'autant que lui aussi cherche à imposer son propre monde » (Ghiglione, 1986, cité dans Ghiglione et al., 1998, p. 21).

Cherchant à dépasser les apories des analyses lexicale et sémantique (Ghiglione et al., 1998, p. 3-8), mais aussi à articuler l'analyse propositionnelle de discours et l'analyse prédicative propositionnelle (Ghiglione et al., 1998, p. 70), l'analyse cognitivo-discursive (ACD) « vise à décrire « les logiques de construction progressive de tout univers référentiel cohérent... ainsi que les finalités ou intentions de chaque mise en scène langagière particulière » » (Jenny, 1997, cité dans Ghiglione et al., 1998, p. 2).

Les principes de l'ACD sont ainsi résumés par leurs auteur·e·s (Ghiglione et al., 1998, p. 8-9) : « tout discours s'inscrit dans un contrat porteur d'enjeu et a une visée d'influence ; tout discours est inscrit dans un inter-discours mais est également le produit d'un « ici et maintenant » qui actualise certains des paramètres du Contrat de Communication ; tout discours met en scène des mondes inscrits dans une histoire, construits selon des règles

de cohésion, de cohérence, de consistance et causalement liés ; tout discours porte en lui les traces des opérations cognitives effectuées par un locuteur qui met en scène, dans un certain but, un certain sens et une certaine intention ; compte tenu de ce qui précède, tout discours peut être interrogé en tant que tel, si toutefois on s'intéresse au sens qu'il véhicule et à l'intention qu'il manifeste ».

2.2.2 le logiciel Tropes, outil des analyses sémantique, lexicale et cognitivo-discursive

Ainsi, le logiciel Tropes a été conçu, dans une perspective théorique du sujet social et de l'interlocution, où le système de langue est approprié par les individus, où le monde discuté n'est pas décrit mais construit par les locuteur·trice·s, donnant à voir une certaine réalité, et où tout discours est interlocutif et cherche à orienter l'interlocuteur·trice vers un certain trajet interprétatif. Les individus sont considérés comme sujets cognitifs et sociaux, dotés de compétences, de savoir et de représentations sur le monde, issus de l'apprentissage, des expériences sociales. Ainsi, à travers la langue appropriée, que nous étudions par les traces langagières, nous avons accès aux références et à leurs univers, celles des locuteur·trice·s, la réalité qu'ils et elles construisent, et leurs relations au monde.

Le logiciel Tropes permet de conduire une analyse lexicale, sémantique et cognitivo-discursive, à l'aide de nombreux outils internes. Les « unités d'analyse » sont les mots et les propositions grammaticales et prédicatives. En somme, nous parlerons d'indicateurs langagiers et de propositions. L'objet de ces analyses est de déterminer : de quoi parle le discours ? ; comment le locuteur (nous) en parle-t-il ? ; pourquoi le dit-il-elle ?

« Si communiquer c'est co-construire un fragment d'univers en mettant en scène par la médiation du langage un ensemble d'objets, d'entités animées ou non, qui structure la production discursive, alors toute production langagière est marquée par l'intention communicative de celui qui la produit » (Ghiglione et al., 1998, p. 39-40).

En somme, l'analyse sémantique s'intéresse aux références qui sont mobilisées dans les discours, leurs inscriptions dans une proposition prédicative (par les verbes, les adjectifs, ce qu'ils disent de la référence), leurs relations (par exemple, le référent-noyau « femmes » en relation avec « hommes » dans 60 propositions), leur place dans la proposition (actant, acté) mais aussi selon une grille *a priori*, appelé scénario, modifiable¹⁹⁹. La proposition prédicative correspond à un prédicat (synonyme d'argument) désignant un objet animé ou non, une personne, et le prédicat ce qui en est dit. La référence, ou référent-noyau est le substantif, ou ses équivalents, le terme pivot de la proposition.

Quant à l'analyse lexicale, qui va chercher à réduire les ambiguïtés, elle classe et quantifie les mots en catégories et métacatégories : les verbes (déclaratif, factif, statif,

¹⁹⁹ L'outil scénario est mobilisé et modifié pour correspondre à une lecture sémantico-thématique et compréhensive, voir nos résultats de recherche du chapitre 3, page 215, ainsi que l'Annexe N et l'Annexe O.

performatif), les adjectifs (subjectif, objectif) correspondent aux prédicats de la référence : quelles sont les actions / comment sont qualifiés les référents-noyaux ? Avec les verbes, il s'agit « de mettre en relation ce dont on parle avec ce qu'on en dit. Encore faut-il savoir si cette relation est exprimée plutôt sur le mode du faire, sur celui de l'être, ou encore sur celui de la réflexivité » (Ghiglione et al., 1998, p. 66). Quant aux adjectifs, ils qualifient, donnent une « identité » à la référence (Ghiglione et al., 1998, p. 50), et comme pour les verbes, permettent d'apprécier l'implication du·de la locuteur·trice dans l'énoncé.

D'autres indicateurs langagiers, tels que les connecteurs et les modalisations, tracent *comment le locuteur dit ce qu'il dit*. Ce sont les éléments de liaison, d'enchaînement et des logiques entre les propositions. Ils sont mobilisés en fonction des visées des locuteur·trice·s. Ils traduisent également « le mode de prise en charge de l'énoncé plus ou moins fort de l'énonciateur (...) [ils] ont pour fonction d'ancrer le référent dans des coordonnées spatio-temporelles (...) ils traduisent et organisent toute représentation construite par un interlocuteur A pour un interlocuteur B, en fondant celle-ci (...) sur la réalité/vérité de ce qui est énoncé » (Ghiglione et al., 1998, p. 52).

Ainsi, l'analyse cognitivo-discursive s'intéresse au discours (sa logique) et à la logique du sujet discutant. « L'analyse du contenu semble répondre au but qui lui est assigné : mettre en évidence pas le repérage d'indicateurs langagiers pertinents le projet de sens de l'énonciateur qui construit -dans un certain but- des univers référentiels pour d'autres » (Ghiglione et al., 1998, p. 60).

Dans cette perspective, nous pensons que ces analyses nous permettent d'accéder à des significations, intentions et mises en scène du monde auxquelles nous n'avons pas accès avec l'analyse thématique, ce qui confère à ces analyses une place importante dans l'étude des discours des créatifs et des récepteur·trice·s. Elles permettent, comme le signalent les auteurs (Ghiglione et al., 1998) de mettre à distance la subjectivité du·de la codeur·e, le temps de l'analyse, à elle ou lui ensuite d'interpréter les résultats. L'atout est aussi de gagner en fidélité intra et inter codeur. Cependant, toutes les ambiguïtés ne peuvent pas être levées, et des biais *humains* persistent dans la construction de l'outil, que nous explicitons en temps opportun.

2.2.3 Une démarche à la fois inductive et déductive et une analyse en partie interprétative et quasi-qualitative

L'analyse effectuée grâce au logiciel combine, selon nous, une démarche inductive et déductive : inductive, car les données analytiques accessibles via le logiciel sont construites depuis les données discursives ; déductive, car le scénario, mais aussi les autres formes de catégorisation et méta-catégorisation sont préalables, les données discursives passent par leurs *filtres* pour être restituées. Ensuite, à charge de l'analyste d'en interpréter les résultats. Si cette démarche interprétative (le terme interprétation est celui des auteurs de la méthode analytique) est censée intervenir après une étape dite *objective* (au sens de mettre de côté la subjectivité du·de la chercheuse au départ), elle

nous a semblé nécessiter une forte participation de la chercheuse au moment de « faire parler » les résultats du logiciel.

Les analyses sémantique, lexicale et cognitivo-discursive sont une « analyse des données qualitatives », mais pas une « analyse qualitative des données » : elle relève d'une analyse quasi-qualitative (Mucchielli, 2009, p. 202-204). En effet, ce qui permet au logiciel, puis à l'analyste, d'établir des résultats repose sur une analyse de contenu basé sur des comptages et des proportions. Ce sont les fréquences relatives (entre catégories de verbes, de références, ...) et comparatives (anormalement élevées comparativement à l'étude de nombreux textes, discours, ...) qui permettent d'établir les tendances discursives (sens, intentions, mises en scène). Cette approche repose, bien que les auteurs nuancent ce point dans les exemples et cas de leur ouvrage (par ex. le cas sur le Parti socialiste et l'occurrence « Mitterrand », Ghiglione et al., 1998) en majorité sur la fréquence d'apparition (et des cooccurrences) des mots, puis leur articulation.

Le logiciel permet, à travers ces analyses, deux types d'analyses intéressantes quant à ces indicateurs langagiers et propositions : une analyse sur l'ensemble, *i.e.* un comptage global (que nous pouvons d'ores et déjà « découper » par enquêté·e) et une chronologie d'apparition, *i.e.* étudier l'apparition d'un lemme, d'une catégorie sémantique, au fil du discours.

Nous explicitons nos démarches opérationnelles. Par exemple, la création de plusieurs scénarios, où l'analyse des programmes cognitivo-discursifs (Trognon & Ghiglione, 1993, p. 67) combinant différents indicateurs langagiers (issus du logiciel et comptabilisés manuellement) et permettant de révéler les buts généraux que les personnes se donnent dans leurs discours : réalité à affirmer, à construire ou comme univers possible. Nous pointons, dans cette démarche, les limites du logiciel d'après notre expérience. Les analyses sont en Annexe I à Annexe V, sur la construction des scénarios et les critiques sur le logiciel les Annexes N et Annexe O. Nous indiquons dans la partie suivante les indices utilisés dans les développements de nos résultats.

CHAPITRE 3. Premiers résultats bruts : la création de DDG dans les discours des concepteur·trice·s

Dans ce chapitre 3, les premiers résultats de nos analyses sont proposés, explicités à travers les grands traits des analyses conduites. L'analyse de discours -lexicale et cognitivo-discursive permet une analyse des styles, mises en scène, sens et intentions donnés aux discours, mais aussi la construction des références, du monde, et la relation au monde des créatifs de DDG. Nous présentons ensuite les objets qui animent les discours à travers les analyses thématique et sémantique croisées.

Nous présentons plusieurs indices utilisés dans la présentation de ces résultats, pour faciliter la lecture.

Le premier indice précise le nombre d'entretiens concernés par le résultat énoncé. Par exemple, nous notons (12/18) après le résultat, ce qui signifie que 12 entretiens sur les 18 entretiens conduits incluent le thème ou les classes sémantiques énoncées dans le résultat.

Second indice, nous précisons pour l'analyse thématique la proportion relative du thème. Par exemple, nous notons (20%) après le résultat thématique, ce qui signifie que ce thème représente 20% des discours des enquêté·e·s. Il s'agit parfois de la proportion d'un sous-thème : il est alors exprimé si sa proportion est sur l'ensemble des discours, ou relativement au thème. Par exemple, un sous-thème peut représenter 10% des discours, mais 50% du thème auquel il est rattaché. Ce système par proportion s'applique aussi aux résultats lexicaux et sémantiques. Enfin, sur l'ensemble de nos analyses, les proportions sont exprimées pour l'analyse transversale, *i.e.* tous les entretiens.

Autre unité, nous parlons aussi de relations (nombre de fois où un lemme est co-occurent avec un autre dans une même proposition). La relation est alors mentionnée, par exemple « femme-homme » et suivie du nombre de relation : (112 relations).

Ensuite, avec les analyses lexicale, sémantique et cognitivo-discursive, nous parlons d'occurrences de lemmes ou de mots, *i.e.* le nombre de fois où le mot apparaît, précisé en nombre ou en proposition. Le logiciel Tropes les comptabilise. Mais une autre fonction, différente des occurrences, est la fréquence. Les catégories et métacatégories d'indicateurs langagiers (verbes, adjectifs, ...) peuvent être « fréquentes » lorsque « sa fréquence d'apparition est nettement supérieure à la moyenne. Ces résultats sont construits en comparant les statistiques (de répartition des catégories) du discours analysé avec des tables internes au logiciel (ces tables ont été élaborées en effectuant une analyse de variance sur un grand nombre de textes différents)²⁰⁰ ». « Le fait qu'une catégorie de mots soit considérée comme fréquente ne constitue pas une anomalie langagière, mais plutôt un indicateur du type de discours observé » (Ghiglione et al., 1998,

²⁰⁰ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

p. 94). Pour bien marquer la distinction d'utilisation du mot « fréquent » signifiant cette anormale fréquence d'apparition, nous écrivons fréquent* avec un astérisque.

Autre indice, pour l'analyse sémantique des discours avec le logiciel Tropes, nous nous intéressons aux référents-noyaux (RN). Ce sont « les termes pivots de la proposition et l'objet des prédications » (Ghiglione et al., 1998, p. 42) Ils permettent de répondre à la question « de quoi parle-t-on ? Quelle est la structure de l'univers mis en scène et quel est son contenu ? » (Ghiglione et al., 1998, p. 47). Nous avons alors plusieurs niveaux d'analyse : les substantifs, les références, les Univers De Références 2 et 1, ainsi que les scénarios. Ces outils, outre le scénario, s'envisagent par degrés de granularité des références, du plus fin au plus large. Les références, UDR 2 et UDR1 regroupent respectivement 10 000, 1000 et 200 classes d'équivalents. Nous débutons l'analyse avec les UDR1 (les plus globalisants) puis avec les UDR2. Nous précisons UDR1 ou UDR2 à côté du résultat énoncé. Quant aux scénarios, il s'agit de catégoriser les références par sémantique et par réseau. « Le scénario sémantique permet de puiser dans ces trois classifications pour construire une représentation pertinente, par rapport à un questionnement donné. (...) Il est aussi possible d'enrichir ou de modifier ces classifications avec l'outil scénario » (Ghiglione et al., 1998, p. 77-79). Nous avons plusieurs scénarios (voir Annexe N à Annexe P). Les scénarios permettent de dénouer la complexité et les classifications parfois opaques des UDR. Dans l'approche compréhensive qu'est la nôtre, et en malmenant quelque peu le logiciel et son outil scénario, nous avons pu construire une grille d'analyse, le scénario 3 (SC3) qui se rapproche au mieux de nos objectifs de recherche. Ces classifications sont faites depuis les UDR1 et scénarios précédents (SC0, SC1 et SC2)²⁰¹, ce qui change, ce sont la sélection, la répartition et la hiérarchisation de ces catégories, dans une approche compréhensive. Nous précisons lors de nos résultats, à quel scénario (SC) nous faisons référence. Les analyses sont, ici aussi, transversales à tous les entretiens.

1. Discours argumentatifs, pris en charge et réalités à affirmer

1.1 Discours argumentatifs et pris en charge : intention d'influence, expression d'une conviction et des créatifs impliqués

Depuis le logiciel Tropes et la combinaison d'indicateurs langagiers mobilisés dans les discours (selon le tableau synthétique de, Wolff & Visser, 2005, p. 105 à partir de Ghiglione et al, 1998) se dessinent quatre styles discursifs inspirés de Charaudeau (1992) : argumentatif, narratif, énonciatif et descriptif ; et quatre mises en scène : dynamique/action, ancrée dans le réel, prise en charge par le narrateur, prise en charge à l'aide du « je ». (Annexe F)

²⁰¹ Nous avons abordé cette question de la construction des scénarios dans l'Annexe N puis sur son illustration en résultat dans l'annexe O.

1.1.1 Des créatifs au discours argumentatif : recherche d'influence et implication dans les discours

Si l'on s'intéresse à l'ensemble des discours des créatifs sans distinguer les entretiens, **le style discursif est argumentatif ; la prise en charge par le narrateur et à l'aide du « je »**. Voir Annexe F et Annexe J.

Maintenant, analysés séparément²⁰² tout en cherchant à conduire une analyse inter-entretien, la quasi-totalité d'entre eux repose sur un style de discours argumentatif (17/18), un seul sur le style énonciatif (1/18).

Avec le style argumentatif (17/18), les créatifs, dans leurs discours « s'engagent, argumentent, expliquent ou critiquent pour essayer de persuader l'interlocuteur²⁰³ », ici la chercheuse. Ils-elles tiennent un discours qui « s'adressent à la partie raisonnable de l'interlocuteur, [qui] passe par l'expression d'une conviction et d'une explication transmise à l'interlocuteur pour le persuader et modifier son comportement » (Ghiglione et al., 1998, p. 69-70). Les créatifs « s'engagent par rapport à [un] questionnement [un propos sur le monde qui fait question pour quelqu'un quant à sa légitimité] », ici les violences faites aux femmes et les créations de DDG, et « développent un raisonnement pour essayer d'établir une vérité sur ce propos » (Ghiglione et al., 1998, p. 69-70).

Un entretien fait exception (1/18), relevant du mode énonciatif, proche de l'argumentatif, une discussion où les interlocutrices « établissent un rapport d'influence, révèlent leur point de vue²⁰⁴ » « sur différents modes (celui du savoir, de l'évaluation, etc.) » (Ghiglione et al., 1998, p. 69-70).

Ainsi, les créatifs, par ces styles, cherchent à persuader, influencer la chercheuse de la légitimité de leur perception du monde des violences faites aux femmes et sa lutte, de leurs créations de DDG, l'origine de l'idée créative, puis des choix, atouts et limites du DDG²⁰⁵.

Ces styles argumentatif et énonciatif ont également en commun qu'ils « indiquent une implication » des créatifs dans leurs discours (Wolff et al., 2005). Les créatifs ne se contentent pas de décrire la lutte, les violences ou leurs créations, mais ils-elles expriment leurs convictions et points de vue.

Ces convergences des styles de discours nous permettent de poursuivre une analyse transversale (horizontale), inter-sujets.

²⁰² Nous avons ici utilisé des délimitateurs pour distinguer les enquêté-e-s d'un entretien à l'autre. Dans toutes nos analyses, les propos de la chercheuse qui conduit les entretiens sont exclus.

²⁰³ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²⁰⁴ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²⁰⁵ Structure des questions de la grille d'entretien mobilisée systématiquement en entretien en Annexe I Créatifs : grille d'entretien

Nb. d'entretiens	Styles	Mise en scène	Mise en scène suppl.	Verbes fréquents*
18 entretiens prod-créa	17 argumentatif	18 prise en charge à l'aide du « je »	16 prise en charge par le narrateur	15 statifs et déclaratifs
	1 énonciatif		2 ancrée dans le réel	1 statifs, déclaratifs et performatifs
				2 statifs

Tableau 1 : Représentation synthétique des styles, mises en scène et verbes (18/18)

1.1.2 Des créatifs impliqués : mises en scène du discours à la première personne et verbes affirmant leurs opinions et asserant la réalité

L'implication des créatifs dans leur discours est pointée aussi par leurs mises en scène. Tous les entretiens des créatifs ont deux mises en scène combinées (18/18) (Voir l'Annexe J). D'une part, **les créatifs prennent en charge leur discours à l'aide du « je »** (18/18), *i.e.* l'utilisation « de nombreux pronoms à la première personne du singulier (« je », « moi », « me », ...)».²⁰⁶ D'autre part, pour les entretiens au style argumentatif, la mise en scène **est « une prise en charge par le narrateur »** (16/18). Cette dernière est marquée par l'utilisation fréquente* de verbes déclaratifs (penser) à côté des verbes statifs.

Les verbes, comme classe prédicative²⁰⁷, « joue un rôle d'organisateur interne à la proposition ». Elle « donne une information indispensable sur la façon dont la référence s'inscrit dans l'univers proposé, sur la façon dont elle participe à l'organisation de la mise en scène » (Ghiglione et al., 1998, p. 42). Les verbes sont aussi les actes (des acteurs), ils « permettent de mettre en relation ce dont on parle avec ce que l'on en dit » (Ghiglione et al., 1998, p. 66).

Les verbes déclaratifs mobilisés dans cette seconde mise en scène « permettent de réaliser une déclaration sur un état, une action, ...²⁰⁸» et « indiquent un comportement verbal » (Ghiglione et al., 1998, p. 44-46). Ils « permettent au locuteur de se mettre en scène, de prendre en charge ce qu'il dit de façon plus ou moins forte, en exprimant de la certitude ou au contraire du doute, une croyance plus ou moins avérée à propos de quelque chose ou de quelqu'un, en s'affirmant comme l'énonciateur de l'énonciation, en donnant à entendre qu'il est bien le « producteur » de la pensée ou déclaration mise en

²⁰⁶ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²⁰⁷ Prédicat : dans la proposition prédicative (unité d'analyse de l'analyse prédicative propositionnelle (APP), l'une des deux analyses à la base de l'analyse cognitivo-discursive (ACD) combinée à l'analyse propositionnelle du discours (APD)) se trouve une proposition (=argument), c'est-à-dire l'objet discuté et un prédicat, c'est-à-dire « dire quelque chose de l'entité discuté. La proposition prédicative est la « base du texte », son niveau local, qui permet en compréhension de se représenter de quoi on parle et la cohérence de la proposition, entre autres propositions hiérarchisées. (Ghiglione, Landré, Bromberg, & Molette, 1998, p. 23) Les prédicats sont des verbes ou des adjectifs. On parle ici des verbes comme prédicat, et en fonction de leurs méta catégories : factifs, statifs, déclaratifs ou performatifs.

²⁰⁸ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

discours » (Ghiglione et al., 1998, p. 66). Les principaux verbes déclaratifs mobilisés sont : « dire, voir, pouvoir, penser, savoir, falloir, vouloir, parler, trouver, devoir et croire ».

Ces résultats viennent appuyer l'affirmation initiale avec les styles : les enquêté·e·s sont impliqué·e·s dans leurs discours sur les violences envers les femmes, leur lutte, et leurs choix créatifs. Ils·elles s'expriment avec le « je » (18/18) se mettant en scène et s'engageant dans leurs discours. Le·la locuteur·trice est le·la narrateur·trice impliqué·e, qui implique à son tour son interlocuteur·trice (Charaudeau, 1992, p. 756).

La majorité des enquêté·e·s (16/18) prennent en charge leurs discours et expriment des certitudes, des doutes, sur les objets discutés. Si une relative assertion de la réalité est présente (verbes statifs fréquents*), ils·elles vont davantage émettre une déclaration (verbes déclaratifs fréquents*) sur la réalité de ces objets, nous donner à voir leur rapport avec cette réalité, prendre une distance, la qualifier selon ce qu'ils·elles en pensent et l'évaluent. Ces évaluations relèvent de leur subjectivité : ils·elles mobilisent des adjectifs subjectifs fréquents* (15/16 ici). Près de la moitié d'entre eux·elles (7/16 ici) mobilisent de plus des notions de doute²⁰⁹, marquant « l'indécision, l'incertitude, l'hésitation²¹⁰ » mais aussi leurs subjectivités (Ghiglione et al., 1998, p. 22).

Deux minorités d'enquêté·e·s mobilisent dans leurs discours, eux aussi impliqués, d'autres indicateurs, qui précisent leurs intentions de rationaliser et de description. Deux enquêté·e·s (2/18) mobilisent des adjectifs numériques fréquents*, participant à chiffrer et montrer l'importance des violences et les rationaliser. Deux autres enquêté·e·s mobilisent des adjectifs objectifs fréquents*, marquant une certaine connaissance, réflexion et analyse, au service d'un discours militant.

Enfin, un dernier sous-groupe de créatifs (2/18) illustre dans son discours une volonté plus assertive (verbes statifs fréquents* uniquement), donnant plus fortement à voir *la* réalité des violences.

1.1.3 Des créatifs au discours causalisé, confrontant les points de vue, immergé·e·s dans un discours dramatisé pour persuader l'autre

D'autres indicateurs langagiers permettent de poursuivre l'analyse des discours : les opérateurs, soit les modalisations et les connecteurs, permettant « d'identifier les stratégies discursives des interlocuteurs toujours pris dans des jeux d'influence » (Ghiglione et al., 1998, p. 21). (Voir l'Annexe F).

Ces opérateurs sont les éléments de liaison, d'enchaînement et des logiques entre les propositions, qui participent à la stratégie de l'énonciateur, mise en scène et à la cohérence globale. (Ghiglione et al., 1998, p. 52). En particulier, les connecteurs « assurent les enchaînements entre les énoncés, donnent à voir un certain type de logique selon les

²⁰⁹ Les notions de doute détectées correspondent aux modalisations de doute. Elles peuvent être détectée à partir d'une analyse de leur fréquence anormalement élevée comparativement à l'étude de nombreux discours, permettant au logiciel de faire la différence entre occurrence et fréquence.

²¹⁰ Indication sur le logiciel

visées du locuteur, les représentations qu'il se fait de l'autre, de la situation et du thème traité, etc. (...) Les locuteurs les utilisent de façon différenciée selon leurs représentations préalables, leurs attitudes initiales, les buts qu'ils visent, etc. » (Ghiglione et al., 1998, p. 67-68). Quant aux modalisations, adverbes et locutions adverbiales, « elles servent au locuteur à s'immerger dans ce qu'il dit. Elles lui permettent de situer ce qu'il dit dans l'ici et maintenant, d'exprimer de la probabilité ou au contraire de la certitude » (Ghiglione et al., 1998, p. 68-69).

Dans les discours des créatifs, **les connecteurs** les plus occurrents sont ceux d'addition (18/18) puis de cause (12/18) et d'opposition (10/18). Les connecteurs dits fréquents* sont ceux de cause (18/18), puis d'opposition (13/18) et de temps (13/18). Les tableaux des connecteurs et modalisations occurrents et fréquents* sont en Annexe J et Annexe K.

Ainsi, à la croisée des deux grilles d'analyse, les connecteurs de cause, d'opposition et d'addition dominent les discours. Les créatifs ont « un raisonnement fondé sur une démonstration causalisée » (Ghiglione et al., 1998, p. 67-68) avec les connecteurs de cause (donc, parce que, ...) et condition (ou que, si, ...). Ils-elles « argumentent, relativisent et présentent des points de vue opposés²¹¹ » ou « des thèses opposées » (Wolff et al., 2005, p. 264) avec les connecteurs d'oppositions (mais, pourtant, alors que,...). Enfin, ils-elles « énumèrent des faits ou des caractéristiques²¹² » avec les connecteurs d'addition (1^{ers} connecteurs mobilisés, représentant 33,8% des connecteurs : et, aussi, ensuite, ...). Quant aux connecteurs fréquents* de temps, ils leur « permettent de situer l'action²¹³ » bien que beaucoup d'entre eux soient des lemmes « enfin », à la frontière entre temps, concession et cause, comme dans l'exemple suivant : « [La violence] est assez subjective parce que, *enfin* en tout cas par rapport à cette histoire de charge mentale ».

Dans les entretiens des créatifs, **les modalisations** les plus occurrentes sont celles d'intensité (18/18), puis de négation (15/18) puis d'affirmation (7/18). Les modalisations dites fréquentes* sont celles d'affirmation (18/18), puis de négation (12/18) et celles de doute (7/18).

Les créatifs mobilisent les modalisations d'intensité et celle de négation, permettant de « dramatiser le discours²¹⁴ » mais surtout illustrant leur intention « d'argumenter de façon à emporter l'adhésion de l'autre et de faire en sorte qu'il se rallie à sa position » (Ghiglione et al., 1998, p. 68-69). Les créatifs les mobilisent aussi avec celles d'affirmation, ainsi, ils-elles « affirment (...), intensifient et marquent leur engagement et la fermeté de leurs positions » (Fourquet-Courbet & Messeghem, 2009, p. 18).

²¹¹ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²¹² « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²¹³ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²¹⁴ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

Si maintenant nous croisons l'ensemble de ces indicateurs, verbes, connecteurs et modalisateurs, nous notons que les créatifs sont impliqués et prennent en charge leur discours :

- les créatifs sont impliqués dans leurs discours, en cohérence avec les styles argumentatif et énonciatif, puisque la combinaison de verbes déclaratifs*, de connecteurs de cause* et d'utilisation du « je »*, permettent de « traduire le point de vue de l'énonciateur » (Wolff & Visser, 2005, p. 105).

- leur prise en charge de l'énoncé est forte : les modalisations sont ici majoritairement d'affirmation, de négation et de doute (Ghiglione et al., 1998, p. 52, pp54-55)

Les créatifs construisent un discours basé une pensée logique, cohérente et persuasive et où leurs opinions sont clairement exprimées, avec une ouverture vers d'autres possibles, donc de changement :

- les créatifs cherchent à « mettre l'accent sur la logique du monde et ses événements, ou bien sur la logique de sa propre démarche de pensée » (Ghiglione et al., 1998, p. 21-22) avec les connecteurs d'addition (18/18), associés à ceux de cause* (18/18) et de condition* (5/18).

- la mobilisation fréquente* de certains connecteurs secondaires -condition (5/18), disjonction (8/18) et cause (18/18) révèlent aussi des discours visant à « l'expression d'une logique, la cohérence d'une pensée » ; avec les modalisations d'affirmation (18/18), de doute (7/18) et les connecteurs de condition (5/18), à « l'expression d'un état ou d'une attitude » ; avec les connecteurs d'opposition(13/18) et de disjonction (8/18) à « gérer l'échange interlocutoire » (Ghiglione et al., 1998, p. 67).

- la conjugaison des connecteurs d'opposition (14/18) et des modalisations de négation (12/18) fréquents* peut aussi signifier l'établissement d'un constat, insatisfaisant, le souhait ou « désir » de « faire évoluer » la situation critiquée (Wolff et al., 2005, p. 273).

- la conjugaison des verbes statifs (18/18), des modalisations d'affirmation (18/18) et d'adjectifs subjectifs (18/18) fréquents* sont des indicateurs d'un « faire-valoir de leurs opinions » (Wolff et al., 2005, p. 274).

- les connecteurs de disjonction et de condition (présents ensemble et fréquents* dans 6/18) « construisent un raisonnement des parties prenantes, les diverses solutions, alternatives proposées » (Saint-Julien, 2015, p. 100)

A l'issue de cette approche à la fois des styles, des mises en scène, ainsi que des verbes et des opérateurs occurrents et fréquents* (connecteurs et modalisations), nous précisons que les frontières entre méta-catégories fréquentes ou non sont fines. D'une part, ce qui détermine les verbes déclaratifs comme fréquents* ou non est mince (l'écart entre les deux entretiens n'ayant pas pour fréquents* les verbes déclaratifs n'est que de 2

points statistiques maximum). D'autre part, les méta-catégories fréquentes pourraient nous faire oublier les méta-catégories quantitativement et proportionnellement (intra-catégorie) très significatives, mais non dites fréquentes.

Nous notons par exemple les verbes factifs : 33% des verbes mobilisés sur l'ensemble des entretiens (2^e position après les verbes statifs). Ce sont les verbes du « FAIRE » et des « actions », qui ont « pour fonction de caractériser la réalisation, la production, la modification d'un objet, une manière d'agir sur quelqu'un ou quelque chose, de produire un effet » (Ghiglione et al., 1998, p. 42). Les plus occurrents sont : faire, mettre, passer, prendre, arriver, venir, montrer, travailler, regarder, commencer, donner, permettre, aimer, jouer. Ainsi, les créatifs ne seraient pas uniquement dans l'assertion (verbes statifs) ou la réflexion ou l'expression d'opinion (verbes déclaratifs) mais aussi dans l'action (verbes factifs).

1.2 Programme cognitivo-discursifs : construction des références, du monde et relation au monde construit

La question posée aux discours est de savoir quels sont les buts des créatifs concernant la réalité qu'ils-elles construisent. En cohérence avec les enjeux de communication interlocutoire et des attitudes sur les objets discutés, les créatifs, à travers les traces langagières de leurs discours, vont nous révéler quels buts généraux ils et elles se donnent : réalité à affirmer, à construire, ou comme possible. Ces programmes s'intéressent à la construction de la référence, à la construction du monde où s'inscrit la référence et enfin à la relation de l'interlocuteur au monde construit. Ces trois programmes sont développés par Ghiglione et al. (1993, p. 67). Le tableau de ces programmes est disponible en Annexe G.

Le logiciel Tropes nous informe quant à certains indicateurs langagiers (verbes, modalisations, connecteurs). D'autres sont recherchés manuellement : les déterminants, modes et modalités. Nous détaillons l'ensemble de nos résultats en Annexe M, avec le comptage lexicométrique lié aux programmes cognitivo-discursifs.

1.2.1 Les créatifs oscillent entre réalité à affirmer et univers possible dans leurs discours

Dans leurs discours, les créatifs oscillent entre réalité à affirmer et univers possible : ils-elles assertent la réalité des violences et construisent des *autres* univers possibles (par les dispositifs, par la lutte dans le monde social)

1.2.1.1 La construction de la référence : des réalités à affirmer

Premièrement, sur l'analyse globale (analyse transversale, indifférenciée), la « construction de la référence », soit les propos tenus sur les femmes, les gens, les hommes, mais aussi les violences faites aux femmes et les dispositifs, s'inscrit dans le programme 1 « réalité à affirmer », par l'utilisation majoritaire de déterminants définis (62%) et de verbes statifs et factifs (76,3%).

L'utilisation massive de ces **déterminants définis** laisse supposer qu'ils et elles maîtrisent leur sujet et ont tendance à partager leurs discours comme une évidence : ce qu'ils et elles proposent est une réalité, qui présuppose un référent préexistant. Nous avons vu que cette référence initiale, et classe sémantico-thématique dominante, est portée sur les violences faites aux femmes. Elle décline aussi cette assurance sur les propos tenus quant aux dispositifs et de manière plus large, à la création et aux propos sur la communication et les arts.

Quant aux **verbes**, ceux les plus mobilisés sont **statifs** (43%) (verbes d'état : être, exister, ... et de possession : avoir, ...) et **factifs** (33,3%) (verbes qui expriment des actions). Ces verbes permettent aux créatifs d'affirmer leurs positions. Les plus occurrents sont, après « être » (8879) et « avoir » (3328), « faire » (2383), « aller » (925) et « mettre » (309).

Par ailleurs, nous notons que les verbes déclaratifs sont fréquents* (23,3%), ce qui pourrait faire tendre le discours vers le programme 2, « réalité à construire ». Cependant, ces verbes déclaratifs, tels que « dire » (1595) et « voir » (993), 4^e et 5^e verbes les plus mobilisés, participent, selon nous à cette construction de la référence plutôt affirmative, voire assertive. En effet, « dire » correspond à la modalité « déclaration » (Charaudeau, 1992, p. 616-617) où le locuteur « *possède un savoir, suppose que l'interlocuteur ignore ce savoir ou doute sur la vérité de ce savoir, dit que ce savoir existe dans sa vérité* ». Quant au verbe « voir », il correspond à la modalité « constat » (Charaudeau, 1992, p. 599), où le locuteur « *reconnaît un fait à propos duquel il dit qu'il ne peut qu'observer son existence de la façon la plus extérieure et la plus objective possible* ». Ainsi, les verbes déclaratifs, ici, participent non seulement à la « prise en charge par le narrateur » et à l'expression de sa subjectivité, comme nous l'avons vu dans les styles et mises en scène, mais ils jouent aussi de la déclaration (d'un savoir) et d'un constat (sur le monde).

1.2.1.2 La construction du monde où s'inscrit la référence : oscillation entre assertion de ce monde et univers possible

Deuxièmement, l'analyse globale portant sur « la construction du monde où s'inscrit la référence » s'insère également dans le programme 1, réalité à affirmer, par l'utilisation du **mode indicatif** et peu de conditionnel, et par l'utilisation de **modalisations affirmatives fréquentes*** (15,7%) et de **modalisations intensives** (33,5%) les plus occurrentes et majoritairement fortes. Une nuance, cependant, puisqu'un indice, celui du doute, vient faire flirter les discours avec le programme 3, « réalité comme univers possible ».

Concernant les modalisations affirmatives* et intensives, elles marquent l'implication des concepteur·trice·s dans leurs discours. Les modalisations affirmatives fréquentes* (15,7%) illustrent que les créatifs s'impliquent dans leurs discours mais surtout, qu'ils et elles affirment leurs propos, à l'aide de modalisations de type « vraiment, justement, aussi, d'ailleurs, effectivement, oui, ouais, exactement, tout à fait, bien sûr ». Les modalisations intensives fortes (41% des modalisations d'intensité) telles que « très, bien, beaucoup » intensifient les propos des créatifs, ce qui marque leur engagement et la fermeté de leurs

positions. Par ailleurs, les modalisations de négation (versant opposé à l'affirmation, ce qui *est*, *n'est pas* ; *a*, *n'a pas*, ce qui *su*, *n'est pas su* et versant opposé ou complémentaire à l'intensité, *tout le monde*, *personne* ; *très*, *beaucoup*, *pas du tout*) sont également fréquentes* sur l'analyse globale (20,2%).

En revanche, la nuance apportée relève des modalisations de doute fréquentes* (1,2%) sur l'analyse globale, qui tend à rapprocher les discours du programme 3, quant à la « construction du monde où s'inscrit la référence ».

D'une part, sans contrevenir à l'analyse, ces modalisations de doute* participent avec celles d'affirmation et de négation à une forte prise en charge du discours (Ghiglione et al. 1998, p56). De même, la conjugaison -doutes, certitudes, mode indicatif et subjonctif, verbes déclaratifs (penser, croire, ...) et adjectifs subjectifs fréquents*- illustre la « visée d'expression de la subjectivité » (Ghiglione et al. 1998, p22) et « d'exprimer un état ou une attitude » (Ghiglione et al. 1998, p57) sur les violences et leur lutte. Mais, d'autre part, les modalisations de doute expriment aussi une ouverture de la réalité comme univers possible. C'est-à-dire que si les références -violences faites aux femmes- sont des réalités à affirmer, le monde dans lequel s'inscrit cette référence et les autres (les femmes, les hommes, les gens, ...) n'est pas figé. Les créatifs affirment la réalité des violences faites aux femmes, mais ils et elles ne clôturent pas le monde, à l'inverse, ils et elles expriment que cette réalité n'est qu'un univers possible. C'est tout l'objet de la lutte, celui d'un changement. Et c'est tout l'objet du propos : si notre réalité est construite, il est possible de l'asserter telle qu'est est, mais aussi de la transformer. En somme, dans leurs discours, bien que les violences faites aux femmes soient assertées fermement, les créatifs affirment aussi que la réalité peut être différente. Par ailleurs, ce double jeu de la réalité et des autres univers possibles se trouve dans les dispositifs : les dispositifs montrent ce que les violences sont dans notre réalité à travers ce qu'elles pourraient être dans un autre monde ou comment elles devraient être perçues dans ce monde ; mais aussi les créatifs évoquent que notre réalité n'est qu'un univers possible par la transformation de la société à travers la lutte et ce qu'elle permet (à côté de la loi, de la justice) de changement de ce monde.

Ent.	Modalisations de doute fréquentes*	Connecteurs condition fréquents*	Verbes au conditionnel occurs (+25)	Connecteurs de disjonction fréquents*
5	Oui			
7	Oui		Oui	Oui
8		Oui	Oui	
9	Oui		Oui	Oui
12			Oui	
13	Oui		Oui	
14	Oui			
15	Oui	Oui		Oui
17	Oui	Oui	Oui	Oui
18		Oui	Oui	Oui

Tableau 2 : Entretiens disposant le plus d'indicateurs langagiers vers le programme cognitivo-discursif 3.

Les modalisations de doute fréquentes* induisant cette analyse ne sont pas les seuls indicateurs qui nous y conduit. D'une part, les modalisations d'intensité neutre²¹⁵ sur l'analyse globale y participent aussi. D'autre part, si le mode conditionnel est peu présent sur l'analyse globale, certain-e-s des créatifs les mobilisent plus que d'autres (7/18) et dans une moindre mesure, cumulent verbes au conditionnel occurrents (et/ou connecteurs de condition fréquents*) et doute fréquent* (5/18). Les connecteurs de disjonction y participent, au sens où ils expriment des options dans les idées (soit... soit, ou).

Plus généralement, sur l'analyse globale, la signification de certains verbes va dans ce sens de l'assertion/projection. i.e. que, parallèlement, les créatifs assertent les violences et le monde dans lequel elles s'inscrivent, c'est « une réalité à affirmer » quand par ailleurs, la réalité est « à construire » ou un « univers possible » lorsqu'elle est mise en scène par le DDG. Par exemple, l'utilisation de deux verbes exprime cette double perspective d'assertion/projection : « montrer » (18/18) une autre/la réalité des violences à travers une fiction ; « imaginer » (17/18) un monde différent, y être à la place de. Cette analyse jouant des assertions/projection, introduit bien la relation de l'interlocuteur au monde construit que nous voyons ci-après.

1.2.1.3 Relation de l'interlocuteur au monde construit : « réalité comme univers possible »

Enfin, troisièmement, l'analyse nous conduit à penser la « relation de l'interlocuteur au monde construit » du côté de « la réalité comme univers possible ». Sur l'analyse globale, les **modalités « possibilité, croyance »** dominent les discours (traduites par les modalités « opinion et probabilité » chez Charaudeau, voir dans l'Annexe M). 59,5% des verbes relèvent de la « possibilité, croyance ». Les **connecteurs**, quant à eux, sont d'**addition** (33,6%), les plus occurrents mais non fréquents*, de **cause fréquents*** (20,6%) et d'**opposition fréquents*** (18,5%).

Les modalités « possibilité, croyance » -verbes pouvoir (790), « penser » (636) et « croire » (136)- dominent l'ensemble des discours. Premier indicateur de la « relation de l'interlocuteur au monde construit », ils ne marquent pas dans le discours que le monde est incertain mais qu'il en existe des alternatives et que cette porte est ouverte. Ils indiquent aussi la prise en charge de l'énoncé et l'expression de la subjectivité, ce qu'ils et elles pensent et croient, ce qui est possible ou non. Mais ils n'empêchent pas non plus l'assertion de la réalité, comme nous l'avons vu avec les verbes « montrer » et « imaginer », mais aussi avec les verbes de « savoir, nécessité » (40,5%).

Les créatifs mettent en scène ce qu'ils et elles jugent refléter la référence assertée, les violences faites aux femmes, dans un autre monde. Leur relation au monde réel et à ces autres mondes (inversés, accentués, métaphorisés) et un rapport optionnel (fiction). La

²¹⁵ Les modalisations d'intensité neutres (25,7%) et celles dites inclassables (14%) se rapportant aux neutres représentent 39,7% des modalisations d'intensité, soit presque autant que celles dites fortes (41,7%).

réalité elle-même pourrait être différente, elle n'est qu'un univers possible et construit. Leur propos pourrait être résumé ainsi :

Je pense (croyance et prise en charge) que la réalité des violences, parce que (tel acte, telle violence collective) c'est de la violence, (articles définis, verbes statifs qui assertent la réalité des violences, RN). On ne la voit pas/plus (déclaratif constat et modalisation négative), parce que (cause) nous l'avons trop (statif qui asserte, intensité forte) intégrée. Si (si... alors : conditionnel) je les (RN) montre (factif) dans un monde alternatif (ma BD, mon film qui détourne, inverse), alors on ne trouvera plus (négation) cela normal dans les deux cas, enfin (catégorisé dans connecteur de temps, plus proche de cause ou concession) que c'est (asserter) quand même (intensité) d'une violence extrême et inacceptable (adjectifs subjectifs et connecteur addition). On pourrait (verbe possibilité) s'imaginer (projection) être à la place de la victime. Les mentalités doivent (verbe nécessité) changer pour que les femmes n'aient plus à faire face à ça et puissent être (verbe possibilité puis statif, projection)...

Quant aux connecteurs additifs (33,6%) ils viennent renforcer le marquage du programme 1 (« et, aussi », ...) en s'inscrivant logiquement dans le caractère argumentatif du discours, permettant d'énumérer les faits, et les réalités affirmées et assertées. Les connecteurs de cause fréquents* (20,6%) et de condition (partiellement fréquents*) illustrent aussi la construction de l'argumentation par la construction d'un raisonnement. A ceux-ci s'ajoutent aussi ceux de temps fréquent* (14,2%) dont le premier, « enfin », est mobilisé davantage sur ses versants de concession, conclusion, ou d'atténuateur ou accentuation. Ceux d'opposition fréquent* (18,5%) participent à l'argumentation et à la relativisation des points de vue.

Ainsi, entre les modalités (possibilité croyance) et les connecteurs, il ne s'agit ni de comparer des mondes, ceux de la référence des violences dans le monde ou dans un monde crée, ni de situer dans le temps ou l'espace ces éléments, ni d'argumenter en exprimant les buts. Le discours se base plutôt sur l'expression d'une réalité comme univers possible et où le propos est d'énumérer les faits et considérations sur les hommes, les femmes, les violences, la création, de construire des raisonnements et de les argumenter, faisant le constat de *la* réalité des violences, d'une nouvelle perspective sur celles-ci par le DDG, et enfin *d'autres* univers possibles.

Si l'analyse globale a tendance à lisser les discours, quelques nuances peuvent être apportées quant à ces programmes cognitivo-discursifs. Nous avons mis, en Annexe M, un tableau récapitulatif des différences inter-entretiens sur les indicateurs langagiers liés aux programmes cognitivo-discursifs.

Tous et toutes ont une construction de la référence affirmative et assertive (majorité de déterminants définis et verbes statifs et factifs dominants) relevant du programme 1.

Puis, sur la « construction du monde où s'inscrit la référence », évaluée sur la base du mode (indicatif ou indicatif et conditionnel, et les modalisations (affirmatives, intensives

fortes ou médianes, et de doute ou non), des différences inter-entretiens existent. Si toutes et tous mobilisent en premier lieu les modalisations intensives et celles affirmatives*, le conditionnel concerne 7/18 entretiens, dont 4/18 mobilisent aussi le doute. C'est-à-dire que les autres entretiens, *i.e.* la majorité (entre 11/18 et 14/18), construisent le monde de manière affirmative. Ils et elles assertent à la fois les références -les femmes, les gens, les hommes, les violences- et le monde dans lequel elles s'inscrivent.

Enfin, quant à la « relation de l'interlocuteur au monde construit », les connecteurs de causes sont fréquents* (14/18) et les modalités de « possibilité croyance » sont clairement majoritaires dans tous les entretiens. Trois exceptions sur les modalités (3/18), lesquelles mobilisent dans une mesure quasi identique les modalités de « savoir, nécessité » et moins de connecteurs additifs. Ces trois créatifs s'inscrivent donc plutôt, de manière générale, dans le programme 1.

Dans les nuances inter-entretiens, deux autres se distinguent (2/18). Leur forte détermination de la référence et l'usage du conditionnel, mis en perspective avec leurs positions féministes affirmées opposent ainsi, des opinions et assertions très marquées sur les violences, alternées des perspectives de changements (ouvertures).

2. Les « femmes, les gens et les hommes » trois premiers objets discutés et relatifs aux individus

2.1 Femmes, gens et hommes : trois références principales au cœur de tous les discours des créatifs

Les trois premiers univers de références (UDR1 et UDR2) des discours des créatifs, *i.e.* qui structurent et attestent de l'importance dans leur discours, sont les femmes, les hommes et les gens. Ce trio, cumulé, représente 2743 occurrences et près de 20% des UDR2 discutés. Les UDR2 sont plus finement classés que les UDR1.

UDR2	Nombre d'URD2 - Tous les entretiens - Total 14182	Proposition relative	Majorité acté
Femme	1174	8,2%	74%
Gens	847	6,0%	69%
Homme	722	5,1%	78%
Agressivité	464	3,3%	82%
Temps	329	2,3%	83%
Discours	290	2,0%	81%
Prostitution	280	2,0%	84%
Pensée	258	1,8%	66%
Sexualité	217	1,5%	87%

Tableau 3 : Principaux UDR2 et leurs poids relatifs sur l'ensemble des UDR2

Les classifications des UDR1 sont en Annexe Q et celles des UDR2 (sur l'analyse globale et par entretien) en Annexe R. L'Annexe O illustre les scénarios construits.

L'univers de référence « **femme** » est le premier UDR1 et UDR2 sur l'analyse globale. Il est même le premier ou second UDR1 discuté dans 13/18 entretiens et parmi les quinze premiers dans 17/18 entretiens. Avec un degré de granularité satisfaisant, il recense 1174

lemmes (UDR2 depuis SC2) et 8,3% des UDR2, tels que : femme(s) (633) ; fille(s) (171) ; meuf(s) (81) ; nana(s) (54), ... Les « femmes » sont majoritairement actées (74%), *i.e.* placées après le verbe, donc peu sujet de la proposition. Si l'on s'intéresse à la plus petite unité d'analyse offerte par le logiciel Tropes, les substantifs, le lemme « femme » arrive toujours en première position (hors lemme « chose »).

L'univers de référence « **gens** » est le second UD1 et UDR2 sur l'analyse globale. Il est le premier ou second UDR1 discuté dans 8/18 entretiens et parmi les quinze premiers dans 18/18 entretiens. Il recense 847 lemmes (UDR2 depuis SC2) et 6% des UDR2, tels que : gens (461), personne(s) (202) ; tout le monde (101) ; personnage(s) (32) ; quelqu'un (31), ... Eux aussi sont majoritairement actés (69%).

L'univers de référence « **homme** » est le troisième UDR1 et UDR2 sur l'analyse globale. Il est le premier ou second UDR1 dans 4/18 entretiens et dans les quinze premiers dans 16/18 entretiens. Il recense 722 lemmes (UDR2 depuis SC2) et 5,1% des UDR2, tels que : homme(s) (445) ; mec(s) (240) ; gars (24), ... Les hommes sont plus que les femmes et les gens, actés (78%).

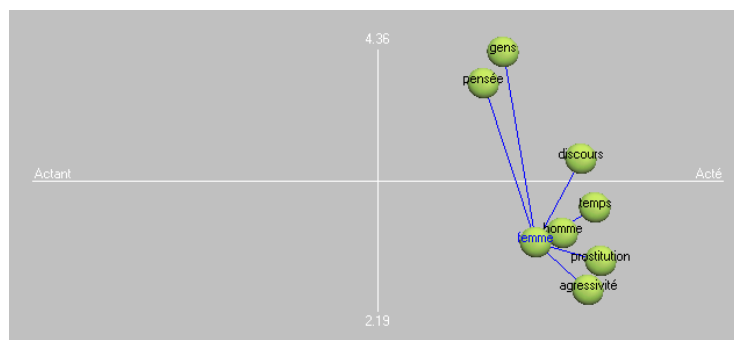
Ainsi, les femmes, les gens et les hommes dominent largement le discours. Nous verrons que d'autres UDR1 et UDR2 sont également très significatifs par leurs occurrences, et donc leur importance dans la construction des univers discursifs des créatifs (la communication et le spectacle, la sexualité et les corps, les cognitions et sentiments, le droit, les agressions, les comportements et le politique). Cependant, nous notons d'ores et déjà que les « femmes » dominent le discours : elles sont au centre de tous les discours et des sujets discutés.

2.2 Les « femmes » dans les discours des créatifs

2.2.1 Les femmes, au cœur des discours et des relations, pivot central des discours des créatifs et souvent en relation avec « homme »

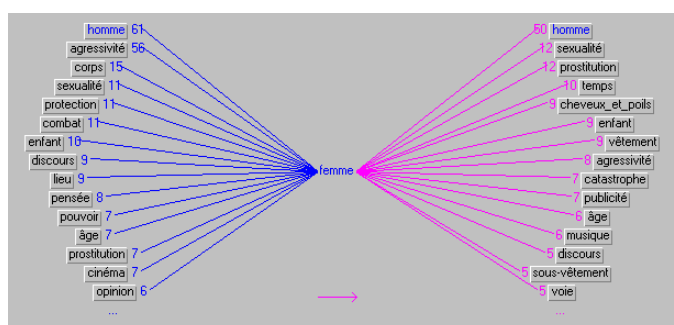
Les femmes, au cœur des discours par leurs occurrences, le sont aussi par leurs cooccurrences. Il s'agit ici d'une analyse globale, tout entretien confondu. Le graphe des acteurs ci-dessous présente la concentration des relations entre acteurs. Tous les principaux UDR2 sont actés (axe horizontal), ils arrivent après le verbe et en théorie sont l'objet, subissent l'action. Quant à l'axe vertical, il indique « la concentration de relations pour chaque référence affichée²¹⁶ (forte en haut du graphe, et faible en bas).

²¹⁶ « La concentration de relation est calculée en divisant, pour chaque référence, le nombre total de relations par le nombre de relations différentes. » Explication sur le logiciel Tropes.



Graphes des acteurs 1 : Principaux UDR2, dont « femme » et « homme » représentés à travers la « concentration de relations entre les principaux acteurs [permettant] une comparaison visuelle du poids des relations entre les principales références²¹⁷ »

Ainsi, l'UDR2 « femme », principalement acté, à l'instar des autres UDR2 présents (axe horizontal), entretient de nombreuses relations avec les autres UDR2, de manière non concentrée (axe vertical). « Femme » apparaît dans 23 relations différentes, quand « homme » n'apparaît que dans 7 relations²¹⁸. En somme, « femme » est fortement co-occurent avec de nombreux autres UDR2 : femme est un univers central, dont il est discuté dans les autres sujets discutés par les créatifs.



Graphes étoilé 1 : autour de l'UDR2 « femme »

Ainsi, lorsque les femmes (UDR2) sont mobilisées dans le discours, elles le sont en relation principalement²¹⁹ avec « homme » (113 relations). Ces relations sont peu surprenantes considérant notre grille d'entretien, l'objet des dispositifs de DDG et le processus de DDG par lesquels sont remises en question ces relations genrées humaines. Ces relations sont présentes dans 16/18 entretiens. Le seuil minimum de ces relations par entretien est de 2 et le maximum de 13.

Deux entretiens (2/18) font exception : les créatifs mobilisent dans leurs discours d'autres relations significatives, telles que « agressivité-voie » (10) pour le harcèlement de rue ; « gens-prostitution » (22) pour les personnes prostituées et « agressivité-femme » (10) pour les violences faites aux femmes. Par ailleurs, l'UDR2 se trouve peu dans leur discours : l'une mobilise des lemmes souvent non genrés (les gens), l'autre parle des

²¹⁷ Explication sur le logiciel Tropes.

²¹⁸ Nous n'avons retenu, pour simplifier l'analyse, que les 30 premières relations les plus significatives.

²¹⁹ Le tableau des principales relations est en Annexe S (co-occurrences des UDR2 analyse globale) et en Annexe T pour les premières relations (co-occurrences) des UDR2 analyse par entretien

clients (de la prostitution), expliquant la faible fréquence de l'UDR2 homme dans leurs discours.

2.2.2 Les femmes en relation avec « agressivité » dans « violences faites aux femmes » : les discours portant plus sur les violences que sur la lutte

La seconde relation de « femme » dans le discours est avec « agressivité » (64), regroupant en majorité les lemmes « violences faites aux femmes ». Reste donc ici une expression de l'objet général (diversité des violences) mais déterminé (par « les »). Lorsqu'il s'agit des victimes de ces violences, elles-aussi déterminées par le lemme « victimes » (et non le lemme « femme ») la relation est alors « catastrophe-femme » (18). Il est complexe, considérant la mise en mot des actés des violences (souvent femme) d'en donner l'ampleur avec le système des relations.

La fréquence de la relation « agressivité-femme » est ici aussi, comme pour « homme-femme », peu surprenante concernant l'objet des dispositifs du DDG -le sexisme et les violences envers les femmes. Cette relation est présente de manière significative dans dix entretiens (10/18). Il ne s'agit pas de considérer de fait que huit entretiens ne parlent pas des violences envers les femmes.

Dans ces autres entretiens, la première relation porte sur : les relations « femmes-hommes » ; le harcèlement de rue, avec la relation « agressivité-voie » (elle est aussi la 4^e relation la plus discutée sur l'ensemble des entretiens) ; sur les « hommes-crocodiliens » (en référence aux hommes illustrés en crocodiles) ;

Ainsi, pour l'ensemble des créatifs, pris individuellement, la question des violences faites aux femmes est centrale, qu'elle soit exprimée en ce terme-expression, ou qu'elles le soient sur le versant d'une violence particulière, le harcèlement de rue, les relations asymétriques femmes-hommes, le comportement prédateur des hommes, la recherche d'une cause de ces violences ou encore le sexisme des Présidents de la 5^e République Française.

Autre remarque importante sur la hiérarchie de ces relations : si les violences faites aux femmes est la seconde relation (agressivité-femme (64)) la plus abordée, celle de la lutte contre celles-ci l'est finalement beaucoup moins. En effet, les deux relations « combat-agressivité » (18) et « combat-femme » (11), correspondant en majorité à « lutte contre les violences faites aux femmes » est beaucoup moins abordée, alors qu'elle est à la fois la question introductive posée dans la grille d'entretien et l'objet des dispositifs. Cette flagrante différence illustre selon nous, au-delà de ce que nous révèlent les indicateurs langagiers sur l'implication des sujets dans leur discours, que ce qui anime les discours sont le sexisme et les violences. Si la question posée demande ce qu'est la lutte contre les violences faites aux femmes, et que les réponses se concentrent sur les violences elles-mêmes, alors, selon nous, la lutte arrive après le constat des violences.

La lutte n'est pas secondaire aux violences, mais les violences sont premières : l'objet de la lutte domine celle-ci, les créatifs ont produit un support non pas pour une cause,

mais pour *cette* cause. Les violences faites aux femmes sont plus caractérisées que la lutte, parce qu'elles sont centrales, réfléchies, qu'elles animent la création. La lutte contre ces violences aurait pu être développée, critiquée, expliquée, comparée, narré, décryptée. A la place, ce sont les violences qui sont au cœur du discours.

2.2.3 Les femmes en relation avec « corps », « sexualité » et « enfants »

Enfin, l'UDR2 « femme » est aussi en relation avec « corps » (19), « sexualité » (23) et « enfants » (19).

La première relation concerne les corps des femmes (8/18), souvent pour en dénoncer l'instrumentalisation. Dans les classes sémantiques (SC3), la question du corps comme lieu de marque du genre et de la violence apparaît aussi (379 occurrences), souvent en lien avec les femmes (25). La seconde parle de la sexualité des femmes (5/18), à travers deux prismes : le plaisir et le désir des femmes, ce dernier étant revendiqué, puisqu'il s'agit d'une critique de l'absence de représentations du désir féminin, des femmes désirantes et de pointer que le désir des femmes ou leur sexualité plus largement ne sont pas considérés.

Enfin, la relation « femme-enfant » (7/18) est hétérogène, et couvre de nombreux aspects : il s'agit des garçons et des filles, de dispositifs les ciblant (contre les violences, le sexisme), mais aussi de l'apprentissage des représentations et des violences genrées, la reproduction du sexisme (« les gamins qui entendent ça », les « appels aux viols dans le rap »). Parfois les lemmes « filles et garçons » sont mobilisés pour expliciter des contextes de tournage ou d'entretien avec des jeunes délinquants en prison, expliquant que « les filles elles aiment ça être pénétrées par tous les trous, la preuve Clara Morgan », ce qui a participé à l'idée du clip « Quand c'est non, c'est non » avec l'ex actrice porno Clara Morgan. Plus rarement, la relation femme-enfant renvoie aux enfants, victimes des violences conjugales et la garde des enfants.

2.3 Les « Gens » dans les discours des créatifs

2.3.1 Les gens, second UDR, central mais concentré autour des questions sur la « prostitution » et de la mise en « discussion » des violences

Les « gens » sont le second UDR discuté dans les entretiens. C'est donc un objet central dans les discours, mais finalement peu co-occurent²²⁰ (33) et de manière concentrée, comme le montre le graphe des acteurs 1 (page 229). Il est donc moins central, du moins transversal, que l'UDR « femme ». On le voit²²¹, il est en relation avec « prostitution » (28) et « discours » (10)²²². La relation est aussi concentrée quant aux entretiens les mobilisant.

²²⁰ Les co-occurrences ne sont évaluées que sur les 30 relations les plus significatives.

²²¹ Annexe S sur les relations (co-occurrences) des UDR2 analyse globale et Annexe T sur les premières relations (co-occurrences) des UDR2 analyse par entretien

²²² Nous comptabilisons, pour être au plus près des chiffres réels, les relations inverses (ex. gens-prostitution, prostitution-gens).

La première relation « gens-prostitution » concerne les « personnes prostituées » et se trouve uniquement dans 3/18 entretiens. Cette relation intéresse peu l'analyse globale puisqu'elle est relativement concentrée sur un entretien. En revanche, cela nous apprend qu'un créatif les a placées au cœur de son discours.

La relation « discours-gens », dans 6/18 entretiens, est assez hétérogène. Il ne s'agit pas, comme on pourrait le supposer, de discours ou pensées des gens sur les violences par exemple, mais de situations d'interactions (commentaires en ligne des gens, formation d'individus sur les violences, mettre en scène des histoires de gens, les débats avec les gens après projection du film (2), réunion avec les gens créatifs en agence (3)).

2.3.2 Qui se cache derrière les « gens, personnes et tout le monde » ?

Bien que diffus dans ses relations, les « gens » reste le second UDR2 et nécessite de le replacer dans ses mobilisations.

A partir des substantifs mobilisés, il est possible d'en tracer des grandes lignes. Les « gens » (461 occurrences du lemme) (18/18) recoupent principalement les *publics*, au sens très large (le public en général) ; le public des créations des créatifs, au sens large et indéfini, et ceux, individuellement, avec qui il y a eu des échanges :

- les publics en général, au sens très large : « dans la pub (...) je trouve qu'on a tendance vraiment un peu à prendre les *gens* pour des idiots » ; « dans l'imaginaire des *gens* » ; « il y a plein de gens qui passent devant [une affiche lambda] qui ne la voient pas » ; « on peut faire bouger les *gens* »

- au sens de publics de la création, précisément d'individus : « dans les commentaires, il y avait des gens qui étaient hyper violents » ; « et puis tu vois comment les *gens* réagissent en face » ; « les *gens* sortaient, ils étaient choqués par l'affiche » ; « les *gens* me disaient, mais ce n'est pas possible »

- Les publics de la création, envisagés de manière très large : « là on aurait perdu les *gens* » ; « tu touches les gens, tu touches un peu le cœur des *gens* » ; « pour que les *gens* comprennent ça » ; « les *gens*, les clients » ; « emmener les gens » ; « rentrer en contact avec les *gens* » ; « après les *gens* s'y engouffrent ou pas » ; « à partir du moment où la situation est dénoncée, les *gens* se reconnaissent » ; « les *gens* vont télécharger l'appli et se faire piéger »

Dans une moindre mesure, ces *gens* peuvent aussi être ces *Autres* qui ne pensent pas comme soi « les *gens* qui sont à Paris (...) ça les fait marrer » ; « ces *gens-là* je ne comprends pas leur logique » ou les gens autour de soi, ayant plus ou moins la même position « enfin des *gens* qu'on côtoie, restent quand même, bon même là c'est un peu inégal » ; « les *gens* vont entendre un truc en soirée (...) ils s'en foutent [mais] s'ils regardent la télé (...) » ou ceux se ralliant à la position des créatifs « du fait que l'on a été censuré, des *gens*, qui n'étaient pas forcément fans du clip (...) se sont mis... » ; « et la plupart des *gens* étaient plutôt contre cette censure ».

Plus rarement, mais toujours fréquent, ces *gens* sont aussi celles et ceux ayant participé à la création : « après il y a des *gens* très forts, qui arrivent à te parler de sujet très durs et très lourds et très importants au premier degré » ; « les *gens* de l'équipe » ; « on a trouvé des *gens* pour faire le clip » ou les partenaires « il y avait plein de *gens*, et des associations hyper respectables » ; ou des *gens* agissant dans la lutte : « que les victimes puissent découvrir un numéro d'appel et des *gens* compétents » ; « les *gens* [personnages] bougent tout le temps »

Si l'on prend le second lemme de l'UDR « gens », il s'agit de « personne » (202) (15/18). On retrouve ici aussi le public, plutôt au sens individuel, parfois relativisé « certaines *personnes* » ou généralisant « quelle que soit la *personne* », les autres créatifs impliqués « il y a eu beaucoup de *personnes* mobilisées », y compris les comédien-ne-s ou agissant dans la lutte « une *personne* de l'asso » ; « *personnes* qui militent »

On trouve ici une nouvelle déclinaison de l'usage du mot, la *personne* au sens de celle qui agresse « se sentir dépréciée par la personne avec qui tu es », est client de la prostitution « les *personnes* qui appelaient » ou homme disposant de privilège « la *personne* privilégiée par, par excellence ». Ces personnes sont celles victimes de violence : on l'a vu avec les personnes prostituées (lié aussi à femme-prostitution, personne-prostituée) ou, plus ambigu, les « *personnes* handicapées » (1/18) lesquelles questionnent le droit à la sexualité et la prostitution. Les personnes sont aussi celles victimes qui racontent les histoires retranscrites, celles depuis lequel le point de vue est illustrées « le point de vue de la *personne* qui témoigne ».

Le lemme « tout_le_monde » (101) (17/18) recoupe les catégories plus haut. Mais plus précisément, il s'agit d'un public-cible généralisant : « l'agence a choisi le modèle [de prostitution dans le clip] qui parlait le plus à *tout le monde* » ; « j'emmenais encore plus *tout le monde* » ; « on s'adresse à *tout le monde* » ; « *tout le monde* le sait maintenant ». *Tout_le_monde*, c'est aussi une pensée généralisante ou d'opposition : « *tout le monde* est d'accord / pas d'accord » ; « des problèmes d'inégalité, que *tout le monde* oublie au quotidien » ; « *tout le monde* a son avis dessus » ou un mouvement de cette pensée « *tout le monde* s'est mis à parler de harcèlement de rue » ; « *tout le monde* crie à la vulgarité » ; « *tout le monde* est conscient, mais » ; « *tout le monde* me disait ça n'arrive qu'à toi, tu dois être un peu responsable ». Enfin, dans une moindre mesure, il s'agit de *tout_le_monde* dans la création : « *tout le monde* était bénévole » ; « on a mis *tout le monde* à contribution » ; « *tout le monde* travaille gratuitement » ; « *tout le monde* est ensemble. Ça se mélange, il n'y a plus de genre »

Rarement, il s'agit d'un *tout_le_monde* et de l'accès : « imagine, *tout le monde* qui peut voir ça, si c'est une meuf qui viole un mec » ; « [exposer son clip sur internet *versus* une pièce au théâtre] internet, c'est complètement différent, c'est ouvert à *tout le monde*, donc c'est un peu l'épreuve » ; « donner l'accessibilité à la culture à *tout le monde* »

Enfin, le lemme « personnage » (11/18) reprend bien, comme il l'indique, les individus qui jouent dans les dispositifs des créatifs, mais aussi ceux, en général, dans les médias et la culture.

2.4 Les « hommes » dans les discours des créatifs

2.4.1 Les hommes, troisième UDR, central et transversal et une fausse invisibilité dans certains entretiens

Les hommes, nous l'avons vu, sont un UDR central (18/18), représentant 5,1% des UDR2 et faisant partie du trio de tête avec « femme » et « gens ». Il apparaît en tête des entretiens : il est le premier ou second UDR1 dans 4/18 entretiens et dans les quinze premiers dans 16/18 entretiens.

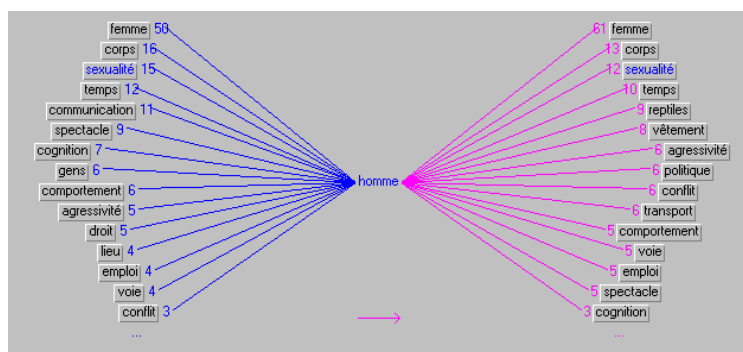
Contrairement à la majorité des entretiens qui place l'UDR1 « homme » en tête, des entretiens les font apparaître en fin du top 15 des UDR1 voire certains les en excluent. Dans ces entretiens où ils apparaissent moins (sous les lemmes hommes, mec, gars), les hommes sont pourtant présents, simplement substitués à d'autres lemmes.

Dans ces cas où les « hommes » sont substitués à d'autres lemmes, il s'agit : « des hommes politiques » ; des « gens » (un·e créatifs a particulièrement *dégenré* son discours) ; des « clients » (dans des entretiens traitant de la prostitution).

Ainsi, les hommes sont centraux dans tous les discours. S'ils apparaissent moins dans les quelques entretiens, cela relève d'une fausse invisibilité, puisqu'ils sont substitués à d'autres lemmes.

2.4.2 Les hommes, au cœur du discours et liés aux femmes, mais aussi du corps et de la sexualité

Les hommes sont en majorité actés, et apparaissent dans 7 relations de co-occurrences (parmi les 30 les plus significatives) et en majorité avec « femme » (113). Voir pour ces liens le point 2.2.1, page 228. C'est en changeant d'échelle (UDR2 à UDR1) que l'on aperçoit d'autres relations significatives, telles qu'avec « corps » (29) et « sexualité » (27).



Graphique étoilé 2 : autour de l'UDR1 « homme »

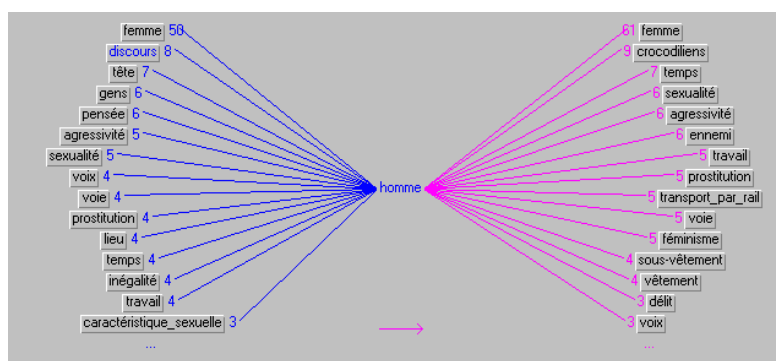
La relation « corps-homme » (11/18) explicite principalement la représentation des hommes et de leurs corps comme dans « figures de *mecs* » ou des parties de leurs corps

comme dans « le visage du *gars* ». Nous trouvons aussi un lien entre corps et hommes (16 relations) plus précisément dans les classes sémantiques (CS3) comme marqueur dans les dispositifs.

La relation « homme-sexualité » (10/18) concentre principalement des questions liées au désir, et aux représentations asymétriques entre celui des hommes et des femmes, mais aussi en lien avec la prostitution. C'est aussi, en lien avec le corps, les représentations de la sexualité et de la sexuation, les questions posées à la virilité et à l'homosexualité.

2.4.3 Les hommes, parfois en lien avec « crocodilien », « discours » et « agressivité »

A un niveau de granularité plus fin (voir aussi Annexe S) homme est en relation dans des entretiens uniques avec d'autres UDR2.



Graphique étoilé 3 : autour de l'UDR2 « homme ».

« Homme » est en relation avec « crocodile » (8) (2/17) : les créatifs utilisent le crocodile pour illustrer les hommes (BD de Thomas Mathieu et reprise dans l'affiche détournée de la RATP par Sophie Barel). L'homme lié au crocodile apparaît, sémantiquement, comme marqueur dans un autre entretien, qui fait référence à la BD de Thomas Mathieu. La classe sémantique « marqueurs dans les dispositifs » (SC3) fait apparaître 43 occurrences de « crocodile »

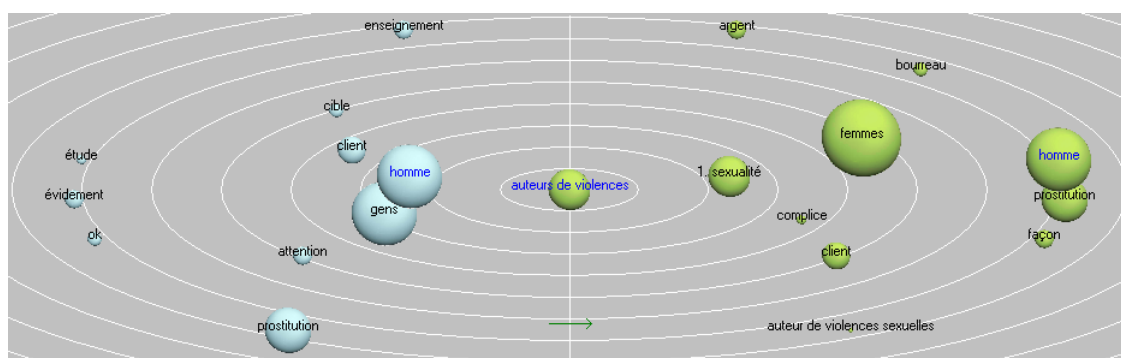
« Homme » apparaît aussi avec « discours » (9) dans 4 entretiens (4/18). Enfin, « homme » apparaît en relation avec « agressivité » (11). Et à chaque relation, un contexte précis, qui rend difficile d'en dessiner les contours : « un *mec* en slip, ça dégage cette *violence-là* », *i.e.* inversée, la situation initiale d'une femme en culotte apparaît différemment ; « les *hommes* ne sont pas tous des salauds [ni] des *violeurs* » ; « les *hommes* sont 90% des *agresseurs* dans les violences faites aux femmes » ; « l'objectif de base, vraiment, sensibiliser les *hommes* » ; « il existe des groupes sociaux constitués aujourd'hui d'*hommes* ou de femmes avec des privilèges » ; « si on veut parler des *violences* que nous font les *mecs*, on n'a pas besoin de *mecs* » (sur l'utilité de la non-mixité) ; (lors d'un brief annonceur) « on leur a expliqué que le *harcèlement de rue* ce n'était pas juste des *mecs* de banlieue ».

2.4.4 Visibilisation des hommes et des auteurs de violences dans les discours des créatifs et renversement du regard sur les hommes et ceux violents

C'est une question centrale de notre recherche, où sont les auteurs de violence ? Ils sont présents, mobilisés dans les discours des créatifs.

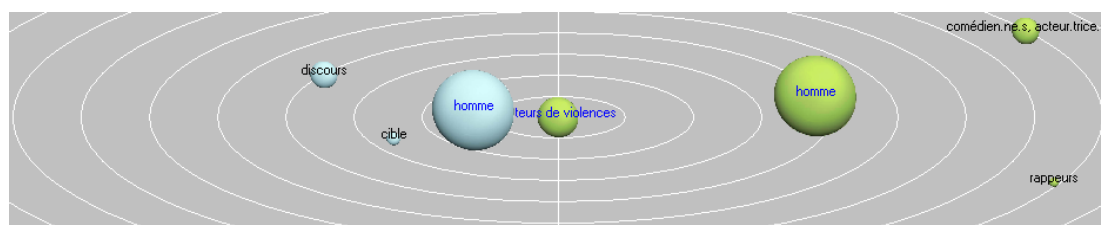
Nous envisageons ici les auteurs de violences, depuis le scénario 3, *i.e.* dans une approche de construction compréhensive des classifications sémantiques. La première classe porte sur « les/la violence(s) faite(s) aux femmes » (13,27% des classes sémantiques). Les « auteurs de violence » sont classés dans cette première classe sémantico-thématique, ils y représentent 13,36% de cette classe (301 occurrences) (12/18²²³). Précisément, ce sont les « clients » (118), les « agresseurs » (40), les « harceleurs » (15) ; les « violeurs » (12) et les « maris » (10) qui sont mentionnés. Cette catégorie n'inclut pas « homme » bien que ce lemme soit parfois utilisé pour qualifier les auteurs de violence.

Les « auteurs de violence » sont en relation avec « homme, gens et client » (en amont) quand les actées sont les femmes mais surtout la sexualité. La prostitution apparaît de part et d'autre comme lieu d'expression des auteurs de violence.



Graphique par aire 1 : autour de la sous-classe « auteurs de violence » du scénario 3.

Si l'on extrait de l'analyse les entretiens où les violences faites aux femmes sont celles de la prostitution²²⁴ (et donc le lemme client), les relations avec « homme » sont encore davantage marquées.

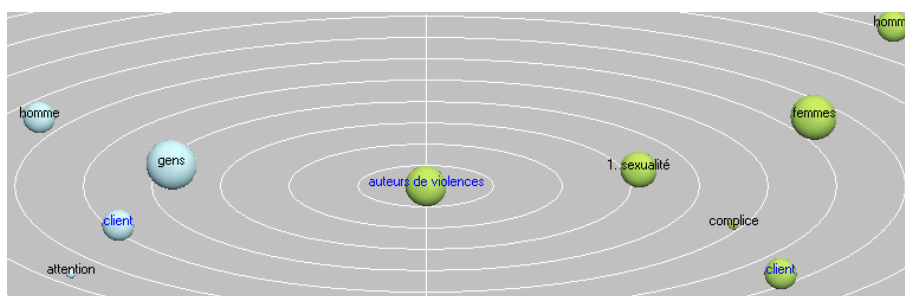


Graphique par aire 2 : autour de la sous-classe « auteurs de violence » du scénario 3, exclusion des entretiens relatifs à la prostitution.

²²³ L'exclusion de certains entretiens tient pour certains à un problème de terminologie du classement.

²²⁴ Nous avons soustrait à l'analyse les entretiens 1, 13, 16, 17, 18 dont les dispositifs créés mobilisant le DDG visent la prostitution dans une perspective abolitionniste.

A l'inverse, si l'on ne retient que les entretiens dont la violence dénoncée par les dispositifs créés porte sur la prostitution, les « hommes » (presque) disparaissent, se substituant aux auteurs de violence, lesquels sont tous des hommes.



Graphique par aire 3 : autour de la sous-classe « auteurs de violence » du scénario 3, n'incluant que les entretiens relatifs à la prostitution.

Par ailleurs, les « hommes » sont thématiques dans le deuxième grand thème de l'analyse thématique, « les violences et la lutte ». Ils représentent 8,5% de ce thème et 1,35% de l'ensemble des thèmes. Ici, il ne s'agit pas de poser une contre-productive assimilation entre les hommes et les auteurs de violence. Les points discutés portant sur les hommes relèvent leur « suprématie, les privilèges des hommes, la non condamnation des auteurs, le manque d'empathie ou de compréhension » des hommes (7/18). Les créatifs expriment ici aussi que « les hommes n'ont pas conscience du sexisme et de la violence » (5/18). Est pointé aussi le fait qu'ils tiennent des positions « ambivalentes » (0,83%) (3/18). Nous jugeons ici le renversement de point de vue qui est posé : ce qui est exprimé ici est le positionnement des hommes, et parfois des auteurs de violence, par rapport aux violences, au sexisme et de pointer aussi leurs privilèges. Il n'est finalement plus question de partir d'un point de vue masculin, mais de les envisager en décalage : ils sont ceux qui bénéficient d'une position *particulière*, et qui sont *déviants*, au sens où ils n'ont pas conscience de..., des auteurs sont coupables *mais* non condamnés, ils sont *à part* car disposant de privilèges qu'il devient nécessaire de remettre en question.

En résumé, dans cette partie 2, nous retenons principalement que **trois grands univers sémantiques dominant le discours : les femmes, les gens et les hommes**, c'est-à-dire que les préoccupations premières des créatifs dans leurs discours - les objets qu'ils choisissent de mettre en scène, sont ces groupes d'individus. En tête, les femmes, qui sont au cœur des discours et infusent le plus dans les sujets abordés. Très souvent, lorsque les femmes sont abordées, les hommes et les violences le sont aussi. D'ailleurs, bien que nous ayons l'occasion de développer ce point plus loin, la question des violences faites aux femmes supplante celle de la lutte contre celles-ci. Ensuite, nous retenons que les « gens » sont difficilement abordables par l'analyse : peu co-occurents et de manière concentrée, c'est davantage en les envisageant en lecture²²⁵ que l'on y trouve l'idée de publics, l'idée des *Autres*, de celles et ceux qui ont participé à la création, mais aussi

²²⁵ Lecture flottante assistée du logiciel Tropes qui permet le repérage des occurrences en contexte

d'hommes violent ou de victime, ou encore d'une pensée généralisante ou d'opposition ou des personnages dans la création.

Enfin, les hommes, envisagés dans la dialectique avec femmes (plus que l'inverse, car ils sont moins occurrents et dans des relations concentrées avec elles) sont bien inscrits dans les discours des créatifs. Ils apparaissent non seulement dans les dispositifs, mais aussi dans les discours. Il en est effectivement question, ils ne sont pas invisibles et il n'est pas question uniquement des femmes. Et même lorsqu'ils sont absents (en tant que lemme, UDR), ils se retrouvent facilement à travers d'autres catégories : politique, commerce et gens. Les créatifs en parlent aussi en relation avec leur corps et la sexualité, plus marginalement (quelques rares entretiens) avec les crocodiles ou le discours (en lien avec trois dispositifs et dans trois entretiens) ou encore avec l'agressivité (les violences). Mais c'est au détour d'une analyse plus fine que les hommes, qualifiés parfois par ce lemme (ou celui de mec, gars) comme homme violent, sont aussi pointés par la catégorie « auteurs de violences », significative dans l'ensemble de l'analyse.

3. Les violences faites aux femmes : l'objet de domination dominant les discours

Sur l'analyse globale, les UDR2 « Agressivité » (4^e UDR2) et « prostitution » (7^e UDR2) évoquent les violences faites aux femmes. Ils représentent en cumulé 5,3% des UDR2 (respectivement 3,3% et 2%) et sont les 4^e et 7^e UDR2 sur l'analyse globale. On retrouve « agressivité » dans les UDR2 de 15/18 entretiens et « prostitution » dans 10/18 entretiens²²⁶.

Nous voyons l'importance de ces deux grands objets composant les violences faites aux femmes sur le graphe des acteurs (voir graphe des acteurs 1, page 229) : plus encore que « femme » et « homme », leurs relations sont diffuses avec de nombreux autres UDR. Cumulés, ils sont dans 201 relations (soit plus que la relation « femme-homme »). La relation « agressivité-femme » (56) déjà documentée, se matérialise par le lemme violences faites aux femmes. La relation « agressivité-voie » (45) porte sur le harcèlement de rue. Les relations « gens-prostitution » (25) et « femme-prostitution » (12) portent sur les personnes/femmes prostituées et « prostitution-agressivité » (9) sur l'assertion la prostitution *est* une violence. La relation « combat-agressivité » (18) porte sur la lutte contre les violences. On retrouve ici la hiérarchie déjà pointée : les violences faites aux femmes supplantent la lutte contre celles-ci dans les discours des créatifs. La relation

²²⁶ Nous ne comptabilisons ici que les entretiens qui évoquent la prostitution en tant que telle (personne prostituée) (8/18) et ceux mobilisant l'injure pute ou putain comme forme de violence (2/18). Parmi les premiers se trouvent des entretiens où la prostitution est longuement développée puisqu'elle est la violence dénoncée dans les dispositifs créés (5/18). D'autres évoquent la prostitution (3/18) sans que la prostitution soit envisagée dans les dispositifs de DDG discutés. Enfin, deux entretiens mentionnent la prostitution par l'injure. Le logiciel détecte d'autres apparitions de lemme catégorisés sous prostitution, alors qu'ils ne sont *que* des mots d'accentuation du propos (5/18), par exemple : « Putain mais qu'est-ce qu'il se passe ? » A en croire le logiciel, 16/18 entretiens parleraient de la prostitution, alors que la mobilisation des lemme est plus complexe et nuancée.

« catastrophe-agressivité » (18) évoque les victimes de violences. La relation « agressivité-enfant » (3/18) évoque les violences faites aux enfants (retentissements de celles faites aux femmes et violences spécifiques visant les enfants).

Plus généralisantes que les UDR2, nous retrouvons « agressivité » et « prostitution » en partie dans les UDR1 : « sexualité » (5^e UDR1 sur l'analyse globale, qui classe maladroitement prostitution parmi ses lemmes²²⁷) ; « droit²²⁸ » (12^e UDR1) ; « Agressivité²²⁹ » (13^e) ; en partie dans « comportement²³⁰ » (14^e) et « politique²³¹ » (15^e). En somme, parmi les 1000 ou 200 classes de mots classées, les violences faites aux femmes apparaissent sous différentes formes (par exemple, des comportements, le sexisme, ...) dans le *top 15* des références les plus discutées.

Enfin, les violences faites aux femmes sont visibilisées progressivement dans les scénarios (Annexe O), alors qu'elles apparaissent de manière diffuse dans les classes significatives « comportements et sentiments et politique et société » (SC0), puis « violences, politique et société » (SC1) pour se structurer dans ce qui devient la première classe sémantico-thématique violence(s) faite(s) aux femmes (SC3).

3.1 Les violences faites aux femmes : dimensions individuelle et collective dans les discours

Sur l'analyse globale, la première classification sémantico-thématique du scénario 3 (SC3) (Annexe O et l'Annexe P) représente 13,27% des classes (2253 occurrences). Les violences faites aux femmes mobilisées dans les discours se traduisent par des sous-classes, telles que : « actes violents » (791) ; « dimension collective des violences » (507) ; « violence » (362) ; « auteurs de violence » (301) ; « violences autres lieux et analogies » (198) et « victimes » (94).

Les deux premiers, « actes violents » et « dimension collective des violences » représentent plus la moitié de la classe (57,61%), et surtout ils illustrent que ces deux

²²⁷ L'UDR1 « **sexualité** » se trouve parmi les 15 premiers UDR1 de 11/18 entretiens. Il inclut des références sur la prostitution, le harcèlement sexuel, la pornographie, comprises ici comme éléments violents. *Cet UDR1 est imparfait : il mélange ici des actes violents avec des principes inverse sur la sexualité, tels que plaisir, sexualité, désir.*

²²⁸ L'UDR1 « **droit** » se trouve parmi les 15 premiers UDR1 de 7/18 entretiens. Il inclut des substantifs tels que « viol (86), bourreaux (24), droit(s) (des femmes) (32), égalité (hommes/femme) (14), violeur(s) (12), crime (12), ... » *Il mélange ici des actes violents avec des principes inverses positifs.*

²²⁹ L'UDR1 « **agressivité** » se trouve parmi les 15 premiers UDR1 dans 11/18 entretiens. Il inclut des substantifs tels que « violence(s) (209), harcèlement (25), agression(s) (23) » Il n'inclut pas « agresseur(s) (35) » comme on pourrait le penser, alors qu'il inclut « agression ».

²³⁰ L'UDR1 « **comportement** » se trouve parmi les 15 premiers UDR1 dans 10/18 entretiens. Il inclut des substantifs tels que « sexisme (28), misogynie (ie) (15), complice (ité) (12), comportement(s) (10), insulte(s) (9), cynisme (9), connard(s) (7), courage (6), soumission (4). »

²³¹ L'UDR1 « **politique** » se trouve parmi les 15 premiers UDR1 dans 6/18 entretiens. Il inclut des substantifs tels que « féministe(isme) (101), représentations (35), politique (24), militant(es) (14), homme(s) politique(s) » (10).

niveaux, individuel et collectif, sont pris en charge dans le discours sur les violences faites aux femmes.

Les « actes violents » (791) se décline avec « prostitution » (337), « viol et agression sexuelle » (139), « harcèlement » (80) et « violences psychologiques, verbales, image et représentationnelle » (68) pour les principales.

La « dimension collective des violences » (507), très fragmentée, porte sur : « société » (69) ; « système » (66), « sexisme » (36) ; « représentation des femmes » (35) ; « inégalité » (34) ; « dimension collective de la prostitution » (24) ; « domination » (22).

3.1.1 Les actes violents dans les discours

3.1.1.1 La prostitution

Les « actes violents (et leurs répétitions » constituant les violences de genre » (791) traite en premier de la « prostitution » (337). Elle est surreprésentée sur l'ensemble des entretiens (analyse globale), considérant que seuls 5/18 entretiens le prennent comme objet dans les dispositifs de DDG contre les violences. De plus, s'il apparaît dans un autre entretien, cela tient soit à ce que le thème intéresse²³² ; soit aux traits de langage (2/18) (utiliser « putain » dans son discours).

La prostitution est une forme de violences faites aux femmes. Dans le scénario 3, « prostitution » comprend des lemmes tels que « prostitution, prostituée, proxénète, forme de prostitution, maquereaux, escortes-girls ».

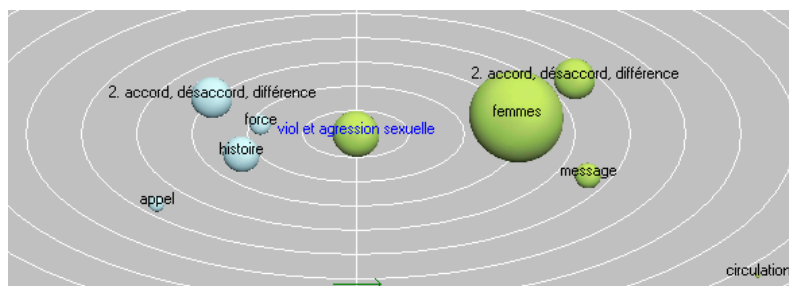
3.1.1.2 Les viols et agression sexuelles

Après la « prostitution » ce sont les « viols et agressions sexuelles » (139) qui suivent dans la hiérarchie des « actes de violence » discutés. Ils occupent la majorité des entretiens (10/18²³³), cette classe est donc plus transversale que prostitution.

En nous intéressant aux 10 entretiens (10/18) où les créatifs parlent de manière significative du « viol et agression sexuelle », nous notons que les femmes sont les actés des viols. Par ailleurs, « force » et « histoire » ont des relations avec l'objet : « si je la force c'est un viol » (CFCV) et les histoires au sens de témoignages. Quant aux relations avec « accords, désaccords et différence », il s'agit ici d'associer, de part et d'autre de ces actes violents la notion de consentement.

²³² La Cie Avant l'Aube (entretien 4) construit un spectacle sur la prostitution où ce sont les hommes les personnes prostituées, sur la période qui entoure l'entretien réalisé. La pièce a en effet vu le jour, que nous sommes allée voir au Festival d'Avignon en 2018 : *Boy's don't Cry*, mis en scène par Maya Ernest

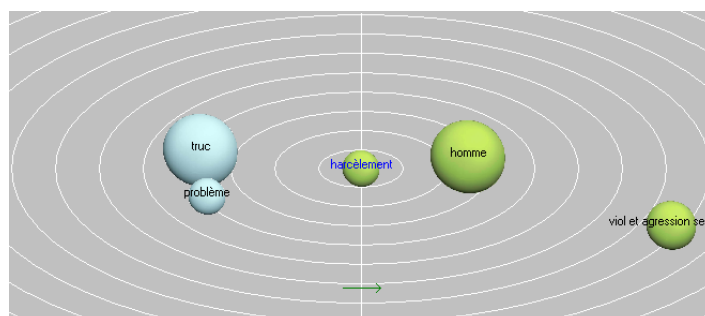
²³³ Après classification et correction en lecture des classifications, 10/18 entretiens développent clairement cette classe.



Graphique par aire 4 : autour de la sous-classe « viol et agression sexuelle » du scénario 3, dans les discours des créatifs mobilisant cette classe (10/18)

3.1.1.3 Le harcèlement

Vient ensuite le « harcèlement » (80) et principalement le harcèlement de rue, qui est lié aux « hommes » comme le montre le graphe suivant, constituant une « violence ». En amont du harcèlement, et pour l'introduire, il s'agit de poser le « problème ». Le harcèlement est transversal aux entretiens (12/18), et deux créatifs en parlent le plus. Leurs dispositifs créés autour du DDG portent sur cette thématique de violence.



Graphique par aire 5 : autour de la sous-classe « harcèlement » du scénario 3.

3.1.1.4 Les violences psychologiques, verbales, de représentations, physiques et conjugales

Enfin, les « violences psychologiques, verbales, image et représentationnelle » (68) se retrouvent dans la majorité des entretiens (12/18).

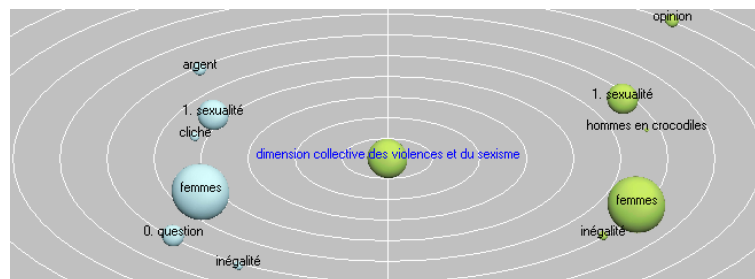
Les dernières formes des « actes violents » se retrouvent également dans la « violence physique » (36) (10/18) et « les violences conjugales » (35) (8/18). Plus rarement, il est discuté de « l'objétisation des femmes, muses, objet (et non sujet) de désir » (37) (5/18) et dans une moindre mesure, de la « pornographie » (35) et des « menaces et sentiments d'insécurité » (24).

3.1.2 La dimension collective des violences dans les discours : inégalités, sexisme et misogynie, représentation, patriarcat et privilèges

La seconde sous-catégorie des « violence(s) faite(s) aux femme(s) » (2253) (18/18) porte sur la « dimension collective des violences » (507). Parce qu'elle est très

fragmentée²³⁴, mais aussi cohérente quant aux positionnements des créatifs, nous la considérons en tant que grande catégorie, et non à travers ses sous-classes. Il s'agit ici de présenter un tableau où tous les créatifs, dans leur discours, évoquent un point particulier ou général du système de sexisme ou de violences (18/18). Chacun·e envisage cette dimension collective, par le prisme des préoccupations des dispositifs de DDG ou des thèmes qui les animent par ailleurs, souvent professionnels. Il s'agirait presque de faire « du cas par cas » pour cette catégorie riche et hétérogène, qui traverse de nombreuses préoccupations féministes contemporaines, d'opposition au sexisme et à aux violences, construites depuis ce système. Pour ce qui est envisagé comme dimension collective :

Inégalité, patriarcat, privilèges, domination, traite, déterminisme, mentalités, représentations, système, responsabilité, sexisme, sexisme ordinaire, dans la publicité, place des femmes dans les médias, la culture, pressions, patriarcat, représentations, domination masculine, surveillance, oppression, misogynie, pouvoir, politique, culture du viol, asservissement.



Graphique par aire 6 : autour de la sous-classe « dimension collective des violences et du sexisme » du scénario 3.

3.2 Importance des violences et analogies

Regroupés, les lemmes « violences, violences faites aux femmes et agression » (362 occurrences) (18/18) représentent un cinquième (16,07%) de la première classe sémantique des « violence(s) faites aux femmes ». Sur l'analyse globale, et sans grande surprise, elle a pour acté les femmes. Par ailleurs, la classe « victime de violences » (94 occurrences) est elle aussi significative.

Ici, une autre sous-classe est intéressante : « les violences : autres lieux de violences et/ou analogie » (198 occurrences) (16/18). Les plus discutées sont celles liées au « capitalisme et classe sociale », dans une perspective critique de ses conséquences, mais aussi les « enfants » (décrier ces violences), le « VIH » (comme autre combat), le « racisme », « l'inceste » et « l'homophobie » comme autres lieux de violences.

Certaines de ces analogies, nous les retrouvons également dans l'analyse thématique : dans le second grand thème sur « les violences faites aux femmes et la lutte », avec le sous-

²³⁴ Pour les sous-classes principales la composant : « société » (69) ; « système » (66), « sexisme » (36) ; « représentation des femmes » (35) ; « inégalité » (34) ; « dimension collective de la prostitution » (24) ; « domination » (22)

thème « la violence envers les enfants, la violence et le capitalisme » (4,17% du thème) (6/18).

3.3 Large étendue et non hiérarchisation des violences entre elles

Notre analyse thématique permet d'aborder sous un angle non plus sémantique, mais thématique, les violences faites aux femmes telles qu'elles sont envisagées par les créatifs. Ainsi, les « violences faites aux femmes et la lutte » (15,89%) (18/18) constituent le second grand thème de notre analyse. Il arrive après celui de « du processus créatif et transformations opérées » (33,02%). A l'instar de l'analyse sémantique, les violences, mais aussi la lutte, tiennent une place importante dans l'analyse thématique. Nos analyses thématiques sont disponibles en Annexe U (version résumée) et Annexe V (complète).

Le premier sous-thème est celui de « ce que *sont* les violences et le sexisme » (66,67% du thème). Il repose majoritairement sur « l'étendue des violences (42,33% du sous-thème, 6,73% sur l'ensemble).

Cette étendue, c'est celle des « nombreuses formes de violences », lesquelles ne sont pas hiérarchisées entre elles (7,83% du sous-thème) (9/18). Son versant hiérarchisant est mineur (0,50%) (2/18).

Il s'agit ensuite de « l'apprentissage et du conditionnement des femmes, des injonctions explicites et implicites et de l'intériorisation du sexisme, de la dévalorisation et dépréciation » (6,17%) (8/18) Ensuite, « être l'objet de violence et seule » (5%) (11/18) vient à un niveau personnel mais aussi général.

S'il est question des « difficiles reconnaissance et expression des désirs des femmes » (4,50%) (3/18), c'est le « patriarcat, domination, ... un système partagé, universel, historique » (3,67%) (12/18) qui est plus transversal. Dans cette veine, il y a aussi la « banalité, l'acceptation des violences » (2%) (7/18) ou la « faute sur la victime, le devoir conjugal, ... » (2,33%) (4/18), ou encore « les représentations des femmes et leur corps posant problème » (2,17%) (7/18) ; « le sexisme en politique » (1,83%) (3/18) et la « forte sexualité des personnages » (0,67%) (4/18).

Enfin nous notons une opposition de point de vue partielle, l'une exposant que les violences « c'est partout, et de n'importe qui (homme) » (1%) (5/18), quand il peut y avoir un certain « relativisme culturel et d'éducation conduisant à la violence » (0,50%) (2/18).

On voit ici tout l'intérêt du croisement des analyses sémantico-thématique (« actes violents » et « dimension collective des violences ») et de l'analyse thématique (« l'étendue des violences ») sur les violences. La première permet de discriminer les niveaux -individuel et collectif- et de pointer précisément les violences (prostitution, viol et agression sexuelle, harcèlement, ... pour les actes), quand la seconde, plus compréhensive, passe à côté de ces éléments pourtant essentiels, pour éclairer un nouvel angle des violences : celui de la non hiérarchisation, majoritairement de ces violences. De plus, on retrouve des éléments, dans l'analyse thématique, à la fois proches et plus

compréhensifs, plus détaillés de classe que nous avons évoquée. Par exemple, la classe des « violences psychologiques, verbales, image et représentationnelle » peu développée, s'illustre ici avec les sous-thèmes « l'apprentissage et du conditionnement des femmes, des injonctions explicites et implicites et de l'intériorisation du sexisme, de la dévalorisation et dépréciation », « les représentations des femmes et leur corps posant problème » ou encore la « forte sexualité des personnages ». De même, nous avons plus tôt parlé avec la sexualité, des questions liées aux désirs féminins, qui font écho ici au sous-thème des « difficultés reconnaissance et expression des désirs des femmes ».

Au même niveau que « l'étendue des violences », apparaît aussi, dans une moindre mesure, une critique : « la violence des femmes, participation à leur domination » (6% du thème) (6/18) où ces créatifs posent l'idée de « non choix aux femmes et leur participation à leur subordination » mais aussi « la violence sexiste des femmes envers d'autres femmes ».

Enfin, les liens entre « inégalité et violence » (2,33% du thème) (7/18) posent également, dans « ce que sont les violences » un éclairage : pour les créatifs « le sexisme et les inégalités sont une violence » (6/18) et « les inégalités créent de la violence » (4/18).

3.4 La lutte contre les violences : base des violences, constat de l'état du monde et action, en faveur des femmes

La « **lutte contre les violences faites aux femmes** » s'inscrit dans le second grand thème de l'analyse thématique : il en représente 30,67% et 4,87% de l'ensemble (18/18). La lutte est significative, bien que cannibalisée de part et d'autre des analyses par les violences faites aux femmes elles-mêmes. Si ce thème de la lutte n'est pas davantage exploré ici avec l'analyse thématique c'est que d'une part, la lutte se décline à travers les dispositifs de DDG qui le sont largement (voir point 4, page 245) et que d'autre part les violences elles-mêmes illustrent les nombreux lieux de lutte (voir point 3, page 238). De plus, l'analyse sémantico-thématique l'éclaire, comme nous le développons ici.

D'une part, nous l'avons vu, les thèmes et classes qui discutent des violences décriées, non seulement sont plus fréquents que la lutte, mais constituent l'objet de la lutte et l'objet des DDG. Nous retrouvons ce point avec la 11^e classe sémantico-thématique : « constat : état du monde » » (525 occurrences, 3,09% des classes) (18/18). Elle se décline quasi également avec les « cas, situation, environnement, culture, monde et habitude » et les « images, codes et normes, modèle, clichés, cadre, valeurs ». C'est ici aussi un constat du monde relativement aux femmes dont il est question (12 relations).

D'autre part, la lutte est largement envisagée, sémantico-thématiquement : « les actions, choix, changements et capacité d'agir, la lutte, la loi et la justice » est la 6^e classe hiérarchiquement (1328 occurrences, 7,82% des classes) (18/18). Cette grande classe des actions de lutte contre les violences faites aux femmes se compose, dans les discours des créatifs de plusieurs volets : « actions, choix et capacité d'agir » (726), puis de la « lutte » (324) ; du « travail » (151) et de la « loi et justice » (121). Les nombreuses

relations avec « femme » (25) en amont et en aval (actant et acté) illustrent le combat *par* et *pour* les femmes. Nous y trouvons aussi les « hommes » dans les relations (17), les incluant donc dans la question de la lutte contre les violences.



Graphe par aire 7 : autour de la classe « actions, choix, changement et capacité d’agir + lutte + loi et justice » du scénario 3.

Plus dans le détail, la première sous-classe, « actions, choix et capacité d’agir » (726) (18/18) se décline par les « campagnes » (103), donc dans une perspective de prévention (prévention que l’on retrouve en plus avec 23 occurrences), ou des « but, objectif, vocation, ambition, volonté et intention » (76) de s’adresser et d’agir pour elles. C’est aussi de leur « pouvoir » (50) dont il s’agit, soit la capacité d’agir des femmes, renforcée et précisée par la « puissance féminine, énergie et bande de meufs » (20).

Seconde sous-classe, la « lutte » (324) (18/18), est caractérisée par le « féminisme » (101), le « combat » (64) et « l’égalité » (41).

Troisième sous-classe, le « travail » (151) (18/18) est à mi-chemin entre celui décrit pour la création, et d’autres faits mentionnant le travail par ailleurs, en lien, mais parfois non, avec les violences faites aux femmes.

Enfin, quatrième sous classe, celle de « la loi et la justice » (121 occurrences) (14/18) est discutée, principalement par les prismes de la « loi » (35) et de la « justice », liées directement aux violences faites aux femmes.

4. La création, les dispositifs, la communication et l’art

Autres grands thèmes ou champs sémantiques, la création, les dispositifs, la communication, les médias, l’art et la culture sont fortement discutés par les créatifs, invité·e·s à s’exprimer sur leurs créations. Dans les parties suivantes, nous développons ces grands champs discursifs. L’analyse thématique est disponible en Annexe U et Annexe V. L’analyse sémantique est de l’Annexe O à Annexe T.

Dans les parties suivantes, il s’agira donc d’éclairer, depuis les analyses thématique et sémantico-thématique, les processus créatifs et les idées et influences visées, les publics-cibles visés et les traces dans les dispositifs qu’ont mentionnés les créatifs, puis leur perception des différences entre art et communication.

4.1 Processus, idées créatives et influences visées du DDG

Parce que nous avons, en entretien, centré les échanges avec les créatifs sur leurs processus créatifs et intentions, ces éléments apparaissent fortement dans les analyses, mais surtout de manière détaillée.

4.1.1 Le DDG, entre imitations et transformations de *la* réalité des violences.

Premier thème de tous, les « processus créatifs, transformations opérées et intentions effets » (33,02%) (18/18) recense principalement les éléments de transformation et d'imitation mobilisés pour détourner le genre, ainsi que les effets processuels visés et les influences visées, comme résultant de la réception.

Nous nous intéressons ici à *ce qui est fait* au genre, soit ses détournements. Les créatifs expliquent qu'ils et elles :

- font des « reprises » (19,09% du thème) (16/18) : centrée majoritairement sur l'idée de ne pas inventer les histoires narrées dans les dispositifs de DDG, qu'elles sont issues d'histoires vraies, de représentations et de clichés constatés, de propos témoignés. Le degré de correspondance entre le produit créatif et la *réalité* est plus fort encore lorsqu'il est dit « imité, plagié », et que pourtant, elle dépasse parfois la fiction, l'entendement.

- créent avec l'acte de « pointer, montrer et renverser » (14,68% du thème) (17/18), qui reprend deux idées fortes : la visibilisation des hommes violents, leurs comportements, et le renvoi de la responsabilité, de l'anormalité sur eux.

- vont « mettre en suspens, puis choquer » (12,83% du thème) (14/18) par une forme de jeu avec les récepteurs. Il s'agit de jouer sur les attentes, déstabiliser pour surprendre, les « embarquer » ou les piéger. Autre importance, la clarté du message après révélation progressive ou finale.

- « défaire » (6,01% du thème) (14/18) : ce qui relève d'une transformation par déconnexion des associations ou catégorisation de base. En brouillant le genre, en montrant des hommes portant un discours positif, en usant du « décalage », il s'agit de sortir, un peu, du cadre de référence établi, pour ne pas reproduire, dans un sens ou l'autre, ce qui est attendu.

- « réappropriation » (3,45% du thème) (6/18) : tient à ce que soient mélangés les codes, comme pour le fait de défaire, mais cette fois sans chercher à s'en extraire, mais à les conjuguer dans une perspective symbolique nouvelle.

- « projection(s) » (3,21% du thème) (13/18) : parle de point de vue et de monde. La focale est mise pour que la lecture se fasse depuis celle de la victime/de l'agresseur. Quant au monde, il peut être dystopique ou utopique.

- « extrémiser » (2,97% du thème) (8/18) : recense ici les cas où l'extrémisation est une forme de jeu du grand écart, et aussi le style de l'absurde et de la polémique.

Si certains sous-thèmes l'explicitent plus que d'autres (comme celui des « reprises »), les créatifs mettent ici en avant, dans chacune de ces démarches de réécriture du genre, le fait de ne *rien* inventer, mais de reprendre des éléments de *la* réalité sociale. En somme, rien ne sert d'inventer, le monde social fournit la matière première du DDG.

On retrouve ainsi à la fois dans les « tons » ces choix créatifs de reprise de la réalité sociale (voir plus bas) mais aussi dans l'analyse sémantico-thématique. La 4^e classe sémantico-thématique portant sur les « marqueurs dans les dispositifs » (9,26% des classes) fait largement référence aux « marqueurs dans les dispositifs : matériel brut, ancrage dans le réel, réalité » (154 occurrences) (18/18).

Proche de ces transformations et imitations, lesquelles prennent pour base *la(les)* réalité(s) sociale(s), le 10^e thème de notre analyse thématique, portant sur les « tons, esthétisme et degré de finition » (2,28%) (16/18), dessine plusieurs sous-thèmes abondent dans ce sens : le choix de créer un dispositif au ton « sérieux, froid, satire (9,30% du thème) (5/18), « de coller le plus à la réalité (8,14% du thème) (3/18), une « comédie réaliste (5,81% du thème) (1/18). Ces éléments n'empêchent pas la recherche de « faire quelque chose de drôle » (13,95% du thème) (5/18), voire de « doux, intimiste » (5,81% du thème) (2/18) ou de « trempé, racé, piquant » (4,65% du thème) (1/18).

Proches dans l'analyse sur ces transformations, deux classes sémantico-thématiques relèvent des axes structurant la pensée, il s'agit de :

- ce « qui relève de la perturbation » (290 occurrences, 1,71% des classes) (18/18) tente de recouper ce qui peut constituer les transformations du DDG : « Inverser » (54) arrive en premier, suivi de « trouble, perturbation, confusion, décalage, contraste, challenger, mélanger et malaise » (51), « absurde, irréel, dérision, incongru, capillotracté, ridicule, dingue et surréaliste » (49), « piège, otage, tromperie » (39), « blague » (14), « choc et électrochoc » (12), « étonnement et effet de surprise » (12), « deux niveaux de lecture » (11).

- la « subjectivité et point de vue » (481 occurrences, 2,83% des classes) (18/18), où « subjectivité et point de vue, expérience et vécu » (411) prend une place importante, puis « subjectivité et point de vue : orientation politique » (70).

4.1.2 Le DDG, viser à interpeller, faire sentir et révéler les violences

Dans ce même premier thème des « processus créatifs, transformations opérées et intentions effets » (33,02%) (18/18), les intentions relatives aux effets visés sont résumées dans trois grands sous-thèmes. Les créatifs expriment ici les *effets qu'ils visent* à produire sur les publics-cibles :

- « interpeller (contraindre à penser, se poser des questions, prendre conscience, et ne pas être dans l'injonction) » (9,78% du thème) (16/18). Il s'agit ici d'un processus-effet, le DDG incite, voire contraint à réfléchir à ce qui est vu, entendu et ressenti face au message. Il n'y a pas d'injonction à faire ou penser, mais une réflexion induite.

- « faire sentir et ressentir » (9,38% du thème) (17/18). Premier élément, celui de faire éprouver aux hommes les violences et l'identification, une donnée que l'on retrouve non liée mais ciblée aux hommes, avec l'idée que les « hommes se désolidarisent » (0,48% du thème) (3/10). Autrement, faire sentir et ressentir se décline par un trouble, une gêne (mal à l'aise, état émotionnel désagréable). Dans son versant progressif, on retrouve les mêmes émotions négatives suscitées.

- « révéler ce qui semblait normal avant détournement » (9,22% du thème) (16/18). Il fait partie du triptyque des effets visés processuels majeurs : le DDG montre, ou fait la démonstration de la naturalisation. Pas le DDG, c'est-à-dire un donné à voir par une seconde forme la première forme du genre, il révèle, redonne à voir ce qui ne semblait peut-être pas relever de la violence, du sexisme, de l'absurdité, du rapport d'inégalité, ou encore de la culture du viol. Parce qu'une situation, transformée, en appelle une autre, initiale, l'aller-retour entre ces deux mondes donne à revoir la version première sous un nouveau jour.

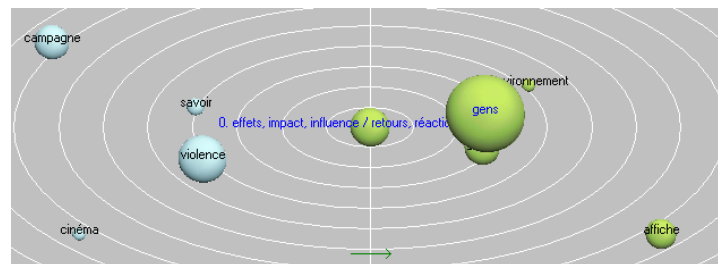
Deux autres intentions sont explicitées, elles sont minoritaires sur l'ensemble des entretiens et moins transversales que les précédentes :

- « la parole » (2,89% du thème) (8/18) est celle des femmes, celle qui, dans les effets visés, est censée émerger, et le débat, qu'est censé susciter le DDG.

- « proposer une alternative, des solutions » (0,80% du thème) (3/10), bien minoritaire, consiste à donner des pistes pour résoudre la problématique des violences faites aux femmes par le DDG.

Ces grands axes, nous le retrouvons dans les classes sémantiques (SC3), à travers celle des « cognitions et émotions / attitudes et comportements » (seconde classe, 1975 occurrences) (18/18). Dans celle-ci, la sous classe « cognition et émotion » (1549) recense plusieurs classes correspondantes en termes d'intentions d'effets visés, notamment celles :

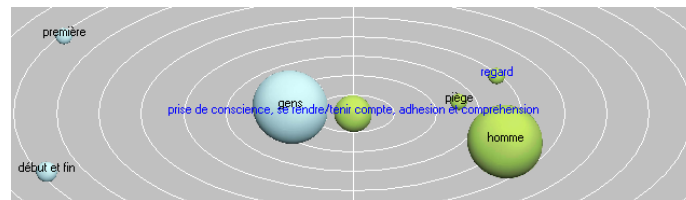
- des « effet, impact, influence et retour » (144), l'illustration de l'idée de prendre la « violence » et données relevant du savoir sur « elle », pour construire un dispositif ayant un effet sur les « gens ».



Graphique par aire 8 : autour de la sous-classe « effet, impact, influence et retour » du scénario 3

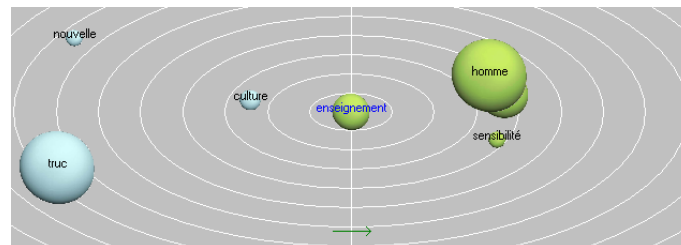
-de la « prise de conscience, se rendre compte » (128), il s'agit ici de l'idée que « les gens » *doivent/devraient/pourraient* prendre conscience, comprendre, « des choses », *i.e.* les violences et le sexisme. Les notions de « piège » dans le dispositif, ou des « hommes »

comme actés de la prise de conscience sont présents. La prise de conscience relève de l'effet visé, du moins de révéler, montrer, par le DDG, puisqu'il apparaît dans tous les entretiens (18/18). Les « gens » comme actant et les hommes comme actés expriment aussi l'idée vue plus haut, que les gens, envisagés comme publics généralisant, *doivent prendre conscience des violences et sexisme des hommes*, actés.



Graphe par aire 9 : autour de la sous-classe « prise de conscience, tenir compte, adhésion et compréhension » du scénario 3.

- ou encore celles posant la question de « enseignement » (72), plutôt liée à la question de l'éducation, et en particulier celles des hommes.



Graphe par aire 10 : autour de la sous-classe « éducation » du scénario 3.

- enfin celles, toujours sur l'idée de la prise de conscience, des leviers tels que « attention » (49) ; « sensibilité, émotion, sentiment » (43) ; « sens » (37) ; « information » (35) ; « appel et interpellation » (31) ; « savoir » (31) ; « effort d'imagination, empathie et identification » (29) ou encore « biais, cheminement, progression et piste » (18) qui sont significatifs.

4.1.3 Idée créative : déclencheur, ressources, impératifs et processus rapide mais itératif et soigné

Alors que notre grille d'entretien incluait des phrases d'explicitation visant à revenir au moment créatif, ce qui ressort davantage dans les discours ce sont les éléments déclencheurs de l'acte créatif, l'organisation des ressources (humaines, financières) dans le projet, et les événements concomitants. Ainsi, le troisième grand thème de notre analyse porte sur « l'origine de l'idée créative, les ressources, et événement concomitants » (12,98%) (18/18) et il recense des éléments intéressants sur le processus créatif et ses conditions de réalisation.

Premier grand sous thème groupé, celui des émotions qui animent les enquêtés lorsqu'ils et elles l'expriment : « être remonté·e·s » (comprendre en colère, agir en réaction à une nouvelle) (6,12% du thème) (8/18) ou « enthousiaste » (5,51% du thème) (5/18) au projet, souvent pour les créatifs qui ont pris le projet en cours.

Concernant l'organisation de la création, dans certains cas, des éléments sont « pris en charge par l'agence » (15,31% du thème) ou par d'autres créatifs déjà sur le projet, et ce projet a pu recevoir des prix de communication. Lorsque les projets sont réalisés par des agences, en *pro bono*²³⁵, il est question d'un « brief général à l'agence sur les violences » (4,08% du thème) (5/10) par les annonceurs. Il est intéressant qu'à ces briefs (ou plus largement) des « impératifs pour les campagnes » sont exprimés : « ne pas faire de campagne où la victime devient coupable, responsable », i.e. où par ex. elle a l'injonction de parler (à sa charge la responsabilité de se sauver, l'injonction à parler, sinon...) ou des campagnes « agresseurs » (3,47% du thème) (3/18) ; de « ne pas stigmatiser de classe sociale ou d'origine » (2,24% du thème) (5/18) (souvent les versants harcèlement et prostitution) puis de « ne pas utiliser de clichés de la prostitution « sexy » ou « pornifiant » » (1,84%) (2/18)

Peu lié aux conditions *pro bono*, mais dans le registre des ressources financières et humaines, le budget de création d'une manière générale est estimé à « 0€ ou presque » (2,65% du thème) (7/18), comprendre ici, pas de moyen financier dédié. Lié à cet état budgétaire, souvent, « les proches sont sollicités pour participer » (7,35% du thème) (7/18) bénévolement ou mettre à disposition leur compétence ou appartement comme lieu de tournage. D'ailleurs, même dans un cadre d'agence de communication ou de production, il est fait l'appel à des « acteurs professionnels, fans ou personnalités connues qui sont bénévoles » (3,88%) (7/18). Souvent, même si le projet va ensuite mobiliser davantage de personnes, il repose sur une « initiative en propre (seul·e ou à plusieurs à l'origine) » (5,71%) (10/18) mais dans un cadre restreint.

Certain·e·s créatifs expriment clairement que « d'autres créations qu'ils et elles ont pu produire les a influencées » (4,69% du thème) (5/18) dans le produit créatif que nous étudions. Il est intéressant de noter que les créatifs ont pu, par ailleurs, réaliser des supports ou participent à des créations dont le ressort est proche du DDG. Dans cette idée d'influences extérieure, du moins de contexte au moment de la création ou d'événements plus large et moins influents, on retrouve « des sources externes citées proches des intentions » (12,65% du thème) (10/18) et « les événements média, politiques concomitants à la création cités » (4,69% du thème) (10/18) par les enquêté·e·s.

Enfin, concernant le processus en cours de création, deux données : « l'idée qu'il est un processus, le DDG, qui est rapide, simple, s'écrit sur un bout de table » (6,53% du thème) (8/18) mais, pour la plupart, a nécessité des « ajustements et des émergences en cours au fur et à mesure » (11,22% du thème) (14/18). Ces soucis du détail, nous les trouvons aussi dans les « tons, esthétique et degré de finition » des créations (10^e thème) où l'intention dans l'acte créatif est « d'être vigilant·e, avoir le souci du détail, un travail préparé en

²³⁵ *Pro bono*, de l'expression latine *pro bono publico* : pour l'intérêt ou le bien public. En ce qui nous intéresse ici, une agence de communication crée une (ou plusieurs) campagne(s) de communication pour une association, gratuitement. Il s'agit de mettre leurs compétences à profit pour des organisations associatives de lutte contre les violences faites aux femmes (par exemple, le Collectif Féministe Contre le Viol ou Stop Harcèlement De Rue).

amont et soigné » (26,74% du thème) (7/18) ou encore de « faire quelque chose d'esthétique » (20,93% du thème) (8/18). Ces derniers s'opposant à ce que d'autres créatifs déclarent : « faire quelque chose de péra', à l'arrache, grossier » (4,65% du thème) (2/18).

4.1.4 Des actions « plus fortes » que le DDG

Dans les sources d'inspiration à la création de dispositif mobilisant le DDG, nous l'avons vu, se situent notamment « d'autres créations qu'ils et elles ont pu produire et les a influencées » (4,69% du thème) (5/18). Nous notons alors l'intérêt de relever que les créatifs ont pu, par ailleurs, réaliser des supports ou participer à des créations dont le ressort est proche du DDG. Certains créatifs en entretien discutent de plusieurs dispositifs qu'ils-elles ont créés, nous les avons précisément rencontré au sujet de ces multiples dispositifs mobilisant le DDG.

Un autre élément significatif qui vient s'y articuler est notre grand thème relatif au fait de « parler d'autres dispositifs en lien avec les créatifs et leurs créations » (7,52% des thèmes) (16/18).

D'une part, si les créatifs ont pu créer des dispositifs plus ou moins proches d'une stratégie de DDG, ils et elles ont également discuté de dispositifs proches de ceux qui nous intéressent au sens de la cause. Ainsi ils et elles parlent d'autres supports qu'ils et elles ont créé, en lien avec les violences faites aux femmes ou plus rarement sur des thèmes proches (VIH, enfants) (45,77% du thème) (14/18).

Ces deux premiers points nous évoquent que, d'une part, la mobilisation de la stratégie, répétée, indique un certain attrait pour elle, ayant pour corolaire une pratique, des connaissances. Et d'autre part, que les créatifs mentionnés ici, en créant d'autres dispositifs sur cette même cause, ou des causes sociétales proches, leur implication dans un (voir des) combats d'un même ordre de visée sociétale.

Là où nous sommes à la frontière entre atouts et limites, ce sont les discours de cet autre sous-thème, relatif à « d'autres actions sur le terrain, de performance et d'empowerment, plus fort » (2,67% du thème) (5/18). En somme, près d'un tiers des créatifs expliquent ainsi que le dispositif mobilisant le DDG est supplanté par d'autres formes de mobilisation, principalement des actions. Cet élément rejoint la première limite que nous mentionnons dans la partie suivante : « ces campagnes (celles discutées sur le DDG) ne font pas la révolution ».

Dernier élément important ce grand thème sur le fait de « parler d'autres dispositifs » qui nous intéresse, puisqu'il participe à la fiabilité et cohérence de notre construction et rassemblement de dispositifs de DDG : dans 5 entretiens sur 18, les créatifs évoquent spontanément, en discussion, des dispositifs de DDG que nous avons dans notre BDD initiale. Il s'agit du sous-thème « parler d'un autre support autre et qui est dans notre base de données » (5/18).

4.1.4 Les limites, critiques et difficultés du procédé du DDG

Le thème « difficultés, limites rencontrées et limites au procédé » (6^e thème) est intéressant pour poursuivre l'analyse des processus créatifs, intentions et idées développées.

Ainsi, les « difficultés, limites, critiques et conséquences que peuvent induire le DDG » (6,44%) (18/18) en recensent plusieurs, du point de vue ce celles et ceux qui en développent des formes hétérogènes. Ils viennent s'ajouter à ce qui est dit à la partie suivante concernant les « impératifs » de la création (ne pas renverser la culpabilité et responsabilité sur les victimes, ne pas stigmatiser d'autres groupes et ne pas utiliser de clichés contre-productifs comme ceux sexy ou pornifiant).

Les premiers éléments constituant une limite au procédé sont en lien avec la réception : « ces campagnes ne font pas la révolution, ne proposent pas de proposition nouvelle, il n'est pas radical, ce n'est que ponctuel, il ne faut pas que cela » (pour être efficace dans la lutte) (13,99% du thème) (7/18) ; le DDG peut être un « renversement de la violence sur soi, par l'appropriation, être approprié par une cause adverse, il peut être fait quelque chose qui devient homophobe, infériorise par la féminisation, ou enlève sa « virilité » à l'homme » (9,47% du thème) (4/18) ; à rebours, l'idée de faire un dispositif dont le procédé de DDG est « trop subtil, esthétique, et ainsi crée des problèmes de compréhension ou d'identification », est mentionné (7,41% du thème) (5/18).

Des problèmes ont été rencontrés par le fait « d'un tiers et de censure » (11,11% du thème) (5/18). Parfois, celle-ci a favorisé la médiatisation, voire l'adhésion au message.

Des éléments de difficulté relèvent du recrutement ou du jeu d'acteur : la « difficulté à trouver des hommes » (9,05% du thème) (3/18), bien que l'inverse, « trouver des femmes et des hommes investi-e-s » (7,82%) (7/18) sans que cela soit un problème, est aussi exprimé ; la « difficulté à coacher les hommes, les faire jouer, dans l'inversion » (8,64% du thème) (4/18) ; la « difficulté à trouver ou faire jouer des femmes » est aussi mentionnée, notamment pour des rôles (ou image, message) dits « dégueulasse », où elles sont complices, violentes ou violentées (7,82% du thème) (5/18).

Une difficulté avancée est aussi qu'il n'est pas possible de « tout mettre », c'est-à-dire que certaines choses sont trop violentes pour être intégrées, détournées, qu'il n'est ainsi pas possible « de tout détourner », ou bien que cela a coûté (émotionnellement) au créatif de le faire (8,23% du thème) (5/18).

Enfin, ces limites sont aussi celles de la société et de ses individus : « vu la position féministe défendue par le ou la créatif, la position des hommes, il devient compliqué de mettre les hommes au centre de la situation, et que ceux-ci ne sont pas « prêts » à se désolidariser du système dont ils profitent » (6,58% du thème (2/18) ; « ne pas savoir ce qu'il se passe dans la tête des clients de la prostitution » (3,29% du thème) (4/18) ; la difficulté puisque « un homme se projette toujours en homme » et que cela est une limite

au DDG (2,47% du thème) (3/18) ; que la société a une perception du sexisme latent peu avancée (2,88% du thème) (2/18).

4.1.5 Les atouts du DDG : circulation et théories naïves sur l'influence

Bien que le DDG ait des limites, difficultés en création et en réception, telles que ses créatifs les expriment, ils et elles lui reconnaissent aussi des atouts et en particulier son *efficacité*. Un seul pas à franchir pour y déceler les stratégies de circulation sous-jacente au choix du DDG ou des références mobilisées et théories sur l'influence.

Le 9^e thème de l'analyse thématique recense à ce titre les « évaluations positives du procédé par ses créatifs » (2,28%) (18/18) : « C'est un procédé efficace et qui fonctionne » (23,64% du thème) (12/18) ; voire, que certain·e·s disent « utiliser dans la « vraie » vie, comme arme ou argument pour se défendre » (24,55% du thème) (6/18).

Le DDG est aussi jugé « transférable à d'autres causes » (ex. racisme, homophobie) et constitue pour certain cette transférabilité puisqu'il vise à mettre le sexisme sur le même plan que le racisme par ex. (17,27% du thème) (4/18). Ensuite, le DDG permet de « gagner l'attention » du public et ainsi être plus persuasif (15,45% du thème) (6/18) « L'attention » (49) est une sous-classe de celle sur les « cognitions et émotion ». Il est aussi fait mention que, en création ou en réception, « pour soi, les autres, inverser « ça fait du bien » » (10%) (5/18). Certain·e·s expriment qu'il n'y a « pas de limite au procédé » (7,27% du thème) (4/18) ; ou encore que c'est une « idée « couillue » » (1,82% du thème) (2/18).

A travers ces atouts, on voit ici un échange entre vie réelle et dispositif médiatique avec les deux premiers sous-thèmes, mais aussi l'idée de transférabilité (à d'autres causes, autres causes envisagées aussi par l'idée d'élever le sexisme au même niveau d'intolérance face au racisme). Il y a déjà aussi, en creux, la naissance de théorie sur l'influence, puisque le DDG permettrait de « gagner l'attention » du public.

Ainsi, les deux autres thèmes que sont « les stratégies de circulation » (11^e thème, 1,62%) (12/18) et les « théories sur l'influence » (12^e et dernier thème, 1,43%) (14/18) vont dans ce sens d'expliquer les choix créatifs. Cela ne signifie pas que celles et ceux ne s'expriment pas sur l'influence n'évoquent pas les publics, ou la réception, puisqu'elle l'est bien entendu traité par tous et toutes à travers les intentions d'effets ou les transformations du genre. Elle l'est également à travers le thème « différence entre création et communication » (8^e thème) que nous développons à la partie suivante.

La « stratégie de circulation » consiste en deux intentions distinctes. La première, principale est de « de faire quelque chose qui se voit médiatiquement, qui circule, touche un large public (80,33% du thème) (11/18) avec le DDG. La seconde concerne davantage l'usage de référence populaire : « l'intention de faire quelque chose ayant la capacité de circuler par l'usage de la culture mainstream et pop » (19,67%) (5/18). Ces deux volets sont d'ores et déjà des théories, la première signifiant que le DDG permettra, facilitera la

circulation, quand la seconde prend pour base des références partagées, lesquelles participeront à sa circulation.

La « circulation » (96 occurrences) est aussi présente dans les classes sémantiques, sous la classe « dispositifs, campagnes et organisation » (3^e classe sémantique, 11,62%) (18/18). C'est principalement ici des termes proches de la presse qui y sont mentionnés (article (27), relation publique (7)), celle de mobiliser son réseau (17) et du buzz (12).

Pour terminer sur la « circulation », nous retrouvons ces éléments, entre stratégies thématiques et circulation sémantique, à travers le sous-thème « autres actions, communication autour de, en plus, du support ». Ces « autres actions » (14,79% du thème) (11/18) sont par exemple d'écrire une tribune dans un journal de PQN, de coller les affiches dans la rue, d'aller dans les médias, de faire des conférences, des débats, l'ensemble étant construit autour du dispositif de DDG.

Quant aux « théories sur l'influence », elles se déclinent en plusieurs affirmations. Nous n'en avons retenu que celles partagées : « les gens s'habituent aux messages et ils ne sont plus efficaces, d'où le moyen d'en trouver de nouveaux » (27,78% du thème) (7/18) ; « plus il y a de moyens de parler des VF et de diversité, et plus il y aura de l'influence » (20,37% du thème) (7/18) ; « mettre de l'humour suscite l'adhésion et désarme » (16,67%) (4/18) ; « la réception est différente, lorsque les personnes sont déjà conscientisées (vs non) » (11,11% du thème) (5/18)

4.2. Public-cible du DDG

Il s'agit ici de rapporter le regard des créatifs sur les publics-cibles de leurs créations, mais aussi sur les créations elles-mêmes.

4.2.1 Les publics-cibles : hommes et femmes et « tout le monde »

Les « cibles » constituent le 7^e grand thème de l'analyse thématique (3,71%) (16/18). Cette analyse des cibles nous apprend qu'elles sont moins concentrées que nous l'avions envisagé autour des hommes puisque ce sont, pour les créatifs : « **les femmes et les hommes, la « société », « tout le monde »** » (32,86% du thème) (15/18) ; puis, « les hommes spécifiquement » (17,14%) (5/18) ; « les hommes potentiellement coupables, agresseurs, clients » (13,57%) (7/18) ; « les jeunes » (10,71%) (7/18) ; des cibles institutionnelles « industrie de la pub, de la prostitution, musique, culture, entreprise RATP » (10%) (5/18) ; « l'entourage, les témoins » (7,14% du thème) (2/18) ; « les femmes » (5,71%) (5/18) et enfin « les professionnels (magistrat, police, milieu politique) » (2,86%) dans 2/18.

A travers l'analyse sémantico-thématique, les « publics, cible, spectateurs, audience » (109 occurrences) apparaissent dans la classe des « dispositifs, campagnes et organisations » (3^e classe). A travers cette sous-classe, ce sont les « publics » (32) qui sont mentionnés, suivi des « cibles » (24), « spectateurs » (19) et de « l'audience » (17). Les créatifs ne parlent donc pas ou peu de cible au sens communicationnel.

4.2.2 Les retours des publics du DDG

Par retours des publics, ou « *feedbacks* », il s'agit des retours réels constatés par les créatifs. Ce quatrième grand thème de l'analyse thématique (8,82%) (16/18) se structure en quatre grands axes :

- **les « feedbacks négatifs »** (37,24% du thème) (17/18) qui dominent, correspondant non pas à des émotions négatives visées, mais bien à des retours contre les effets réflexifs visés : ce sont en premier ceux des hommes (7,81%). Puis les feedbacks généraux négatifs, violents, racistes, surprenants ou culpabilisants : les enquêté·e·s disent de ces feedbacks qu'ils montrent que la création a une utilité (6,91%). Puis, c'est le manque d'efficacité de campagne qui est pointée, causée par une diffusion faible (4,50%). La question de la confusion d'interprétation est questionnée, d'autant qu'elle peut être un problème (3,30%). Les retours négatifs sont aussi ceux de dire que c'est violent, vulgaire (2,10%). D'autres feedbacks négatifs sont mineurs.

- **les « feedbacks positifs »** (28,53% du thème) (16/18) : ceux qui suscitent de vives réactions, dans le sens du message (15,62%), ou bien un élément de mesure positif lié au nombre de vues, appels et feedbacks, les relais (RP par ex.) (7,51%). Enfin, plus qualitatifs, ce sont les retours pro-message d'émotion négative (déranger, affecter, comprendre) (5,41%).

- les feedbacks non anticipés (14,41% du thème) (6/18) : sur les retentissements positifs (8,71%) et leur contenu, ceux anticipés et réels (5,71%).

- et dernier grand sous-thème hétérogène, marque deux objets. D'une part, la manière dont les créatifs les reçoivent : difficilement (5,71%) (3/18) ou en s'en détachant (4,80%) (3/18). D'autres part, il s'agit d'être en capacité technique, presque, d'en disposer : pas de mesure d'impact et impossible de les évaluer pour certains (5,41%), ouvrir les commentaires pour d'autres (3,30%) ou les fermer.

Nous trouvons dans l'analyse sémantico-thématique des références telles que « effets, impacts, influences / retours impacts, réception » (144 occurrences).

4.3 Les dispositifs de DDG

4.3.1 Les dispositifs : supports animés, organisations, message et jeu

Nous l'avons vu à travers l'analyse thématique, les créatifs discutent majoritairement des dispositifs, notamment à travers les « processus créatifs, transformations et intentions », les « origines de l'idée ». Nous voyons ici, à un degré de granularité plus fin, quels sont les autres objets de discussion autour de leurs créations de DDG.

Les « dispositifs, campagnes discutées, organisations et personnes » (3^e classe, 11,62% des classes) (18/18) recensent plusieurs sous classes. Nous en avons d'ores et déjà abordé plusieurs liées au public et à la circulation des messages. Les autres sous-classes ici concentrent les discussions autour des dispositifs créés, avec en premier lieu.

Les créatifs désignent les dispositifs de DDG par leurs supports ou le média : « télévision » (189), « film » (135) et la « vidéo » (69).

Autour de ces dispositifs gravitent aussi des « organisations et personnes » (386) ou « associations » en majorité celles liées aux créations ou aux créatifs.

Les « dispositifs (créatifs) et ses versions » (133) sont évoqués à travers le « projet » (83) mais aussi des « réunions, briefs, *mood board*, maquette » (43).

Ainsi, en creux de l'approche des créations, on perçoit les organisations annonceurs mais aussi l'articulation avec le monde associatif ou les discussions autour d'organisations mobilisées en faveur des femmes (FEMEN, et dans une moindre mesure, Osez le Féminisme, Paye Ta Shnek ou Colère nom féminin).

Cette ouverture vers d'autres organisations se fait aussi à travers les « agences de com et média » (119) lesquelles participent à la création, en pro bono, de plusieurs dispositifs (en particulier ceux du Mouvement du Nid, du CFCV et de SHDR).

Poursuivant cette ouverture, une autre forme d'organisation est mentionnée, politique, avec les « institutions / présidents (ou candidats) mentionnés » (115) (président de la République ou Président·e d'association), les « hommes politiques » (12), « ministère » (10) et celui des Droits de Femmes (6).

Enfin, dans cette classe des « dispositifs » se situent aussi les « messages et propos » (149), liés aux références viol et agression sexuelle. S'y trouve également le « jeu et rôle » (77), en lien avec les comédien·ne·s et acteur·trice·s.

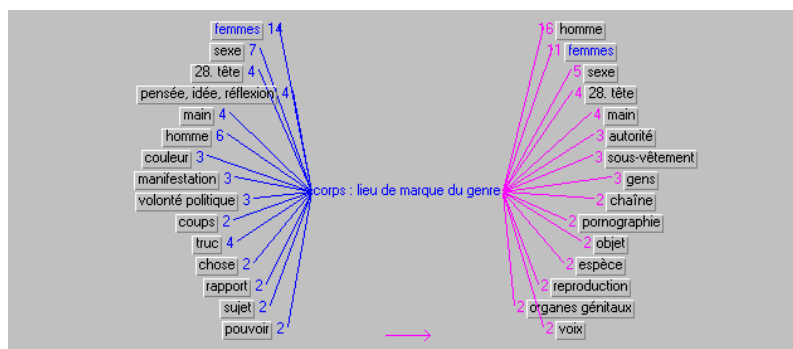
4.3.2 Marqueurs de genre dans les dispositifs de DDG

Quatrième classe de l'analyse sémantico-thématique, les « marqueurs dans les dispositifs » (1573 occurrences, 9,26% des classes), explicitent ce que les créatifs mettent en avant dans leurs discours quant aux marqueurs filmiques, graphiques et autres.

Nous avons aussi déjà mentionné l'importance des « marqueurs dans les dispositifs : matériel brut, ancrage dans le réel, réalité » (154) ou celle sur l' « animal et animalité » (99), où il s'agit en majorité de la qualification des hommes-crocodiles (3/18).

Cependant, ce qui devient central ici, ce sont les marqueurs que les créatifs expriment en lien avec le genre. Ces marqueurs ne sont pas nécessairement dans les dispositifs créés, mais expriment le point de vue de celles et ceux qui ont mobilisé le DDG, et leur regard posé sur des marqueurs du genre, plutôt que d'autres.

Première sous-classe en ce sens : le « corps : lieu de marque du genre » (379) qui concentre ses propos sur la « tête » (90) ou le « corps » (71), le « sexe » (34) et les « organes génitaux » (27). Au cœur de ces propos, ce sont les « femmes » qui apparaissent (25) ainsi que les « hommes » (16). Il est question de ce qu'il se passe « dans la tête des clients », de la phrase d'accroche « tes mains sur cul, ma main dans ta gueule » mais aussi des traits des hommes en crocodiles ou de détails créatifs « les ongles sales », par exemple.



Graphique par aire 11 : autour de la sous-classe « corps : lieu de marque du genre », du scénario 3.

Autre sous-classe, les « marqueurs habillement dans/hors dispositifs » (144) qu’ont mobilisé les enquêté-e-s comme signifiants pour exprimer des caractéristiques genrées. Par exemple, les « vêtements » (86) et les « sous-vêtements » (32).

Enfin, ce qui constitue les lemmes sur le « genre et construits féminin et masculin » (118), il est marqué en premier par des lemmes que nous avons délimités²³⁶ « genre, genré-e-s » (46) (13/18). Il est difficile d’en dresser une image graphique tant la mobilisation de cette classe est éparpillée dans les discours. Pour autant, il est significatif et confirmatoire que ces mobilisations et sens du mots s’inscrivent dans une perspective de construction sociale.

Indirectement, mais clairement, l’autre sous-classe sur les « voix et parole ; regard et œil » (127) exprime aussi cette dualité, entre les femmes et les hommes, à travers l’idée de voix et de parole des femmes, du regard sous le prisme de perspective, point de vue, et rencontre. Cette sous-classe se lie avec femmes, hommes, et particulier, la « parole des femmes ». La voix est aussi un marqueur de genre (23) au sens des voix *qui se font entendre, des voix graves*.

4.3.3 Les dispositifs de DDG : supports, circulation

Dans les discours des créatifs, à la fois ce qui relève des médias et ce qui relève de l’art est exprimé. Nous avons groupé ces deux grandes classes en une, « média et art » (1442 occurrences, 8,49% des classes) représentant la 5^e classe (SC3). Initialement, « Communication et média / Art et culture » est la seconde classe (SC1) et représente 4459 occurrences, avec deux tiers liés à la communication et au média (67%) et un tiers aux arts et à la culture (33%).

Cette classe repose sur l’ensemble des dispositifs des créatifs (envisagés sous leur forme, par ex. les collages ou le script du film ou les affiches) mais aussi les lieux par lesquels ils circulent (ex. internet, les réseaux sociaux), les manières de procéder (ex. la mise en scène, faire des photos), des éléments média ou art ou littéraire connexes (ex. le

²³⁶ Genre* (et ses déclinaisons) au sens des relations femmes-hommes, de la construction du genre, est distingué du lemme « genre » mobilité comme trait de langage, presque ponctuation, dans les discours.

bouquin), d'autres créations (ex. un documentaire, un court-métrage), les personnes impliquées dans les dispositifs (ex. les comédien·ne·s).

Elle se subdivise en plusieurs sous-classes. Les premières évoquent le support des dispositifs créés. Hiérarchiquement, la première sous-classe concerne les « Images inanimées » (336) avec majoritairement les « affiches » (91) (9/18), les créatifs ayant mobilisé ce support, mais aussi la « photographie » (76) (12/18) de manière concentrée sur trois entretiens, pour lesquels les créatifs ont la photographie au cœur de leurs dispositifs (photographie masquée, photomontage, site internet d'escortes). Les images inanimées sont aussi la « littérature : livre, écrivain·e·s, ... » (64) et les « textes, pages, tracts » (44). La seconde sous-classe concerne les « Images animées » (224) avec le « cinéma » (121) qui domine puisqu'il est très transversal (16/18), suivi de la « publicité » (69) (10/18). Dans cette perspective du support, la cinquième sous-classe, « Audio » (110) discute principalement de « musique » (66) et de « morceau de musique » (22).

La troisième sous-classe porte sur les lieux de diffusion : sur ce qui est « En ligne » (223), avec « internet » (67), les « réseaux sociaux » (48), « site » (36) et « appli » (25).

Ensuite, les deux classes suivantes sont davantage dans le *faire* : la quatrième sous-classe discute de la « Performance » (160) où il est principalement question des « comédien·ne·s » (81) et de « théâtre » (33). La sixième sous-classe, « Art et artistes et moyen/production artistique : lemmes » (61) parle principalement de « l'art » et des artistes (47). Enfin, la dernière sous-classe recense les lemmes « Communication lemmes » (61).

4.3.4 Liens entre communication et art, capacité de lier acte et dimension collective de la violence

Depuis notre analyse thématique, et parce que nous nous y sommes intéressée en entretien, notre 8^e grand thème « Différences entre création et communication » (3,39%) (17/18) vient apporter des réponses, du point de vue des créatifs, quant à la création et la réception de créations plutôt communicationnelles ou artistiques.

Est discuté en premier ce qui « rapproche ou éloigne la communication et l'art » (31,25% du thème) (4/10), où les sous-thèmes élèvent plutôt la question vers une différence nuancée : « l'art est dans le faire, le discours vient ensuite » (9,38%), « la position de militant et celle d'artiste qui questionnent leurs frontières » (7,81%).

Puis est discutée la « capacité à lier par le DDG les violences faites aux femmes à une dimension collective » (25% du thème) (17/18) avec une réponse plutôt positive (15,63%) (13/17), conditionnée (7,81) (5/18) ou son incapacité (1,56%) (1/18).

Précisément sur le « public (l'avoir en tête ou non, la liberté qui lui ait laissé en réception) » (21,09% du thème) (9/18), les créatifs évoquent une posture « d'ouverture des significations en réception » (8,59%) (5/18), mais aussi de « ne pas se poser la question du public au moment créatif » (3,13%) (2/18), avoir une « posture d'artiste mais

des intentions de compréhension dans le sens visé » (3,13%) (1/18). Suivent des sous-thèmes, tout autant peu représentatifs, mais alimentant la confusion quant aux libertés en fonction des postures.

Sur la « liberté de création » (19,53%), toujours dans cette optique de différence et rapprochement entre art et communication, certain·e·s expriment qu'ils et elles disposent de « liberté créative, même pour ce projet pourtant commandé » (11,72%) (4/18), ou de ne pas avoir eu une posture d'artiste sur le projet (3,13%) (2/18). Quant aux deux autres sous-thèmes, ils désignent une « liberté réduite pour une commande » (2,34%) (2/18) mais « une liberté pleine malgré une commande et une posture de conceptrice » (2,34%) (1/18). Enfin, ce thème pointe aussi une « critique du monde de la pub, des médias ou appels d'offre en création » (3,13%) (3/18).

CHAPITRE 4. Violences, intentions persuasives, processus créatifs et réflexivité

Dans ce chapitre 4, les résultats de nos analyses sont présentés en réponse à nos questions de recherche. Le premier point (1) répond à notre question de recherche n°1 sur les violences faites aux femmes dans les discours des créatifs. Le second point (2) répond à la question de recherche n°2 et à la n°3 sur les intentions persuasives et les processus créatifs. Le troisième point (3) répond à la question de recherche n° 4 sur la réflexivité des créatifs quant à leurs créations. Ces parties répondent respectivement aux sous-questions de recherche, auxquelles il est fait mention dans les sous-titres.

L'ensemble de ces analyses repose sur notre chapitre 3, et les annexes correspondantes (Annexe E à Annexe V).

1. Ce que *sont* les violences faites aux femmes

Dans cette première série de résultats, nous répondons à notre première série de questions de recherche portant sur les violences faites aux femmes. Elle se structure autour de **la question de recherche 1** : que sont les violences faites aux femmes pour les créatifs mobilisant le DDG ?

Ce titre, « ce que *sont* les violences faites aux femmes », fait référence aux discours des créatifs, dans le sens où ils et elles assertent une certaine vérité sur ce que sont (verbes statifs exprimant un état) les violences.

1.1 Les femmes, les hommes et les auteurs de violences

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 1.1** : Dans quelle mesure et comment les créatifs envisagent-ils-elles les femmes, les hommes et les auteurs de violences ? Quelle place tiennent ces derniers (relativement aussi à leur absence dans les violences mises en scène dans les communications de l'Etat) ?

1.1.1 Les femmes au cœur de tous les discours

Les femmes sont au cœur des préoccupations à la fois des violences, de la lutte contre celles-ci, et des créations de DDG dans les discours des créatifs, elles sont le premier objet mobilisé dans les discussions. Elles sont majoritairement actées, comme toutes les références discutées, mais elles sont surtout centrales car en lien avec de nombreuses autres références : les violences, les hommes, le corps, la sexualité, la lutte.

Bien entendu, elles sont en majorité envisagées dans les relations femmes-hommes et comme la cible des violences quand il s'agit de parler des violences faites aux femmes. Cependant, la qualification de victime est finalement très peu occurrente (comparée à celle de femmes) : il n'y a pas de processus de victimisation, mais un état proche de celui des recherches, que les violences sont genrées et ciblent les femmes en tant que femmes.

Les femmes sont aussi au cœur du processus de changement (et de la perception du monde, voir point 2.2, page 228) puisque ce sont *pour elles*, en la faveur des conditions de vie des femmes et contre les violences qui les ciblent, que les créatifs se mobilisent et évoquent aussi des leviers individuels et collectifs de changement social. Elles ne sont d'ailleurs pas du tout exclues des publics-cibles visés (voir 4.2.1, page 254).

1.1.2 Les « gens » aussi au cœur de tous les discours

Les « gens » sont aussi au centre des discours. Avec les femmes et les hommes, ils composent le triptyque des mises en scène discursives. Les gens, s'ils sont autant mobilisés que les femmes dans les discours, sont moins centraux que les femmes ou les hommes, au sens où ils sont moins co-occurents. Celles et ceux désigné·e·s à travers les « gens » sont convoqué·e·s pour désigner les publics, au sens très large, ceux des créations des créatifs, au sens large et indéfini, parfois mobilisés pour présenter les oppositions d'opinion des « personnes », et ceux individuellement avec qui les créatifs ont eu des échanges.

Les « gens » sont aussi ces *Autres*, qui ne pensent pas comme soi ou ceux autour de soi, ayant plus ou moins la même position que soi, ou ceux se ralliant à leur opinion. Les gens sont aussi les personnes ayant participé à la création du dispositif et les personnages des créations.

Les gens peuvent aussi être qualifiés par « tout le monde », toujours dans l'esprit d'un public-cible généralisant, d'une pensée généralisante ou d'opposition de points de vue. Les gens constituent donc très majoritairement un public-cible peu qualifié (au sens de description), généralisant, que nous retrouvons dans les cibles de communication (voir point 4.2.1, page 254) mais « les gens » est aussi un levier sémantique pour donner la parole à des *autres*. Enfin les gens permettent aussi d'inclure les personnes présentes de la création.

Une infime partie des « gens » relève aussi de la *personne*, au sens de celle qui agresse : « se sentir dépréciées par la *personne* avec qui tu es » ; les clients de la prostitution dans « les *personnes* qui appelaient » ; ou encore les hommes qui bénéficient de privilège dans « la *personne* privilégiée par excellence ». La *personne*, peut aussi être la victime de violence, et en particulier dans le cas de la prostitution, dans l'expression « *personnes* prostituées », lesquelles désignent les femmes en situation de prostitution.

1.1.3 Les auteurs de violences, une présence relative dans les discours

Proportionnellement, les auteurs de violences sont trois fois moins évoqués que les femmes et deux fois moins que les hommes. Cependant, ils sont tout de même assez mobilisés, puisqu'ils apparaissent dans deux tiers des entretiens. Néanmoins, les auteurs de violences sont surreprésentés en particulier dans les entretiens où il est question de la prostitution et donc, des clients (un tiers des auteurs de violences le sont sous le lemme). Autrement, dans les discours, il est question des agresseurs, et dans une moindre mesure, des harceleurs, des violeurs et des maris. Les auteurs, ce sont des hommes. Mais cela ne

signifie pas que auteurs (de violence) et hommes soient des termes interchangeables, bien que parfois, les auteurs puissent simplement être mentionnés sous le lemme homme. En effet, si les auteurs de violences sont rendus visibles, les hommes quant à eux sont envisagés dans la dialectique femmes-hommes, et donc invitant à voir ces relations asymétriques.

1.1.4 Les hommes, bien présents dans les discours

Les hommes sont ainsi la troisième référence mobilisée, après les femmes et les gens. Les femmes ou les gens ne sont qu'un tiers fois plus mentionnés que les hommes.

Très souvent, les hommes sont en relation avec femmes, exposant la problématique des relations asymétriques. Une place importante est donc donnée aux hommes dans les discours.

Dans certains discours, ils apparaissent dans une moindre mesure. Cela résulte d'une fausse invisibilité, liée aux limites de l'analyse sémantique automatisée. En effet, dans quelques entretiens, ils sont substitués à d'autres lemmes, comme : les « *hommes politiques* », pointant ainsi une frange des hommes et leur misogynie ; les « *clients* », pointant ainsi uniquement les auteurs de violences dans la prostitution ; ou encore substitués, comme les femmes, par des lemmes qui dégenrent les propos.

Les hommes, dans les discours, peuvent aussi être liés aux violences, avec le lemme « crocodiles » dans deux entretiens, où les hommes sont zoomorphés pour illustrer la relation de prédation qui se joue dans le genre ; ou avec les violences, avec une hétérogénéité des propos liant ces deux références.

Les hommes peuvent aussi être pointés par leur *classe*, laquelle leur attribue une position de suprématie, de privilège, et pointer également les auteurs qui ne sont pas condamnés, et plus généralement, le manque d'empathie ou de compréhension, dans plus de deux tiers des entretiens. Apparaît également l'idée que les hommes n'ont pas conscience du sexisme et de la violence et plus rarement, c'est leur position ambivalente qui est pointée.

Ce qui est intéressant à travers l'étude des hommes, c'est que d'une part, ils sont envisagés majoritairement en relation avec les femmes, puis dans une moindre mesure, à travers des relations les liant à des situations de violence ou de position discutable face aux femmes et à la violence.

Selon nous, ces caractérisations des hommes participent d'un discours de renversement de point de vue (que nous retrouvons aussi plus précisément dans les intentions persuasives, voir troisième partie, point 4.1, page 246) : ce qui est exprimé ici est le positionnement des hommes, et parfois des hommes comme auteurs de violences, par rapport aux violences, au sexisme, et de pointer leurs privilèges. Il n'est finalement plus question de partir d'un point de vue supposément neutre, masculin, mais d'envisager les hommes selon une position *particulière*. Ils s'insèrent dans la relation femmes-

hommes, interactionnelle, ils bénéficient d'une position particulière, de privilège, ce qui les place *à part*, il leur *manque* quelque chose, car ils *n'ont pas conscience de* la violence, du sexisme, enfin, des auteurs *ne sont pas condamnés*.

Enfin, les hommes, en général, constituent parfois la cible des dispositifs (un peu moins d'un tiers des entretiens) et les auteurs de violences peuvent aussi la constituer (un peu plus d'un tiers des entretiens). De manière transversale à ces deux cas - cibler les hommes ou les agresseurs- se recoupe : cibler les hommes en général et les hommes potentiellement agresseurs, coupables, agresseurs ou clients de la prostitution.

Cette prise de vues renversant quelque peu le regard porté sur les femmes, va passer à un regard porté *depuis celui des femmes*, quand les hommes, inscrits dans la problématique des relations femmes-hommes, seront finalement *questionnés et renversés*, pour poser la question des violences faites aux femmes.

1.2 Les représentations partagées sur les violences

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche n°1.2** : Quelles sont les représentations partagées sur les violences faites aux femmes par les créatifs ? Diversifient-ils-elles les violences dénoncées (relativement aussi à la concentration des violences dénoncées par l'Etat, autour des violences conjugales) ? Quelles sont ces violences dénoncées et de quelle manière le sont-elles ?

1.2.1 Représentation partagée : des violences non hiérarchisées entre elles

Les créatifs envisagent les violences faites aux femmes de manière très fréquente²³⁷, et ces violences infusent l'ensemble des discours.

Pour plus de la moitié des créatifs, les violences ne sont pas hiérarchisées entre elles. Rares sont les créatifs qui voient une différence entre les violences, des propos qui sont par ailleurs nuancés, puisque la violence est avant tout relative à la personne qui la subit.

Ces quelques verbatims viennent illustrer cette non-hiérarchisation entre les violences. Ils illustrent également que le sexisme ou les discriminations constituent des violences. Ces extraits marquent enfin l'importance de la subjectivité des femmes.

- « *Qu'est-ce qui relève de la violence. Ha il y a plein de choses hein. Il y a la place dans la société, il y a la place dans la famille, il y a les rôles attribués, il y a... Et puis il y a toutes les formes de violences ensuite, qui vont s'exprimer, bon, c'est vous avez dû entendre, il faut le redire quand même. Bon il y a tous les types de violences qui peuvent bien sûr, tous coups portés, toutes paroles, toutes discriminations, et toutes violences sexuelles bien évidemment, hein, ça rentre dedans. Et puis je vais le dire en vrac comme ça mais... La place attribuée aux personnes peut-être aussi considérée comme une violence, les rôles attribués aussi, hein, définis par d'autres, pas par soi, ça c'est une violence* ». Gilles Lazimi, co-coordonateur des campagnes pour le CFCV.

²³⁷ Elles constituent la première classe sémantico-thématique et le second thème de l'analyse thématique

- « On a tendance à hiérarchiser en disant oui mais elle regarde elle a un coquard, elle s'est fait battre par son mari tout ça. Alors que cette fille qui s'est fait violer ou qui se fait harceler tous les jours et qui n'en parle pas. OK ça ne se voit pas, mais intérieurement c'est quelque chose qui t'impact aussi pendant très, très longtemps. Et, et du coup pour moi, je n'ai pas envie de hiérarchiser, parce que je n'ai pas envie de me dire que telle femme a plus de soucis qu'une autre. Je pense qu'on est toutes un peu non pas dans la même galère mais on est toutes des femmes et, et toutes, voilà ce défaut-là entre guillemets pour la société. Et ouais pour moi il y a juste une différence entre les violences visibles et invisibles ». Marie-Pierre Carbonnet, co-coordinatrice de campagne, application « Hé !²³⁸ », Stop Harcèlement de Rue.

- « Il y a forcément une échelle dans la violence. Après il n'y a pas, pour moi il n'y a pas de petites agressions, il n'y a pas de petites violences, tout dépend de comment les gens le ressentent. C'est-à-dire que tout dépend ton ressenti, ton vécu, ta sensibilité. (...) Donc effectivement selon moi il y a une hiérarchie de la violence, parce qu'on ne peut pas nier qu'il y a une hiérarchie, évidemment. Par contre il faut absolument ne pas ignorer l'effet que chaque violence peut être, avoir sur chaque personne, et le ressenti est quand même différent, et il ne faut pas rabaisser un ressenti vis-à-vis d'un autre. C'est très difficile je trouve à faire. Parce que très souvent on est toutes là genre ça va quoi tu vois, genre elle, elle se plaint, ça va, j'ai vécu pire. Non parce qu'en fait selon sa sensibilité ça peut être extrêmement plus difficile à supporter que, que ta propre sensibilité à toi. Donc il faut selon moi, il faut toujours envisager le prisme de l'autre ». Dorothee Pierson, directrice artistique et artiste, clip « Crawling on the ground²³⁹ », Anita Drake.

1.2.2 Violences dénoncées et perception de ces violences : actes et dimension collective

Les violences faites aux femmes sont perçues et discutées par le prisme des violences et par celui de leur dimension collective.

Plus précisément, ces violences sont envisagées à deux niveaux : le premier pouvant être celui dit individuel, les actes violents, et le second est celui collectif, macrosocial, porté par la société, le système et le sexisme. Ainsi, les créatifs définissent et envisagent les violences faites aux femmes sous le double prisme des actes violents et de la dimension collective de ces violences. Ce premier point, essentiel, matérialise ainsi une conception des violences qui ne s'arrête pas aux actes (agresser, violer, harceler) mais qui s'inclut dans une perspective beaucoup plus large, collective. Cette perception des violences à deux niveaux concerne l'ensemble des discours : ceux portant sur ce que *sont* les violences contre les femmes et la lutte contre celles-ci selon les créatifs, et le lien fait entre actes

²³⁸ Stop Harcèlement De Rue, « Hé ! » (2015) (video case) <https://www.youtube.com/watch?v=H-SwfdtV-U>

²³⁹ Anita Drake, « Crawling on the ground », 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=bjbiP2Ks2o>

violents et dimension collective dans les dispositifs de DDG qu'ils et elles les ont créés (voir points 3.1 et 4.3.4, pages 239 et 258).

1.2.2.1 Violences dénoncées : actes violents diversifiés et dimensions collectives

Les actes violents sont un peu plus mentionnés que les dimensions collectives de ces violences faites aux femmes dans les discours.

Particulièrement aux actes violents que les créatifs envisagent, certains sont plus transversaux que d'autres (inter-entretiens) et certains s'étendent au delà des violences dénoncées dans les dispositifs

Les actes violents et leur dimension répétées, faisant d'eux des violences de genre (*i.e.* c'est-à-dire un phénomène social) les plus transversaux et les moins concentrés sur quelques entretiens, sont les viols et les agressions sexuelles dans plus de la moitié des entretiens. Souvent, celles et ceux qui en parlent ont inclus ce type de violence dans leur dispositif mais d'autres en parlent également sans que cela soit une violence dénoncée dans les supports. Les violences sexuelles débordent, dans les discours des créatifs, des cadres de leurs dispositifs de DDG. Les femmes, comme pour toutes les autres violences, actes ou dimension collective, en sont les personnes visées. Autour de ces violences sexuelles décriées, les premiers éléments évoqués sont ceux du consentement et des histoires de violences sexuelles, au sens de témoignages.

D'autres actes violents constituent le répertoire des violences faites aux femmes dénoncées dans les discours, de manière transversale.

Dans deux tiers des entretiens le harcèlement, et notamment le harcèlement de rue, est discuté. Les créatifs qui visent cette problématique dans les dispositifs créés en parlent le plus, mais il y a bien une étendue de ces questions, puisque plus de la moitié des créatifs qui en parlent ne l'ont pas inclus dans les dispositifs créés.

Les violences psychologiques, verbales, mais aussi celles concernant les images et représentations des femmes sont aussi transversales et sont présentes dans deux tiers des entretiens. Ces violences apparaissent aussi, en partie, dans ces autres violences discutées, celles conjugales, dans près de la moitié des entretiens. Ces violences psychologiques, verbales, d'image et de représentation des femmes trouvent un écho, également, avec l'objectisation des femmes, les représentations de muses et d'objet du désir (et non sujet), dans près d'un tiers des discours. Enfin, la majorité des créatifs évoque aussi les violences physiques.

Ainsi, les actes violents sont-ils envisagés de manière large et inter-entretiens, où les violences conjugales ne sont pas le centre, mais s'insèrent dans le continuum des violences, sans que ce terme soit nécessairement utilisé.

La prostitution reste la première violence dénoncée, envisagée comme acte violent lorsqu'elle est exprimée à un niveau individuel. Mais elle est moins transversale que les violences vues ci-dessus : ce sont les créatifs qui dénoncent cette forme de violence dans

leurs dispositifs qui en parlent, soit un peu moins d'un tiers d'entre eux·elles. Très rarement (un cas) le sujet est abordé par des créatifs n'ayant pas construit leur dispositif sur cette problématique, mais parce qu'il y a une création en cours sur ce sujet. A l'inverse, si les créatifs ayant produit des dispositifs de DDG sur la prostitution sont (quasi) les seuls à en parler, ils évoquent aussi d'autres violences (sexuelle, harcèlement, violence psychologique, verbale, image et représentation, physique, conjugale, objetisation). Celles-ci s'incluent ou non dans la prostitution (femmes prostituées qui « arrivent pleines de coups » par exemple). La prostitution, mise par analogie avec d'autres violences, ou lieux de violences elles-mêmes, est ainsi élevée et incluse dans la longue liste des violences faites aux femmes.

Enfin, concernant les violences collectives tous les créatifs les mobilisent. Les dimensions collectives sont assez fragmentées sémantiquement dans les discours : société, système, sexisme, représentation des femmes, inégalités, dimension collective (au sens d'organisation) de la prostitution ou domination. Mais cette dimension est partagée dans tous les discours : du sexisme et de la misogynie, à la domination masculine et au patriarcat, en passant par le système prostitutionnel et les privilèges masculins. Il s'agirait presque de faire du « cas par cas » pour cette catégorie (sémantique) riche et hétérogène, qui traverse de nombreuses préoccupations féministes contemporaines, d'opposition au sexisme et aux violences sexistes, relatives à ce système. Chacun·e envisage ces dimensions collectives par le prisme des préoccupations des dispositifs de DDG, des violences qui les animent et parfois leurs préoccupations professionnelles. Nous avons envisagé, de manière compréhensive, que ces dimensions collectives signifiaient pour les créatifs un système partagé, universel et historique dans deux tiers des entretiens.

1.2.2.2 Perception liant actes violents et dimension collective des violences

Une dialectique intéressante met en lien les inégalités et les violences pour plus d'un tiers des créatifs. Pour ces créatifs (les autres ne s'étant pas exprimé sur le propos), le sexisme et les inégalités *sont* une violence. Dans une moindre mesure, certains créatifs expriment aussi que ces inégalités *créent* la violence, *i.e.* que la violence est possible parce qu'une inégalité construite la permet.

Une lecture compréhensive²⁴⁰ fait aussi apparaître des perceptions à mi-chemin entre individuel et collectif. Il s'agit de l'apprentissage et du conditionnement des femmes, des injonctions explicites et implicites et de l'intériorisation du sexisme, participant à la dévalorisation et à la dépréciation des femmes en tant qu'individus dans près de la moitié des entretiens. Ce fer marque un processus à la fois interactionnel et descendant.

A l'inverse, le sentiment, lorsqu'une femme est victime de violence, d'être seule, apparaît dans près des deux tiers des entretiens. C'est-à-dire que dans ce phénomène collectif, la victime ne bénéficie pas positivement d'interaction ou d'un processus ascendant liant ce qui lui est arrivé à *ce qui arrive* à beaucoup d'autres victimes.

²⁴⁰ Via l'analyse thématique

Un autre facteur qui joue de cette mise en lien entre dimension individuelle et collective des violences est la sexualité. Les actes violents, mais aussi les dimensions collectives des violences, font majoritairement appel aux questions de sexualités. Première violence de toutes celles dénoncées, bien que concentrée sur quelques entretiens, la prostitution. Deuxième grande violence, transversale cette fois, celle qualifiée très maladroitement par le logiciel²⁴¹, les viols. Troisième lieu d'expression de la sexualité comme problématique pour les femmes : la sexualité des femmes, justement, à travers le plaisir et le désir des femmes en tant que sujet.

1.2.3 Des analogies favorisant l'inscription des violences au même rang que d'autres phénomènes violents

1.2.3.1 Analogies des violences genrées avec le capitalisme, violences faites aux enfants, VIH, racisme et homophobie

Les analogies faites avec les violences collectives sont intéressantes au sens où elles pointent et argumentent que ces violences elles-aussi relèvent d'une problématique sociétale. Les analogies des violences sont faites avec celle du capitalisme et des classes sociales, celles des violences sur les enfants, ou encore du VIH, du racisme, de l'inceste et l'homophobie. Ainsi, les violences faites aux femmes sont, dans les discours, un système partagé, dans la société, analogue à d'autres violences construites et sociétales. Cependant, il s'agit ici d'analogie : les discours ne mobilisent pas, ou très peu, les violences intersectionnelles.

1.2.3.2 Analogie du système de domination avec la littérature : la participation des dominé·e·s à leur domination

Comme tout système structurel, collectif, les dominés, ici les femmes, participent aussi à leur domination. C'est du moins un point de vue qui est défendu dans un plus d'un tiers des entretiens. Il est fait référence à la participation des femmes à leur domination, faisant ainsi référence, implicitement à Etienne de La Boétie et son *Discours de la servitude volontaire*. Ce dernier est par ailleurs un conseil de lecture qu'un·e des créatifs me soumettra. Nous proposons aux lecteur·trice·s de (re)lire E. de la Boétie, et par jeu de lecture, comme un palimpseste, de remplacer « peuple » et « hommes » par « femmes » :

« Il est incroyable de voir comme le peuple, dès qu'il est assujetti, tombe soudain dans un si profond oubli de sa liberté qu'il lui est impossible de se réveiller pour la reconquérir : il sert si bien, et si volontiers, qu'on dirait à le voir qu'il n'a pas seulement perdu sa liberté mais bien gagné sa servitude. (...) Les hommes nés sous le joug, puis nourris et élevés dans la servitude, sans regarder plus avant, se contentent de vivre comme ils sont nés et ne pensent point avoir d'autres biens ni d'autres droits que ceux qu'ils ont trouvés ; ils prennent pour leur état de nature l'état de leur naissance ». (De la Boétie, 1576)

²⁴¹ Le logiciel référence viol sous l'UDR2 « délit » : le viol n'est pas un délit, mais un crime.

1.2.3.3 Analogie du système de domination avec la littérature : cannibalisme

Une analogie, plutôt anecdotique, est aussi faite par deux créatifs : le cannibalisme. Louise Lemoine Torrès parle de cannibalisme en référence aux femmes dans son court-métrage animé « La Chair » (2014)²⁴². Une autre créatif, Frédérique Pollet-Rouyer, évoque à son tour une référence de la littérature qui met en lien capitalisme et cannibalisme, de Jonathan Swift. Elle explique que le polémiste l'a inspiré pour la création de son court-métrage « La prostitution, un métier ? » (2013)²⁴³. Swift, proposant une solution à la misère en Irlande, écrit un pamphlet : « Modeste proposition sur les enfants pauvres d'Irlande » en 1729. Pour le plaisir d'en relire un extrait, nous avons retenu celui-ci :

« Subvenir aux besoins d'un enfant de mendiant (catégorie dans laquelle j'inclus les métayers, les journaliers et les quatre cinquièmes des fermiers) revient à deux shillings par an, haillons inclus, et je crois que pas un gentleman ne rechignera à déboursier dix shillings pour un nourrisson de boucherie engraisé à point, qui, je le répète, fournira quatre plats d'une viande excellente et nourrissante, que l'on traite un ami ou que l'on dîne en famille ». (publication dans du Monde diplomatique et les éditions Les Liens qui libèrent, collection Prendre parti 2011)

1.2.3.4 Analogies de la prostitution avec d'autres violences faites aux femmes

Enfin, les analogies, ou l'imbrication des violences, peuvent servir aussi comme levier argumentatif pour inclure et établir une violence parmi les violences faites aux femmes. Ainsi, on peut le supposer, les analogies entre prostitution et d'autres violences (ex. la prostitution comme viol tarifé) ou les violences au sein de la prostitution (par ex. les coups) sont des leviers persuasifs pour un propos abolitionniste. La France, bien qu'ayant une position abolitionniste depuis la loi Marthe Richard (1946), connaît des rebondissements législatifs (pensons au délit de racolage en 2003 puis à la pénalisation des clients en 2016, renversant le délit des personnes prostituées aux clients) et fait partie des thématiques féministes controversées.

Les analogies dans les discours servent ainsi plus les propos pour élever les questions des violences faites aux femmes au même rang que d'autres violences perçues comme plus instituées. Finalement, les discours ne mobilisent pas les questions des violences intersectionnelles, alors que les créations de DDG elles, vont y faire référence, bien qu'elles n'en soient pas l'objet principal.

1.3 Conception de la lutte : les violences faites aux femmes ne sont pas un objet, mais l'objet de la lutte

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 1.3** : Qu'en est-il de la lutte contre les violences ? Comment la conçoivent-ils-elles ? Elle nous permet également,

²⁴² Louise Lemoine Torrès et William Henne, « La chair » (2014) (bande annonce)
<https://vimeo.com/86244206>

²⁴³ Frédérique Pollet-Rouyer, « La prostitution, un métier ? » (2013),
https://www.youtube.com/watch?v=yh_wVj_xf4o

en abordant partiellement le DDG et sa construction, de faire une transition avec la partie suivante.

1.3.1 Les discours, révélateurs de la position des créatifs et de leur construction des violences

1.3.1.1 Les créatifs ont un discours argumentatif où ils s'impliquent portant sur les violences et les assertant

Les créatifs tiennent un discours marqué argumentatif et une mise en scène où ils et elles sont impliqué·s dans leurs discours, où ils et elles s'engagent dans leurs propos, les expliquent et cherchent à persuader l'interlocutrice. Ces discours sont principalement tournés autour des violences faites aux femmes, en général ou à travers leurs créations. Les références dont ils parlent le plus -les femmes, les gens, les hommes, les violences- sont déterminées, des réalités à affirmer, dans un monde lui aussi asserté tel qu'il *est*, tel qu'ils et elles le représentent : celui des actes violents et des dimensions collectives de ces violences. Ils et elles s'y emploient majoritairement en l'assertant (verbes statifs) et en exprimant leurs opinions (verbes déclaratifs) et positions subjectives (adjectifs subjectifs), souvent en dramatisant leur propos (non au sens de drame, mais de mise en perspective subjective, accentuation des traits dans une visée persuasive).

1.3.1.2 Les créatifs ont néanmoins des relations ouvertes au monde construit

La relation au monde des créatifs n'est cependant pas close, puisqu'il est un construit, un état du monde, et donc qu'il peut en exister d'autres. Ces autres mondes sont ceux illustrés par les créations de DDG, mais ce sont aussi d'autres mondes possibles, issus d'un processus de changement sur les conditions des femmes et les violences qui les visent.

Certains verbes illustrent ce jeu d'assertion/projection dans leurs discours. *I.e.* que, parallèlement, les créatifs assertent les violences et le monde dans lequel elles s'inscrivent, c'est « une réalité à affirmer » quand par ailleurs, la réalité est un « univers possible » lorsqu'elle est mise en scène par le DDG ou dans un monde réel différent. Par exemple, l'utilisation de deux verbes exprime cette double perspective d'assertion/projection : « montrer » une autre/la réalité des violences à travers une fiction ; « imaginer » un monde différent, y être à la place de. Ces verbes apparaissent dans tous les discours. Cette analyse, qui illustre ce jeu d'assertion/projection, introduit bien la relation de l'interlocuteur au monde construit. Ce jeu s'illustre, plus généralement, par les modalisations dominantes de « possibilité, croyance » (importance des verbes pouvoir, penser et croire) sur celles du « savoir, nécessité » (les verbes savoir, falloir et devoir).

1.3.2 La lutte, supplantée par son objet : les violences

1.3.2.1 Les violences dominent les préoccupations des créatifs

La lutte contre les violences est supplantée par la question des violences elle-même dans les discours.

Bien entendu, les discours des créatifs sur les dispositifs montrent la lutte en action. Et la lutte, plus globalement, est aussi discutée. Mais l'importance des objets thématiques et sémantiques et le style de discussion employé nous suggère que l'objet de la lutte domine la lutte elle-même. En somme, la lutte n'est pas secondaire aux violences, mais les violences faites aux femmes sont premières : les créatifs n'ont pas produit un support pour *une* cause mais pour *cette* cause.

Autre indice en ce sens, dans plus des deux tiers des entretiens, les créatifs sont engagé·e·s dans d'autres projets relatifs aux violences faites aux femmes ou des causes proches, les relations femmes-hommes ou le féminisme (par exemple, prévention sur le préservatif féminin après celui masculin dans le cadre de lutte contre le VIH, documentaire sur la sexualité des femmes, court-métrage sur une patiente et son kiné, étude sur les clients de la prostitution ou participation aux stages de responsabilisation, participer à un film animé sur la pornographie et l'envisager du point de vue des femmes aussi, produire des films, des documentaires sur les violences, écrire des articles sur le harcèlement, ...). Par ailleurs, près de la moitié des créatifs sont entretenu·e·s pour plusieurs dispositifs créés mobilisant le DDG contre les violences faites aux femmes.

Dans les discours, mais aussi dans les actions contre les violences conduites par les créatifs, les violences sont au centre des préoccupations des créatifs. Discours et actions créatifs établissent les violences : ils-elles les nomment et les mettent en scène, leur donnant ainsi de l'existence, et l'importance qu'elles revêtent comme *la* cause et non *une* cause dans laquelle ils-elles sont engagé·e·s.

1.3.2.2 Nuance : des discours mettant le plus en scène les relations femmes-hommes

Mais il serait trop aisé de peindre un tableau uniforme des créatifs. Plusieurs créatifs ne mobilisent pas les violences faites aux femmes comme pivot de leurs discours. Quatre entretiens mettent les relations femmes-hommes en tête (à l'instar aussi des autres entretiens), mais pas les violences. Ce sont donc ces *relations* qui sont mises en avant, bien qu'asymétriques, puis les créations.

1.3.2.3 Nuance : implications à différents degrés pour les créatifs dans la lutte contre la prostitution

Nous notons une différence notable, parmi les créatifs ayant travaillé sur la prostitution (soit un peu moins d'un tiers des entretiens), qui illustre selon nous différents degrés d'implication dans la lutte, en tant qu'individu. Trois créatifs placent la prostitution et la violence en tête de discours (et à peu près après les femmes, les gens et les hommes). Ils-elle ont en effet un degré d'engagement fort dans le projet de lutte contre la prostitution : ils-elle ont réalisé plusieurs créations dans ce sens ou sont impliqué·e·s dans leur vie professionnelle sur cette thématique.

Dans deux autres entretiens, les créatifs illustrent moins de lien fait entre prostitution et violence, bien que leur perspective de message soit semblable dans les dispositifs (l'abolition et la prostitution comme violence). Dans leurs discours, c'est davantage les

questions liées à la création qui apparaissent en tête des objets discutés. Selon nous, cette différence signifie un degré d'engagement dans le projet créatif au service d'une cause, qu'ils et elle jugent positivement, mais dans une démarche de création, et non ou moins de position militante. Ils et elle n'ont pas, à notre connaissance, d'autres supports ou engagements sur cette cause précise dans leur portefeuille de créatifs. La centralité de leur propos est plus créative que militante, bien que dans un des deux entretiens, davantage de référence aux violences visant les femmes soient faites.

1.3.3 Dans les actions contre les violences et le genre, des liens entre actes et dimension collective

Faisant écho à une conception des violences liant actes violents et dimension collective des violences, la lutte aussi semble s'envisager par cette double logique, et plus largement de ce qui relève d'un changement social ou sociétal.

La lutte ou le changement passe par des leviers qui mobilisent à la fois des actions individuelles, micro sociale ou d'une organisation pour le collectif ou pour soi ; mais aussi des actions collectives pour le collectif et les individus.

Le premier levier, -des actions individuelles, micro sociales ou d'une organisation pour le collectif- sont des actions, telles que celle des campagnes (de sensibilisation), donc dans une perspective de prévention, avec des ambitions et des objectifs de lutte contre les violences.

Dans la seconde perspective -des actions individuelles ou micro sociales pour soi- les leviers sont liés au pouvoir d'agir : associer le pouvoir au féminin, marquer la puissance féminine, pouvoir désirer, rire, prendre le pouvoir, questionner les normes, se positionner. Un exemple concret : des actions d'affichage en non-mixité. Le principe de l'action est ici d'être conduit *par* et *pour* les femmes sujets de l'action.

Dans la troisième perspective -actions collectives pour le collectif et les individus, désigne un schéma collectif de lutte, caractérisé par le féminisme, le combat et l'égalité ; mais aussi la loi et de la justice en faveur de la lutte contre les violences faites aux femmes.

1.3.4 La lutte et les violences : ancrage la réalité et la subjectivité

1.3.4.1 Les violences ancrées dans la réalité : marqueur fort des dispositifs de DDG

Les violences longuement discutées par les créatifs constituent le terreau à la création des dispositifs de DDG. En particulier, c'est ce que nous voyons dans les parties suivantes sur les processus créatifs et les intentions d'influence.

A l'instar de ce que nous avons analysé plus haut, et que nous poursuivons dans la partie suivante, le jeu entre assertion/projection du monde social genré est double.

D'une part, dans les dispositifs de DDG, les violences mises en scène sont présentées comme *vraies*, assertées, au sens d'ancrées dans la réalité. Mais elles sont aussi projetées

dans un monde déformé (un autre monde ou un monde semblable au nôtre, mais dérangeant).

D'autre part, dans les discours des créatifs, les violences sont aussi assertées, présentées comme *étant ce que sont les violences*. Mais elles sont aussi projetées, dans notre monde social genré possiblement différent. C'est tout l'objet de la lutte : contre les violences et pour un monde social moins genré.

Dans les discours des créatifs, l'idée d'ancrage dans le réel des dispositifs est fort. L'ancrage dans la réalité des violences dénoncées dans les dispositifs de DDG est leur principal marqueur fort. Nous verrons ces éléments à travers le processus d'imitations des violences faites aux femmes par la reprise d'histoires de violences, de clichés, représentations, propos témoignés dans la quasi-totalité des entretiens.

1.3.4.2 Les violences : subjectivité des femmes et constat sur le monde situé

En creux de cet ancrage dans la *réalité*, les violences sont envisagées par la subjectivité et le point de vue situé des femmes en tant que femmes, à travers leurs expériences. Elles sont aussi envisagées à travers un constat sur le monde et des images et codes partagés.

Ces prismes -subjectivité et constat sur le monde- sont transversaux à tous les entretiens. Ces éléments mettent en scène à la fois des données individuelles et collectives. Ils sont mobilisés pour décrire à la fois les violences, et à la fois le processus de construction des dispositifs de DDG. Ils viennent s'ajouter à la capacité du DDG (relative) à lier acte et dimension collective.

(1) Premièrement, la subjectivité et le point de vue. Dans les discussions en entretien, ce sont ces « moments » où les créatifs expriment qu'ils et elles donnent leur opinion ou bien font une distinction de point de vue (« d'un point de vue général, d'un point de vue particulier »). Mais c'est aussi l'expression du *point de vue situé*, celui des victimes, et notamment leurs témoignages exprimant une certaine réalité d'être au monde et d'expériences de violences, ou d'un point de vue de l'auteur des violences, d'un point de vue de la société. Ces extraits d'entretien illustrent toute cette mise en perspective des points de vue.

- « [quand la caméra subjective change de point de vue] *Et puis quand, t'as vu le point de vue de la dame c'est la bête. Donc tu l'as aussi ce point de vue-là. C'est-à-dire que tu as à la fois un agresseur qui te dit toujours en vrai elle veut bien, et puis c'est comme je veux, et puis elles disent non mais ça veut dire oui, de toutes ces petites choses que l'on a... qui alors est culturelle complètement. Donc on va embarquer là-dessus, et puis on va se retourner, et oh dis donc c'est toi qui dis ça mais nous voilà ce que l'on dit. Tu as l'air d'un chien, hm. tu me manipules, et c'est du viol. Le processus c'est celui-là* ». Emmanuelle Piet, co-coordinatrice des campagnes pour le CFCV, s'exprime ici sur le dispositif de DDG « Kan C non c'est NON !²⁴⁴ ». Le point de vue,

²⁴⁴ CFCV, « Kan C non c'est NON ! » (2009) <https://www.youtube.com/watch?v=MfpZhjakWHc&t=5s>

en caméra subjective, est celui de l'agresseur, puis change pour être celui de la cible de l'agresseur.

- « *C'était des témoignages que je recevais par mél, (...) J'étais tout de suite dans une question de comment je montre cette violence-là, j'avais... Et j'ai aussi, mais ça je me le suis très vite dit ça, et je me suis imposé vite, de prendre entièrement le point de vue de la personne qui témoigne, et dans la mise en scène aussi, ce qui, ce qui implique par exemple de ne pas faire de champs, contre-champs, pas ou pas vraiment en tout cas* ». Thomas Mathieu, BDiste, « Les Crocodiles²⁴⁵ »

(2) Deuxièmement, l'autre versant sur la construction des violences et du genre et de leurs mises en scène dans les dispositifs, à travers leur ancrage dans la réalité, est celui du constat d'un certain état du monde : des cas, situations, l'environnement et la culture genrés, mais aussi des images et codes. Ces constats sont en liens étroits, toujours, avec les femmes : ils partent de dimensions collectives situées. Ils tissent aussi des liens entre les individus et le collectif et les représentations de genre ou des violences.

Ces extraits d'entretiens illustrent un constat sur les représentations des femmes, et l'intervention qui vise à le contrer.

- « *Et le deuxième espace évidemment c'est la fiction, c'est-à-dire travailler sur la question des personnages féminins et la manière dont on représente l'inscription de la femme dans le monde, son rôle, le rapport au masculin* ». Marie-Anne Bernard, scénariste des spots « France TV casse les clichés !²⁴⁶ »

- « *Le féminisme c'est de me dire d'une part qu'une femme qui fait de la politique doit adopter des codes masculins, donc moi je vais faire poser des Présidents mais qui sont dans des clichés féminins visés, enfin très sexualisés Justement, un truc que tu auras du mal à voir en politique chez les femmes. Pour dire en fait tu peux être une femme politique et être, avoir des attributs féminins si tu en as envie en fait. Et je ne suis pas en train de dire qu'il faut que ce soit ça, mais ça peut l'être, en tout cas, chez Porntoshop, ça sera comme ça, et ça renforce encore plus le décalage* ». Clara Tellier Savary, créatrice de la revue « Porntoshop²⁴⁷ »

Le positionnement ou l'approche féministe des créatifs est transversal (plus de deux tiers des entretiens). Bien que ce positionnement ne soit pas toujours spécifié -ne parle-t-on pas des féminismes ?- cette inscription corrobore pleinement les questions d'égalité, de violences, de femmes mais aussi des hommes, et en particulier ici, de porter un regard sur le monde, sur les femmes et à travers leurs regards.

²⁴⁵ Thomas Mathieu, Tumblr « Projet Crocodiles » (Tumblr) (2013) <https://projetcrocodiles.tumblr.com/> et « Les Crocodiles » (2014) Editions Le Lombard (le tome 2 paraît en septembre 2019 : Juliette Boutant, « Les crocodiles sont toujours là » (2019) Edition Casterman).

²⁴⁶ France TV, « France TV casse les clichés ! » (2016) (trois spots) <https://www.youtube.com/watch?v=-K2Sp21vHu0>

²⁴⁷ Porntoshop, #2 Présidentes (2016) <https://porntoshop.bigcartel.com/product/porntoshop-2>

Notre analyse donne ainsi à voir que les violences discutées par les créatifs -les violences en général et les violences dans les dispositifs- s’ancrent dans la réalité. Elles sont assertées. Notre analyse donne aussi à voir que ces violences, et le genre, s’envisagent par le prisme des points de vue, celui des femmes en particulier. Nous pensons ainsi, ce qui se confirme dans l’analyse des processus créatifs, que les concepteur·trice·s ont « hypotextualisé » les violences faites aux femmes. C’est-à-dire que le DDG repose sur une base créative, un hypotexte, qui est construit par les créatifs, depuis des éléments (situations de violences, discours, clichés) qu’ils et elles extraient des réalités sociales. Les violences et inégalités faites aux femmes, reprises de notre réalité socio-historique située, deviennent l’hypotexte des dispositifs de DDG. Si le genre n’a pas de *version originale*, pour reprendre Butler, les violences faites aux femmes, elles, peuvent être constituées en versions originales, lesquelles font sens, s’inscrivent dans les cadres de l’entendement, d’autant plus si elles sont détournées.

2. Intentions persuasives et processus créatifs

Dans cette première série de résultats, nous répondons à notre seconde série de questions de recherche portant sur les intentions persuasives et les processus créatifs. Ces deux questions sont liées, c’est pourquoi nous les traitons dans cette même partie, successivement.

La première sous-partie répond à **la question de recherche 2** : Quelles sont les intentions persuasives par les créatifs à travers le DDG ? La seconde sous-partie répond à **la question de recherche n°3** : Quels sont les processus créatifs du DDG ?

Nous répondons à leurs sous-questions que nous précisons dans les sous-parties.

2.1 Les intentions persuasives

La première sous-partie répond à **la question de recherche 2** : Quelles sont les intentions persuasives des créatifs à travers le DDG ? Et à ses sous-questions que nous précisons dans les sous-parties.

2.1.1 Interpeller, faire sentir et révéler les violences, perspectives réflexive et socio-affective

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 2.1** : Quels sont les intentions persuasives et les effets visés des créatifs à travers le DDG des dispositifs ?

Les intentions persuasives des créatifs par le DDG, *i.e.* -les « effets, impacts, influences et retours » sont majoritairement réflexives (et non injonctives), socio-cognitives et socio-affectives. Les intentions des créatifs exprimées sont transversales à l’ensemble des entretiens. Nous les présentons successivement, mais elles ne sont pas hiérarchisées.

D’une part, il s’agit d’interpeller, c’est-à-dire contraindre à penser, à se poser des questions, à prendre conscience du sexisme et des violences. Lié à cette première intention, l’intention également de ne pas être dans l’injonction.

Ensuite, les intentions sont aussi de faire sentir et ressentir des affects négatifs. Ces affects négatifs, transversaux, se déclinent, tels que : de faire éprouver aux hommes les violences, qu'ils s'identifient (dans plus de la moitié des entretiens) ; de mettre le-la récepteur·trice mal à l'aise, le-la gêner (dans la moitié des entretiens) ou encore de faire ressentir un trouble (dans plus d'un tiers des entretiens) ; de monter crescendo, du sourire puis mettre mal à l'aise (dans plus d'un tiers également).

Les intentions et effets visés transversaux sont aussi de révéler la violence et le sexisme de ce qui semble *normal* avant détournement. Cette intention se décline aussi à travers l'absurdité, le surréalisme, l'irréel, la caricature, le ridicule de situations genrées (dans un tiers des entretiens) ; ou encore le rapport d'inégalité, de force ou d'exploitation (dans un tiers des entretiens).

A travers l'idée de révéler les violences et le sexisme, la perspective des créatifs est proche de celles des notions connexes du DDG analysés dans la littérature de dénaturalisation du genre. Les premiers objets visés sont les comportements masculins violents et la relation asymétrique femmes-hommes.

Ce résultat corrobore notre idée initiale : le DDG diffère de la stratégie des campagnes de l'Etat français en n'étant pas injonctif, mais en invitant le public à revoir ses représentations sur les violences et le sexisme sur la base d'une nouvelle lecture de la « réalité » réécrite.

Enfin, dans une moindre mesure, mais dans près de la moitié des entretiens, l'effet visé est aussi de faire parler : il s'agit de créer un « débat public » (un tiers des entretiens) ou d'aider les femmes victimes à « penser les violences et à libérer la parole » (dans un peu moins d'un quart des entretiens).

Ces intentions persuasives s'inscrivent dans un discours orienté vers le changement. Dépassant les intentions, le DDG s'inscrit dans le champ sémantique des « actions, choix, changement et capacité d'agir », dans tous les entretiens, pour les « femmes ». La « lutte », en général, c'est-à-dire dépassant le seul cadre des intentions à travers les dispositifs, est caractérisée, dans tous les entretiens, par des lemmes tels que : le féminisme, le combat et l'égalité. Les femmes restent au centre du discours : première référence discutée, suivie des « gens » et des hommes. Les relations « femmes-hommes » dominent le discours, reflétant à la fois l'objet décrié et détourné : l'asymétrie dans la construction et les relations genrées. Ces relations sont suivies des violences faites aux femmes et la lutte contre celles-ci. Ce sont donc à la fois ces relations asymétriques et les violences qui sont visées par les créatifs, les premières constituant également une forme de violence.

Pour conclure, les effets, l'impact et l'influence visés (lemmes mobilisés dans les discours) illustrent l'idée de prendre la violence et les données relevant des savoirs construits sur elles (ce que nous voyons point 2.2 page 282), pour avoir un effet sur « les gens » (point 2.1.3 page 279). Mais, comme nous l'avons dit, ces effets visés relèvent plus de la réflexivité, c'est-à-dire d'effets socio-cognitifs interpellatifs et de prise de

conscience ; de faire sentir et ressentir des affects négatifs ; de révéler la violence et le sexisme ; et enfin de susciter la parole (débat public et paroles de femmes victimes de violence).

2.1.2 Les processus et marqueurs forts persuasifs

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 2.2** : Quels sont les processus et marqueurs forts envisagés par les créatifs comme leviers persuasifs ? En particulier, les théories de la dissonance cognitive et de l'empathie trouvent-elles écho dans les intentions des créatifs (comme nous l'avons envisagé dans nos intuitions de recherche) ?

2.1.2.1 Le marqueur fort : l'ancrage dans la réalité des violences et du genre dans le DDG

Concernant les marqueurs dans les dispositifs, à quelques exceptions près, ils ne sont pas significatifs. Cela peut s'expliquer par le fait que ces créatifs discutent de dispositifs différents, et donc qu'il est peu probable que des marqueurs précis émergent.

En revanche, ce sont des marqueurs plus généraux qui retiennent l'attention. Les marqueurs les plus forts recourent l'idée de matériel brut, d'ancrage dans la réalité et le réel des histoires mises en scène dans les dispositifs. Rien n'est inventé. Nous avons abordé cet ancrage dans la réalité et la subjectivité dans le point 1.3.4, page 271. Nous poursuivons cette analyse en pointant la force argumentative de l'imitation des réalités sociales dans le point 2.2.1.2 page 276.

Les autres marqueurs mentionnés par les créatifs sont, de manière significative et décroissante : le corps, lieu de marque du genre ; l'habillement dans/hors dispositifs ; le genre et construits féminin et masculin et enfin les voix et parole ; regard et œil.

Ces marqueurs portent ainsi majoritairement sur l'ancrage dans la réalité et du genre. Ainsi, le second marqueur fort, après la force argumentative de la *réalité* des violences dénoncées dans les dispositifs de DDG, est l'ensemble de ces marqueurs genrés sur le corps, ses appareils (vêtements), le genre construisant le féminin et le masculin et enfin, ce qui appelle au sens et au contact (audio et visuel).

2.1.2.2 Mineur mais lié à la lutte : mobiliser le DDG « dans la vraie vie »

De manière marginale, mais très intéressante, des créatifs pointent une dernière force argumentative du DDG, lié aussi à cet ancrage dans le réel et au genre comme marqueur.

Dans un tiers des entretiens, le DDG est un outil qui se mobilise dans la vraie vie, comme arme pour se défendre. Cela rejoint aussi l'idée développée dans un peu moins d'un tiers des discours que, pour soi, pour les autres, inverser, « ça fait du bien ».

Le point commun est une perception d'utilité sociale *pour les femmes* du DDG, comme outil : de rhétorique, transposable aux situations dans la vie quotidienne pour se défendre dans les discours ; de catharsis, puisqu'il permet une sorte de libération socio-affective.

2.1.2.3 L'écho de la dissonance cognitive dans les intentions : susciter l'inconfort

A travers le répertoire sémantique mobilisé dans les discours -sur les transformations appliquées au genre, intentions d'effets visés, tons donnés aux dispositifs-, l'intention de produire un certain inconfort psychologique ou émotionnel est présente. Les créatifs expriment sémantiquement ce qui relève de la perturbation (du genre par le DDG) ou des effets par des lemmes, tels que :

« inverser ; le trouble, la perturbation, la confusion, le décalage, le contraste, challenger, mélanger, malaise ; mais aussi : absurde, irréel, dérision, incongru, capillotracté, ridicule, dingue, surréaliste ; ou encore : piège, otage, tromperie, blague, choc et électrochoc, étonnement et effet de surprise et enfin deux niveaux de lecture ».

C'est aussi ce que nous retrouvons, plus qualitativement et plus affirmé encore, avec les intentions persuasives que nous avons décrites -interpeller, *i.e.* contraindre à penser ; sentir et ressentir des affects négatifs ; révéler la violence et le sexisme de ce qui semble *normal* avant détournement.

Or, cet inconfort psychologique et émotionnel, qui joue sur les attentes (sur le monde, sur le genre, sur les médias), est précisément la pièce maîtresse de la dissonance cognitive. Cette intention est aussi exprimée à travers les processus créatifs (que nous voyons dans le point 2.2, page 282), tels que : de mettre en suspens puis de choquer le public, de l'embarquer (sans révéler ses intentions, mais jugeant positive la clarté du message après révélation).

2.1.2.4 L'écho de la dissonance cognitive : susciter l'attention, une théorie *pas si naïve*

Au-delà de cette mise en suspens et de la révélation du public, envisagé dans le processus créatif (et participant aux intentions d'influence), le DDG aurait aussi la capacité d'attirer l'attention, par le trouble qu'il induit.

Selon plus d'un tiers des créatifs, les gens s'habituent aux messages, tous se ressemblent, ils ne sont donc plus efficaces, d'où le besoin d'en trouver de nouveaux. Ces assertions se rapprochent d'une idée selon laquelle l'attention portée à un dispositif est une condition de son influence ; et que les individus, surexposés à un nombre important de messages, y sont moins attentifs. Il y aurait une forme de désensibilisation des individus face aux contenus médiatiques, car ils seraient très abondants, mais aussi lissés.

Face à ce manque d'attention, le DDG apparaît comme nous l'avons dit comme solution -il embarque le public, le met en suspens puis le choque. Le DDG apparaît comme un *ticket* d'entrée de l'attention du public. Le trouble du genre et/ou le DDG par révélation vise à contrarier les horizons d'attente que les créatifs se font du public. Évalué positivement : le DDG permet de capter l'attention (un tiers des entretiens) et il est jugé efficace (deux tiers des entretiens) en grande partie pour ces raisons.

Or, cette perception des créatifs (selon laquelle le DDG permettrait de capter l'attention), les actions de DDG (les imitations et transformations) et les intentions (notamment de faire ressentir des affects négatifs) trouve un écho dans la littérature sur la dissonance cognitive.

Plus précisément, le DDG relève d'une exposition à une information inconsistante sur le monde : des hommes politiques au corps féminin et dévêtu (ou l'inverse : des femmes dévêtues arborant les visages de pouvoir), des rôles femmes hommes inversés qui se découvrent progressivement dans l'esprit des récepteur·trice·s, des discours violents semblant inventés mais révélés comme étant ceux de vraies personnes, ...

Et en théorie, les transformations opérées par le DDG (voir point 2.2.1.2 page 283) pourraient permettre de susciter un « motivationnel et aversif ». En effet, l'inconfort émotionnel visé et suscité est « à la fois un état motivationnel comprenant des propriétés énergisantes pour l'organisme et un état motivationnel négatif. Les propriétés motivationnelles amènent l'individu à mettre en œuvre un travail cognitif orienté vers la réduction de l'inconfort psychologique » (Martinie & Priolo, 2013). Autrement dit, la théorie naïve selon laquelle le DDG susciterait l'attention trouve écho dans la littérature de la dissonance cognitive. Cette dernière, à travers l'inconfort, est effectivement un état qui suscite l'attention et un travail cognitif.

Cette intention d'inconfort du public en réception passe aussi, indirectement, par ce que nous avons relevé dans les discours, liés à l'intention de susciter l'empathie.

2.1.2.5 L'empathie virtuelle et le point de vue situé des femmes

Tel que nous l'avons introduit, et que nous continuerons à l'explorer, l'hypotexte du DDG repose sur *les* réalités sociales, imitées, transformées, liées au sexisme et aux violences faites aux femmes.

L'intention persuasive par l'empathie (ou le rejet de l'identification aux auteurs de violences, qui est ici son versant négatif) apparaît à travers un certain nombre *d'effets visés* (faire sentir et ressentir des affects négatifs et en particulier faire éprouver aux hommes les violences faites aux femmes, qu'ils s'identifient) et de *transformations*²⁴⁸ (projections, être dans la pensée, jouer les hommes, être dans la pensée des auteurs ou du point de vue des victimes). Il s'agit, pour la nommer correctement, d'une intention de susciter une empathie virtuelle (Daignault & Paquette, 2009).

Cette empathie semble s'envisager dans un premier temps comme socio-affective, à travers les lemmes *faire sentir et ressentir*. Mais l'empathie est aussi *socio-cognitive*, à travers les intentions de révélation et d'interpellation.

C'est surtout l'idée, selon nous, dans une approche compréhensive, de partage d'expériences vécues et d'illustrations des violences, depuis le point de vue situé « des femmes » en tant que femmes. Le DDG du genre est une réécriture en faveur d'une

²⁴⁸ Nous voyons ces transformations dans le point 2.2 page 282.

perception des conditions d'existence des femmes et prennent en charge et argumentent leur position. Le DDG incarne une position engagée et des intentionnalités d'assertion, de projection et de changement social, par effet de renversement où le monde se donne à voir selon le prisme des femmes. Les rapports de pouvoir constituent un savoir : celui des expériences des femmes en tant que femmes, et ici surtout en tant que cible des violences faites aux femmes. Avec le DDG, le rapport de pouvoir est renversé, questionné, et les positions masculines violentes pointées comme *non normales*. Le savoir partagé d'un certain point de vue des femmes, envisagé surtout comme collectif, et initialement à la marge, devient un dédoublement de la connaissance sur le monde, ce que signifie la théorie de la connaissance située (Dorlin, 2008).

La question de l'expérience vécue s'envisage sous deux prismes : « une dimension de connaissance et une dimension qui est de l'ordre de l'éprouvé, de l'implication psychologique du sujet » (Jodelet, 2006). Ces savoirs, issus des *histoires* rapportées, des analyses et de la définition des violences faites aux femmes depuis le prisme des femmes (Hanmer, 1977), sont un savoir et un discours portés pour (et souvent mais pas uniquement par) les contre-publics subalternes (Fraser, 2001).

Ainsi, si nous évoquons un monde *connu*, il s'agirait plus de parler d'une retranscription du monde et sa mise en scène prenant les connaissances situées et le point de vue situé comme éclairage sur le monde : « un enrichissement ou un élargissement du rapport au monde » (Jodelet, 2006). Cette perception, liant l'individuE, au sens d'une femme, au collectifE, au sens des femmes, s'inscrit, nous semble-t-il, dans des préoccupations et positionnements proches des féministes matérialistes. Elsa Dorlin explicite ce qui peut qualifier le DDG sur ces points : « ce travail de conscientisation fait que le destin quotidien de chaque femme, la prétendue « condition féminine », est reconnu comme une expérience de l'oppression où je me reconnais moi-même comme « sujet de l'oppression » », reprenant ici Nicole-Claude Mathieu. Elle poursuit : « En outre, le vécu singulier des femmes peut être re-signifié comme un vécu collectivement partagé : ce qui fonde doublement la possibilité même de la révolte, aux niveaux individuel et collectif – « ce qui est résistible, n'est pas inévitable » », reprenant cette fois Christine Delphy. Il y a ainsi dans cette perspective matérialiste féministe, un sujet politique, « les femmes », dont les conditions d'existence se rejoignent au point de leurs oppressions. Il est aussi question de « vécu singulier », introduisant bien entendu qu'il va s'agir d'un point de vue situé depuis ces expériences sociales. Ces dernières s'envisagent, selon nous, sous le double prisme socio-cognitif et socio-affectif. Il s'agit de lire, voir, entendre, ressentir le monde initial à travers celui détourné, c'est en cela qu'il vient contrarier les horizons d'attentes et susciter l'empathie ou le rejet empathique ou désir de projection.

2.1.3 Les publics-cibles et les retours des publics empiriques

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche n°2.3** : Quels sont les publics-cibles construits par les créatifs ? Et quels retours ont-ils et elles eu des publics empiriques ?

2.1.3.1 Le public-cible : majoritairement « tout le monde »

Concernant le public-cible, il est plus large empiriquement que nous l'avions construit. Le public-cible exclusif hommes apparaît dans près de la moitié des entretiens. Mais il est précédé des « femmes *et* des hommes, la société, tout le monde », transversal, qui apparaît dans la quasi-totalité des entretiens.

Dans le premier cas, le public-cible « hommes » se décline en « tous les hommes » (près d'un tiers des entretiens), c'est-à-dire les hommes d'une manière générale. Mais les « hommes », en particulier les « hommes potentiellement coupables, agresseurs, clients de la prostitution » sont évoqués en tant que cible dans plus d'un tiers des entretiens.

D'autres cibles sont exprimées, dans une moindre mesure : les jeunes, les industries de la publicité, musique, culture, ou encore les femmes (exclusivement).

Le DDG et l'inclusion des hommes dans le champ procèdent ainsi d'une cible inclusive (hommes *et* femmes) et généralisante (la *société*), il est un moyen de s'adresser à un public-cible large.

Nous l'avons vu avec les lemmes autour des « gens », ces derniers sont principalement convoqués pour désigner les publics, au sens très large, ceux des dispositifs des créatifs, au sens large et indéfini. Les gens peuvent aussi être qualifiés par « tout le monde », toujours dans l'esprit d'un public-cible généralisant, d'une pensée de généralisation ou d'opposition de points de vue. Les gens constituent donc très majoritairement un public-cible peu qualifié et généralisant.

Face à ces explicitations des créatifs sur les publics-cibles, et au sens que nous avons dénoué de l'utilisation d'une partie des lemmes « gens », nous pouvons dire que, d'une part, les cibles sont peu construites, et encore moins qualifiées. Cet état se trouve dans l'ensemble des entretiens.

D'autre part, ce ciblage, même partiel, de s'adresser aux hommes potentiellement violents, contrevient en partie aux théorisations de la communication et de la prévention dans le cadre de la lutte contre les violences faites aux femmes, ciblant les hommes. En effet, avec les dispositifs de communication persuasive et d'intérêt général, c'est-à-dire de prévention dite primaire, l'objectif est de « réduire le risque que les hommes et les garçons recourent à la violence et que les femmes et les filles en soient les victimes. (...) [Mais] elle fait rarement partie des stratégies déployées pour mettre fin à la violence sexiste²⁴⁹ ». Les auteurs de violences, même s'il n'en est pas directement fait référence (« potentiellement » violents), sont, dans le cadre de la littérature scientifique évaluant les programmes de prévention et d'action, appréhendés par la prévention secondaire (intervenir auprès des hommes à risque élevé de commettre des actes violents) et tertiaire, soit après les actes violents, un travail directement avec les agresseurs.

²⁴⁹ Minerson, Todd, Humberto Carolo, Tuval Dinner, et Clay Jones. « Dossier d'information - Mobiliser les hommes et les garçons pour réduire et prévenir la violence sexiste ». Condition féminine Canada, 2011. http://whiteribbon.ca/wp-content/uploads/2012/12/crb_cfc_dossier.pdf. Consulté le 18 mai 2016

Enfin, en misant sur un public-cible si étendu, et peu qualifié, nous pourrions dire qu'il y a une forme d'optimisme dans la perception des créatifs quant à la capacité de *faire prendre conscience, faire sentir et ressentir ou révéler les violences*. C'est peut-être omettre une certaine confrontation à des subjectivités et points de vue multiples de ces publics-cibles si larges. Cette perception invite aussi à ce que les publics-cibles implicites (ou construits), aussi peu qualifiés (au sens de déterminés qualitativement) et capables de réflexivité et d'émotion soient plutôt envisagés positivement. Les créatifs, en somme, font appel au bon sens, à l'entendement et aux intelligences (socio-cognitive et socio-affectif) des récepteurs et réceptrices. Peut-être construisent-ils une cible qu'ils et elles surévaluent, minimisant l'écart esthétique que peut constituer la réception.

Une autre question s'ouvre également. La cible inclusive des *individus* (femmes et hommes) et *généralisante* (tout le monde) est une cible floue, imprécise. Celle-ci est transversale : professionnels de la communication, artistes ou organisation féministe. Nous pourrions nous attendre à ce que les professionnels de la communication soient plus précis. Cependant, leurs intentions partagées -la prise de conscience collective à travers cette cible, peut-elle avoir écho positif. En mobilisant le DDG, ces créations ne visent pas uniquement les femmes (à quelques exceptions), comme cela est le cas de la majorité des campagnes, ou ne visent pas exclusivement les hommes (à quelques exceptions près), mais invitent à la table de la réflexivité ces individus, dans une dimension individuelle double : ce que l'individu a *d'individuel*, ce que l'individu *porte de social*.

2.1.3.2 Les retours des publics aux créatifs

La quasi-totalité des créatifs discutent des retours qu'ils et elles ont pu avoir des publics. Cependant, ce thème n'est pas dominant dans les échanges, et il est souvent suscité par les questions ouvertes en entretien.

Ces retours des publics aux créatifs sont issus de différents lieux : internet, via les commentaires, en discussion avec des individus lors de séances de projection ou d'affichage, par exemple.

Les retours mis en avant sont en premier ceux négatifs (quasiment tous les entretiens), correspondants à des retours allant dans le sens inverse des intentions et du message réflexif porté. Les créatifs évoquent en majorité ces retours négatifs par des retours d'hommes, des retours négatifs, violents, racistes, surprenants ou culpabilisants. Les créatifs ajoutent, comme pour les contrebalancer, que ces réactions négatives montrent que la création a une utilité (dans un tiers des entretiens). Cet aspect peut rejoindre la dimension « d'objet utile » que serait le DDG. Certain·e·s d'entre eux·elles diront que la réception des commentaires violents a pu être difficile.

Les retours positifs sont aussi mentionnés et transversaux aux entretiens. Il s'agit de retours pro-messages. Mais ce qui est intéressant, c'est la manière d'évaluer qu'un retour est positif, pour les créatifs.

Dans plus des deux tiers des entretiens, les retours sont qualifiés de positifs parce qu'ils sont de « vives réactions ». Dans plus d'un tiers des entretiens, les retours sont jugés positifs parce que quantitativement significatifs : nombre d'appels, de vues, de relais (retombées presse par exemple). Enfin, les retours sont évalués positivement parce que ce sont des retours où le dispositif dérange, fait parler, piège, suscite l'empathie (dans plus d'un tiers des entretiens). Ces éléments sont plutôt confirmatoires avec notre analyse sur les intentions d'inconfort et d'empathie.

Enfin, il est aussi question de l'ampleur des retours qui n'étaient pas anticipés (un tiers des entretiens), des retours positifs mais aussi la différence entre ceux anticipés et réels, au niveau de l'ampleur. En creux est donc évoquée la circulation.

Relativement à la question de la circulation, la censure est discutée dans près d'un tiers des entretiens. Elle est discutée car certains dispositifs de DDG qu'ils et elles ont créés en ont été l'objet. Cette censure est envisagée à la fois comme une limite et un signe négatif des censeurs et plus largement, de ce qui *peut* être diffusé ou non, mais aussi comme ce qui constitue un levier à la circulation des dispositifs (nous l'explorons point 3.1.1 page 291). La censure, en tant que retour, est évaluée négativement, d'un point de vue des créatifs mais positivement dans la circulation des messages. La censure est aussi un retour surprenant et non anticipé. Dans une faible mesure, sur la capacité en tant que créatif à évaluer les retours, certain·e·s expliquent qu'il est impossible de connaître les effets ou la circulation de leur création (moins d'un tiers des entretiens), y compris lorsqu'elle est engagée par des organisations et des annonceurs.

2.2 Les processus créatifs

Dans cette partie nous répondons à **la question de recherche 3** : Quels sont les processus créatifs du DDG ? Et à ses questions précisées dans les sous-parties.

2.2.1 Imitation et transformation des *réalités* du sexisme et des violences

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 3.1** : Quelles sont les étapes des processus créatifs de DDG pour ses concepteur·trice·s ? En particulier, quels sont les hypotextes, les imitations et les transformations ?

2.2.1.1 Un processus en trois temps : *hacker et hypertextualiser*

Pour créer différentes formes de DDG, le processus créatif, envisagé ici comme un processus d'actions, s'apparente à celui exposé par Dayer (2014) pour *hacker le sexisme* : « analyser la manière dont le sexisme se construit (...) pour mettre en lumière ses différentes traductions mais également pour actualiser les moyens de le prévenir et de l'enrayer », de « trouver les failles d'un système pour le déjouer tout en évitant de le consolider ». Ce processus en trois temps est plus généralement, proche de la conception de Genette (1982), « tout texte dérivé d'un texte antérieur par transformation (...) ou imitation ». Ces deux modèles, en trois temps, s'appliquent au DDG.

2.2.1.2 Force argumentative de l'imitation des réalités sociales, et transformations

Premier élément, la base créative repose sur des reprises d'éléments du monde social généré dans la quasi-totalité des entretiens. Il s'agit de reprises : de clichés, représentations, discours justifiant les violences et expériences issues de connaissances pratiques (dans deux tiers des entretiens) analysés par les créatifs et de témoignages récoltés et retranscrits (dans un tiers des entretiens). L'idée amorcée du DDG est de reproduire, imiter, jusqu'à plagier.

Enrichissant les intentions persuasives, la force argumentative tient au fait que les histoires narrées par le DDG sont issues d'histoires vraies. Celles-ci pouvant même paraître fausses, caricaturales, dépasser la fiction (dans un tiers des entretiens).

Lorsque les créatifs s'expriment sur les violences, comme nous l'avons vu plus tôt, il s'agit, dans tous les entretiens, à la fois des actes, *i.e.* prostitution, agression sexuelle, harcèlement ; de leur dimension collective, liée à la société, au système, au sexisme ; et des auteurs (dans plus des deux tiers des entretiens), *i.e.* client, agresseur, harceleur, violeur.

Second élément, les transformations opérées. De manière transversale, il s'agit de pointer, montrer et renverser : soit les hommes violents, complices, responsables, soit de renvoyer la responsabilité sur les auteurs ou encore de les transformer en bête (dans la moitié des entretiens). L'objet est alors le reflet de l'anormalité de leurs comportements violents.

Ensuite, en création, les concepteur·trice·s cherchent, à travers l'idée qu'ils et elles se font de l'horizon d'attente du public, à le mettre en suspens puis de choquer (dans plus de deux tiers des entretiens). L'idée est donc de ne pas révéler leurs intentions pour qu'elles émergent progressivement dans l'esprit des récepteur·trice·s ou par révélation explicite. Les théories implicites et ses réponses créatives sont les suivantes : les gens s'habituent aux messages, tous se ressemblent, ils ne sont donc plus efficaces, d'où le besoin d'en trouver de nouveaux (dans plus d'un tiers des entretiens).

Le DDG apparaît alors comme solution, il embarque son public (dans plus de la moitié des entretiens) sans lui révéler ses intentions, mais son degré de clarté est fort après la révélation. Le DDG est un moyen évalué positivement : il est jugé efficace (deux tiers des entretiens) et il permet de capter l'attention (un tiers des entretiens). Il est pour certain·e·s créatifs un outil qui se mobilise dans la vraie vie, comme arme pour se défendre (dans un tiers des entretiens).

D'autres transformations sont opérées et transversales aux discours des créatifs. Il s'agit de défaire (plus des deux tiers des entretiens) : les frontières du genre en les brouillant ; de créer un décalage, une distance avec l'objet ; de projeter dans des mondes dystopiques ; d'être dans la pensée des hommes complices, machistes ou harceleurs ou du point de vue de la victime. Dans la moitié des entretiens est aussi fait mention d'une

transformation telle que : extrémiser ou rapprocher des mondes, le genre, les violences, le sexisme, en jouant de contraste ou d'absurde.

Nous retrouvons bien, à travers ce double processus d'imitations et de transformations, un processus mixte de réécriture des violences, passant d'un hypotexte à un hypertexte, comme les nomme Genette (1982) ; qui consiste aussi en une analyse du sexisme et des violences et à construire des moyens pour l'enrayer (Dayer, 2014), précisées par les intentions persuasives. Les trois temps du DDG sont la construction d'une base à imiter, l'hypotexte, les imitations et transformations opérées, l'hypertextualisation, et finalement, le résultat, l'hypertexte, qui constitue le dispositif portant le DDG.

2.2.1.3 Un renversement de la culpabilité sur les auteurs présent

Nous venons de le voir, une des transformations opérées et transversales est de pointer, montrer et renverser : soit les hommes violents, complices, responsables, soit de renvoyer la responsabilité sur les auteurs ou encore de les transformer en bête (dans la moitié des entretiens). L'objet est alors le reflet de l'anormalité de leurs comportements violents.

Cependant, comme nous l'avons vu dans les publics-cibles (point 2.1.3.1, page 280), les hommes violents ne constituent pas, ou de manière mineure (dans un peu plus d'un tiers des entretiens), le public-cible des messages de DDG.

Les auteurs sont donc plus présents dans les intentions de renversement (de la culpabilité, de l'anormalité des comportements masculins violents) et dans les dispositifs (devenus visibles), qu'en tant que cible de communication.

Cette intention de renversement du regard, de la culpabilité et de pointage en direction des hommes violents fait écho dans un premier temps à une approche du « *name and shame* ». *I.e.* de changement de focale sur l'auteur des violences et non plus les victimes de violences. Mais il ne s'agit pas de nommer ces auteurs, plutôt de proposer un nouveau cadrage de la problématique. Le « *name and shame* », support à une justice, serait plutôt, dans le DDG, un « *frame and shame* » : c'est-à-dire un nouveau cadrage. Ce nouveau cadrage est à la fois technique (en incluant les hommes violents dans le cadre) et perceptuel de la lutte contre les violences faites aux femmes. Ce nouveau cadre et renversement du regard n'est en fait pas nouveau. Il s'inscrit dans une histoire du féminisme, laquelle, dans sa seconde vague, scandait déjà, par exemple :

« Un homme sur deux est une femme ! » « Ils ne décideront plus pour nous ! »
« (S)MINISTRES ET R(D)EPUTES » (Bernheim, 2009)

2.2.1.4 Des réalités sociales devenues hypotexte et dédoublement de lecture

A travers les processus décrits d'imitation et de transformation, ce qui est ici saillant, c'est que l'hypotexte du DDG se construit à partir du sexisme, des violences assertées, les clichés, représentations, de connaissances pratiques, mais aussi de témoignages. En

somme, puisqu'il n'existe pas d'œuvre hypotextuelle comme chez Genette, c'est donc la référence aux « œuvres » du quotidien, ancrées dans la réalité -les expériences vécues des femmes, mais aussi les caractéristiques du monde social genré perçu- qui vont être imitées. Les connaissances des créatifs sur les violences deviennent l'hypotexte. Le processus de réécriture passe par l'imitation des réalités sociales -devenues l'hypotexte- puis par des transformations de ces réalités. A de rares exceptions près, le DDG est un processus d'imitation (reproduction) au plus près des réalités sociales, qui deviennent l'hypotexte, puis de transformation du genre, par des formes de transpositions. Ces transpositions sont de styles (style dégradé notamment) ou de sujets (transexuation, zoomorphisme) ou contextuel (de lieu ou d'énonciation).

Le DDG désigne donc majoritairement des processus de transformation du genre, dont l'hypotexte est un constat de l'état du monde genré situé et envisagé par le prisme des femmes, ce qu'elles y expérimentent, en visant, à travers la transformation, à en imiter les traits afin que les références au monde social soient explicites.

Implicitement se situent ici deux arguments forts : d'une part, nul besoin d'une culture littéraire pour comprendre le DDG, puisque son œuvre de base est une scène de théâtre sur laquelle chacun et chacune joue un rôle et qu'elle est reconnaissable. La condition est davantage celle d'un script commun, c'est-à-dire de vivre dans une réalité socio-historique située, où les représentations, codes et attentes sur le monde, au sens large, seront relativement partagés.

Second argument fort, le DDG repose sur des réalités sociales pragmatiques et expérientielles, où le regard critique des créatifs porté sur la société se combine très fortement avec les réalités sociales des femmes, tels que leurs témoignages, et viennent constituer une réserve de connaissances, de savoirs sur le monde. Ces dernières vont constituer un argument, puisqu'il s'agit de les ancrer dans la *véracité* des faits, et donc de les rendre difficilement réfutables.

Le dédoublement de la lecture est bien amorcé : c'est parce qu'il s'agit d'imiter (ou prendre pour hypotexte, donc) un monde social connu, mais aussi naturalisé, et parce qu'il est transformé, que le DDG permet de lire deux mondes par transparence. Cette analyse va dans le sens de la partie précédente avec les intentions d'influence : ces deux résultats sont congruents, illustrant que l'expérience vécue et le point de vue situé comme levier créatif et persuasif importent. Cette conception de reprises d'éléments de la vie sociale reflète la possibilité de manipuler les attentes sur le genre, à l'instar des auteures de l'ouvrage collectif de Damian-Gaillard et al. (2014), mais aussi de Hernandez Orellana et Kunert (2014) et de Trépanier-Jobin (2013).

2.2.1.5 Un processus créatif itératif et leviers de l'action créative

Un thème significatif est éclairant sur le processus créatif, les intentions créatives et les postures des créatifs. Ce thème pointe initialement les origines de l'idée créative, les sources d'inspiration et les événements concomitants à la création. Il est abordé dans tous les entretiens. Ce thème dépasse le cadre des origines de l'idée, sources d'inspiration et

événements, puisque l'entretien d'explicitation a permis de faire discuter les créatifs, plus en profondeur, sur les étapes créatives.

(1) Premièrement, l'élément central est la construction émergente et itérative du DDG.

Paradoxalement, si le DDG est fréquemment qualifié de « procédé simple, rapide », les créatifs reconnaissent dans plus de deux tiers des entretiens sa construction « émergente », un processus itératif d'ajouts/suppressions progressifs, mais aussi des sens qui se révèlent. Ils pointent également, dans une moindre mesure, leur « vigilance, souci du détail, soin et préparation en amont.

- « *Mais quand je dis faire réfléchir ce n'est pas que dans un sens hein, c'est aussi moi qui réfléchis aussi beaucoup, à faire un collage, à l'intérêt des choses, est-ce que c'est une bonne direction ou pas. Enfin voilà, mais c'est dans les deux sens et cet échange il est hyper enrichissant. (...) et après tu as aussi des sens qui te, qui se révèlent après coup. Et tu dis, ouais enfin ça rebondit bien* » Clara Tellier Savary, créatrice de la revue « Porntoshop ».

- « *Ils [les chiffres de l'étude Ipsos – Mémoire Traumatique] venaient de sortir, et ça nous a tellement perturbé qu'on s'est posé la question, et on s'est dit si on le met à la fin, on enlève la musique et à la fin on le met, parce que oui c'est important de savoir* » Elvire Duvelle-Charles et Sarah Constantin, créatrice du clip « C.L.I.T²⁵⁰ ».

- « *Et ça se joue par les fringues, par la manière de se tenir, par le décor, qui est où et comment, et enfin, rien n'est laissé au hasard, que ce soit la voiture, ou le vélo, la petit mob du mec au début, est-ce qu'il a les mains est-ce qu'il a les mains propres, qui auraient voulu dire que ce n'est pas un mec qui a l'habitude de se tabasser, ou de, ou est-ce qu'au contraire il a les mains un peu abîmées, les ongles sales, enfin il y a, tout est, tous ces petits décors sont vachement importants.* » Agathe Riedinger, réalisation du spot « Les Bourreaux²⁵¹ »

Les processus créatifs s'inscrivent plutôt dans un cadre communicationnel : dans la moitié des entretiens, il est question des éléments pris en charge par l'agence de communication, ou des créatifs déjà sur le projet, du caractère pro bono du projet et des prix de communication gagnés.

Les annonceurs, dans ces cas, ne sont pas pour autant exclus du processus créatif, puisqu'il est fait écho des briefs des annonceurs, mais aussi des impératifs que ces annonceurs imposent à l'agence, en particulier sur la manière d'aborder les violences faites aux femmes. Les annonceurs sont dans cette relation avec les agences les *expert-e-s* de la cause, ces annonceurs étant des militant-e-s disposant du savoir. Ils peuvent apporter leurs idées à l'agence, mais surtout, ils imposent un certain cahier des charges

²⁵⁰ Sarah Duvelle-Charles et Sarah Constantin, « C.L.I.T. » (2016) <https://www.youtube.com/watch?v=P7jnvGNX-ao>

²⁵¹ Agathe Riedinger, « Les Bourreaux » (2016) <https://www.youtube.com/watch?v=zp0IJ1Xj-ds>

de ce qui doit impérativement être exclu des dispositifs : ne pas stigmatiser d'autres classes sociales (injonction faite à la création dépasse le seul cadre des annonceurs), ne pas faire de campagne « agresseur » ou culpabilisant les victimes, ou encore pas de clichés pornifiant ou sexy (dans l'ordre décroissant de ces impératifs).

(2) Deuxièmement, les discours des créatifs permettent de cerner les leviers de l'action créative de DDG.

Des créatifs nous inspirent, à travers ce qu'ils et elles évoquent, des positions militantes et créatives. Dans près de moitié des entretiens, ils et elles peuvent être « remonté·e·s », comprendre en colère et agir en réaction à un événement. Un petit tiers des créatifs exprime aussi être enthousiaste au projet déjà initié et ainsi y contribuer. Dans le premier cas, cette émotion négative, levier à l'action, vise à produire un contre-discours face à une situation, un événement, qui a suscité l'émotion initiale. Cette démarche de création *en opposition*, qui va de plus mobiliser le DDG, s'apparente à la démarche d'un processus créatif plutôt orienté artistiquement : un processus de « confrontation singulière de l'artiste au réel qui, à travers notamment l'articulation de percepts, affects et la façon dont ils s'articulent à son imaginaire, l'oblige à se départir des routines pour tenter d'appréhender ce qui lui pose problème » (Couchot & Lambert, 2016, p. 48).

- « *C'est la semaine où vraiment ça a fait le buzz, un bad buzz quoi. [la publicité Dim avec Beigbeder] (...) Et on a vu la tribune de Libération [de Camille Laurens] et là on s'est dit, on avait déjà prévu de faire un tournage, une parodie de pub, on voulait faire une parodie de pub des années cinquante à la base. (...) On s'est dit allez on monte, on fait ça, on inverse les rôles.* » Cie Avant l'Aube, créatrices de la publicité « Vous êtes inadmissibles²⁵² »

- « *Et justement je pense que, au moment du verdict [relaxe d'Orelsan pour liberté d'expression] on était très remontée (...) Ouais juste après on a commencé, on était tellement remontée comme des coucous...* » Elvire Duvelle-Charles et Sarah Constantin, créatrices du clip « C.L.I.T. »

Enfin, en creux de ces leviers à la création, les actes créatifs s'inscrivent dans un contexte plus global : dans plus de la moitié des entretiens, les créatifs mentionnent des références citées proches des intentions ; des événements politiques ou médiatiques concomitants.

Dans le processus créatif, les ressources mobilisées sont envisagées, non pas comme secondaires, mais au service de la création et du projet. Ainsi, dans plus d'un tiers des entretiens, les créatifs expriment que le budget pour la création est proche des 0€. Dans plus de la moitié des entretiens, les créatifs expliquent que le projet a été initié par elles-eux, et que des proches ont été sollicités pour y participer bénévolement (dans plus

²⁵² Compagnie Avant l'Aube, « Vous êtes inadmissibles » (2016)
<https://www.youtube.com/watch?v=H6dExSg1jBw>

d'un tiers des entretiens) ou que les ressources humaines (acteurs, actrices) professionnels ou non ont aussi été bénévoles (dans plus d'un tiers des entretiens).

A travers ces prismes, c'est, selon nous, davantage une mobilisation militante qui anime les créations, que des créations relevant d'un champ déterminé (art ou communication). Cependant, ces champs ne sont pas exclus : les productions sont issues d'un travail créatif où des personnes et organisations à l'initiative de la création, engagées, font appel à leurs ressources et compétences communicationnelles et artistiques, ainsi qu'à celles d'autres personnes ou d'organisations.

2.2.2 Représentations du processus de réception / interprétation

Dans cette partie, nous répondons à **la question de recherche 3.2** : Peut-on rapprocher à ces processus créatifs des modèles de perception du processus de la réception et de l'interprétation ?

2.2.2.1 L'influence et modèle communicationnel

Nous avons décrit un schéma de conception du DDG, visant à susciter l'inconfort émotionnel (voir point 2.1.2.3, page 277). Ce schéma part du postulat que le public serait de moins en moins attentif ; le DDG permettrait ainsi de capter l'attention du public par le trouble qu'il induit.

C'est finalement, et partiellement dans les discours, une certaine conceptualisation de la réception qui est envisagée : que le public soit exposé à un message, que celui-ci *capte l'attention*, que le public comprenne la position défendue, l'accepte, stocke ce message en mémoire, et change son attitude sur le problème discuté, dans le sens visé par le message. Ce modèle est celui de McGuire (résumé dans l'article de Fourquet, 1999), une perception de la persuasion, vieillie, des années 1980.

Cependant, puisqu'il ne s'agit pas uniquement de *faire passer un message*, par ailleurs réflexif et socio-affectif, mais aussi de laisser une part à l'interprétation, nous voyons dans la partie suivante la relative ouverture des interprétations du DDG.

2.2.2.2 La réflexivité et modèle de (semi) ouverture des créations

Nuançant l'idée d'un schéma de la communication vieillie (celui de McGuire), la réception n'est pas envisagée selon un modèle fonctionnaliste et monosémique. L'interpellation, qui invite à la réflexivité, et de manière compréhensive dans les entretiens, ne signifie pas qu'il n'y a pas de message et d'effets visés précis et intentionnellement *mis* dans les dispositifs. En effet, les intentions et effets sont de (dé)montrer la violence et le sexisme de situations naturalisées. L'idée de « révéler » la violence, le sexisme, part d'un constat de l'état du monde et des constructions genrées. Cependant, les dispositifs ne *disent pas*, par l'injonction, ni par un message déclaratif de clôture, ce qu'il *faut penser*. Ainsi, entre message politique féministe, et incitation à revoir ses représentations sur les violences et le sexisme, c'est un problème qui est posé au public, semi-ouvert. A notre tour de faire une analogie, entre le procédé du DDG et l'explication de Umberto Eco sur la poétique théâtrale de Brecht (1965, p. 24-25) :

« Il serait faux de croire que cette tendance à l'ouverture se manifeste sur le seul plan de la suggestion indéfinie et de la sollicitation émotive. (...) l'action dramatique y est conçue comme une exposition problématique de certains états de tension, pour lesquels le dramaturge (...) se contente de présenter au spectateur, avec détachement, et comme de l'extérieur, les faits à observer ne proposent pas de solution. C'est au spectateur de tirer les conclusions critiques de ce qu'il a vu. [Il s'agit de l'ambiguïté] très concrète, de l'existence sociale en tant qu'affrontement de problèmes auxquels il convient de trouver une solution. Dès lors, l'œuvre est « ouverte » au sens où l'est un débat : on attend, on souhaite une solution mais elle doit naître d'une prise de conscience du public. L'« ouverture » devient instrument de pédagogie révolutionnaire ».

Nous dirions ainsi que, parce que ses formes sont multiples, disposant de plus ou moins d'ouverture, les formes de DDG sont semi-ouvertes, au sens où ses créatifs y ont, à différents degrés, placé des espaces blancs interprétatifs, mais aussi des possibilités délimitées d'interprétation, puisque le message, féministe, vise à une prise de conscience, donc à un processus socio-cognitif réflexif des problématiques liées aux violences faites aux femmes. Cette appréciation d'une création semi-ouverte laissant une part d'interprétation trouve aussi son écho dans la notion connexe proche du DDG -le « dégenrage des codes » (Kunert, 2012). Il s'agit d'une relative ouverture des interprétations : « En détournant, défigeant et transformant les représentations, elle « ouvre une brèche », fait proliférer le sens et ses possibilités d'interprétation ». Une position nuancée pour les dispositifs de DDG que nous étudions, lesquels, à différents degrés, oriente le schéma interprétatif.

Dans la moitié des entretiens est évoquée l'idée d'avoir ou non le public en tête au moment de la création et la liberté interprétative qui lui est laissée. Dans plus de la moitié des cas où ces questions sont discutées, les créatifs évoquent une posture d'ouverture des significations en réception. Certain·e·s expliquent que leur création est peut-être « trop subtile, esthétique et ainsi crée des problèmes de compréhension ou d'identification » (dans un peu moins d'un tiers des entretiens). Cette idée illustre un double mouvement : la volonté de transmettre un message et l'ambivalence de l'ouverture des interprétations ou de l'esthétisme de création.

Quant au degré de liberté lors de la création, discuté par un tiers des créatifs, il est positif, y compris pour des créations répondant à un projet initial. Par ailleurs dans certains cas, rares, des réalisations créées par des artistes sont sorties de ce champ par les créatifs eux-mêmes.

Ces données, marginales dans les discours, ne nous permettent pas d'y voir une transversalité dans les entretiens. Elles peuvent néanmoins illustrer qu'à travers un certain prisme créatif, les emprunts réciproques entre champ de l'art et mobilisation sociale sont à l'œuvre, comme l'analyse Balasinski (2009). Cependant, toujours dans une perspective marginale dans les discours, des créatifs vont faire une distinction entre ces

deux « mondes », l'art étant dans le *faire*, le discours venant ensuite. Ces créatifs portent aussi la question des frontières entre ces deux champs.

3. Regard critique sur le DDG par ses créatifs

Nous répondons dans cette partie à **la question de recherche 4** : Quels sont les atouts, les limites, les critiques ou difficultés du DDG ? Parmi ces regards portés sur les dispositifs de DDG, ce dernier a-t-il la capacité, selon eux-elles, de lier les actes violents à leur dimension collective ?

Nous avons d'ores et déjà évoqué certains atouts et limites du DDG évoqué par les créatifs. Nous avons vu par exemple que le DDG est évalué positivement par la majorité des créatifs, que ses matérialisations permettraient la mise en suspens puis le choc, de capter l'attention, d'être claire après révélation. Ces atouts, nous les avons fait correspondre avec un certain nombre de théories naïves -et parfois « moins » naïves puisque rapprochable de théories scientifiques (bien qu'elles ne soient pas nommées ni explicitées de la sorte).

Nous avons aussi vu que la constitution des hypotextes, à partir d'imitations et de reprises du monde social genré, est un atout et un argument persuasif fort. Ces hypotextes permettent au message d'être compris, parce que ces références relèvent du monde ordinaire, dirons-nous. Ils sont aussi ancrés dans les réalités sociales vécues par les femmes, comme réserve de savoirs, ce qui attribue une certaine force à la preuve : ce sont des histoires vraies, ou des éléments qui *parlent*, puisque partagés, tels que les représentations sociales, clichés sexistes, etc. véhiculés. Mais nous avons aussi vu que des conditions à la création, des *impératifs donnés aux agences par les annonceurs*, visent à éviter des représentations jugées négatives, amorçant ainsi que ces créations s'envisagent dans un certain cadre.

Nous voyons donc ici quelle est la réflexivité des créatifs sur les limites, difficultés et critiques à la création et aux créations, mis en discussion avec ce que la littérature sur les notions connexe au DDG nous apporte comme éléments de comparaison. Nous ne revenons pas sur les atouts, déjà mentionnés et résumés ci-dessus, et surtout transversaux aux éléments des processus créatifs et intentions d'influence, puisqu'ils répondent aux questions du pourquoi et du comment avoir fait ces choix créatifs, pour qu'ils aient une relative *efficacité*.

En revanche, nous ajoutons ici deux atouts non mentionnés. Le premier est un court détour par ce que les créatifs ont évoqué, spontanément, à savoir la capacité de circulation des dispositifs, parce qu'ils mobilisent le DDG. Le second est la capacité du DDG, relative, à lier actes et dimension collective des violences.

Nous situons ensuite nos propos sur le regard réflexif des créatifs sur le DDG, à travers ses limites. Tou·t·e·s les créatifs évoquent, à un moment, les limites, critiques et risques liés aux créations mobilisant le DDG.

3.1 Des atouts aux DDG

3.1.1 Le DDG facilite la circulation, mais son versant théorique est celui de la possible perte de sa puissance subversive.

Dans deux tiers des entretiens, les créatifs expliquent deux éléments sur les choix du DDG en lien avec la circulation.

Choisir le DDG est lié, en plus d'être jugé positivement et efficace, à l'objectif de faire « quelque chose » qui se voit médiatiquement, qui circule et touche un large public. Cet atout du DDG mis en avant est le plus transversal. Il s'agit d'une représentation certainement fondée considérant les échos *positifs* de nombreux dispositifs (prix de communication, avant-premières, censures, internationalisation de certains dispositifs, retombées presse). L'idée partagée est donc que le DDG a cette capacité, même de courte durée (des créatifs pointent son caractère événementiel), de favoriser la circulation de son dispositif.

Le second élément, dans une moindre mesure, est celui du choix de la référence détournée : l'intention de faire « quelque chose » ayant la capacité de circuler par l'usage de la culture mainstream pop. Dans le second cas, il s'agit notamment de prendre pour hypotexte des œuvres originales connues du public (en l'occurrence, deux dispositifs de DDG ont des œuvres originales détournées).

Une des données omises par les créatifs, nous le pensons, est relative à l'usure du procédé : « ce qui hier avait une puissance subversive peut se révéler aujourd'hui allié de l'oppression » (Neveux, 2006). De même, « des parodies peuvent finir par être domestiquées et circuler de nouveau comme instrument de la domination dominante » (Butler, 1990), les métaphores peuvent perdre de leur force lorsqu'elles se figent en concepts et que les clichés sont usés à force d'être répétés.

3.1.2 Capacité du DDG à lier actes et dimension collective des violences

Les créatifs ont une perception positive de la capacité du DDG à lier ces deux niveaux, mais elle est parfois conditionnée, et surtout relativisée.

Pour la quasi-totalité des créatifs, le DDG permet, à cette capacité, de lier les violences faites aux femmes à une dimension plus collective, mais pour près d'un tiers d'entre eux·elles, cette capacité est nuancée, voire conditionnée aux discours qui vont accompagner le dispositif, à l'existence d'autres supports, à l'environnement médiatique et politique. Quelques extraits des discours des créatifs permettent d'illustrer cette position.

« Comme pour la bagnole ! Tu conduis ta bagnole tout seul, mais tu as une conduite collective. Alors, je, je ne voudrais pas considérer les femmes comme des bagnoles, mais quand même ». Emmanuelle Piet, co-coordinatrice des campagnes pour le CFCV.

« Mais donc ouais pour répondre à ta question oui je pense que ça permet, c'est un moyen avec toute l'humilité que ça implique, mais un moyen pour faire sortir du champ de l'anecdotique ce sujet-là ». Clara Tellier Savary, créatrice de la revue « Porntoshop »

« Il y a certes l'objet en lui-même, la chanson, ce qu'elle évoque, le clip vidéo. Mais aussi tout le discours, qui va justement accompagner l'œuvre ». Leïla Sy, réalisatrice du clip « La Dalle²⁵³ » (L.E.J.)

« Ce qui est sûr c'est que ça, ça fonctionne un peu comme un truc d'identification. C'est-à-dire que les gens se reconnaissent dans ces, à partir du moment où la situation est dénoncée les gens se reconnaissent. Je pense qu'ils comprennent le message oui, je pense qu'ils comprennent le message. Mais une fois encore, si vous ne faites que ça, ça ne sert à rien et puis ça n'a pas de sens. Il faut que ça vienne dans quelque chose de plus, global quoi, dans une action plus globale. Sinon c'est quoi, c'est un petit truc de pub pour se faire plaisir. Si ce n'est pas rapproché à une démarche globale ça n'a pas d'intérêt ». Marie-Anne Bernard, scénariste des spots « France TV casse les clichés ! »

Si le DDG a une relative capacité (conditionnée) à lier acte et dimension collective pour les créatifs, près d'un tiers d'entre eux-elles accorde plus de force, dans le champ des mobilisations, à d'autres actions sur le terrain, de performances et d'empowerment.

Par ailleurs, une des limites pointées des dispositifs de DDG est qu'ils ne font pas la révolution, ni ne propose de nouvelle solution, que le DDG n'est pas un procédé radical et qu'il est ponctuel, qu'il ne faut pas faire uniquement cela (dans un tiers des entretiens).

3.2 Des limites, risques et difficultés évoquées par des créatifs

3.2.1 « Ces campagnes ne font pas la révolution »

Un méta regard porté sur les dispositifs, constituant une limite et évoqué dans plus d'un tiers des entretiens : « ces campagnes ne font pas la révolution, ne font pas de proposition nouvelle, ne sont pas radicales, mais ponctuelles, comportent un risque de ne faire que rire, il est nécessaire de ne pas faire que ça, elles doivent être courtes pour être efficaces ».

Il s'agit en réalité de nuancer l'affirmation d'efficacité du DDG dans la lutte, de nuancer la portée des intentions et des effets (révéler les violences et le sexisme qui ne se voient plus, à en prendre conscience et à sentir et ressentir des émotions), cet ensemble allant dans le sens de dénaturiser le sexisme et les violences et à anormaliser les comportements masculins violents.

Cette limite/critique du DDG peut être rapprochée d'une autre critique, certes peu représentative des créatifs, mais venant en ce sens la souligner : la société a une

²⁵³ Leïla Sy, « La dalle », L.E.J., (2015) <https://www.youtube.com/watch?v=RaK8HLqMPA8>

perception du sexisme latent encore peu avancée. Si ces campagnes ne font pas la révolution et que la « société » a une perception peu avancée du sexisme latent, alors ces dispositifs de DDG visent à participer à une première étape de prise de conscience.

Par ailleurs, on se rappelle aussi qu'une partie des créatifs désignent d'autres formes d'action sur le terrain, de performance et d'empowerment comme plus fortes que les créations de DDG discutées. On notera tout de même que cette première métaréflexion, « ces campagnes ne font pas la révolution », n'est pas extrêmement transversale, puisqu'elle concerne un peu plus d'un tiers des entretiens.

D'une manière générale, cette première limite évoquée fait plutôt bien écho à la conception théorique de Trépanier-Jobin (2013) : « Nous considérons toutefois la dénaturalisation comme une étape préalable à la subversion, dans la mesure où cesser d'envisager les conventions de genre comme des faits de nature avec lesquels il faut à tout prix composer ou comme des exigences sociales incontournables ouvre la porte à leur transformation. (...) il ne s'agit donc pas d'envisager la possibilité que la parodie soit un outil révolutionnaire permettant de réformer le système de genre en profondeur, mais plutôt de l'entrevoir comme un moyen de préparer le terrain au changement ».

En somme, le DDG n'est pas révolutionnaire, mais participe à une étape, peut-être première, dans la prise de conscience du phénomène et d'y voir les anormalités de comportements et de jugements, par la révélation des violences et du sexisme.

La non capacité de la subversion de la parodie est aussi évoquée chez Butler (1990) : « En soi la parodie n'est pas subversive » écrit-elle. Cette conception est aussi partagée par Dayer (2014) : « le détournement est insuffisant et insatisfaisant », son argument est d'affirmer qu'il ne « suffit effectivement pas d'agir uniquement dans les logiques de correction et d'aménagement du système existant mais il est nécessaire de le remettre radicalement en cause pour viser des actions de transformation ». Nous le constatons, le DDG, par le prisme de ces créatifs, n'est pas à ce stade de transformation radicale, mais d'étape première, moyen de préparation au changement, comme l'exprime Trépanier-Jobin. Par ailleurs, le discours des créatifs selon lequel le DDG ne propose pas de solution nouvelle trouve aussi écho chez la même chercheuse : « la parodie ne permet ni de redistribuer plus équitablement les caractéristiques entre les stéréotypes masculins et féminins ni de mettre en place une répartition plus équitable des rôles entre les hommes et les femmes » (Trépanier-Jobin, 2013).

Enfin, à travers cette première critique du procédé, le risque que le DDG ne fasse « que rire », ou encore, dans les processus créatifs, l'intérêt de passer du rire au grinçant (dans plus d'un tiers des entretiens) constitue une théorie naïve pouvant trouver écho chez Soulages (in Damian-Gaillard et al., 2014). Pour les créatifs, l'idée serait ainsi d'éviter que le défigement du genre reste attaché à un conservatisme avec l'humour permettant un double jeu : « rassurez-vous, c'est pour rire » afin de ne pas « aller à l'encontre du répertoire des possibles interprétatifs de ces publics ». Nuançant ces assertions,

cependant, des créatifs (un quart) affirment aussi que « mettre de l'humour suscite l'adhésion et désarme », une perception qui se défend aussi théoriquement puisque l'humour peut aussi faire passer et rendre visible l'artificialité du genre, avec l'exemple des humoristes femmes, notamment Florence Foresti, chez Quemener (2016).

3.2.2 Peu évoqués mais réflexifs : risques de renversement et impératifs en création

Ce n'est pas une réflexivité répandue, mais nous la mentionnons parce qu'elle tisse des liens avec la théorie. Dans un quart des entretiens, les créatifs évoquent les risques de « renversement de la violence sur soi par l'appropriation de la violence, d'être approprié par une cause adverse, de faire quelque chose qui devient homophobe, infériorise par la féminisation, ou enlève sa « virilité » à l'homme » (4/18). Ce premier point -le risque de récupération- est évoqué Dayer (2014). L'autre volet, celui d'éviter de produire un message desservant d'autres causes, est aussi évoqué lorsque les créatifs annonceurs donnent des impératifs aux agences, ce que nous avons vu.

Ces deux éléments se font écho. Ce souci du détail est aussi présent à travers l'idée d'éviter que féminisation soit synonyme de dégradation. Cet aspect sur les valeurs hiérarchisées trouve son écho, clairement, et de manière transversale, dans les études sociologiques sur le genre, et en particulier sur l'ordre symbolique hiérarchisé entre féminin et masculin chez Bourdieu (1998).

3.2.3 Quelques difficultés sur les jeux des personnages

Des difficultés dans les jeux des personnages, liées à ces conditions de jouer un ou une autre, et pas uniquement dans le DDG par inversion, sont évoquées par les créatifs (dans moins d'un tiers des entretiens). Ainsi, la difficulté à coacher des hommes, les faire jouer dans l'inversion apparaît, mais aussi la « difficulté à trouver ou faire jouer des femmes est aussi mentionnée, notamment pour des rôles (ou images et messages à porter) dits « dégueulasses », où elles sont complices, violentes ou violentées.

3.2.4 Limites à « tout » détourner

Enfin, une autre limite, qui est propre au DDG et à la réécriture, est mentionnée par certain·e·s créatifs : il n'est pas possible de « tout mettre », *i.e.* de détourner, car certains discours ou violences sont « trop violents » pour être intégrés, détournés. Dans ce sens, quelques créatifs, ici aussi à la marge, expriment que certains détournements leur ont « couté » (émotionnellement) à réaliser.

3.3 Absence de critique de la réification de la norme

Des critiques scientifiques aux formes connexes du DDG sont développées, mais n'apparaissent pas dans celles émises par les créatifs sur leurs créations et le DDG. La première de ces critiques non perçues par les créatifs mais pourtant saillantes dans la recherche est celle de la réification de la norme. Hernandez Orellana et Kunert (2014) l'évoquent en pointant que « l'exercice paradoxal du pouvoir d'agir des minorités qui, voulant résister aux normes dominantes, sont produites par elles en même temps qu'elles

les déconstruisent et les détournent en les reconfigurant. Mais ce paradoxe est une condition même de l'*agency* ». Même critique du côté de Trépanier-Jobin (2013) : la « reconfiguration du sens n'évacue jamais ce qu'elle cite en le détournant, elle y fait toujours référence. Le retournement de l'injure n'efface pas l'injure, de même que la critique de la norme la cite et la réifie. La resignification est donc une pratique paradoxale, qui pérennise en transformant ». Dans la même veine, une mise en garde est formulée par Dayer (2014) lorsqu'elle parle de *hacker le genre* : « déjouer [le système] sans le consolider »

Lié à ce premier constat, le second vient pointer que, contrairement à la conceptualisation dominante des formes connexes au DDG faisant appel à la performativité, les créatifs, et leurs créations, font peu appel à ce que Butler (1990) nomme et définit comme les parodies de genre. S'il est accepté que la relation au monde est un construit, que ce monde et les rapports de genre sont construits, il n'est pas présenté d'identités subversives (à quelques exceptions près*) : les transgressions des rôles performés ne viennent pas « les rendre fluides et leur permettre d'être signifiées et contextualisées de manière nouvelle ». En effet, il est davantage question, par le DDG, d'asserter qu'un hypotexte existe, qu'il peut être imité, parce que la réalité est assertée, à travers des représentations, clichés sexistes, comportements masculins violents notamment. Il y a donc, dans le DDG, une forme accentuée de réification de la norme construite. Et si la norme est construite, et déconstruite, ce n'est pas pour offrir de nouvelles identités, mais pour montrer que les identités, et surtout les relations et le système permissif de ces relations inégalitaires et violentes, sont construits. A notre sens, le DDG, comme nous l'avons vu, est-il certainement une première étape de préparation du « terrain au changement », comme le mentionne Trépanier-Jobin, mais n'est pas un changement créateur (de nouvelles représentations ou identités de genre).

Les « exceptions* » auxquelles nous faisons référence sont les créations visant justement à troubler les identités, mais aussi les valeurs, et à en redéfinir de nouvelles : les créations mobilisant l'appropriation, la réappropriation ou l'action dans la création peuvent davantage aller en ce sens. Ainsi, nous pensons ici au long-métrage d'Eléonore Pourriat, le format, nous le pensons, permettant d'entrer davantage dans la complexité, dans l'étendue des lieux troublés ; à la revue photographique Porntoshop, laquelle cumule actions sur le terrain engageant une capacité d'agir d'un groupe de femmes, de rapprochement et d'éloignement de deux mondes ; le clip « C.L.I.T. » qui, bien que réifiant le genre dans les discours, vient irriter l'inversion par l'appropriation des codes féminins associés à ceux de pouvoir ; « Les Crocodiles », parce que si les planches illustrent le hommes en prédateur, il est question de répétitions (comme pour Porntoshop) qui viennent rapprocher ce qui détourné à une transformation venant renverser le pouvoir, ici le pouvoir de voir le genre ; enfin la série photo commentée « L'homme enceint », (même s'il est porté sur lui un regard réflexif de possible renversement), puisqu'elle lie l'impossible au possible, et propose un nouveau regard sur les identités et rôles liés au genre.

Pour conclure, le DDG s'attaque plus aux violences faites aux femmes et au genre (comme système de construction asymétrique des relations femmes-hommes) qu'aux rôles performés du genre ou à la création de nouvelles identités plus fluides. Le DDG reste une première étape de préparation du « terrain au changement ». S'il continue à être mobilisé et jugé positivement, c'est que les normes genrées font sens, que la bicatégorisation des femmes et des hommes fait sens, et enfin que les violences faites aux femmes continuent d'exister dans les réalités sociales et qu'elles sont imprégnées de représentations, et sont souvent invisibles. Le DDG s'attaque à ces trois dernières problématiques.

Conclusion de la troisième partie

A travers cette partie de notre recherche, nous avons présenté l'intérêt de nous intéresser à la création de façon empirique. Ce sont les discours des créatifs de DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes qui nous intéressent, en tant que sujets connaissant. Dans une approche de la communication du DDG comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisée, nous avons présenté les concepts d'intentions persuasives et de processus créatifs. Il s'agit d'une volonté de produire un effet, mais aussi des étapes de la création, des représentations et théories naïves des créatifs. Nous avons ensuite développé plusieurs questions de recherche, se demandant ce que sont les violences faites aux femmes pour les créatifs de DDG, leurs intentions persuasives, leurs processus créatifs et enfin le regard réflexif qu'ils et elles posent sur leurs créations. La méthodologie de recherche pour y répondre est celles des entretiens semi-directifs et entretien d'explicitation, durant lesquels les créatifs sont réexposés à leurs œuvres. Nous avons conduit 18 entretiens, avec 23 créatifs, dont la méthode d'échantillon repose sur la sélection des dispositifs. Durant ces entretiens, les créatifs auront discuté de 31 dispositifs au total. Ces entretiens ont été retranscrits, puis analysés. Ces analyses sont thématiques, lexicale, sémantique et cognitivo-discursives.

Pour répondre à notre **première question de recherche sur ce que sont les violences faites aux femmes pour les créatifs mobilisant le DDG**, nous nous sommes intéressée à la manière dont ils et elles envisagent les individus -femmes, hommes et auteurs de violences, les représentations sur les violences et la manière d'aborder la lutte contre ces violences.

Dans les discours des créatifs, **les femmes sont au cœur des préoccupations**. Elles sont à la fois l'objet des violences, dans la désignation des violences faites aux femmes, mais aussi au cœur du processus de changement. Ce sont à la fois leurs subjectivité et point de vue qui sont considérés et depuis leurs prismes qu'est fait un certain constat du monde. Ce sont *pour elles*, en la faveur des conditions de vie des femmes et contre les violences qui les ciblent, que les créatifs se mobilisent et évoquent aussi des leviers individuels et collectifs de changement social.

Les hommes sont aussi largement mis en scène dans les discours. Ils sont très souvent envisagés en relation avec les femmes, pour signifier la relation asymétrique ou la visée d'égalité entre les femmes et les hommes. Ils sont par ailleurs aussi mobilisés dans des situations de violence. Leur caractérisation semble participer d'un discours qui renverse sur eux l'anormalité du sexisme et des violences. Le terme « homme » désigne parfois l'auteur de violence. Mais ce dernier apparaît aussi significativement dans les discours. Il s'agit des clients (de la prostitution) et des agresseurs principalement.

Concernant **les violences faites aux femmes, les créatifs les envisagent par le prisme des actes violents, mais aussi des violences collectives desquelles ils relèvent**. Ils font des liens entre ces deux niveaux. Un de ces liens est autour de la sexualité, un autre sur les solutions de changement social. Les violences sont étendues, du

sexisme à la misogynie, des systèmes de domination, aux actes, dont les agressions sexuelles et les viols sont les plus souvent mentionnés et transversaux. D'autres violences, tels que le harcèlement, les violences psychologiques, les représentations des femmes sont des actes violents également souvent exposés. Dans une certaine mesure, la prostitution est aussi évoquée. Les violences conjugales, mentionnées, ne dominent pas les discours. L'objet pointé dans tous les discours, ce sont les relations femmes-hommes. Les actes violents ne sont pas hiérarchisés entre eux. Par ailleurs, en faisant des analogies des violences faites aux femmes, collective, avec d'autres systèmes, c'est l'inscription des violences faites aux femmes collectives au rang d'un système institué qui, nous le pensons est visé.

Dominant les discours, les violences faites aux femmes ne sont pas un, mais l'objet de la lutte, dans laquelle la majorité des créatifs sont investi·e·s, dans leurs discours et dans leurs actions. Les violences et le monde social dans lequel elles s'inscrivent sont affirmés, assertés, les violences *sont* ce qu'ils et elles en disent. Mais par le jeu du DDG, et par les changements sociaux visés par la lutte, individuel et collectif, les créatifs ont une relation à ce monde comme *univers possible* : il *est* le tableau peint par les créatifs, mais il *peut être*, aussi, autrement. Les violences faites aux femmes, relativement normalisées, visent à être révélées par le DDG, comme le genre, naturalisé, vise à s'illustrer par son caractère construit et social. Or, ce qui *normalisé* ou *naturalisé*, peut être *anormalisé* ou *dénaturalisé*. Ce sont là tous les enjeux, avec une importance donnée à la problématique des violences. Ces discours (en entretien, ou les créations de DDG) sont mobilisés autour d'un sujet : les femmes. L'ancrage des violences dans la réalité constitue un marqueur fort des discours des créatifs et des dispositifs de DDG qu'ils et elles ont créé. La subjectivité des femmes est prise en compte à la fois dans la définition des violences, mais aussi dans la construction des dispositifs. Nous poursuivons ce point dans les réponses aux questions suivantes.

A travers ces éléments, nous constatons que la définition féministe de Hanmer de 1977 n'a presque pas pris une ride. La lutte contre les violences faites aux femmes semble toujours s'inscrire dans un processus de reconnaissance de ces violences : lier les actes à leur dimension collective, diversification des actes violents dénoncés, dimension collective de ces violences, discours argumentatif sur ces violences et analogies, pour désigner les violences et apposer une définition depuis une certaine subjectivité des femmes en tant que femmes. Les hommes aussi apparaissent clairement dans les discours, et un certain renversement du prisme de ce qui *est* (naturalisé comme) normal est à l'œuvre : acceptation des violences et leur banalisation, privilèges, non condamnation des auteurs. La sexualité semble aussi marquer un pont entre tous les entretiens, elle est un bastion (peut-être pas le dernier par ailleurs) du système d'exploitation et de violences faites aux femmes. Elle n'est pas envisagée comme un lieu où est revendiquée la liberté sexuelle, mais comme un *combat contre* ses expressions de domination (prostitution, viol et agression sexuelle, harcèlement, représentation, objetification). Il est donc question de redéfinir et de s'approprier les sexualités des femmes, émancipées des impositions qu'ils leur sont faites. Mais le combat, à ce stade, s'envisage encore *contre* (les violences) et non

pour (des solutions, à quelques exceptions près), considérant que les violences faites aux femmes demeurent dans un processus où *tout ne reste pas à faire*, mais en partie à *faire reconnaître* comme problème majeur.

Comparativement aux campagnes de communication de l'Etat français, analysées par Hernandez Orellana et Kunert (2014), et liées à notre analyse en partie 2, les créatifs ont *mis* dans leurs dispositifs de DDG une plus grande étendue de violences faites aux femmes : que ces violences soient un continuum, ou que ces violences portent sur un objet précis, mais ne se focalisent pas sur les violences conjugales physiques. Une étendue, mais aussi des liens entre actes et dimension collective, que nous retrouvons dans les discours. Force est de constater que le discours des créatifs est engagé pour *la cause*, son ancrage dans les réalités sociales vécues par les femmes. Les créatifs marquent ici aussi un intérêt pour les auteurs de violences (envisagés tous comme des hommes), et plus largement sur les hommes dans la problématique des violences faites aux femmes.

A la suite de cette première analyse, nous avons répondu à notre **deuxième question de recherche sur les intentions persuasives et les processus créatifs de DDG.**

En analysant maintenant **les intentions persuasives**, nous voyons qu'elles sont socio-cognitivo-réflexives, donc écartant l'injonction, mais aussi socio-affective. Les trois grandes intentions et effets visés sont : (1) d'interpeller (contraindre à penser, se poser des questions, à prendre conscience) et ne pas être dans l'injonction ; (2) de faire sentir et ressentir des affects négatifs, tels que de faire éprouver aux hommes les violences, qu'ils s'identifient, de mettre le·la récepteur·trice mal à l'aise, le·la gêner, ou encore de faire ressentir un trouble ou de monter crescendo, du sourire puis mettre mal à l'aise. Enfin, (3) l'effet visé est aussi de révéler la violence et le sexisme de ce qui semble normal avant détournement. Apparaît ici des registres tels que l'absurde, le surréalisme, l'irréel, la caricature, le ridicule ou encore le rapport d'inégalité, de force ou d'exploitation. Dans une moindre mesure, un quatrième effet visé est de créer un « débat public ».

Ce trio de tête abonde dans le sens de **la dissonance cognitive comme levier à l'attention** et comme possiblement levier au changement (de perception, de ressenti, d'attitude). Il s'agit de jouer sur les attentes, pour mettre en suspens puis choquer (dans les processus créatifs). Le DDG, évalué comme « efficace », permettrait d'avoir l'attention du public. Or, cette théorie relative naïve trouve en fait son écho dans la littérature : l'exposition du public à des informations inconsistantes, générant possiblement un état motivationnel et aversif, qu'est l'inconfort psychologique ou émotionnel (Martinie & Priolo, 2013).

Cependant, la non-injonction de la réflexivité est tout de même à nuancer : les dispositifs de DDG ne disent pas ce qu'il *faut* penser, mais certainement *comment repenser* les violences faites aux femmes. Par ailleurs, ces trois volets participent à une intention d'empathie, virtuelle (Daignault & Paquette, 2009), ou à l'inverse de modèles « repoussoirs » pourrions-nous dire, visant à rejeter l'identification face aux auteurs de violences. L'empathie, à la fois socio-cognitive et socio-affective, est agie aussi par les

éléments de savoirs situés constituant l'hypotexte et le cadrage : ce sera du point de vue des femmes, en tant que femmes, des expériences sociales individuelles et collectives, que l'appréciation des situations des dispositifs se donnera à voir. Ces connaissances sont un savoir et un pouvoir (Dorlin, 2008), en tant qu'elles sont capables de montrer le monde sous un nouvel angle.

L'ancrage dans la réalité des violences dénoncées constitue le marqueur persuasif certainement le plus fort. C'est ce qui ressort de l'étude des processus créatifs repris un peu plus loin. Les autres marqueurs significatifs des intentions sont des lieux genrés : corps, habits (mentionnés aussi en dehors des dispositifs), les construits féminins et masculins et enfin les voix et paroles, regard et œil. Ces derniers jouent sur les deux registres de la subjectivité et de leur matérialité.

Enfin, contrairement à nos présupposés, le public-cible du DDG, est plus large pour les créatifs que nous l'avons envisagé et moins orienté sur les hommes ou les auteurs de violence. En majorité, les créatifs désignent « les femmes, les hommes, la société, tout le monde » comme public-cible. Le public-cible exclusif hommes apparaît dans un peu moins de la moitié des entretiens. Ces « hommes » se déclinent en « tous les hommes » et de manière plus significative, par les hommes potentiellement coupables, agresseurs, clients de la prostitution. D'autres cibles, moins transversales, sont exprimées : les jeunes, les industries de la pub, musique, culture ou encore les femmes (exclusivement).

Le DDG et l'inclusion des hommes dans le champ procèdent ainsi d'une cible inclusive (hommes et femmes) et généralisante (la société), il est un moyen de s'adresser à un public-cible large. Cette cible très étendue et peu qualifiée s'est illustrée partiellement par la référence aux « gens », des individus, mais aussi une pensée collective « la société, tout le monde » qui est ainsi construite dans l'esprit des créatifs. Elle fait logiquement écho à notre idée selon laquelle le DDG prenant comme hypotexte le monde social genré est *ensé*, même s'il est perturbé et présente un nouveau point de vue de ce monde, être connu et donc *pensable* par le plus grand nombre.

Nous nous étonnons cependant que, même dans le cas de création par agence, les cibles, voire même les effets attendus ou mesurés, soient finalement peu envisagés. Si cela peut sembler constituer un défaut, une limite, d'un point de vue d'analyste sur la communication, c'est aussi peut-être un signe que le DDG s'écarte d'une vision de changement de comportements *individuels*, vers un collectif. Ensuite, si les hommes et les potentiels auteurs de violence hommes ne constituent pas la cible précisée et faisant consensus, ils sont cependant très présents (y compris dans la cible qui inclut « tout le monde »). Or, ces campagnes, à de rares exceptions, ni ne correspondent aux modèles préconisés dans la recherche en ce sens (la communication visant les hommes, avec une tendance à évaluer des campagnes positives avec les hommes) ni ne se restreignent à une communication dite primaire, *i.e.* la prévention vise les hommes pour réduire le risque de recours à la violence. Or, ces campagnes vont montrer différents hommes en différentes situations (misogynes, victimes de violences en situation inversée, complices, en décalage

dans un autre monde, interpellés pour leurs actes, animalisés) et de manière très minoritaire comme opposés aux violences. Il pourrait donc y avoir une forme d'optimisme dans la construction de la cible : s'adresser à *tout le monde*, que les gens *comprennent* le message, après y avoir été *attentif*. Cependant, ce tableau peut être nuancé : les créatifs ont une relative *lucidité* sur les limites du procédé (que nous voyons en dernière partie).

Quant aux retours des publics empiriques aux créatifs (via les commentaires, les projections par exemple), ils peuvent être positifs ou négatifs, évalués sur la base des intentions. Par exemple, de « vives réactions » ou des réactions où le dispositif « dérange, fait parler, piège » sont évaluées positivement. Les retours des publics sont aussi envisagés par leur ampleur.

Poursuivant, nous avons répondu à notre **troisième question de recherche sur les processus créatifs du DDG**.

Nos résultats illustrent que **les violences sont prises comme hypotexte du DDG**, *i.e.* comme base créative pour jouer du genre et le transformer. Les créatifs envisagent le DDG comme des reprises du monde social genré. Rien ne sert d'inventer des histoires, puisque les réalités sociales constituent une réserve à la production de messages qui feront sens. Il est possible de constituer le genre, et les inégalités et violences afférentes, en base créative. Dans le cas du DDG, ce sont les « clichés, représentations, discours justifiant les violences et expériences issues de connaissances pratiques » qui sont les plus transversales, et dans une moindre mesure, mais significative, les témoignages récoltés et retranscrits. Les créatifs disposent d'un certain savoir sur le monde et sur les violences faites aux femmes -ce qui constitue la première étape du processus créatif de *hacking* (Dayer, 2014) : « d'analyser la manière dont le sexisme se construit et se déploie, non seulement pour mettre en lumière ses différentes traductions mais également pour actualiser les moyens de l'enrayer et de le prévenir ». Le marqueur fort des dispositifs de DDG pour ses créatifs est en premier son ancrage dans les réalités sociales, ils et elles parlent de matériel brut, de la réalité, du réel, appuyant pour nous la constitution de ces violences en hypotexte. Cet ancrage dans la réalité les impose comme *vraies*, capables de révélation et de rendre ces violences difficilement réfutables.

Puis, **le DDG se constitue par des transformations**, au sens de Genette (1982) du genre, envisagé en premier sous le prisme des actes violents, mais aussi des dimensions collectives de ces violences. Plusieurs transformations sont transversales : (1) montrer et renverser : les hommes violents, complices, responsables, de renvoyer la responsabilité sur les auteurs ou de les transformer en bête. Il s'agit aussi (2) de mettre en suspens puis choquer ; (3) de défaire, *i.e.* de brouiller le genre en usant de décalage. Ces deux dernières transformations jouent sur les attentes formulées du genre. Il s'agit aussi de (4) projection(s) dans un autre monde, ou de projeter le regard depuis de celui de la victime ou de l'auteur. Dans une moindre mesure, les transformations passent par (4) l'extrémisation des discours ou la (5) réappropriation des codes. Le DDG constitue bien une hypertextualisation des actes et violences collectives, une réécriture au sens de

Genette (1982) offrant une double lecture, par transparence, de deux mondes, un processus en trois temps.

Il s'agit de changer de regard sur les violences faites aux femmes, puisque cela constitue le cœur des intentions persuasives, mais aussi de changer de regard au sens du point de vue depuis lequel ces violences sont envisagées. Ce nouveau regard est celui des femmes, en tant que femmes, ce qui les relie étant les expériences sociales d'être au monde, presque phénoménologique, d'un monde sexiste où elles sont ciblées par ces violences. Et donc, depuis ce prisme, ce point de vue situé, ce sont les comportements masculins, et notamment violents, qui sont montrés. Plus rarement, ce sont les pouvoirs féminins positifs, ou la collaboration des femmes à leur domination, ou les hommes aux discours positifs qui peuvent être illustrés. L'acte de pointer et de montrer les auteurs, mais aussi le sexisme et le genre à l'œuvre, et de renverser la responsabilité et les regards, est une forme de « *frame and shame* », i.e. un recadrage des violences autour des auteurs de violences et de la dimension collective des violences (poser un nouveau cadrage technique de la caméra, incluant les auteurs, et un nouveau cadrage perceptif, l'anormalité des comportements masculins violents et la responsabilité des auteurs). C'est donc un double prisme, individuel et collectif qui est visé, une prise de conscience d'une cible par ailleurs généralisante, des comportements violents et du regard porté sur les violences. Cette approche s'inscrit dans celle des féministes de la seconde vague. Par ailleurs, ce prisme, ces renversements (responsabilité, culpabilité et honte en l'occurrence), ne sont pas exclusifs au DDG, au genre, à la communication ou aux créatifs étudiés. La mobilisation d'un tel procédé se retrouve aussi dans d'autres travaux artistiques par ailleurs documentés scientifiquement²⁵⁴, relevant ou non de la performance. L'auteure Kokoli (2018) dépeint le « *re-weaponing* » (réarmement) de la honte sur ceux l'ayant infligée, de la performeuse Catherine Hoffmann, sur l'objet politique de la pauvreté. L'artiste dira d'ailleurs que « ce n'est pas juste l'histoire de ma famille mais l'expérience de millions de Britanniques ». Robert Shane (2018) analyse, dans le travail artistique photographique de Carrie Mae Weems, « l'utilisation tactique des miroirs pour contrer la honte » et des « images contre-hégémoniques » de femmes Noires, cette fois dans une perspective de ces femmes qui rejettent la honte. Les créations impliquent aussi un spectateur imaginaire « aux yeux duquel on se révèle honteux ». Il y a dans ces analyses à la fois les prismes du renversement, et la présence de tiers absents, ceux qui infligent la honte, dans une perspective d'oppression collective. La responsabilité est par ailleurs un « mot pivot » dans les questions sur les violences faites aux femmes, « au nom duquel elles [les femmes victimes de violences et dans ce cadre, conjugal] finissent par s'enliser dans une culpabilité et une honte qui semblent destructrices de leur corps et de leur parole » (Atani-Torasso, 2018).

Les productions de DDG des créatifs sont, à différents degrés, des productions militantes servant un discours féministe de déconstruction des normes genrées et de la

²⁵⁴ Deux articles présentés dans l'introduction de la revue *Hypatia* (Fischer, 2018), journal de philosophie féministe

réattribution des responsabilités des violences au collectif et aux auteurs. S'il est parfois qualifié de procédé, simple et rapide, le DDG dans son processus de création, est aussi et surtout un processus émergent et itératif, où une partie d'entre eux-elles affirme avoir accordé beaucoup de soin, ou avoir imposé des impératifs d'exigence lors du processus de création. Le processus de création s'inscrit aussi ou s'inspire d'autres créations ou d'événement politique ou médiatique. Mais le DDG est aussi créé, en lien avec des événements, à un sentiment de colère – « être remonté-e-s » disent certain-e-s ou enthousiaste au projet pour celles-celui s'inscrivant dans un projet déjà initié. Les ressources deviennent un problème secondaire, résolu, en somme pour créer le projet de DDG. Par ailleurs, certain-e-s créatifs voient dans le DDG un outil qui se mobilise dans la vraie vie, comme arme pour se défendre. Cela rejoint aussi une idée parfois développée dans les discours que, pour soi, pour les autres, inverser, ça fait du bien. Le point commun est une perception d'utilité sociale pour les femmes du DDG, comme outil : de rhétorique, transposable aux situations dans la vie quotidienne pour se défendre dans les discours ; de catharsis, puisqu'il permet une sorte de libération socio-affective.

Les éléments du processus créatif, combinés aux intentions d'influence confirment les théories liées aux notions connexes du DDG : les perspectives sont de montrer les dynamiques du genre pour les déconstruire, les dénaturiser, puisqu'elles *ne se voient plus*, par des phénomènes de banalisation, par exemple, mais aussi des appels au collectif comme créateur de normes sociales sexistes. Le DDG est une photographie, forcément subjective, de différents objets sociaux (représentations, clichés, ...) et situations sexistes et violentes, d'une société socio-culturelle et temporellement située.

Enfin, notre **quatrième question de recherche s'intéresse au regard réflexif porté par les créatifs sur leurs créations de DDG.**

A travers les intentions, processus et cibles décrits, nous avons rapproché la perception des créatifs de l'influence et de la communication à un modèle proche de celui de McGuire (exposition, attention, compréhension, acceptation, stockage, changement d'attitude). Cependant, cette attribution de modèle est nuancée, clairement, par une conception de la création et de la réception, autour d'une œuvre que nous pensons semi-ouverte. Les intentions d'influence -révéler les violences, être dans l'interpellation, la réflexivité- nous permettent de considérer que tant au niveau de la création et de la réception, des espaces liés à l'interprétation, bien que conditionnée, existent. L'invitation à la réflexivité du public, même orientée, vise à poser un problème, dont la solution « doit naître d'une prise de conscience du public » (Eco, 1965).

Quant au regard critique des créatifs sur leurs créations, il semble assez *lucide* quant aux limites et critiques qui peuvent y être opposés. Elles ne sont cependant pas transversales à tous les entretiens. « Ces campagnes ne font pas la révolution », disent-ils-elles, ce qui nuance l'affirmation de l'efficacité du DDG et qui fait écho à la même limite évoquée chez plusieurs auteurs (Butler, 1990; Dayer, 2014; Trépanier-Jobin, 2013). Autre limite mentionnée, les créations de DDG ne proposent pas de solution, comportent

le risque de ne faire que rire ou encore nécessite une attention dans la féminisation / masculinisation. Le seconde limite évoquée dans les entretiens « le risque de récupération » de la cause, trouve écho dans la littérature chez Dayer (2014). Les difficultés mentionnées afférentes au masculin et au féminin et à leur hiérarchie sont aussi sourcées, notamment chez Bourdieu (1998).

Deux limites ne sont pas mentionnées par les créatifs, que nous trouvons par ailleurs de manière transversale dans la littérature : la réification de la norme (Dayer, 2014; Kunert, 2012; Trépanier-Jobin, 2013) ou le fait que, à force d'être mobilisé, il peut se lisser, perdre sa substance subversive ou devenir un instrument au service de la domination décriée (Butler, 1990; Couchot-Schiex, 2015).

Pourtant, en prenant des violences proches ou issues des *réalités sociales*, telles qu'elles sont envisagées, le risque du DDG est de figer, comme une photographie, ce qu'il dénonce. Par ailleurs, en assertant ces violences, le DDG apparaît comme nous l'avons dit dans une démarche *contre* les violences faites aux femmes, considérant qu'elles demeurent une problématique dont il s'agit, encore, de *rendre visible* et de *faire reconnaître* comme problème majeur. Le DDG, à ce stade, est en opposition contre les violences (actes et dimension collective) et pas (ou peu, quelques dispositifs faisant exception, voir point 3.3, page 294) dans une démarche de nouvelles perspectives ou identités plus fluides. Le DDG est-il certainement une première étape de préparation, un « terrain au changement », comme le mentionne Trépanier-Jobin, mais n'est pas un changement créateur (de nouvelles représentations ou identités de genre).

QUATRIEME PARTIE : Etude empirique de la réception et des influences du DDG

Cette quatrième partie est une étude empirique de la réception de dispositifs de DDG. Nous avons explicité les formes de DDG dans la seconde partie, les intentions et processus créatifs dans la troisième partie, il est intéressant maintenant de questionner la réception de dispositifs de DDG luttant contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes. L'apport de cette recherche est de mieux comprendre la réception de dispositifs de DDG, depuis une triangulation méthodologique mixte : qualitative, avec trois focus groups couplés à la méthode des cognitions verbalisée (ECER) où sont projetés trois dispositifs de DDG ; quasi-expérimentale, avec une mesure des attitudes sexistes hostiles et bienveillantes avant et après l'exposition. Ces méthodologies, mises en place en 2018 et 2019 permettent d'étudier les processus de réception et les effets du DDG sur les récepteur·trice·s.

Le chapitre 1 précise les intérêts de cette recherche et en rappelle les points théoriques forts, puis explicite les questions de recherche. Le chapitre 2 concentre la présentation de la triangulation méthodologique mixte mise en œuvre, qualitative et quasi-expérimentale, ainsi que les analyses lexicale, thématique, sémantique, cognitivo-discursive et conversationnelle pour la méthodologie qualitative des focus group et ECER ; des tests T de Student sur échantillons appariés pour la méthode quasi-expérimentale.

Le chapitre 3 expose nos premiers résultats, quand le chapitre 4 répond précisément à nos questions de recherche sur la co-construction de sens en réception, sur la co-construction des opinions et des rôles en interaction, sur les processus de dissonance cognitive et d'empathie ; et enfin sur les effets d'un dispositif de DDG sur les attitudes sexistes.

CHAPITRE 1. La réception du DDG par des publics-cibles

Dans ce premier chapitre, nous présentons dans un premier temps l'intérêt d'étudier les récepteur·trice·s de dispositifs de DDG, et à travers eux, l'influence, c'est-à-dire les processus de réception et les effets. Puis nous présentons nos questions de recherche autour de quatre axes : la co-construction des sens, la co-construction des opinions et des rôles dans les interactions, les processus et effets de la dissonance cognitive et de l'empathie et enfin les effets sur les attitudes sexistes.

1. Processus de réception et influences du DDG

Si avec *les formes* de DDG et *la création* nous avons dégagé différentes transformations du genre, mais aussi les processus créatifs et effets visés, nous pensons qu'il est intéressant d'étudier la réception et les récepteur·trice·s. En effet, cherchant à approfondir la compréhension du DDG et ses influences et « à construire des connaissances proches de la « réalité » » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 17), le DDG s'envisage à travers un public, des sujets sociaux en réception. Butler ouvre ce point sur ce qui fera parodie et la réception : « En soi la parodie n'est pas subversive, il faut encore chercher à comprendre comment certaines répétitions parodiques sont vraiment perturbantes (...) Faire une typologie des actions ne serait vraisemblablement pas suffisant, car la déstabilisation parodique, même le rire parodique, dépend d'un contexte et de condition de réception qui permettent d'entretenir les confusions subversives » (Butler, 1990, p. 262-263)

L'hypertextualité est un procédé profondément interactionnel, voire conditionné, à sa réception. En particulier, le DDG tel que nous l'avons envisagé à la fois dans *ses créations*, mais surtout *la création* fait fortement référence aux réalités sociales du sexisme et des violences : les créatifs pointent son fort degré d'imitation. Nous l'avons vu, cette expression consiste, pour nous, à considérer que ces réalités sociales situées constituent l'hypotexte du DDG. On peut ainsi dire que l'hypertextualité du DDG est massive et déclarée (ces deux adjectifs sont repris de Genette), *i.e.* la référence à *l'œuvre originale* est clairement établie. Or, plus ce degré est élevé, moins son analyse « dépend d'un jugement constitutif, voire d'une décision interprétative du lecteur » (Genette, 1982) Ce qui n'empêche pas que, pour Genette toujours, « la relation entre le texte et son lecteur [est envisagée] d'une manière plus socialisée [que l'herméneutique textuelle], plus ouvertement contractuelle, comme relevant d'une pragmatique consciente et organisée ». De plus, et ceci est majeur, la dimension interactionnelle consiste en un dédoublement de la lecture et requiert « une lecture spécifique de va-et-vient entre texte passé et texte nouveau » (Connan-Pintado, 2009). Ces liens entre *réalité* hypotextuelle et l'hypertexte s'envisagent en réception par ces va-et-vient. Cette conceptualisation de l'hypertextualité invite aussi à la table des négociations des sens -mais aussi de l'influence- les horizons d'attentes et la dimension contractuelle de l'hypertextualité que nous voyons après.

Le DDG a du sens dans un contexte temporel, culturel, social donné, c'est même, pourrions-nous dire, sa condition d'existence puisqu'il puise dans le social pour le transgresser. Il nécessite également un public, lequel est particulièrement mis en avant dans l'analyse des capacités de la parodie à dénaturiser le genre par Trépanier-Jobin (2013) et Butler (1990). La première invite même des récepteur·trice·s à la table de ses méthodologies et analyses. En creux, d'autres chercheur·e·s sur ces notions évoquent le public et l'influence des parodies et transgressions, alors même que cet aspect n'est pas le cœur des recherches (Damian-Gaillard et al., 2014). En particulier, Kunert (2014) fait écho à la réception et à la pluralité des interprétations de ces dispositifs. En soi, il n'est pas étonnant que la réception, même lorsqu'elle n'est pas l'objet de recherche, apparaisse si souvent, car elle est au cœur du processus de communication et de la transgression du DDG : à la fois par les intentions (générales) de dénaturiser, déconstruire, déjà orientées *vers* un public ; et à la fois par sa forme, car l'hypertextualité n'a de sens que socialement, *i.e.* pour exister, elle nécessite cette double lecture sociale des publics.

En somme, étudier la réception de façon empirique nous permet d'approfondir l'étude du DDG et d'avoir une vue à 360 degrés du processus de la communication, puisque cette réception est centrale et que la stratégie du DDG, forme d'hypertextualisation, est elle-même interactionnelle et orientée vers un public, qui en co-construit les sens. L'hypertextualité s'inscrit nécessairement dans un cadre socio-culturel et historique situé, de part et d'autre et de manière partagée, de la création et de la réception.

1.1 A travers le DDG, les horizons d'attentes et la contractualisation des interactions, vers la co-construction des sens et les influences

Le DDG fait jouer des horizons d'attentes (sur la lecture, sur le genre), de compétences de lecture et d'une contractualisation des interactions. Sur la compétence de lecture, il s'agit de la connaissance du public de la version originale avant celle détournée. « On ne peut percevoir et apprécier la fonction de l'un sans avoir l'autre à l'esprit, ou sous la main. Cette condition de lecture fait partie de la définition du genre [l'hypertextualité], et -par conséquent, mais d'une conséquence plus contraignante que pour d'autres genres - de la perceptibilité, et donc de l'existence de l'œuvre » (Genette, 1982, p. 31). Or, nous l'avons vu, l'hypotexte repose non pas sur une œuvre originale (à l'exception de trois dispositifs de DDG dont les créatifs ont été entretenus), mais de réalités sociales. Même si celles-ci sont réécrites, la référence au monde social nécessite finalement moins un appel à la culture littéraire qu'à la culture comme phénomènes sociaux partagés. Quant au caractère contractuel de la *lecture*, il s'agit d'un premier point avec ce jeu à deux textes, mais aussi de la compétence de lecture nécessaire, facilitée, en l'occurrence avec le DDG qui se réfère au monde social généré. La contractualisation, dans une approche pragmatique partagée par Genette mais aussi par Ghiglione et Trognon, est que les « les partenaires se reconnaissent mutuellement le statut d'interlocuteur·trice « valables » et « potentiel » dans l'échange (Ghiglione et al., 1998, p. 20). Enfin, la condition de cet ensemble -création, réception, cadrage des références communes, contrat, hypertextualité- tient aussi et

surtout à ce que soient envisagés les horizons d'attentes. Ces horizons d'attente, nous les envisageons d'un point de vue littéraire, mais aussi d'un point de vue genré.

Les horizons d'attente d'un point de vue littéraire sont d'une part, du côté de l'analyste de la création « l'acte de lecture prescrit dans le texte » dont la compréhension ou effets ne sont pas certains, en réception. Puis, le second horizon d'attente, du côté de la réception, est une « précompréhension du monde et de la vie dans le cadre de référence littéraire impliquée par le texte. [Elle] inclut les attentes concrètes correspondant à l'horizon de ses intérêts, désirs, besoins et expériences tels qu'ils sont déterminés par la société et la classe à laquelle il appartient aussi bien que par son histoire individuelle (...) [et] qu'à cet horizon d'attente concernant le monde et la vie sont intégrées aussi déjà des expériences littéraires antérieures » (Jauß, 1978, p. 284). A travers le processus de lecture, « le texte nouveau évoque pour le lecteur (ou l'auditeur) tout un ensemble d'attentes et de règles du jeu avec lesquelles les textes antérieurs l'ont familiarisé et qui, au fil de la lecture, peuvent être modulées, corrigées ou simplement reproduite ». Or, « La distance entre l'horizon d'attente préexistant et l'œuvre nouvelle dont la réception peut entraîner un "changement d'horizon" en allant à l'encontre d'expériences familières ou en faisant que d'autres expériences, exprimées pour la première fois, accèdent à la conscience, cet écart esthétique, mesuré à l'échelle des réactions du public et des jugements de la critique (succès immédiat, rejet ou scandale, approbation d'individus isolés, compréhension progressive ou retardée), peut devenir un critère de l'analyse historique » (Jauß, 1978, p. 58). Ainsi, les horizons d'attentes peuvent aussi constituer ce que nous avons mis en parallèle (inversement dans notre partie 1) avec le message relatif aux dispositifs et les intentions des créatifs, les dispositifs, et la réception, comme lieu de co-construction des sens, dans une perspective de la communication comme formes d'interaction humaines et sociales médiatisées (Fourquet-Courbet, 2010). En l'occurrence, à travers une communication persuasive et d'intérêt général, mais aussi politique et réflexive matérialisée par les dispositifs de DDG, il s'agit de créatifs, dotés d'intentionnalités (prescription de lecture et faire passer un message de lutte contre les violences faites aux femmes) qui cherchent à orienter les publics, eux aussi dotés d'intentionnalités, dans le sens visé par le message (Chabrol et al., 2004). Mais le processus n'est pas linéaire, ni fonctionnaliste, mais interactionnel où création et réception co-construisent les sens, et où la question des effets reste ouverte à l'étude en réception.

Les horizons d'attentes sur le genre s'illustrent aussi parfaitement avec les références à Jauß (1978). Les créatifs ont constitué, à travers leurs analyses et la récolte de discours sexistes et expressions d'actes violents, un certain état des violences faites aux femmes, mais aussi d'inférences d'un horizon d'attente du public sur le genre. Ils et elles vont ainsi en jouer (pour embarquer le public, le surprendre, l'interpeller, lui faire ressentir un trouble, les violences, ...) afin de prescrire une certaine lecture du dispositif, comprenant ce que nous pouvons aussi pointer comme étant les intentionnalités de déconstruction du genre *mises* dans le dispositif. De l'autre côté du dispositif, les publics ont une « précompréhension du monde » genré, à la fois déterminée par sa propre personne (histoire individuelle) et par la société. Or, une certaine lecture du genre est attendue, et

sera probablement contrariée par les dispositifs comme objet de lecture jouant de nouvelles règles du jeu. Il sera alors question pour le public, d'un point de vue de l'analyse, de questionner l'horizon d'attente littéraire et intentionnel *mis* dans ces dispositifs par celles et ceux qui les ont créés.

C'est ainsi dans les interactions que se situent la co-construction de sens et les possibles influences, ce que nous voyons maintenant.

1.2 Processus d'influence DDG, dissonance cognitive et empathie virtuelle

De ces points sur les interactions comme processus de réception, nous prenons un peu de hauteur, en envisageant la communication comme interactionnelle, et les interactions comme « champ mutuel d'influence bénéficiant d'un contexte de mise en action ; c'est un processus d'intercompréhension qui conduit à la co-construction du sens » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 10, en référence à Matuzak et Quidot)²⁵⁵.

En réception, cette influence se caractérise par « l'ensemble des empreintes et des changements manifestes ou latents produits (...) sur les individus (considérés sur les plans cognitif, affectif et comportemental), sur les groupes et systèmes sociaux, sur les systèmes socio-politique et économique, sur les sociétés et les cultures. L'influence regroupe à la fois les aspects « dynamiques », comme « la réception », c'est-à-dire le processus qui se déroule au moment du contact avec des contenus (...) et les aspects plus « statiques », considérés à un moment donné, comme « les effets », c'est-à-dire les résultats à court, moyen ou long termes du processus de réception » (Courbet & Fourquet, 2003b, p. 9).

Sur un versant théorique pratique, et liant ici aussi les deux bords des approches esthétique et communicationnelle, c'est à travers l'*Unimodel* (Kruglanski & Thompson, 1999) que nous envisageons d'étudier cette co-construction et ces influences. Processus à une voie, les traces et marqueurs des dispositifs, porteurs des intentions des créatifs, sont des prémices d'un syllogisme, à côté des prémices socio-cognitives (et socio-affectives) des récepteur·trice·s qu'ils mobiliseront, conduisant à une certaine conclusion. Celle-ci est une évaluation, une attitude envers l'objet -le dispositif, les violences faites aux femmes, le DDG, des marqueurs... C'est un processus motivé d'hypothèses et d'inférences dépendantes des capacités cognitives de l'individu et de l'accès et de la disponibilité cognitive à des informations pertinentes. C'est un processus durant lequel les croyances se forment sur la base de marqueurs appropriés. Cette conclusion est un jugement évaluatif, une opinion, autrement dit une attitude, *i.e.* tendance psychologique et

²⁵⁵ Matuszak, C., Quidot, S. (2008). « L'interaction et après ? Débat autour d'une notion transformée et transformable », *XVI^{ème} Congrès de la Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication (SFSIC) – Les Sciences de l'Information et de la Communication : affirmation et pluralité*, Compiègne, 10-12 Juin 2008

évaluative, disposition à réagir de façon favorable/défavorable exprimant un degré d'aversion ou d'attraction, de favorabilité ou de défavorabilité envers un objet particulier ou une classe d'objets. Etudier les attitudes et leur changement ont pour limite que les attitudes (prédispositions à agir) ne sont pas prédictives de manière mécanique du comportement. Par exemple, la force de l'attitude peut faire varier la consistance entre attitude et comportement (Michelik, 2008). Le lien fort et la motivation épistémologique à choisir cette théorie tiennent à ce que la réception est un processus avec une liberté en réception relative au degré d'ouverture de l'œuvre et relative aux choix des prémices.

Parmi les processus envisagés dans l'analyse des dispositifs de DDG et de la création, ceux de la dissonance cognitive et de l'empathie sont aussi envisagés et questionnés en réception. Dans une perspective où les intentions des créatifs sont émergentes ou révélées, mais que le DDG repose sur un changement perceptif, les attentes sur le genre ne seront pas respectées et le prisme et l'acte prescrit de lecture depuis un point de vue est différent. Nous estimons qu'il est intéressant de voir si, en réception, est ressenti « cet inconfort émotionnel » et les moyens de « réduire sa dissonance » (Fointiat, Girandola, et al., 2013, p. 5) et notamment par le changement d'attitude. De même, le processus empathique virtuel (Daignault & Paquette, 2009) et ses effets constituent un second lieu d'investigation de la réception. Un point intéressant sur ces processus peut aussi porter sur le traitement du féministe, si cette position est inférée en réception sur la création, notamment à travers les points développés sur l'influence des minorités (Mugny & Pérez, 2013).

Pour la suite, ce qui nous intéresse c'est qu'à travers le processus de réception, les récepteur·trice·s ne sont jamais des individus dépourvus d'identité, de social, de mise en présence d'autres (présents ou absents), ni du genre...

1.3 Les sujets sociaux et la question des *autres* et de leurs identités

Sujets complexes (Courbet & Fourquet, 2003b), individus psycho-socio-cognitifs (Ghiglione et al., 1998, p. 34-35), les récepteur·trice·s sont envisagés dans les interactions avec créatifs et le dispositif, mais aussi dans un contexte de réception où les *autres* et la dimension sociale jouent un rôle, mais aussi où elles·eux en tant qu'individus dotés d'identités, se représentent et sont en représentation liée au genre.

Si en réception, les artistes ou créatifs ne sont pas présents physiquement, ils et elles le sont à travers les traces dans le dispositif et par l'intersubjectivité et l'interaction asynchrone (Couchot & Lambert, 2016; Fourquet-Courbet, 2010). Mais il est aussi mis en coprésence les *Autres*, absents ou présents physiquement, mais présents à l'esprit : « autrui est une composante intériorisée de la conscience de soi » et c'est pour cette raison que « le dialogue est possible. [mentionné par l'auteure, Marc, Picard, 1989]. En appliquant cette approche à l'étude de la communication médiatique, chaque acteur social peut être vu comme ayant intériorisé des représentations de l'autre et de ses relations

à l'autre » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 11, en référence à Marc et Picard)²⁵⁶. De même, le social est « incorporé, intériorisé ou internalisé par les individus, par socialisation » (Fourquet-Courbet, 2010, p. 35). Il s'agira donc de considérer une double perspective chez l'individu, à la fois sociale et intrapersonnelle, cette dernière invitant déjà à la fois les *autres* et les dimensions sociales qu'il a intériorisées. L'interactionnisme symbolique développé par Mead pense la notion de « soi » comme « l'intériorisation du processus social par lequel les individus interagissent avec d'autres. L'acteur construit son « soi » et celui des autres, grâce à son interaction avec d'autres. L'action individuelle peut alors être considérée comme la création mutuelle de plusieurs « soi » en interaction. Ainsi, les « soi » acquièrent une signification sociale » (Mucchielli, 2009, p. 120). Dès lors, l'analyse porte sur « les processus par lesquels les acteurs accordent leurs conduites, sur la base des interprétations du monde qui les entoure ». Pour Rose, les significations du monde et de ses objets se constituent à l'aide de symboles, qui sont partagés par tous, et permettent notre capacité d'empathie. Le collectif partage une culture commune, -de significations, de valeurs, qui permet « de prédire, dans une large mesure, le comportement des autres individus ». Enfin, « les symboles, et donc aussi le sens et la valeur qui y sont attachés, ne sont pas isolés mais font partie d'un ensemble complexe, face auquel l'individu définit son « rôle », ce que Mead (Mucchielli, 2009, p. 121) appelle le « moi », qui varie selon les groupes auxquels il a affaire, tandis que son « je » est la perception qu'il a de lui-même comme un tout. Mead a précisé cette différence : « le « je » est la réponse de l'organisme aux attitudes des autres ; le « moi » est l'ensemble organisé d'attitudes que je prête aux autres. Les attitudes des autres constituent le « moi » organisé et on réagit alors face à cela en tant que « je » ». Enfin, « la pensée est le processus par lequel des solutions potentielles sont d'abord examinées sous l'angle des avantages et des désavantages que l'individu en tirerait par rapport à ses valeurs, puis sont finalement choisies. (...) Un « acte » est donc une interaction continue entre le « je » et le « moi », c'est une succession de phases qui finissent par se cristalliser en un comportement unique. ».

Nous pensons que le genre, qui traverse à la fois les dimensions sociales et individuelles, peut s'envisager dans la réception et l'étude des influences, par plusieurs prismes. Nous l'avons vue avec les attitudes, qui relèvent d'un niveau intra-individuel. Mais, considérant que les individus sont des êtres interactionnels, et que « on ne « fait » pas son genre tout seul, on le « fait » toujours avec ou pour quelqu'un d'autre, même si cet autre n'est qu'imaginaire » (Butler, 2012), il est intéressant d'étudier les processus et effets en réception à ce niveau également. S'intéresser au niveau micro-social du genre et de l'influence du DDG permet de mettre la focale sur les interactions interpersonnelles en groupe, qui connaissent leur propre dynamique et qui sont un lieu d'influence. Goffman (1973) définit l'interaction comme « à peu près l'influence que les individus exercent les uns sur les autres lorsqu'ils sont en présence ». Les interactions sont étudiées pour « ce qu'elles révèlent quant aux modes de fonctionnement du type d'ordre social qu'est l'interaction » (Bonicco, 2007, en référence à Goffman)²⁵⁷. Les représentations sociales s'y

²⁵⁶ Marc, E., Picard, D. (1989). *L'interaction sociale*, Paris, PUF, Le psychologue.

²⁵⁷ Bonicco analyse ici de l'ordre de l'interaction de manière transversale dans les livres de Goffman

construisent et s'y transforment à travers les interactions (Touré, 2010). D'autre part, par la porte de l'intersubjectivité, le chercheur tente « d'accéder à la connaissance du social » (Touré, 2010, en référence à Schutz)²⁵⁸, à la construction de l'opinion (Katz, 1989, sur Gabriel Tarde 1993) et à ce que ces interactions interpersonnelles nous apprennent sur les éléments « sociaux » partagés : rôles et présentation de soi que chacun va jouer sur cette scène (Erving Goffman, 1974) et les représentations sociales en jeu (également liées à la « réflexivité institutionnelle²⁵⁹ » (Erving Goffman, 1977), aux croyances, opinions et attitudes (Touré, 2010).

2. Questions de recherche liées à la réception du DDG

Nous envisageons cette recherche sur la réception de DDG luttant contre les violences faites aux femmes, à travers ses récepteur·trice·s empiriques. Nous posons quatre séries de questions.

2.1 Questions de recherche sur la co-construction des sens

Premièrement, nous nous intéressons à la co-construction des sens et à la compréhension des dispositifs de DDG luttant contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes.

Question de Recherche 1 : Quels sont les sens co-construits en réception face aux dispositifs de DDG de lutte contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes dans le champ ? Quelle est la compréhension qui en est faite ? Dans quelle mesure ces significations convergent-elles avec les intentions des créatifs et les sens donnés par ces derniers ?

2.2 Questions de recherche sur la co-construction des opinions et des rôles dans les interactions

Cette question de recherche porte sur la co-construction des opinions et des rôles des individus dans les interactions, face aux dispositifs et face aux « autres », réels ou imaginés.

Question de Recherche 2 : Quelles sont les opinions et les rôles co-construits dans les interactions avec le DDG et avec les autres dans une relation sociale relativement au genre et aux violences faites aux femmes ?

²⁵⁸ Schutz, A. (1967). *The phenomenology of the social world*. Evanston, IL : North-Western University Press.

²⁵⁹ La « réflexivité institutionnelle » de Goffman est défini par Yves Winkin comme « « expression nouvelle [...] pour dire que les différences sexuelles sont inscrites dans les institutions sociales afin de garantir le bien-fondé d'une caution par le sexe de nos « arrangements sociaux » » (Winkin, 1990)

2.3 Questions de recherche sur les processus et effets de la dissonance cognitive et l'empathie

Dans cette série de questions, nous nous intéressons aux processus et effets de la dissonance cognitive et de l'empathie virtuelle en réception de dispositifs de DDG luttant contre les violences et incluant les hommes.

Question de Recherche 3 : Dans quelle mesure la dissonance cognitive apparaît-elle dans la réception des dispositifs de DDG dans la lutte contre les violences faites femmes incluant les hommes ?

Question de Recherche 4 : Dans quelle mesure l'empathie virtuelle apparaît-elle dans la réception des dispositifs de DDG dans la lutte contre les violences faites femmes incluant les hommes ?

2.4 Questions de recherche liées aux effets sur les attitudes

Dans cette dernière série de questions, nous nous intéressons aux effets sur les attitudes de dispositifs de DDG luttant contre les violences et incluant les hommes.

Question de Recherche 5 : Quels sont les effets sur les attitudes sexistes et intentions d'agir des récepteur·trice·s de dispositifs de DDG luttant contre les violences faites aux femmes, incluant les hommes ?

CHAPITRE 2. Triangulation méthodologique mixte

Dans ce chapitre deux, nous présentons la triangulation méthodologique mixte en réception et les analyses. Premièrement, la méthodologie qualitative (1) est abordée : celle des focus groups et des cognitions en réception (ECER) pour étudier la réception en discussion et en direct face aux dispositifs. Nous précisons le choix des sujets, des dispositifs de DDG projetés, la méthode de collecte et les retranscriptions. Nous précisons également les analyses thématique, lexicale, sémantique, cognitivo-discursive et conversationnelle. Deuxièmement, la méthodologie quasi-expérimentale (2) est présentée : un protocole avant-après constitué par un questionnaire pour l'étude du changement des attitudes sexistes. Nous précisons le choix du dispositif projeté et des sujets sociaux en réception, les outils de collecte. Enfin nous précisons les analyses : test T de Student sur échantillon apparié pour les attitudes et intentions d'agir, sémantique et des valences pour les questions ouvertes et moyennes des échelles de Lickert pour les questions sur les processus de réception.

Notre triangulation méthodologique mixte vise également, parce qu'elle questionne la réception dans un contexte social interactionnel (en groupe) ou individuel (questionnaires de l'étude quasi-expérimentale) à étudier deux niveaux de la réception, social et individuel.

1. Méthodologie de recherche : focus groups et étude des cognitions en réception

Notre méthode de recherche, c'est à dire « un ensemble d'opérations systématiquement et rationnellement enchaînées » (Baribeau, 2010) est celle des focus groups. Face aux multiples terminologies, nous choisissons celle de focus group, défini comme « entretien dont les informations fonctionnent en groupe » et « une discussion focalisée sur un sujet particulier », *i.e.* le groupe (Tschannen, 2010). Le but de la mise en œuvre de focus groups est de « recueillir des discussions centrées sur des situations concrètes particulières (...) à susciter un débat d'opinion » grâce notamment à un guide d'entretien (Touré, 2010), une méthodologie mobilisée « avec le plus de constance et de succès » dans l'étude de la réception médiatique (Tschannen, 2010). Ils permettent d'étudier des phénomènes sociaux, dans une approche compréhensive, tels qu'ils sont « vécus et perçus et d'agir sur eux dans une perspective de changement social » (Touré, 2010). Plus qu'une étude exploratoire, notre but est d'étudier la réception de dispositifs de DDG de trois formes différentes et d'en dessiner une vue d'ensemble, depuis plusieurs analyses croisées. Nous gardons cependant en tête que faisant partie des « jeunes chercheurs en formation », nous pouvons « coder des données, mais que [notre] compétence à théoriser est moindre » (Baribeau, 2009). Adapté à l'étude en réception, mais aussi au changement social, cette méthodologie permet de considérer « les processus de construction, de transmission et de transformation des représentations sociales » (Touré, 2010). Si les influences interpersonnelles ou du groupe sur l'individu (et inversement) sont parfois présentées comme limite à l'analyse, pour nous, il s'agit d'un

des objets à l'étude dans les analyses : « L'essentiel de l'activité sociale inhérente au processus de recherche (la discussion au sein du groupe) *fait partie* de ce que l'on souhaite comprendre » (Tschannen, 2010).

1.1 Choix de sujets aux profils hétérogènes

Nous avons conduit trois focus groups, qui ont eu lieu en mars 2018, dans un espace près de la gare Saint-Charles²⁶⁰ à Marseille (Voir Annexe W). Il était présenté aux enquêté·e·s, sur une plage horaire de fin d'après-midi, début de soirée, qu'ils et elles allaient participer à une courte projection suivie d'une discussion en petit groupe de 6, agrémenté d'une collation (pizzas, gâteaux, boissons sans alcool). Ce moment permet l'accueil des personnes, de briser la glace et de les remercier pour leur participation. Les deux premiers focus groups sont composés de 6 individus chacun, et le troisième de cinq individus. Nous avons recruté alors davantage de personnes, pour pallier au phénomène de l'absentéisme. Nous avons une parité d'hommes et de femmes, recruté·e·s par voie de *bouche à oreille*, par mél, mais aussi par voie d'affichage dans le centre de Marseille (Annexes X et Annexe Y). Pour suivre les recommandations d'hétérogénéité des participant·e·s (Duchesne & Haegel, 2009), nous avons également des individus de différents âges, origines et professions, permettant, nous le supposons, de favoriser les points de vue hétérogènes et d'animer les discussions via la coopération et la conflictualité (Kerbrat-Orecchioni, 1986). Par ailleurs, allant dans le sens de nos résultats de recherche en création, le public-cible premier évoqué est une cible *généralisante* et *inclusive* des femmes, des hommes, la société, tout le monde, pour reprendre les termes des créatifs. C'est en ce sens que nous avons tenté de constituer un échantillon de participant·e·s. Pour vérifier ces données, une fiche d'information anonyme et non obligatoire a été distribuée à la fin des focus groups (Annexe AA). Le recrutement a été une étape difficile : trouver des participant·e·s, sans contrepartie financière et sans dévoiler l'objet de ces groupes, pour tenter de garder la spontanéité des réponses. Bien que nous ayons cherché à ce qu'aucun·e participant·e ne nous connaisse au préalable, certain·e·s d'entre eux·elles nous avaient déjà rencontré avant les focus groups ; et bien que nous souhaitions que les participant·e·s ne se connaissent pas entre eux, face aux difficultés de recrutement, des participant·e·s ont pu venir en binôme d'interconnaissance (3 binômes : un dans chaque focus group²⁶¹). Les focus groups, enregistrés avec deux caméras, durent en moyenne un peu plus d'une heure et quart (1h09 pour le FG1 ; 1h34 pour le FG2 ; 1h23 pour le FG3). Ces enregistrements s'inscrivent dans des temps plus longs d'accueil, d'installation des personnes, puis d'après (remplissage de fiche d'information, discussion en off sur l'explicitation des objets de la recherche, retours des participant·e·s sur l'expérience). Les tables sont disposées pour former un cercle de discussion semi-ouvert (vers le mur de projection), dans lequel l'animatrice se situe en léger retrait. Un assistant son et image est présent, il agit également en tant qu'observateur, et prend des notes, à l'instar de

²⁶⁰ Pépinière d'entreprise Espace Liberté, Marseille 1^{er} arr.

²⁶¹ Deux femmes se connaissent dans le focus group 1, Monique et Jane ; deux femmes dans le focus group 2, Anais et Pauline ; deux hommes dans le focus group 3, Bernard et Claude.

l'animatrice, durant les focus groups. Il est au fond de la salle et présenté aux participant·e·s en amont des focus groups. L'animation est réalisée par la chercheure.

1.2 Choix des dispositifs de DDG projetés : formes diversifiées et congruantes de dispositifs de DDG

Dans chaque focus group a été diffusé un dispositif de DDG différent. Ces dispositifs sont issus de notre base de données (Annexe A) et nous avons mené des entretiens semi-directifs avec leurs créatifs lors de l'étude empirique de la création (voir troisième partie).

- **Dans le focus group 1** est projeté « Majorité opprimée » (2010), d'Eléonore Pourriat, réalisatrice de ce court métrage de 10 minutes, sorti en 2011 et rendu accessible sur la plateforme YouTube en 2014, sous-titré en anglais, après que les droits de diffusion exclusifs aient été levés. Ce film dystopique mobilise le détournement du genre : sa forme est l'inversion du genre. L'inversion est ici par retournement. Le genre est envisagé comme construction des relations asymétriques et hiérarchisées entre les femmes et les hommes. Cette définition du genre se rapproche d'une posture féministe matérialiste. Le dispositif est en Annexe B.

- **Dans le focus group 2** est projeté « C.L.I.T. », de Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles, auteures et performeuses du clip parodique de celui d'Orelsan, musicien et auteur du clip original « Saint-Valentin ». La version originale date de 2007, la version parodique de 2016, publiée sur la plateforme YouTube le 8 mars 2016, Journée Internationale des Droits des Femmes. Le clip « C.L.I.T » mobilise à la fois le détournement par la parodie (reproduction d'une œuvre par altération intentionnelle) mais aussi l'inversion du genre. L'inversion est ici à la fois retranscription et appropriation. Le genre est envisagé comme système d'oppression matériel et symbolique, et d'appropriation symbolique. Son versant inversé relève de la réappropriation. Cette définition du genre se rapproche d'une posture féministe radicale et réappropriationnelle. Le dispositif est disponible en Annexe C.

- **Dans le focus group 3**, est projeté une sélection de planches de la bande dessinée « Les Crocodiles » de Thomas Mathieu, publié chez Lombards en 2014, en partie en accès libre sur le Tumblr « Le projet Crocodiles », débuté en 2013. Les planches, à l'instar de ce que son auteur présente en ligne ou sur le papier, se découpent en deux parties, celle des témoignages de femmes illustrés, celle de planches explicatives, notamment de « déconstruction des mythes ». Le détournement du genre prend ici la forme d'accentuation de la relation de prédation par zoomorphisme des agresseurs, offrant une double lecture : lecture à travers la visibilisation des auteurs et de la dimension systémique des violences ; lecture à travers les expériences vécues de violences des victimes femmes. La définition du genre est ici comprise comme construction systémique des rapports de domination. Pour construire le dispositif que nous projetons -un power point animé par le passage de diapositives d'images inanimées- nous avons prétesté son montage sur des individus (pour les temps de lecture nécessaires) et nous avons cherché à respecter la dynamique des autres supports, *i.e.* une forme d'art du crescendo des

événements, sous une forme relativement gaussienne : une montée progressive (notamment le sexisme latent dans Majorité Opprimée, l'introduction d'Orelsan puis des images filmiques dans CLIT) jusqu'à un « pic » (événement supposément le plus *dur* ou *marquant* : l'agression sexuelle dans Majorité Opprimée, le refrain et les images dans C.L.I.T, le viol conjugal dans Les Crocodiles). Bien entendu, les *tensions* sont relativement maintenues ensuite (compagne de Pierre le culpabilisant puis générique, chiffres sur les représentations des violences, discours méta pour Les Crocodiles). Le dispositif projeté est disponible en Annexe D.

Ainsi, nous ne diffusons qu'un seul dispositif par focus group, d'une part pour en limiter le temps, puis, pour garder la spontanéité des réactions face à « l'effet de surprise » qu'il invite. A l'instar de l'étude en création, la réception est suivie aussi dans son contexte médiatique (lié aux sujets qui nous intéressent). Les choix de ces dispositifs reposent sur plusieurs arguments : tous traitent de violences transversales, permettant de considérer, en réception, lesquelles seront reprises (et comment) et ce qui diffère de la communication de l'état (cibler une violence spécifique) ; tous traitent de violences sexuelles, lieu du genre, peu abordées dans la communication de l'Etat et mise en avant dans les discours des créatifs ; les formes de DDG sont différentes d'un dispositif à l'autre, permettant une analyse transversale (ce qu'il y a en commun, ce qui diffère de l'une à l'autre) ; tous les trois mobilisent des situations de violences issues de ce que les créatifs appellent « des histoires vraies » (« C.L.I.T » est une parodie d'un clip existant, et où les créatrices expliquent avoir repris au plus près les propos originaux, elles mettent également des résultats d'étude en conclusion ; Thomas Mathieu met en BD des témoignages ; Eléonore Pourriat explique que ces situations mettent en scène ce que les femmes vivent au quotidien et des violences auxquelles elles font face).

Les intentions des créatifs, telles que nous les avons développées (troisième partie, point 2, page 274), sont convergentes : révélation du sexisme et des violences, de ce *qui se joue* à travers le genre, les relations asymétriques et la construction de la *normalisation* de situations violentes et intentions réflexives, faire sentir et ressentir une gêne et une relative prise de vues depuis celle des victimes de violence. Des renversements sont faits : en particulier sur la dimension collective de la violence, partagée et internalisée. Ces trois dispositifs se situent dans une approche militante, mettent en scène, à travers des créations originales ou non (au sens d'œuvre préexistante) relevant de la création artistique, une création aussi communicationnelle et persuasive dans le sens de la lutte contre les violences faites aux femmes. Ils sont relativement indépendants du contexte de création, permettent ainsi une diffusion en 2018. Ces dispositifs ont été réalisés entre 2010 et 2016, mais leur diffusion -au sens de circulation significative, se situe sur la période 2014-2016.

Nous avons choisi trois dispositifs différents : deux dispositifs audiovisuels, l'un court-métrage, l'autre clip musical s'apparentant à un support de sensibilisation, et un dispositif BD. S'il peut être reproché à ce choix de ne pas offrir une réception semblable (leurs supports), nous pensons avoir démontré les convergences justifiant ce choix (arguments

et intentions ci-dessus). De plus, si la BD, qui sort du cadre audiovisuel peut s'inscrire dans le champ de l'art et du divertissement (comme le court-métrage « Majorité opprimée », voire le clip « C.L.I.T. » détournant une œuvre et posant la question de son statut d'œuvre), elle « est aussi un média (...) offrant une médiation spécifique entre un public et des auteurs (une mise en image et en texte d'un récit proposant une narration segmentée) (...) l'un des médias de masse de notre société » (Dacheux, 2009b). Ces trois dimensions pointent et « insistent sur un point essentiel : la réception » de la BD, comme nous le dit Dacheux. Comme « produit culturel et médium », elle est aussi un support « utilisé par de nombreuses organisations militantes pour élargir les ressources de l'association et propager leurs idées » (Dacheux, 2009a) Pour la BD « Crocodiles » le processus a été inverse : d'une création artistique et militante initiale (aussi documentée) s'est liée l'association Stop Harcèlement De Rue. Témoignages mis en BD depuis les histoires envoyées par des internautes femmes, la BD est aussi inspirée de ressources militantes féministes et de recherches sur le genre. Son auteur explique également le choix graphique des crocodiles par analogie avec *Mauss* de Art Spiegelman (1980-1991). Par ailleurs, d'autres BD à visée de prévention, sont étudiées en SIC et en réception, à l'instar des abus sexuels sur les enfants en milieu scolaire (Dacheux, 2009c).

1.3 Méthode de recueil des données

1.3.1 Méthode des focus groups : phénoménologie et dimension collective

Les FG, et en particulier l'analyse de la dynamique de groupe, est « une application de l'approche compréhensive et de l'analyse phénoménologique à la description-compréhension des phénomènes collectifs et affectifs vécus par un groupe d'individus dans une situation communément partagée ». C'est davantage « la situation, non pas dans ses caractéristiques « objectives », mais dans ses significations-au-niveau-des-acteurs-échangeant » qui constitue le phénomène étudié. L'objet est de révéler « une réalité sous-jacente aux épiphénomènes communicationnels » (Mucchielli, 2009, p. 66-67).

Ainsi, en lien avec ce que nous avons développé, nous avons créé une grille d'entretien pour les focus groups (Annexe Z), basée elle aussi sur une approche phénoménologique. Il s'agit de considérer les discussions du groupe, mais aussi les individus qui le composent : « *In our experience, focus groups enhance rather than compromise phenomenological research* » (Bradbury-Jones et al., 2009). Les chercheur·e·s expliquent ainsi que la perspective individuelle peut être conservée dans un contexte de groupe, chacun·e pouvant s'exprimer, relater un récit expérientiel, puis d'autres membres peuvent interagir et apporter de nouvelles perspectives et permettre à des significations partagées (ou) non d'émerger²⁶².

²⁶² Il ne s'agit pas d'une citation ou d'une traduction libre, mais l'appropriation des propos des chercheur·e·s. Pour lire l'extrait mentionné : "We suggest that the individual perspective can still be preserved in a group context. For example, Sorrell and Redmond (1995) propose that if the interview involves a group of participants, each can tell their narrative as a self-contained story with minimal interruptions and then other members of the group can add valuable perspectives as the story unfolds,

La phénoménologie de groupe consiste, à l'instar de l'analyse phénoménologique, à « l'instigation systématique des contenus de consciences privilégiant les données expérientielles ». Elle est conduite en groupe sous la conduite d'un·e animateur·trice. « On met des participants du groupe, en réalité ou par imagination, dans une situation, et on les fait parler sur leurs impressions et leurs réactions face à cette situation (ou à cet objet) ». L'entretien, principalement non directif, peut être conduit à l'aide de questions aidant à l'émergence. Mucchielli en suggère ainsi des formulations telles que « Qu'éprouvez-vous devant cet objet ? à quoi pouvez-vous le comparer ? comment vous en serviriez-vous ? ». Ce sont ces formulations de questions que nous avons retenues pour notre grille d'entretien des focus groups. Elle est employée pour tous les focus groups. Cependant, elle ne saurait constituer un fil incontournable. : les questions reposent sur une formulation de soutien à l'émergence du discours. Pour l'auteur, « ce type de réflexion collective, lorsqu'il est bien mené, permet une sorte de démultiplication de l'analyse phénoménologique » (Mucchielli, 2009, p. 185). « Les participants font appel à leurs sentiments éprouvés devant d'autres objets du même type. Ils font ainsi, en leur esprit, une approche phénoménologique, d'une part en faisant appel à leur contenu de conscience, et d'autre part en se mettant par imagination dans des situations analogues et en en tirant les conséquences du point de vue d'un vécu imaginé ou éprouvé » (Mucchielli, 2009, p. 186).

D'un point de vue théorique, nous conjugons cette approche phénoménologique des focus groups (l'intersubjectivité comme « moyen dont dispose le chercheur pour accéder à la connaissance du social ») et celle de la psychologie sociale des représentations sociales (via les focus groups), « qui se construisent au sein des groupes et à travers les interactions individuelles » et dont, donc, « les *focus groups* offrent-ils un moyen adéquat pour étudier les processus de construction, de transmission et de transformation des représentations sociales » (Touré, 2010).

Bien que les discussions se fassent « sous contraintes » et de manière construite (cadre, interlocuteur·trice·s, questions posées), le focus group permet de mettre des publics dans une situation sociale « proche de la situation sociale dans laquelle se fait la réception dans la vie ordinaire (sans toutefois y être identique) » (Tschannen, 2010). Elle relève d'une conception « pragmatique [qui] invite donc à pratiquer l'étude de la réception en deux « lieux » différents, qui constituent comme les deux faces complémentaires du phénomène : d'une part, à l'interface entre un discours médiatique (ou provenant d'un autre collectif) et un spectateur ou lecteur ; d'autre part, à l'interface entre ce même spectateur et son environnement social, en particulier lors de conversations portant sur le contenu médiatique ou lors d'interactions inspirées par le contenu médiatique » (Tschannen, 2010).

probing for more information and adding their own insights related to shared meanings. This reflects the views of Spiegelberg (1975) and Halling et al. (1994), who argue that a group approach does not exclude individual perspectives – rather, it includes them.” (Bradbury-Jones et al., 2009)

1.3.2 Méthode ECER lors des FG : « pister » la réception au moment de l'exposition

Pour obtenir des données concomitantes à l'exposition, en réception, nous employons la méthode d'étude des cognitions en réception (ECER) (Fourquet-Courbet & Courbet, 2004). Elle consiste à demander aux récepteur·trice·s de dire à voix haute ce qu'ils·elles pensent, en direct, lors de l'interaction avec les dispositifs. En groupe, les interactions peuvent apparaître face au message ou entre enquêté·e·s, ce qui nous permet de collecter des réactions interactionnelles à deux niveaux (face au dispositif et entre individus). La spontanéité des réponses en direct permet de « pister » la réception en cours d'exposition, et donc de saisir quels sont les éléments du message qui suscitent ces réactions. Celles-ci peuvent être verbales ou non verbales. Cette méthode vient, nous dit l'auteure, de la méthodologie de listage des pensées, tout en contournant le biais qui est de collecter les pensées de l'exposition après celle-ci. Avec la méthode ECER, les réactions collectées sont concomitantes à la réception. A notre connaissance, cette méthode n'a été utilisée que lors d'une réception individuelle, nous proposons donc ici une application nouvelle, qui connaît certaines difficultés (peu de verbalisations, voir points 1.5.3 et 4.1.5 pages 328 et 379).

Il s'agit d'appliquer, dans la définition de l'influence médiatique (Courbet & Fourquet, 2003b, p. 9), l'étude des aspects « dynamique comme la réception, c'est-à-dire le processus qui se déroule au moment du contact avec le contenu », en complément de nos autres études, sur les effets « plus statiques ». La discussion lors des focus groups s'inscrit dans une perspective dynamique et interactionnelle.

1.3.3 Posture de la chercheure-animatrice

Concernant la posture de la chercheure-animatrice. La chercheure « n'essaie pas de se séparer du monde pour arriver à une description objective du phénomène (...) la relation entre enquêteur·trice et enquêté·e est toujours construite conjointement.²⁶³ » (traduction libre Bradbury-Jones et al., 2009). Cette reconnaissance de la chercheure qui ne peut extraire son être-au-monde nous semble le plus pragmatique. Elle ne désigne pas, pour autant, de ne pas tenter de mettre ses jugements de côté pour analyser un phénomène. Elle reconnaît simplement que la compréhension passe par l'interaction mais aussi l'interprétation, et que celles-ci sont réalisées par un être social, non exempt d'expérience et de connaissance du monde. Mucchielli (2009, p. 67) résume ainsi cette position, dans le cadre de dynamique de groupe : « L'analyse doit donc privilégier le point de vue d'un observateur impliqué et empathique (...) [mais] il ne doit pas s'engager affectivement. (...) Il doit avoir une attitude qui consiste en une sorte d'implication contrôlée. (...) [Il] doit s'efforcer de comprendre le contexte situationnel tel qu'il est vécu par les sujets observés et non pas tant de se référer à la seule interprétation ». Quant à l'animation, nous l'avons souhaité souple, avec le minimum d'intervention, laissant volontairement les discussions

²⁶³ « *The researcher is not attempting to separate themselves from the world to arrive at an objective description of the phenomenon under study. (...) the relationship between interviewer and interviewee is always jointly constructed* ».

prendre des chemins parfois éloignés, pour suivre les thèmes amorcés, analogies et digressions. Cependant, nous sommes intervenue pour recentrer, parfois, les discussions, mais également pour faciliter les tours de paroles (personnes qui parlent longuement sans laisser la place au tour de parole, personnes en retrait qui interviennent peu).

1.3.4 Les outils de la collecte : grille d'entretien semi-directive et consigne initiale de l'ECER

Notre grille d'entretien (Annexe Z) se déroule par une présentation de l'animatrice, le but de l'échange très large, la présentation du technicien, la situation filmée, l'anonymat, la projection. Une consigne initiale est donnée pour la méthode ECER. Le dispositif est projeté. A sa suite, notre grille recense plusieurs thèmes de questions : cognition et sensibilité ; intentions créatives et compréhension du message (interactions) ; représentations des personnages et des attribut(ion)s genrées ; inconfort, révélation, empathie ; limites et atouts. Dans la mesure du possible, les questions sont formulées selon l'approche phénoménologique. A l'issue des focus groups enregistrés, -la fin par l'heure de fin, ex. « il est 18h15, nous terminerons vers 19h30 pour respecter les obligations de chacun·e », et souvent par mesure de la « température » des échanges, puis l'animatrice les remercie. Elle propose au groupe d'évoquer un dernier point s'ils ou elles le souhaitent. Après avoir coupé l'enregistrement, les fiches d'information sont présentées et remplies. Les discussions autour d'un verre, en off, se prolongent (objet de l'étude, retours des participant·e·s, etc.)

1.4 Les (re) transcriptions des focus groups

L'ensemble des focus groups est transcrit, puis retranscrit, suivant le même procédé que nous avons décrit pour la création (troisième partie, point 1.4, page 203) : transcription intégrale de tous les propos, fidélité du langage parlé, ajout des premières négations. L'objectif est de rester fidèle aux discours, ne pas préjuger de la pertinence des propos et intégrer les contraintes techniques du logiciel pour le traitement. Notre support d'enregistrement est vidéo, la chercheuse ayant animé les focus groups est la même que celle les ayant transcrits puis retranscrits et analysés, constituant un atout de fiabilité.

Pour la réception, et conformément à l'annonce au moment du recrutement et de la consigne initiale, tous les noms ont été changés pour permettre l'anonymat. Il s'agissait alors, pour nous, de recueillir les discussions d'individus en interaction avec un dispositif et avec d'autres individus. L'anonymisation peut être rassurante pour les personnes enquêtées, facilitant la liberté de parole et de ton, bien que de nombreux autres biais persistent (certains étant délibérément favorisés, comme les biais liés à la dynamique de groupe, ou d'autres, non favorisés mais inhérents, comme le biais de valorisation sociale).

En réception, par les focus groups, nous nous intéressons aux transversalités, aux points communs et aux divergences en réception. Ce sont moins les opinions individuelles que les opinions partagées ou opposées qui nous intéressent, d'où notre volonté de sujets aux profils hétérogènes pouvant favoriser ces échanges. Par ailleurs, nous avons fait remplir une brève fiche d'information aux participant·e·s, avec des questions anonymes

et non obligatoires, pour disposer d'un aperçu de cette hétérogénéité, après les focus groups (Annexe AA).

Ainsi, nous avons changé les prénoms des personnes des focus groups, en tentant de garder à la fois les aspects féminin / masculin, d'âges (prénoms en fonction des années de naissance) et d'origines (française, marocaine et pakistanaise en l'occurrence). Les prénoms des enquêté·e·s cité·e·s par d'autres dans le discours ont été changé conformément à ces mêmes remplacements.

Chaque focus group dispose de son enregistrement audio, et est transcrit « brut » avec les questions de la chercheuse et le discours des enquêté·e·s, soigné sur sa mise en forme typographique (ponctuation, majuscule, onomatopée). Nous y avons ajouté plusieurs types d'annotations, identiques à la création, tels que verbales et non verbales, des signes typographiques pour permettre de relier des noms ou événements (.), des éléments contextuels.

A chaque entretien un autre fichier *off* est lié, annotant au cours des focus groups des éléments non verbaux ou des réflexions, puis après les focus groups, les impressions « à chaud » de l'animatrice, combinées avec celles de l'observateur. Cela permet d'enrichir l'approche compréhensive, ce document étant à la fois enrichi pendant la transcription sur ce qui semble important dans le discours en cours de transcription, des éléments de réflexion, l'évolution des discours, croisement avec les autres focus groups. A son tour, il vient en soutien ensuite lors des analyses. Ces fichiers *off* ne sont pas annexés car ce sont des réflexions et support de travail. Enfin un autre fichier par focus group est celui de la retranscription : corrections, codes créés en vue des analyses. Pour chaque analyse, un fichier par focus group est créé, permettant d'y appliquer les analyses.

1.5 Triangulation analytique

1.5.1 Analyses thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive

Pour analyser la réception des focus groups, nous avons réalisé plusieurs analyses. La première d'entre elles, par son importance relative et la chronologie des analyses, est celle thématique. Pour les focus groups en réception, cette analyse est la première, afin d'entrer par la porte compréhensive dans la complexité des discours. Nous renvoyons les lecteur·trice·s à la troisième partie, point 2.1, page 206, qui documentent déjà l'analyse thématique : une analyse qualitative de données qualitatives, une analyse de réduction des corpus en thèse, comme synthèse de discours et des opinions, un niveau d'inférence faible et une thématization en continu, une analyse abductive et partiellement interprétative. Avec les focus groups, il est plus complexe de réaliser une analyse inter-entretiens, considérant ici que les récepteur·trice·s vont plus ou moins aborder des thématiques en fonction des dispositifs, différents, auxquels ils et elles vont être exposés. C'est cependant notre démarche, horizontale, qui cherche à pointer ce que la réception de ces trois dispositifs de DDG va pointer de commun.

Les analyses lexicale, sémantique et cognitivo-discursive sont elles aussi documentées en troisième partie, point 2.2, page 211. Elles viennent en complément de l'analyse thématique. L'analyse sémantique s'intéresse aux grands univers de référence mobilisés dans les discours, et vient en complément des thèmes. Nous avons par ailleurs constitué une grille d'analyse sémantique identique en réception et en création, pour avoir une base commune d'étude. (Voir l'Annexe N sur la construction des scénarios, l'Annexe AF des scénarios de la réception, puis l'Annexe AG pour le scénario 1, l'Annexe AH pour le scénario 2 et l'Annexe AI pour le scénario 3). Les analyses lexicale et cognitivo-discursive viennent en supplément, permettant d'apprécier les styles et mises en scène des discours et des références, mais aussi les manières dont sont construites ces références, le monde et la relation au monde.

1.5.2 L'analyse conversationnelle des focus groups

Pour la réception étudiée via les focus groups, nous avons conduit une analyse conversationnelle. Cette méthodologie des focus groups, puis ses analyses (nous l'avons vu avec celles précédentes) et celle de l'analyse conversationnelle, s'associent particulièrement « avec constance et succès à l'étude de la réception médiatique » (reprenant Lunt et Livingstone, 1996, Tschannen, 2010).

1.5.2.1 La multimodalité et les niveaux d'analyse

Issue de l'ethnométhodologie, et couplant une approche sociologique et linguistique (Mondada, 2017), voire davantage de disciplines dont « l'entrecroisement enrichit la compréhension des réalités langagières » (Cristea, 2003), l'objet de cette analyse est de considérer, d'associer, d'autres ressources aux discours langagiers retranscrits pour analyser les discussions des focus groups. Ces ressources sont par exemple « gestuelles, faciales, corporelles » (Mondada, 2017).

Nous nous sommes basée sur une analyse plurielle des signes ou indicateurs interactionnels pour étudier la conversation, que, déjà Kerbrat (1986) invitait à être pluri-dimensionnelle, puis que Mondada (2017) suggéra comme défi : la multimodalité.

Même dans une perspective linguistique et dans une approche descriptive, la communication est « pluri-dimensionnelle », où « les faits non linguistiques jouent un rôle particulièrement important (...) comme des conditions de possibilité de l'interaction (...) primordial dans la détermination des tours de parole et la structuration de l'interaction en échanges et intervention (...) décisif s'agissant surtout des valeurs implicites et dérivées (...) [et offrent] des indications précieuses sur la « température » de l'échange, la nature de la relation affective ainsi que des « rapports de places » qui s'établissent entre les différents partenaires » (Kerbrat-Orecchioni, 1986).

Une approche linguistique n'est pas notre démarche, davantage en psychologie sociale, bien que l'approche privilégiée conseillée soit encore à un niveau plus élevé, « sociologique » (Mucchielli, 2009, p. 54-56), car « son but est de mettre en évidence les propriétés élémentaires de l'action sociale ». L'atout de cette approche sociologique, à

laquelle nous empruntons tout de même l'intérêt herméneutique, est de « révéler (...) la structure sociale qui est sous-jacente de tout échange social ».

A un niveau intermédiaire, dans une approche sociolinguistique (Vincent, 2001), la conversation « est une activité complexe qui fait intervenir une multitude de « détails » et où son analyse repose sur l'étude de « chaque détail, comme un objet autonome, pour en comprendre la mécanique, puis relier cette mécanique à celle d'un autre objet. ». Soit de comprendre quelles sont les influences de la conversation sur les interactants et inversement. Et « puisque la conversation est une activité de représentation mettant en scène des acteurs qui doivent défendre la légitimité de leur rôle », l'analyse consiste aussi à « comprendre comment chaque individu se redéfinit comme un sujet du monde et s'adapte aux autres sujets chaque fois que la réalité quotidienne le requiert, dans le but d'organiser cette réalité ».

Bien qu'il soit souvent fait mention de discussion *ordinaire* dans les références citées plus haut, notre analyse porte sur des discussions *extraordinaires*, celles ayant lieu dans le cadre d'une étude, avec des participants ne se connaissant pas, dans la visée explicitement mentionnée de visualisation d'un dispositif puis d'une discussion. Nous ne perdons pas de vue le caractère construit de cette mise en situation de réception : dans un lieu s'écartant de la vie quotidienne, des individus ne se connaissant pas entre eux, ni ne connaissant l'objet de la projection et de la discussion, ni l'objet de l'étude. La principale limite est ne pas nous permettre d'en tirer des conclusions intra-personnelles, puisque nous étudions ici les interactions interpersonnelles et des individus face au groupe. Pour pallier à ce manque, nous avons conduit une analyse individuelle par échelle d'attitudes sur un autre public (voir point 2., page 329).

1.5.2.2 Eclairer les mises en jeu de soi, pondérer les interactions et influences

Notre volonté de mobiliser l'analyse conversationnelle lors des focus groups vise à éclairer la mise en jeu du genre, en réception, sur le soi, le groupe, le soi face aux Autres et face au groupe, en particulier à travers le DDG et les questions liées aux violences faites aux femmes.

Cette analyse permet également d'étudier les jeux d'influence au sein du groupe et sur le groupe, soit la dynamique du groupe, mais aussi de pondérer les résultats issus des autres analyses. Par exemple, une participante ayant davantage pris la parole, ayant été la plus suivie dans ses opinions, sur laquelle les regards se posent le plus, ... Quelles oppositions sont formulées face à son discours prenant le dessus sur les autres ? Quelles opinions fait-elle infléchir ?

Avec les focus groups, il s'agit de s'intéresser à la conversation, comme toute conversation, dans une perspective de l'interlocution : « action et réaction, en entendant pas là l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives, influence capable d'entraîner des modifications dans le comportement verbal ou non verbal des participants » (Cristea, 2003) ; où l'interaction est au centre de l'objet, définie par Goffman comme « influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions

respectives lorsqu'ils sont en présence », (Goffman cité par Kerbrat-Orecchioni, 1986; Vincent, 2001) avec pour Kerbrat « l'action mutuelle (...) et le message échangé », où « des « interactants » interagissent, c'est-à-dire que le comportement de l'un détermine le comportement de l'autre, et réciproquement ». Le discours est par ailleurs également et nécessairement dialogal (Cristea, 2003; Kerbrat-Orecchioni, 1986), il est « fait pour être adressé ».

Les biais liés à la méthode (asymétrie des prises de parole, leader imposant un point de vue, ...) sont, pour nous, à travers l'analyse, des atouts et des résultats de recherche pertinents pour juger ce qui se joue dans les interactions sociales. Nous situons donc l'analyse au niveau micro-social : si les discours en réception s'inscrivent dans une discussion, et si nous étudions par ailleurs ces discours, avec l'analyse conversationnelle nous étudions ce qu'il se joue dans ces interactions : jeux d'influence, lieux de résistance, négociations des significations, mises en jeu, insertion d'éléments extérieurs identitaires ou non, analogies. Le choix de la méthodologie de focus group a précisément été choisi en ce sens, à charge de l'analyse d'opérer non uniquement sur le langage, mais aussi sur les autres éléments des échanges.

1.5.2.3 Appropriation de l'analyse et constitution de ses outils

Notre analyse conversationnelle s'apparente à la désormais très connue démarche de *bricolage intellectuel* (Lévi-Strauss, 1985) où nous avons puisé à la fois dans les matériaux, nos connaissances et expériences et dans les outils à notre disposition pour construire notre analyse, en lien avec nos questionnements sur la réception.

Pour construire cette analyse, comme pour l'analyse thématique, nous avons procédé à des lectures flottantes, à des annotations sur papier, pour déceler quels éléments pouvaient être pertinents dans la mise en jeu de soi et les influences. Nous avons également, même après les (re)transcriptions, révisonné à plusieurs reprises les vidéos, pour être à nouveau plus proche du « moment » collectif (Tschannen, 2010).

Décelant des signes non et paraverbaux et métacommunicationnels intéressants à étudier, nous avons commencé la *retranscription* avec l'ajout de codages, eux-mêmes ensuite systématisés pour faciliter ensuite les analyses. En effet, il s'agira de s'intéresser aux focus groups avec une vue globale (ex. nombre de regards en direction de... nombre de prise de parole d'un·e enquêté·e absolu et relatif dans un même focus group) et de manière chronologique (sur le déroulé du focus group).

Nous nous sommes intéressée, de manière concomitante, mais plutôt à la suite de ce travail depuis le corpus, à la littérature pour s'inscrire dans une analyse se rapprochant d'éléments sourcés (Baribeau, 2009; Cristea, 2003; Kerbrat-Orecchioni, 1986; Mondada, 2017; Traverso, 2012; Tschannen, 2010; Vincent, 2001), certains pointant clairement que l'analyse conversationnelle est désormais largement documentée (Baribeau, 2009; Vincent, 2001). Nous avons préféré retarder cette consultation de la littérature pour éviter d'avoir majoritairement des *a priori* d'analyse, et ainsi nous laisser *embarquer* par le corpus.

Nous avons investigué dans ces références les *règles de base*, « quelques incontournables » nous dit Vincent (2001), tel que « la co-construction des activités conversationnelles » qui rejoint le dialogisme ou l'intérêt porté à l'interlocution ; « l'enchaînement des tours de parole » que Cristea (2003) situe dans le thème d'analyse de la structure hiérarchique de la conversation). Vincent mentionne aussi la « protection des faces » chères à Goffman par ailleurs, mais aussi les « préalables, précautions et anticipations » dans les échanges ou alors « la conversation comme construction argumentative de la réalité ». Ces derniers éléments font clairement écho selon nous à l'approche du langage approprié et aux stratégies discursives mises en œuvre par les sujets sociaux relatifs aux buts et enjeux de la situation de communication (Ghiglione et al., 1998, p. 18-20).

Ces *règles de base* s'explorent aussi à travers ce que Cristea (2003) présente comme les « thèmes de l'analyse conversationnelle », soit « la situation de communication, la compétence communicative », cette dernière étant transversale à nos lectures, « la structure hiérarchique de la conversation, l'analyse dynamique de la conversation » et enfin « la conversation comme jeu de langage ».

Dans le premier, la situation de communication rassemble les éléments liés à l'environnement de la discussion, pointant les contextes, et notamment situationnel (règle d'alternance, de séquence, de co-occurrence) interactionnel et présuppositionnel, notamment les intentions des participants. Le second, la compétence communicative, explicite par exemple la coopération dans les échanges, les intentions, finalité ou direction de la conversation. Kerbrat (1986) aurait certainement ajouté ici le conflit. Le troisième, la structure hiérarchique, se compose de principes (composition hiérarchique, fonctionnelle, récursivité). Le quatrième, l'analyse dynamique, s'intéresse « aux effets sémantiques et pragmatiques qui n'étaient pas programmés en l'état avant que n'entrent en interaction les sujets compétents » et portent sur les contraintes de la conversation (interactionnelle, structurelle, enchaînement). Enfin, la conversation comme jeu de langage, trace des règles et jeux qui s'apparentent d'une part à l'approche du langage et des stratégies citées plus haut, mais aussi aux accords, désaccords, mise en relief des divergences.

Lors de l'analyse, nous avons considéré sur un plan plus opérationnel, d'une part « les différents ingrédients constitutifs du matériel signifiant » des conversations, tels que Kerbrat-Orecchioni (1986) les a schématisés, dit-elle « grossièrement » : les « signes linguistiques et non linguistiques – linguistiques verbaux mais aussi vocaux ou prosodiques ; non linguistiques corporo-visuels statiques ou cinétiques, lents et rapides ; non linguistiques olfactifs, thermiques, tactiles ». D'autre part, à cette auteure nous empruntons le double niveau d'analyse « interne : sur le contenu » et « externe : aux relations s'établissant entre les interactants par le biais de l'échange verbal (et paraverbal) », notamment « les enjeux du dialogue (...) ou bien encore : qui « domine » l'interaction, c'est-à-dire quels sont les rapports de place » et l'importance des éléments de « coopération/conflit ».

Nous avons aussi largement pris comme inspiration la réflexion de « l'entretien en contexte » (Tschannen, 2010) invitant à se questionner dans l'analyse, dépassant la conversation et les interactions, « de *ce qui est socialement en jeu* dans cette situation sociale particulière ». C'est ici l'idée de reprendre plus largement la dynamique de groupe, et de ne pas « se limiter au niveau interactionnel » car le « moment » de l'entretien n'est pas coupé radicalement du contexte social plus général, et que les enquêtés « renonceraient pour le temps de l'entretien, à s'appuyer sur des ressources extérieures à la situation -postulat pour le moins suspect ». Ainsi, l'auteur fait-il référence, et nous l'avons intégré, au fait que ce « moment » dispose « des propriétés à la fois le la *performance* au sens de Goffman et du « générateur de biographie » au sens de Hahn ». Dans le premier cas, il s'agit de considérer des « interlocuteurs qui, à tour de rôle, jouent les rôles d'acteurs et d'observateurs en s'influençant mutuellement, tout cela se déroulant dans un laps de temps qui est celui de l'entretien ». Sur le second point, l'idée est que le focus group suscite le récit et les vécus des participants, cela dans un contexte social nettement délimité de la vie ordinaire par son caractère artificiel ».

En somme, pour opérationnaliser ces éléments, nous avons cherché à créer des codes permettant « d'accéder aux logiques externes » des participant·e·s, en plus d'un questionnaire à la fin des focus groups. Les codes de type « argumentation + identité personnelle + expérience X » viennent soutenir cette étude. Quant aux logiques internes, propres à la dynamique du groupe, ses influences, les *représentations* et rôles joués, elles sont codées et croisées par de nombreux indicateurs para et non verbaux.

Nous nous intéressons à la prise de parole (mais pas uniquement), lorsqu'un·e participant·e est le·la locuteur·trice dans la discussion dialogale, i.e. « interlocution stricte, [où] plusieurs participants interagissent » (Cristea, 2003). Il s'agit également de s'intéresser à des éléments para et non verbaux, comme par exemple les regards dans les échanges, i.e. soit un élément paraverbal cinétique, considéré comme « posturalo-mimo-gestuel : direction du regard (c'est sur le « contact oculaire » que repose en grande partie l'établissement et le maintien du contact social) » (Kerbrat-Orecchioni, 1986). Nous précisons l'ensemble des indicateurs para et non verbaux, mais aussi méta-interactionnels (en introduction du chapitre 3, page 339 et dans l'Annexe AV à l'Annexe AZ), qui ont été dans un premier temps des notes entre crochets, puis systématisés (bien que notre systématisation reste large) pour être analysés.

Nous avons construit de nombreux indicateurs pour l'analyse conversationnelle, avec une approche clairement interactionnelle. Les regards, gestes, rires, ... sont notés entre plusieurs enquêté·e·s ou du groupe entier. (Voir Annexe AV à Annexe BD). Une première série correspond majoritairement à la communication non verbale. Ces indicateurs sont des signes non linguistiques : cinétique (lié au mouvement) ; linguistiques : verbaux (ex. prise de parole, couper la parole) ; vocaux ou prosodiques (ex. soupirs, silences). Pour une seconde série, nous avons construit des indicateurs méta-communicationnels. Ils ne se substituent pas aux analyses thématiques, sémantiques, lexicale et cognitivo-discursive, mais viennent se superposer. Il s'agit d'analyser, grâce à eux, la dynamique des échanges.

Ces indicateurs sont par exemple le lancement de nouveau sujet, les accords/désaccords, etc. Nous avons également tenté de construire des indicateurs quant à l'immersion, la distance et la gêne face aux dispositifs, croisant *a minima* deux indicateurs (verbaux ou non). Ces derniers indicateurs sont une forme d'expérimentation. Cependant, l'ensemble de ce travail repose sur un travail d'animation, retranscription, relecture, visualisation et analyse systématisée. Ces indicateurs métacommunicationnels sont ainsi proches des « moments » des focus groups, de ce qu'il s'y est joué.

1.5.3 L'analyse des Cognitions Verbalisées en Réception (ECER)

Nous nous basons sur le travail de Fourquet-Courbet et Courbet (2004) pour réaliser nos analyses. Nous avons construit d'une part des tableaux très détaillés des réactions concomitantes à la réception, puis, par soucis synthétique et d'opérationnalisation des résultats, nous avons réalisé un tableau synthétique (Annexe AU).

Cependant, nous en avons modifié quelques éléments. En premier lieu, d'une manière générale, il ne s'agit pas dans notre cas d'une étude expérimentale. Ceci impacte l'analyse : nous ne faisons pas appel à des variables dépendantes, ni à des variances, ni à des comparaisons. Pour notre part, plus modestement, nous visons à voir, qualitativement ou quasi-qualitativement s'il y eu ou non des réactions en direct face au message, lesquelles sont-elles (verbales, non verbales), quels sont les marqueurs liés à ces réactions, et ces marqueurs sont-ils ensuite repris. Cela nous permet de voir si des marqueurs, plus que d'autres, peuvent agir comme des prémices aux pensées puis participer au syllogisme de construction des attitudes. C'est aussi, dans une perspective transversale (et non comparative) de voir et de tester si ces potentielles réactions ont des caractéristiques en commun et leurs orientations (positive, négative, neutre). Puisqu'il s'agit d'une étude par focus group, nous nous intéressons aussi à ce que ces verbalisations et réactions soient interactionnelles entre récepteur·trice·s et pas uniquement avec le dispositif du DDG.

Le peu de verbalisations nous conduit à ne pas les analyser de manière outillée (par exemple, avec une analyse lexicale (catégorie de verbes, UDR). Le matériau discursif étant trop restreint, l'outil ne le permet pas. Nous préférons procéder à une lecture flottante et interprétative, au sens de méta-communicationnel : quel est le discours dans le discours.

De même, pour juger des marqueurs, puisque notre approche théorique par l'*Unimodel* ne crée pas de différence entre eux (centraux ou périphériques), nous ne créons pas de grille d'analyse *a priori*.

Nous proposons donc, pour cette application de la méthode ECER à des focus groups, une approche plutôt exploratoire. Pour valider cette pratique, nous pensons que les focus groups devraient être multipliés, peut-être *a minima* deux focus groups par dispositif projeté, et davantage si les résultats montrent des disparités fortes entre deux focus groups exposant le même dispositif.

2. Méthodologie quasi-expérimentale : questionnaire avant-après, étude des effets d'un dispositif de DDG sur les attitudes

En réception, au niveau individuel, nous avons conduit une seconde méthodologie, celle du questionnaire. Cette méthodologie quantitative vise à mesurer des attitudes sexistes, et leur possible changement notamment. Cette étude est donc quantitative et quasi-expérimentale, visant des mesures, mais pas uniquement, puisque des questions plus qualitatives y sont ajoutées.

2.1 Choix du dispositif de DDG projeté

Le dispositif que nous avons retenu pour cette étude en réception est « C.L.I.T. » de Sarah Constantin et Elvire Duvelle Charles, en lien avec deux motivations : d'une part, le public ayant participé à l'étude est celui d'étudiant·e·s en Master 1, par contrainte de recrutement, auquel nous diffusons un support pouvant s'inscrire dans leur univers musical, celui du rap français, dont l'artiste de la version originale, Orelsan, fait partie du paysage médiatique et artistique contemporain. D'autre part, la forme de DDG, inversion et appropriation, ainsi que les thématiques abordées par le clip (libertés d'expression, sexualités, chiffres sur les violences et représentations des « jeunes ») sont cohérentes : l'inversion et l'appropriation permettent un double décalage et en même temps une certaine complexité interprétative, et les thèmes et cibles correspondent au public enquêté. Les créatifs expliquent et discutent des jeunes lors de l'entretien conduit en création, à la fois en tant que public-cible et public de ce genre musical. Le dispositif est disponible en Annexe C. Nous l'avons explicité en point 1.2, page 316.

2.2 Choix des sujets : des « jeunes »

Le public de l'étude par questionnaire est composé d'étudiant·e·s de Master 1 à Aix-Marseille Université. Ils et elles ont été sélectionné·e·s pour deux raisons principales : la première est l'accès à un même public, en trois temps distincts (une semaine entre chaque questionnaire). C'est pour une raison pratique et de recrutement complexe que le public étudiant a été choisi. La seconde raison est celle des cibles désignées par les créatifs du dispositif de DDG « C.L.I.T », les jeunes notamment. C'est aussi un univers musical, le rap et son artiste original, Orelsan, qui est relativement connu des individus dits « jeunes » (cette dénomination ne signifie rien et tout à la fois), ou plutôt d'une culture générationnelle, à laquelle les étudiants âgés d'environ 20 ans peuvent appartenir.

31 sujets ont répondu au questionnaire (T1 et ou T2/T3) : 27 femmes et 4 hommes, âgés de 21 à 27 ans (âge moyen 22,2 ans).

Sur ces 31 sujets, 23 ont participé à notre méthode quasi-expérimentale : ils ont répondu au même questionnaire sur les attitudes sexistes en T1, ont été exposés au dispositif de DDG en T2 puis ont répondu au même questionnaire en T3. Notre groupe expérimental était constitué de 20 femmes et 3 hommes, âgés de 21 à 27 ans (âge moyen,

22,4 ans). Un groupe de 23 sujets est suffisant pour avoir des résultats statistiquement valides via un test T de Student.

2.3 Outil de la collecte : constitution du questionnaire

Nous avons construit trois questionnaires, auto-administrés à un même public à une semaine d'intervalle, sur trois semaines. L'étude se déroule en trois temps. Les questionnaires sont en Annexe BH à Annexe BJ. Les questions sur les attitudes ont été randomisées, ainsi que les échelles de Lickert afin d'éviter les effets de halo et les effets de répétition²⁶⁴. Le questionnaire a été pré-testé en 2018 sur une population comparable. L'auto-administration de l'étude dont les résultats sont fournis a été conduite en janvier et février 2019, à une semaine d'intervalle entre les passations des questionnaires 1, 2 et 3, au même public, des étudiant·e·s de Master 1 à Aix-Marseille Université.

2.3.1 Questionnaires T1 et T2 : effets du DDG sur les attitudes sexistes

Deux questionnaires identiques et randomisés se déroulent à une semaine d'intervalle. Un premier questionnaire d'attitude est autoadministré en temps 1(T1) et temps 2 (T2), pour évaluer les attitudes sexistes avant exposition puis juste après l'exposition au dispositif.

Le questionnaire se compose d'une première grille d'attitudes de 26 items. Le *scoring* est inversé pour 3 items. Nous avons construit cette grille sur la base de deux échelles d'attitudes déjà éprouvées et validées scientifiquement, l'Echelle de Sexisme Ambivalent (ESA) (Dardenne et al., 2006) validée en France et adaptée de *l'Ambivalent Sexism Inventory* ; l'échelle *Old Fashioned and Modern Fashioned Sexisme Scale* (Swim et al., 1995), validée aux Etats-Unis et adaptée depuis la grille *Old Fashioned and Modern Fashioned Racism Scale*.

Parce que nous avons souhaité harmoniser ces deux grilles, nous avons retenu une échelle de Likert en 6 points qui correspond à celle de l'ESA, (tandis que la seconde en développait 5) : « pas du tout d'accord, plutôt pas d'accord, légèrement pas d'accord, légèrement d'accord, plutôt d'accord, tout à fait d'accord », imposant donc une prise de position en faveur (ou défaveur) de l'attitude.

Nous avons choisi ces deux grilles d'analyse pour plusieurs raisons : d'une part elles étaient validées scientifiquement, bien que la seconde, la *Old Fashioned and Modern Fashioned Sexisme Scale*, n'a pas été internationalisée à notre connaissance et que nous en avons proposé une version traduite. Cette validation permet de s'assurer d'un travail de construction des items testés, corrigés et clarifiés pour notre étude conduite. D'autre part, les items, mais aussi les présupposés des études sont cohérents avec notre recherche.

²⁶⁴ Il y a ainsi 6 versions du questionnaire 1 (semaine -1) avec trois randomisations des questions, déclinées en deux versions avec les échelles inversées ; de même pour le questionnaire 2 (questionnaire Jour-J de l'exposition). Quant au questionnaire 3, il dispose de deux versions où seules les échelles sont inversées, ne comportant pas d'items attitudinaux.

Concernant l'ESA, elle mesure le sexisme hostile (SH) et sexisme bienveillant (SB). Or, le clip « C.L.I.T. » dont les effets visent à être mesurés, corroborent avec ces deux formes : « idéologie de domination et de supériorité masculine ainsi que sur une forme hostile de sexualité » ; « attitude subjectivement positive (...) envers les femmes, mais objectivement négative car maintenant celles-ci dans un rôle et un statut inférieur » SB et SH font écho également à la tolérance vis-à-vis du sexisme (humour, propos) et la tendance à blâmer les victimes de viol, ou encore à ne pas tolérer que les femmes s'écartent d'une norme de « pureté ». Le SB se décline en trois sous-catégories : Protection paternaliste (PP) ; intimité hétérosexuelle (IH) et Différenciation complémentaire de genre (DCG).

Dans notre étude, par souci économique (nombre d'items et temps de réponse : éviter un questionnaire trop long) et de pertinence des questions avec notre étude, nous n'avons pas gardé les quatre items sur l'IH, consciente tout de même que cela ne permet pas une étude complète du SB. Nous avons donc gardé trois items de PP et trois items de DCG.

Concernant l'échelle *Old Fashioned and Modern Fashioned Sexisme Scale*, elle traite, à l'instar de l'ESA, de préjugés sexistes. Elle s'intéresse à deux formes de sexisme (Swim et al., 1995), dites « *old fashioned* » et « *modern sexism* ».

Pour des raisons de complémentarité avec l'ESA, et pas soucis de cohérence entre les items et les considérations contemporaines et considérations liées à notre objet d'étude, nous n'avons retenu de cette grille que la version *Modern Sexism*²⁶⁵, consciente toujours que ce choix a un impact sur l'analyse globale. Les questions relatives à la *Modern Sexism Scale* portent sur trois thématiques : « *denial of continuing discrimination ; antagonism toward women's demands ; resentment about special favors for women* ». Des items pointent par exemple la perception quant à la place donnée dans les sphères médiatique et politique des conditions des femmes relativement à leur expérience vécue. L'ensemble de ces thématiques se raccordent positivement à notre objet d'étude via le clip « C.L.I.T. » : la continuité des discriminations à travers les créations culturelles (artistes, mais aussi producteurs, industrie en général), les revendications des femmes (contester un ordre établi, formuler des oppositions à un système), le traitement fait de leurs conditions d'existence (avec les représentations et les violences subies, et leur perception).

2.3.2 Questionnaires T1 et T2 : effets du DDG sur les intentions d'agir

Considérant les attitudes comme supports aux comportements (Michelik, 2008) et visant à étudier, toujours, la différence avant et après l'exposition, nous avons construit quatre items de mise en situation possible dans la vie quotidienne, et les intentions d'agir relativement à ces situations. Il s'agit donc d'étudier le changement d'intention d'agir.

Nous avons simplifié la méthode des scénarios, inspirée de Johnson et Coyle (2012) dont l'objet est « la compréhension de la décision éthique : une mesure redéfinie de

²⁶⁵ La grille « *modern sexism* » est caractérisée par « *the denial of continued discrimination, antagonism toward women's demands, and lack of support for policies designed to help women* » (Swim et al., 1995).

l'intention d'agir de façon éthique », considérant que « le jugement éthique des individus est influencé par le fait d'être eux-mêmes confrontés au problème » (note de la traductrice). Les auteurs se basent notamment sur le modèle de la théorie du comportement planifié. L'intention est « la résolution d'agir d'une façon particulière. On peut supposer que plus l'intention d'agir est grande, plus il est probable que l'action ait lieu ». Nous nous sommes également inspirée des travaux de Desrumaux, Ntsame-Sima et Leroy-Frémont (2012), qui proposent une étude sur « le harcèlement moral au travail et pro/antisocialité du salarié victime : quels effets sur les jugements, les émotions et les intentions d'aide des témoins ? ». Les auteur·e·s pointent notamment que « la gravité des agissements diminue le sentiment d'équité, augmente l'attribution de responsabilité envers le harceleur, diminue l'attribution de responsabilité à la victime et augmente l'aide à la victime ».

Nous avons construit un seul item pour la consigne initiale : « indiquer dans quelle mesure ces scénarios vous correspondent », avec une échelle à 5 gradations : « pas du tout, un peu, plus ou moins, assez bien, très bien », identique à l'échelle de mesure du questionnaire « Interpersonal Reactivity Index » révisé de Dagnault et Paquette (2009) sur l'empathie virtuelle.

Reprenant les principes de base de la méthodologie avec échelle de mesure de l'intention d'agir, notamment les caractéristiques de « but et condition », nous avons procédé de l'anaphore « Si » conditionnel, et du but, relatif à la situation. Nous avons essayé de garder des « variables²⁶⁶ » constantes dans la construction des scénarios : d'une part, la personne est présente et témoin d'une situation (critique, discours, harcèlement, contexte situationnel) et elle passe d'un statut d'observateur·trice à potentiellement acteur·trice face à une situation sexiste ; l'anaphore du « si » ; un jugement réflexif de la situation, pro-message (anti-sexiste) avec l'effort d'imagination, le jugement émotionnel négatif, et l'évaluation d'une situation ; la proximité avec les individus de la situation mise en scène (proche, ami·e). Ce que nous avons choisi de « manipuler », ce sont les situations et la mise en jeu de la personne de l'action face au choix éthique. Ainsi, l'intention d'agir entre ces deux items, par exemple, n'implique pas la même mise en jeu de soi et de l'action ni la même scène (exprimer une opinion après réflexion à une amie ou s'interposer à un proche dans une situation publique).

Dans deux items sur quatre, il s'agit d'un événement sexiste médiatique ou culturel (musique, film), dans les deux autres cas, il s'agit d'actes (discours ou comportement) sexistes. Dans un item, il s'agit d'une tendance à l'accord ou au désaccord, tandis que dans les trois autres, il s'agit d'une opposition (désaccord). Dans tous les cas, il s'agit de situation interactionnelle.

Concernant les quatre courts scénarios, ils sont inspirés à la fois de situations auxquels le public, les étudiant·e·s pourraient être confrontés, aux objectifs de lutte contre le

²⁶⁶ Les auteur·e·s évoquent des variables constantes et manipulées, nous sommes consciente que notre méthodologie, restrictive, le concept de variable soit à nuancer. (Johnson & Coyle, 2012)

sexisme, et en particulier le sexisme intégré, voire ambivalent, et des objectifs du clip « C.L.I.T. » relatif au sexisme naturalisé, à d'autres inspirations (comme l'autre grille de la *Gender Norm among Young Men* (Pulerwitz & Barker, 2008) et celle de l'empathie de Daignault et Paquette (2009)).

2.3.3 Questionnaires T2 : questions ouvertes pour mieux comprendre le processus de réception

En plus des attitudes et des intentions d'agir, nous avons souhaité travailler sur les traces du dispositif qui restent à l'esprit (listage de pensées, mémorisation), les processus empathiques et de dissonance cognitive, la compréhension du dispositif, la crédibilité du dispositif, la perception des personnages.

Premièrement, la méthode de listage des pensées. Cette méthode est empruntée à Greenwald (1968). Fointiat et al. (2012) en proposent une illustration récente dans leur recherche sur l'influence de la pique, technique par ailleurs proche par la perturbation qu'elle induit dans la lecture des récepteur·trice·s du DDG. Il s'agit alors de s'intéresser qualitativement aux pensées (leur contenu, lié au dispositif et à un marqueur ou non, au DDG ou non, lié à la dissonance ou à l'empathie ou non, etc.) et à leur évaluation, puisqu'une question sur leur évaluation y est ajoutée (positive, négative ou neutre) supposant que les positives favorisent l'influence, comme l'expliquent Fointiat et al. Nous accordons à ces pensées une importance relative, et les envisageons, non pas comme des éléments d'analyse centraux (versus périphérique) mais comme des pensées (induites du dispositif, ascendantes de l'esprit) prémisses à l'élaboration d'un syllogisme, dans la perspective théorique de l'Unimodel (Kruglanski & Thompson, 1999).

Le listage des pensées est la première question du questionnaire 2 (post-exposition) pour éviter le biais d'influence des autres questions qui précèderaient, bien que les enquêté·e·s puissent vouloir lire le questionnaire avant de commencer à répondre. Cette méthodologie comporte des limites (Fourquet-Courbet & Courbet, 2004) mais elle nous a semblé être la plus *pratique* (au sens de sa mise en œuvre) dans le cas d'une exposition face à un public d'une trentaine d'étudiant·e·s. Elle est l'une des méthodologies intégrées au questionnaire pour apprécier le processus de réception.

Les suivantes, notamment, qui s'intéressent aux processus en réception, portent sur la dissonance cognitive, et en particulier l'inconfort psychologique ; et sur l'empathie, et en particulier l'empathie virtuelle, car ces deux processus nous semblent au cœur des processus de réception, et que ce sont eux que nous avons souhaité évaluer. Le DDG, comme nous l'avons déjà dit, par son hypertextualité, induit une lecture dédoublée, laquelle perturbe la lecture et les attentes sur le monde -vecteur de dissonance, quand le trouble perceptif est effectif, et pourrait se poursuivre, même après révélation. D'autre part, le DDG, déjà mentionné, induirait, en particulier à travers le dispositif « C.L.I.T. » projeté, l'intention de produire une relative empathie, la mise à la place de conditionnelle et le changement de point de vue-ce qui nous amène à étudier cette empathie virtuelle.

Ces deux processus pourraient, nous le pensons, participer au changement d'attitude, si processus et changement d'attitude sont constatés.

Pour évaluer la dissonance cognitive, nous nous sommes focalisée sur l'inconfort psychologique évalué par des affects négatifs, méthode sourcée depuis deux thèses sous la direction de Girandola (Bert, 2016; Rodrigues, 2015). Nous avons cherché à rester au plus près de leur application, bien que leur méthodologie soit expérimentale, donc différente de la nôtre. Ces deux jeunes chercheurs mobilisent alors « l'échelle adaptée de Norton et al. (2003) [que] Vaidis et Gosling (2011) ont déjà utilisée » (les références sont citées par les auteurs). Nous en avons adapté la consigne initiale considérant notre objet d'étude et son contexte : de la question « Répondez aux questions suivantes en entourant le point correspondant à votre état actuel » devient « En regardant et en écoutant le clip, je me suis senti·e... (cochez une case par ligne) ». Les items restent les mêmes que ceux des auteurs : « (absolument pas / extrêmement joyeux·se, gêné·e, bien, mal à l'aise, optimiste, embarrassé·e » sur une échelle de 15 points. Cette étude permet d'évaluer des affects positifs et négatifs, visant à évaluer « l'état d'inconfort ressenti par les individus ».

En somme, « l'exposition à une information inconsistante » dont relève le DDG consiste en ce que « tout un chacun connaît son environnement physique de manière à prédire les conséquences et événements qui découlent des interactions avec le monde qui l'entoure. Il s'agit là d'un processus adaptatif permettant de comprendre et réagir à notre environnement ». Or, « lorsque les personnes sont exposées à une information remettant en cause leurs croyances ou connaissances sur l'environnement, autrui ou elles-mêmes, elles ressentent un état de dissonance cognitive qu'elles cherchent à réduire. (...) Un état de malaise qu'il cherchera à réduire (a) en modifiant ses croyances, (b) en remettant en cause l'information, ou encore (c) en remettant en cause le lien entre les deux événements ». Ainsi, le DDG peut participer à l'éveil de la dissonance, suivie de la phase processuelle et émotionnelle que nous voulons étudier, celui de « l'inconfort émotionnel » (Fointiat, Gosling, et al., 2013).

L'inconfort émotionnel est « directement en lien avec l'éveil de la dissonance, on l'observe au moyen de mesures physiologiques ou de mesures des émotions auto rapportées. [C'est] un élément clé de la dynamique tension/réduction de la tension, susceptible d'entraîner une modification des attitudes initiales (ce que nous appellerons un changement d'attitude) » (Fointiat, Girandola, et al., 2013).

Martinie et Priolo (2013) le précisent « dès les fondements de la théorie de la dissonance, Festinger (1957) avance que celle-ci est à la fois un état motivationnel comprenant des propriétés énergisantes pour l'organisme (i.e., le « drive ») et un état émotionnel négatif (i.e., l'inconfort psychologique) ». Etudier l'inconfort induit par DDG nous permet de tester si la dissonance cognitive est à l'œuvre lors de la réception et potentiellement de mettre en lien ce processus au changement d'attitude ou non.

Si la question sur les émotions liées à la dissonance cognitive apparaît en question 2 du questionnaire 2, nous avons mis, plus loin les questions liées à l'empathie virtuelle. Nous

souhaitons alors pour la dissonance cognitive être au plus près du moment de l'exposition. Celles sur l'empathie peuvent arriver après d'autres questions que nous détaillons à la suite.

Nos questions relatives à l'empathie virtuelle reprennent le modèle de Daignault et Paquette (2009), lequel est adapté une grille existante qui servait à mesurer, en amont de l'exposition à des dispositifs de communication sociale, l'empathie des participant·e pour tester la réception selon ce critère discriminant : « l'influence qu'un trait de personnalité tel que l'empathie peut avoir sur le niveau d'implication des récepteurs de message en prévention routière ». Par soucis économique et de pertinence, nous avons retenu 8 items, que nous avons adaptés à l'objet et au contexte de l'étude, en gardant la même gradation de mesure. Par exemple, l'item des auteur·e·s : « Je suis souvent détaché, neutre, quand je regarde un film, je ne me laisse pas embarquer » devient, dans notre étude « Je suis détaché·e, neutre, quand je regarde le clip ; je ne me laisse pas embarquer ». Ce souci est de garder des formes claires et éprouvées dans la formulation des phrases.

La consigne initiale elle aussi, a été adaptée. Nous avons procédé d'un mix des méta-catégories identifiées (par nous) des items pour construire et sélectionner les 8 items : 4 items relèvent de l'émotion (2 positive, 2 négative) et 4 de la cognition (2 positive, 2 négative). Concernant l'empathie il s'agit pour les auteur·e·s de « la capacité à se projeter dans la peau de l'autre et à ressentir ses émotions », citant par ailleurs Rogers et la condition du « comme si », tout en intégrant, à la fois les dimensions cognitives et affectives du concept d'empathie. Quant à l'empathie *virtuelle*, elle est « un concept exploratoire introduit pour rendre compte de la nature fictive des interactions entre un récepteur et un contenu médiatisé et/ou publicitaire », bien que, ajoutent-ils et elle, « certains chercheurs l'aient appliquée à un contexte médiatique ». Par ailleurs, Daignault mobilisera à nouveau ce concept dans une étude récente (Daignault et al., 2018) : elle « correspond à la capacité d'un récepteur à prendre la perspective d'un protagoniste ou d'un individu présenté dans les médias, à se projeter dans sa situation, à ressentir et à comprendre ses émotions tout en gardant conscience de lui-même ».

Nos items sur l'empathie virtuelle consistent ainsi à questionner le processus empathique lors de la réception du dispositif « C.L.I.T ».

Notre questionnaire comporte d'autres questions. La question 3 est inspirée de la recherche de Chabrol et Vrignaud (2006) pour évaluer « les effets des stratégies humoristiques en réception », auxquels nous reprenons une question sur la compréhension du dispositif. Elle vient en complément de la tâche de listage de pensée dans notre étude, où les répondant·e·s sont invité·e·s à prendre de la hauteur sur le contenu (ne plus *dire* les pensées, mais devoir expliquer un tiers) et indirectement, à énoncer les intentions qu'ils infèrent aux créatifs, par cette formule « Si vous deviez expliquer ce clip à quelqu'un de votre entourage, que diriez-vous que les créatrices essayent de faire comprendre. Ecrivez ci-dessous les 3 idées principales, que selon vous,

elles voulaient transmettre ». La question a été, comme pour l'empathie virtuelle, légèrement adaptée (publicité devient clip, publicitaire devient créatrices).

D'autres questions viennent, enfin, questionner d'une part, la crédibilité accordée au message ; une question sur les représentations des personnages par les répondant·e·s, qui vient s'ajouter et enrichir les questions qualitatives (listage de pensées, compréhension et intention) ; deux questions liées au détournement précisément : avoir déjà vu le clip projeté (question fermée) et le moment de la révélation (question ouverte), relative à la double lecture et à l'hypertextualité.

2.3.4 Questionnaires T3 : des questions pour mieux comprendre la mémorisation, circulation et comportements déclarés

Pour finaliser cette méthodologie, un dernier questionnaire, plus court, est autoadministré, une semaine après le questionnaire 2.

Nous cherchons d'abord ce que les participant·e·s ont en mémoire une semaine après l'exposition, qui constituerait les traces du processus persuasif. Ces traces, en mémoire, « peuvent agir à l'insu des sujets, et interviennent sur leur évaluation » (citant une étude de Chabrol et Diligeart, Chabrol et al., 2004).

D'autres questions portent sur les événements de la semaine passée, c'est à dire entre le moment de l'exposition et celui du questionnaire 3, telles que :

- avoir montré le clip, avoir regardé à nouveau la version détournée ou originale, laissant supposer d'un intérêt pour le support.

- avoir cherché des informations sur le sexisme, les violences, etc. ou s'être inscrit·e sur les réseaux à des pages féministes, (ou y être déjà abonné·e) laissant supposer un intérêt pour la thématique.

- une question spécifique sur le détournement, avoir vu ou non, avant la parodie, la version originale d'Orelsan : cette condition étant dans la littérature, un principe de compréhension du détournement.

- enfin, deux questions à échelle permettant aux enquêté·e·s de juger de manière réflexive un potentiel effet de changement dans la perception du sexisme, dans la vie quotidienne ou dans les médias.

2.4 Les analyses des questionnaires

2.4.1 Mesure des changements d'attitudes et des intentions d'agir

Nous avons donc mis en place ce protocole d'enquête longitudinale avant-et-après avec un prétest (mesure des attitudes de sexisme en T1), une exposition au dispositif de DDG en T2 (variable expérimentale) puis un post-test (mesure des attitudes de sexisme en T2, une semaine après T1). L'objectif est d'établir des relations de cause à effet empiriquement vérifiables. (Philogène et Moscovici, 2003). Notre méthode est ici quasi-

expérimentale : la différence entre les mesures des attitudes sexistes au post-test et au prétest est considérée comme l'effet de la variable expérimentale, ici le dispositif de détournement de genre.

Les attitudes sur le sexisme hostile et bienveillant sont mesurées avec des échelles de Lickert et les moyennes avant-après exposition au dispositif de DDG ont subi un test T de Student sur échantillons appariés (mêmes sujets avant-après), variable de sexisme par variable (Annexe BK). Ce test permet de dire si les différences entre les attitudes recueillies avant et après exposition au dispositif de DDG sont statistiquement significatives et donc causées par le dispositif.

2.4.2 Analyse des réponses ouvertes

Dans nos questionnaires en T2 et T3, plusieurs questions aux réponses ouvertes, qualitatives, sont posées.

Pour analyser les pensées (T2, Q1), nous avons indicé les pensées quant à leurs valences : positive, négative ou neutre. Il s'agit d'évaluer dans un premier temps les expressivités. Puis dans un second temps si elles s'inscrivent dans le sens du message et des intentions des créatifs. Ensuite, nous réalisons une analyse sémantique, assistée du logiciel Tropes.

Pour l'analyse de la compréhension (T2, Q3), nous avons réalisé une analyse en lecture flottante, puis une analyse cognitivo-discursive et sémantique, assistée du logiciel Tropes. Pour l'analyse des caractérisations des personnages des dispositifs de DDG (T2, Q5), nous avons procédé d'une analyse sémantique des adjectifs, assistée du logiciel Tropes. L'analyse des « moments » de révélation (T2, Q8) est réalisée depuis notre base de données des résultats des questionnaires, par rapprochement thématique. Enfin, l'analyse du listage des pensées en mémoire (T3, Q1) est réalisée par une analyse sémantique, assistée du logiciel Tropes.

2.4.2 Analyse des questions sur échelle de l'inconfort et de l'empathie virtuelle

En nous appuyant sur les études expérimentales mais sans conduire la même méthodologie, nous avons emprunté la grille visant à mesurer l'inconfort psychologique qui rend compte de l'état de dissonance cognitive²⁶⁷. Il s'agit de notre questionnaire T2 et de la question Q2. Puisque nous ne disposons pas de données de comparaison, ce sont les moyennes à la fois de l'inconfort psychologique et des affects positifs qui nous servent de guides.

Pour étudier le processus de réception, en renfort d'une question sur la dissonance cognitive et ajoutant la dimension d'empathie virtuelle, nous avons construit des

²⁶⁷ Cette grille a été mobilisée dans des études expérimentales comparant différents groupes et mettant en jeu des variables. Or, dans notre cas, il s'agit d'évaluer, sans comparaison, si une *gêne, mal à l'aise* ou *embarras* sont constatés, opposés à des affects positifs, *joyeux, optimiste* et *bien*.

questions par binôme, faisant référence à des cognitions positives (2) et négative (2), à des émotions positives (2) et négatives (2) : un moyen de venir confirmer ou non l'inconfort psychologique et d'investiguer l'empathie. Nous avons ici également construit nos résultats par une moyenne des réponses, lesquelles sont sur une échelle de Lickert. Il s'agit du questionnaire T2, Q6. La question sur l'acceptation du message (T2, Q4) est analysée par moyenne, depuis les réponses sur une échelle de Lickert.

CHAPITRE 3. Premiers résultats : les processus et les effets du DDG sur les publics-cibles

Dans ce chapitre 3, nous présentons nos premiers résultats, issus des méthodologies et analyses conduites. Dans un premier temps nous nous intéressons aux résultats des focus groups. Nous donnons nos résultats sur l'analyse de discours lexicale et cognitivo-discursive (1) permettant une analyse des styles, mises en scène, sens et intentions donnés aux discours, mais aussi la construction des références, du monde, et la relation au monde des récepteur·trice·s de DDG. Nous présentons ensuite les objets qui animent les discours à travers les analyses thématique et sémantique croisées (2 à 4). Puis, nous présentons les résultats de l'analyse conversationnelle, croisée avec celle thématique (5). Dans un second temps, nous donnons nos résultats de l'analyse de la méthode quasi-expérimentale par questionnaire (6). Ces résultats sont ceux du changement d'attitude, des processus de dissonance cognitive et d'empathie, puis des questions ouvertes.

Nous présentons plusieurs indices utilisés dans la présentation de ces résultats, pour faciliter la lecture.

Nous parlons d'analyse globale lorsque nos propos portent sur les trois focus groups réunis, sans distinction. Lorsque cela est pertinent, nous nuancions nos propos en précisant que le résultat est significatif ou absent de l'un des focus groups, en le mentionnant : focus group 1 relatif à la réception de « Majorité Opprimée » (FG1) ; focus group 2 relatif à la réception de « C.L.I.T » (FG2) ; focus group 3 relatif à la réception de « Les Crocodiles » (FG3). Parfois, nous pouvons aller plus dans la granularité, et évoquer les récepteur·trice·s : nous donnons alors, en fonction de la pertinence, leur prénom (anonymisé par ailleurs), leur focus group d'appartenance ou encore la proportion des récepteur·trice·s concerné·e·s. Dans ce dernier cas, il s'agit par exemple d'indiquer que, sur les 17 récepteur·trice·s, 15 sont concerné·e·s par le résultats énoncé (15/17).

Nous évoquons également les résultats chiffrés de nos analyses. Nous précisons entre parenthèses les proportions relatives des thèmes, par exemple : thème A (20%), ce qui signifie que ce thème représente 20% des discours des récepteur·trice·s. Sauf exception explicitée, ces proportions sont relatives à l'analyse transversale (inter-focus group). Il s'agit parfois de la proportion d'un sous-thème : dans ce cas-là, elle est exprimée relativement à l'ensemble des discours ou relativement au thème.

Pour les analyses sémantique et lexicale, nous évoquons d'autres notions et proportion. Nous nous intéressons aux référents-noyaux (RN), *i.e.* « les termes pivots de la proposition et l'objet des prédications » (Ghiglione et al., 1998, p. 42). Nous parlons alors de substantifs, les références, les Univers De Références 2 et 1, ainsi que les scénarios. Ces outils, outre le scénario, s'envisagent par degré de granularité des références, du plus fin au plus large. Les références, UDR 2 et UDR1 regroupent respectivement 10 000, 1000 et 200 classes d'équivalents. Les scénarios (voir Annexe N puis Annexe AF à Annexe AI) permettent de dénouer la complexité et les classifications

parfois opaques des UDR. Ainsi, pour ces indicateurs langagiers sémantiques, nous évoquons aussi leurs proportions. Dans ces cas nous évoquons la référence et la proposition qu'elle entretient dans les discours comparativement aux autres. Ex. les « hommes » représentent 8,07% des UDR². Ce processus est le même pour les classes sémantiques : la classe « hommes » représente 5,76% des classes sémantiques. Ces données chiffrées permettent de comparer les poids donnés aux références et classes sémantiques les unes des autres. Ces proportions sont également valables pour l'analyse lexicale, laquelle comptabilise des indicateurs langagiers tels que les verbes, les modalisations et connecteurs. Ils sont exprimés proportionnellement les uns des autres. Ex. verbes statifs (35%) et verbes déclaratifs (32%).

Une donnée importante quant aux proportions de ces indicateurs langagiers dans l'analyse lexicale : d'une part le logiciel Tropes les comptabilise (en quantité et en proportion relative). D'autre part, le logiciel a une autre fonction, différente des occurrences, qui est la fréquence. Les catégories et métacatégories d'indicateurs langagiers (verbes, adjectifs, ...) peuvent être « fréquentes » lorsque « sa fréquence d'apparition est nettement supérieure à la moyenne. Ces résultats sont construits en comparant les statistiques (de répartition des catégories) du discours analysé avec des tables internes au logiciel (ces tables ont été élaborées en effectuant une analyse de variance sur un grand nombre de textes différents)²⁶⁸ ». « Le fait qu'une catégorie de mot soit considérée comme fréquente ne constitue pas une anomalie langagière, mais plutôt un indicateur du type de discours observé » (Ghiglione et al., 1998, p. 94). Pour bien marquer la distinction d'utilisation du mot « fréquent » signifiant cette anormale fréquence d'apparition, nous écrivons fréquent* avec un astérisque.

Quant à l'analyse conversationnelle, elle fait appel, en parallèle des autres analyses, aux proportions. Nous parlons par exemple de la concentration d'un thème sur un focus group plutôt qu'un autre ou intra-focus group. Nous parlons également de la concentration de prise de parole des réceptrices. A certain moment, nous allons dans la granularité en mentionnant le nombre de regards ou d'indicateurs (sourires, signes d'empathie, de gêne) que nous précisons au moment où ils sont spécifiés.

1. Discours argumentatifs, pris en charge, réalité à affirmer et univers possible

1.1 Discours argumentatifs et pris en charge

Le logiciel Tropes et la combinaison d'indicateurs langagiers mobilisés dans les discours (selon le tableau synthétique de, Wolff & Visser, 2005, p. 105 à partir de Ghiglione et al, 1998) se dessinent quatre styles discursifs inspirés de Charaudeau (1992) : argumentatif, narratif, énonciatif et descriptif ; et leurs mises en scène :

²⁶⁸ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

dynamique/action, ancrée dans le réel, prise en charge par le narrateur, prise en charge à l'aide du « je » (Annexe F).

Si l'on s'intéresse à l'ensemble des discours des récepteur·trice·s, l'analyse globale, **le style discursif est argumentatif et la prise en charge par le narrateur et à l'aide du « je »** (Annexe AB).

Avec le style argumentatif, les récepteur·trice·s « s'engagent, argumentent, expliquent ou critiquent pour essayer de persuader l'interlocuteur²⁶⁹ ». Ils-elles tiennent un discours qui « s'adressent à la partie raisonnable de l'interlocuteur, passent par l'expression d'une conviction et d'une explication transmise à l'interlocuteur pour le persuader et modifier son comportement » (Ghiglione et al., 1998, p. 69-70). Ils-elles « s'engagent par rapport à [un] questionnement [un propos sur le monde qui fait question pour quelqu'un quant à sa légitimité] », ici en particulier les dispositifs, la société, son état sur les violences et l'égalité femmes-hommes, sur l'école, les jeunes, les hommes (trois premiers thèmes de l'analyse thématique, voir les points 2., 3., et 4. suivants, pages 354, 368 et 374), et « développent un raisonnement pour essayer d'établir une vérité sur ce propos » (Ghiglione et al., 1998, p. 69-70).

Ce style plutôt argumentatif est également celui relevé pour les trois focus groups analysés séparément. Pris individuellement, les récepteur·trice·s mobilisent presque tou·t·e·s ce style argumentatif (16/17), à l'exception d'un discours énonciatif. Proche de l'argumentatif, il « établit un rapport d'influence, révèle son point de vue²⁷⁰ » « sur différents modes (celui du savoir, de l'évaluation, etc.) » (Ghiglione et al., 1998, p. 69-70). Par ailleurs, la participation de ce dernier est relativement peu élevée (5,69% de prises de parole sur le focus group ; 9,56% des mots échangés du focus group).

Ainsi, les récepteur·trice·s, par ces styles, cherchent à persuader, influencer les autres quant à ce qu'ils-elles expriment sur les dispositifs et sur les créatifs²⁷¹.

Ces styles argumentatif et énonciatif ont également en commun qu'ils « indiquent une implication » des récepteur·trice·s dans leurs discours (Wolff et al., 2005). Ils-elles ne se contentent pas de décrire ou d'analyser ce qu'ils-elles comprennent, mais ils-elles expriment leurs convictions et points de vue.

Les styles et mises en scène reposent sur des catégories de verbes, comme classe prédicative, qui « jouent un rôle d'organisateur interne à la proposition ». Elle « donne une information indispensable sur la façon dont la référence s'inscrit dans l'univers proposé, sur la façon dont elle participe à l'organisation de la mise en scène » (Ghiglione et al., 1998, p. 42). **Les verbes** sont aussi les actes (des acteurs), ils « permettent de mettre en relation ce dont on parle avec ce que l'on en dit » (Ghiglione et al., 1998, p. 66). Parmi les quatre

²⁶⁹ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²⁷⁰ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²⁷¹ Structure des questions de la grille d'entretien mobilisée systématiquement en entretien en Annexe Z.

métacatégories de verbes distingués par le logiciel (Annexe F et Annexe AB et Annexe AC), ceux mobilisés de manière fréquente* par les récepteur·trice·s sont :

- **statifs** (44,2%), *i.e.* être, avoir, exprimant « des états ou des notions de possession²⁷² ». Ils ont « pour fonction d’asserter l’existence d’un objet, d’attribuer à l’objet des propriétés, de prédiquer une manière d’être, un état de choses. », Enfin, ces verbes statifs révèlent « l’intention du locuteur d’ancrer ce qu’il dit dans le réel pour mieux donner à entendre la vérité/réalité des objets discursifs qu’il met en scène » (Ghiglione et al., 1998, p. 66) ;

- **déclaratifs** (24,5%), *i.e.* exprimant « une déclaration sur un état, un être, un objet, (« dire », « croire »,...) ». Les premiers mobilisés sont « dire, penser, voir, pouvoir ». Ils « indiquent un comportement verbal » (Ghiglione et al., 1998, p. 44-46) et « permettent au locuteur de se mettre en scène, de prendre en charge ce qu’il dit de façon plus ou moins forte, en exprimant de la certitude ou au contraire du doute, une croyance plus ou moins avérée à propos de quelque chose ou de quelqu’un, en s’affirmant comme l’énonciateur de l’énonciation, en donnant à entendre qu’il est bien le « producteur » de la pensée ou déclaration mise en discours » (Ghiglione et al., 1998, p. 66) ;

- et des **pronoms personnels à la première personne « je »** (39,1%).

Ces convergences des styles et mises en scène des discours nous permettent de poursuivre une analyse globale.

Nb. d’entretiens	Styles	Mise en scène	Mise en scène suppl.	Verbes fréquents*
3 focus groups, 17 récepteur·trice·s	1 récepteur Ibrahim énonciatif	3 FG 15 récepteur·trice·s pris en charge à l’aide du « je »	2 récepteurs Ibrahim et Claude ancrée dans le réel	2 récepteurs Ibrahim et Claude statifs
	3 FG 16 récepteur·trice·s argumentatif		3 FG 13 récepteur·trice·s Pris en charge par le narrateur	3 FG 13 récepteur·trice·s Statifs et déclaratifs
		1 récepteur Younès ancrée dans le réel		1 récepteur Younès statifs
		1 réceptrice Jane dynamique, action		1 réceptrice Jane factifs

Tableau 4 : Représentation synthétique des styles, mises en scène et verbes (trois focus groups, tous les récepteur·trice·s).

Dans l’analyse globale, les discours mobilisés par les récepteur·trice·s sont argumentatifs, pris en charge par les narrateur·trice·s et à l’aide du « je ». Ces caractéristiques sont transversales à la majorité des récepteur·trice·s (15/17). Ils-elles mobilisent majoritairement des verbes statifs et déclaratifs. En somme, dans leurs discours, les récepteur·trice·s prennent en charge leurs discours et expriment leurs pensées. Mais aussi, ils-elles assertent une réalité, un état, et cherchent à ancrer ce

²⁷² « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

qu'ils·elles disent dans la vérité/réalité des choses. Cette granularité de définition est renforcée par l'usage important de déterminants définis (63%), qui illustre un degré plus fort d'existence aux objets.

Trois des quatre récepteur·trice·s qui dérogent partiellement à ces caractéristiques (Jane et Younès dans le FG1 et Ibrahim dans le FG2) ont des discours quantitativement peu développés (prise de parole et densité de contenu). Quant au dernier, Claude (FG3), son discours est significatif dans son focus group (25,75% des mots encodés échangés) et son style évoque une assertion plus forte de la réalité (verbes) que les autres récepteur·trice·s.

D'autres indicateurs langagiers nous éclairent sur les styles et mises en scène de discours : ce sont les éléments de liaison, connecteurs et modalisations, « qui concourent à maintenir la cohérence pragmatique » (Ghiglione et al., 1998, p. 52) « servent des buts et les marques langagières [qui] sont utilisées de façon différenciée selon les visées des locuteurs » (Ghiglione et al., 1998, p. 68). Les modalisations « permettent à celui qui parle de s'impliquer (« s'immerger » disent Ghiglione et al. (1998, p.68)) dans ce qu'il dit²⁷³ » et les connecteurs (conjonctions de coordination et subordination, locution conjonctives) qui « relie des parties de discours²⁷⁴ ».

Sur l'analyse globale, **les modalisations** les plus occurrentes sont d'intensité²⁷⁵ (29,6%) et de négation²⁷⁶ (22,1%) et aussi d'affirmation²⁷⁷ (21,9%). Les modalisations d'intensité permettent de « dramatiser le discours²⁷⁸ ». Elles semblent marquer des accentuations et des atténuations, puisqu'elles sont orientées dans les deux sens (ex. plus *versus* moins). Couplées à celles de négation, elles « peuvent révéler de la part du locuteur l'intention d'argumenter de façon à emporter l'adhésion de l'autre et de faire en sorte qu'il se rallie à sa position » (Ghiglione et al., 1998, p. 68). Les modalisations de négation et d'affirmation renvoient, depuis les verbes statifs et déclaratifs à ce-qui-est/n'est-pas ; à ce-qui-est-dit-penser-vu-pu-su et leur versant négatif. Ce sont également des marqueurs des oppositions (nuancés ou non par les modalisations d'intensité) argumentatives et des accords. Par exemple, Ahmed, qui prend la parole après Jules, lequel exprime que ces situations de violences exposées dans « Majorité opprimée » existent, exprime un désaccord nuancé avec Jules :

« Bon moi je pense [verbe déclaratif « penser »] peu importe [modalisation négative] la victime, homme ou femme, on parle des valeurs et hm. de normes qui sont perdues dans la société (...) De mettre là un mec comme une victime de violence (...) c'est juste (...) caricaturer un peu [modalisation d'intensité, atténuation] la vie hm. voilà. »

²⁷³ Information sur le logiciel

²⁷⁴ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²⁷⁵ Modalisation d'intensité dans notre corpus : « forcément ; un peu ; tellement ; tout ça ; bien ; assez ... »

²⁷⁶ Modalisation de négation dans notre corpus : « ne pas ; non ; peu importe ; pas du tout ; aucun ; ... »

²⁷⁷ Modalisations d'affirmation dans notre corpus : « oui ; vraiment ; tout à fait ; effectivement ; ... »

²⁷⁸ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

Ainsi, les discours sont marqués par des accords, convergences d'opinion, et de degré de certitude et de prise en charge des opinions fort entre enquêté·e, par les modalisations affirmatives. Celles, négatives, marquent les désaccords, nuancés ou non, ce que ne sont pas les référents (en lien avec les verbes statifs) ou ce que ne représentent pas les référents ou l'expression de son opinion, ressenti, ou objet discutés (en lien avec les verbes déclaratifs).

Quant aux **connecteurs**, ils sont majoritairement et sur l'analyse globale, d'addition (24,1%), d'opposition (25,4%) et de cause (13,3%). Cause et opposition sont aussi dits fréquents*, avec ceux de condition (5,8%) et de temps (16,6%). Les connecteurs de temps sont ici en partie nous pensons mal catégorisés, puisqu'il s'agit plutôt de connecteurs de concession (« enfin » qui nuance le propos ou exprime un doute). Les connecteurs d'opposition ont pour fonction de permettre « à la fois d'argumenter, de relativiser et de présenter des points de vue opposés²⁷⁹ » ceux de temps à « situer l'action » (Wolff and Visser 2005), ceux de cause et de condition de « construire un raisonnement²⁸⁰ ». Les connecteurs de temps permettent de situer l'action » (information sur le logiciel). Les discussions reposent ainsi sur l'expression de points de vue, de raisonnements qui s'enchaînent, tout en situant les référents dont il est question.

Par ailleurs, le logiciel détecte de manière claire des « **notions de doute** » sur l'analyse globale, au niveau de chaque focus group et sur plus de la moitié des discours des récepteur·trice·s (13/17) (« peut-être ; apparemment ; ah bon ; en apparence »). Ils marquent une « indécision, incertitude, hésitation » et plus généralement appartiennent aux modalisations exprimant la subjectivité (Ghiglione et al., 1998, p. 22).

Ces expressions de la subjectivité, nous les retrouvons également à travers les adjectifs subjectifs²⁸¹ dominants les discours sur l'analyse globale (57%). Il s'agit de s'exprimer dans un cadre évaluatif (plutôt que descriptif), soit d'une « vision subjective » des référents discutés, « un jugement de valeur positif ou négatif sur le référent dénoté. (...) ou une réaction émotionnelle » (Ghiglione et al., 1998, p. 51). Ainsi, le style argumentatif, appuyé de mises en scène de prise en charge par le narrateur et à l'aide du « je », marquent les discours où la perception du monde et l'intention communicative est subjective, interprétative. En effet, les adjectifs, qui jouent un rôle important dans la « construction des objets référentiels » attribuent « des propriétés » à la référence, et cette « attribution

²⁷⁹ « Manuel de Tropes V8 », 2013. <https://www.tropes.fr/ManuelDeTropesVF800a.pdf>.

²⁸⁰ Information sur le logiciel

²⁸¹ On notera que les adjectifs « féminins » et « masculins », appréciés lexicalement comme « objectifs », sont sémantiquement, « subjectifs ». Cet élément est important dans notre champ de recherche, mais aussi plus largement. Ces catégorisations posent une question au logiciel : s'il est censé mettre la subjectivité du·de la chercheur·e de côté, du moins le temps de l'analyse, quid de la dimension construite et sociale des classifications. Par ailleurs, la simple caractérisation féminin/masculin est symboliquement hiérarchisée (à simple titre d'illustration, voir Bourdieu, 1998) Ainsi, il nous semble plus adapté de les qualifier d'adjectifs subjectifs « affectifs » « non-axiologique », selon que l'on envisage que l'évaluation faite soit considérée comme « spécifique au locuteur » ou « relative à un ses systèmes d'évaluation » (selon Kerbrat-Orecchioni, repris par Ghiglione et al., 1998, p. 51, note de bas de page 1).

de propriété dépend à la fois de la façon dont nous percevons le monde et de notre intention communicative ». Les adjectifs subjectifs premiers et transversaux sont « bon, petit, certain, vulgaire, simple, intéressant, vrai, juste, difficile, ... » Voir l'Annexe AD.

A ce jeu d'expression de la subjectivité, deux réceptrices (2/17) semblent porter un discours plus objectif : elles n'expriment pas de manière significative de doute et mobilisent plutôt des adjectifs objectifs ou numériques.

A l'instar des autres modalisations, celles de doute sont aussi des marqueurs dans les interactions. Elles se « conjuguent » comme doute ou adoucisseurs dans l'affirmation de son opinion ; adoucisseurs, dans l'opposition ; d'incertitude, de doute, de manque d'informations, de connaissances ; de propositions (d'amélioration du dispositif) proposée sans certitude marquée ; d'inférence d'intentionnalité avec réserves ; de possibles actions (supposées). En voici quelques exemples, avec « peut-être » :

- « *ça [le message] serait passé peut-être mieux ?* » (doute ou adoucisseurs dans l'expression de son opinion, face à une enquêtée ayant une opinion initiale différente) Julie, FG1.

- « *Je pense peut-être chez un public un peu, un peu jeune* » (adoucisseur dans l'opinion)

- « *Mais c'est peut-être... Je n'en sais rien...* » (adoucisseur dans l'opposition) Audrey, FG3.

Les récepteur·trice·s, en interaction avec les membres du groupe de discussion, tiennent un discours argumentatif : leurs développements cherchent à expliquer, critiquer et persuader les autres. Lorsqu'ils·elles s'expriment sur les dispositifs, la société, son état sur les violences et l'égalité femmes-homme, sur l'école, les jeunes ou les hommes (thèmes) ou encore sur ce qu'ils·elles pensent, comprennent, et les références mobilisées (femmes, hommes, télévision, gens, enseignement, voir les univers de référence 2), ils·elles s'impliquent dans leur discours. A la fois ils·elles assertent la réalité, et ils·elles se mettent en scène et exposent leurs croyances, et cherchent à les ancrer dans la réalité. L'immersion dans les discours passe aussi par sa dramatisation, marquée d'accentuation et d'atténuation, d'argumentation visant à emporter l'adhésion des autres. Les discours sont aussi ponctués d'opposition dans les points de vue, mais aussi d'accords, et de présentation de points de vue opposé et de construction d'un raisonnement. La subjectivité qui se trouve dans les discours est très présente, et nous notons la présence aussi d'adoucisseurs dans les confrontations de points de vue.

1.2 Programme cognitivo-discursifs : construction des références, du monde et des relations au monde construit

Notre analyse pointe ici un mix entre programme cognitivo-discursif 1 « réalité à affirmer » et programme 3 « réalité comme univers possible » des discours des récepteur·trice·s (les supports de l'analyse sont disponibles en Annexe AE).

1.2.1 Construction des références : des réalités à affirmer

Premièrement, sur l'analyse globale (tous les focus groups), la « construction de la référence », soit les propos tenus sur les femmes, les gens, les hommes, mais aussi les dispositifs et les violences faites aux femmes s'inscrit dans le programme 1 « réalité à affirmer », par l'utilisation majoritaire de déterminants définis (63,5%) et de verbes statifs et factifs (75,2%).

L'utilisation massive de ces déterminants définis laisse supposer qu'ils et elles maîtrisent leur sujet, du moins qu'ils et elles accordent un degré d'existence fort aux objets dont ils et elles discutent : les femmes, les hommes, le dispositif, les gens, l'enseignement (les déterminants définis majoritaires et situés entre les indéfinis à faible degré d'existence et les démonstratifs à fort degré²⁸²). Ils et elles ont tendance à partager leurs discours comme une évidence : ce qu'ils et elles proposent est une réalité : les marqueurs dans les dispositifs et ce qu'ils leur évoquent, la société, son état sur la violence et l'égalité femmes-hommes, l'école, les jeunes, les hommes ou encore les expressivités et perspectives de changement sur les droits et les violences envers les femmes.

Quant aux verbes, ceux les plus mobilisés sont statifs (44,2%) (verbes d'état : être, exister, ... et de possession : avoir, ...) et factifs (31%) (verbes qui expriment des actions). Ces verbes permettent aux récepteur·trice·s créatifs d'affirmer leurs positions. Les plus occurrents sont, après « être » (1948) et « avoir » (697), « faire » (227), « aller » (234) et « mettre » (76).

Par ailleurs, les verbes déclaratifs (24,5%) fréquents* et significatifs (déclaration sur un état, une action, un être, un objet, un sentiment) (dire (342), penser (211), voir (158), pouvoir (144), savoir (122), ...) pourraient faire tendre les discours vers le programme 2 « réalité à construire », soit une construction des références pas toujours verrouillée mais aussi progressive voire ouverte. Cependant, ces verbes déclaratifs, tels que « dire » (1595) et « voir » (993), 4^e et 7^e verbes les plus mobilisés, participent, selon nous à cette construction de la référence plutôt affirmative, voire assertive. En effet, « dire » correspond à la modalité « déclaration » (Charaudeau, 1992, p. 616-617) où le locuteur « *possède un savoir, suppose que l'interlocuteur ignore ce savoir ou doute sur la vérité de ce savoir, dit que ce savoir existe dans sa vérité* ». Quant au verbe « voir », il correspond à la modalité « constat » (Charaudeau, 1992, p. 599), où le locuteur « *reconnaît un fait à propos duquel il dit qu'il ne peut qu'observer son existence de la façon la plus extérieure et la plus objective possible* ». Ainsi, les verbes déclaratifs, ici, participent non seulement à la « prise en charge par le narrateur » et à l'expression de sa subjectivité, comme nous l'avons vu dans les styles et mises en scène, mais ils jouent aussi de la déclaration (d'un savoir) et d'un constat (sur le monde). Quant aux verbes penser et pouvoir (6^e et 8^e verbes les plus mobilisés) ou savoir et falloir (9^e et 10^e verbes les plus mobilisés), ils

²⁸² Il y a un axe (d'indéfini, à défini, à démonstratif) corrélé à un degré d'existence (faible à fort, flou à précis) de l'objet, le référent, pour le locuteur et l'interlocuteur (dans l'inférence). (Trognon & Ghiglione, 1993, p. 47)

correspondent à des modalités de « possibilité, croyance », et de « savoir, nécessité » que nous voyons plus loin.

Ainsi, les constructions des références, à travers les déterminants et les verbes, correspondent au programme 1, réalité à affirmer.

1.2.2 La construction du monde où s'inscrivent les références : univers possible sur réalité à affirmer

Deuxièmement, l'analyse globale portant sur « la construction du monde où s'inscrit la référence » s'inscrit d'ores et déjà dans le programme 3 « réalité comme univers possible ». Les indicateurs langagiers sont ici les modes des verbes et les modalisations.

Le mode indicatif domine très largement dans les propos des discutant·e·s, mais l'indicateur langagier fréquent* de **connecteurs de condition** (5,8%) marque un autre temps verbal. En explorant le corpus, ce sont les formes de **présent imaginé et de passé imaginé** qui ont été analysés. Ces formes désignent un indicatif décliné, que nous avons trouvé chez Charaudeau (1992, p. 452-454). Le présent imaginé désigne un processus d'action au moment présent qui « n'est envisagé qu'à certaines conditions, dans un moment imaginé (...) dans des contextes qui expriment l'hypothèse (...); des contextes qui expriment *l'inachèvement*, ou *la non réalisation* d'une action imminente ». Par exemple, ce présent imaginé, parfois conditionnel, se matérialise ainsi dans notre corpus :

- « *si tu vois une femme seule se faire emmerder, c'est à elle de se débrouiller [?]* » (avec dimension interpellative d'un autre enquêté pour ses propos) Jane, FG3.

- « *si je voyais ça, je ne réagis pas comme une femme* » (présent imaginé d'un homme confronté au message et ce qu'il dirait en situation) Julie, FG1.

- « *donc si on se mettait à les violer nous ?* » (présent alternatif, imaginé, où les femmes violeraient les hommes) Sophie, FG2.

- « *Parce que ça, en gros ça dit aux gens si ça t'arrivait à toi, ça serait moins drôle* » (présent alternatif) Pauline, FG2.

- « *si les femmes étaient aussi vulgaires que les hommes, (...) les hommes ils ne le prendraient pas trop bien quoi* » (présent alternatif) ; Anais, FG2.

- « *si on le transformait en une blague raciste ?* » (conditionnel) Audrey, FG3.

- « *celle qui envoie carrément un coup, une gifle [un personnage femme dans une planche de la BD « Les Crocodiles » gifle un homme qui l'a agressé]. Là je ne sais pas si dans la réalité ça se passerait vraiment comme ça* » (conditionnel, condition de circonstances) Bernard, FG3.

- « *si je me mets dans la situation de me faire tuer, que ma famille me perde (...)* » (projection, présent ou futur imaginé) Julie, FG1.

Quant au passé imaginé, il exprime un « présent inactuel » à l'aide de l'imparfait et du plus que parfait. Par exemple, dans notre corpus :

- « *si on avait montré des personnes différentes, ça n'aurait pas eu... Ça serait passé peut-être mieux ?* » Julie, FG1.

- « *alors que si ça avait été peut-être un clip avec l'inverse, peut être que la femme aurait été déshabillée plus ?* » (avec deux marqueurs de doute) Sophie, FG2.

- « *si ça je le considère comme parodique, alors pourquoi la chanson d'Orelsan (...) elle on ne la considérait pas comme parodique ?* » Michael, FG2.

A y regarder de plus près dans le discours, mais aussi dans la visée persuasive des messages, le passé ou présent « imaginé » n'est pas une surprise, un inattendu. En effet, le DDG, forme hypertextuelle d'un monde où les relations ; représentations ; rôles des femmes et les hommes sont dévoilés sous une forme alternative, il s'agit de montrer le genre à travers un autre prisme que celui envisagé par les attentes. La majorité des connecteurs de condition (hors les quelques « si » affirmatifs mal comptabilisés) représente la projection, la condition, le possible, l'alternative de la pensée : « si vous vous mettez à la place [des femmes victimes ; de l'homme] ». Il s'agit de verbalisations cohérentes avec la visée du message. Le conditionnel est un marqueur de l'empathie, non pas qu'elle soit effective (l'enquêté·e empathique à l'instant t), mais qu'elle puisse être projetée comme autre réalité ou projetée sur un tiers, par exemple les hommes ciblés par le message. Le « si » conditionnel est aussi un instrument de l'hypothèse : « si on avait montré des personnes différentes » dans l'amélioration du dispositif ; « donc si tu vois une femme se faire emmerder, c'est à elle seule de se débrouiller » dans l'interpellation d'un enquêté par une autre sur ses propos, et la construction d'une situation hypothétique de violence envers une femme. Le « si » est aussi envisagé dans des cas réels passés illustrant des cas d'inégalités de considération des femmes, dans leur compétence « si j'emmenais des stagiaires hommes on s'adressait à eux » ou de stéréotype « si tu te considères comme (...) féministe, enfin, t'as un petit plomb qui a sauté » ou encore : « si on prend vraiment les éléments séparément [les scènes de violence dans « Majorité opprimée »] il y a des choses qui me sont arrivées c'était similaire à ça hein ». Il s'agit également de moments interactionnels interpellatifs de maintien de la discussion « je ne sais pas si vous avez vu ce film » ou même comparatif « si on regarde sur les pays européens » ou encore appuyé à une argumentation causale « si on avait une éducation (...) si les gamins de 16-17 ans ils n'ont rien à foutre dans la vie, ils sont juste là pour foutre la merde ».

Ainsi, à travers les modes de l'indicatif tendant vers le conditionnel à travers le présent et passé imaginés, ce sont bien des traces, au-delà des discours conscientisés et formulés en interactions, qui dévoilent une part d'influence des dispositifs sur les discours. Bien entendu, ces formes ne sont pas dominantes, ainsi, dans le discours l'indicatif domine, mais la part de conditionnel et d'imaginé lui donne une teinte d'ouverture de la réalité comme univers possible.

Les seconds indicateurs langagiers qui vont dans le sens d'un discours plutôt ancré dans le programme 3 « réalité comme univers possible » sont **les modalisations**. Dans notre corpus, les modalisations dites fréquentes* sont celle d'affirmation (21,9%), de négation (22%) et de doute (2,4%). Elles sont complétées par celles d'intensité, les plus occurrentes (29,6%). Ces dernières sont à la fois d'intensité forte (44,68%) et neutre (25,53%, auxquelles nous ajoutons celles inclassable mais proches 16,04%, soit 41,57% des modalisations d'intensité). Les modalisations de doute sont par ailleurs transversales (elles sont fréquentes* pour 13/17 récepteur·trice·s).

Concernant les modalisations affirmatives* et intensives, elles marquent l'implication des récepteur·trice·s dans leurs discours. Les modalisations affirmatives fréquentes* (21,9%) illustrent qu'ils et elles affirment leurs propos, à l'aide de modalisations de type « ouais, oui, carrément, vraiment, justement, aussi, d'ailleurs, bien sûr, vrai, sûrement, effectivement ». Les modalisations intensives fortes (44,68% des modalisations d'intensité) telles que « très, plus, fortement » intensifient les propos des récepteur·trice·s, ce qui marque leur engagement et la fermeté de leurs positions. Mais les modalisations neutres (au sens étendue, 41,57%) illustrent aussi une certaine distance, flou ou recul par rapport au propos, relatif à une possible incertitude. Ces dernières sont d'ailleurs fortement marquées par le doute* (2,4%²⁸³). Par ailleurs, les modalisations de négation (versant opposé à l'affirmation, ce qui *est*, *n'est pas* ; *a*, *n'a pas*, ce qui *est su*, *n'est pas su* et versant opposé ou complémentaire à l'intensité, *tout le monde*, *personne* ; *très*, *beaucoup*, *pas du tout*) sont également fréquentes* sur l'analyse globale (22%).

Ce sont ainsi le mode indicatif décliné en passé et présent imaginé, plus les modalisations d'intensité neutres significatives et les modalisations de doute qui font que les discours se rapprochent le plus du programme 3 « réalité comme univers possible », quant à la « construction du monde où s'inscrit la référence ». Ces éléments du langage mobilisés mais peut-être moins contrôlés que les verbalisations sémantiques viennent illustrer qu'un trouble relatif s'exprime dans les discours des récepteur·trice·s : le DDG, ou la présence d'autres et les argumentations, peuvent faire quelque peu vaciller les opinions ou le soi dans la mise en discussion des références et des dispositifs.

Cette dimension vacillante dans les discours n'empêche pas que la combinaison de plusieurs indicateurs indique toujours une **forte prise en charge du discours** : avec les modalisations d'affirmation et de négation (Ghiglione et al. 1998, p56). De même, la conjugaison -doutes, certitudes, mode indicatif et subjonctif, verbes déclaratifs (penser, croire, ...) et adjectifs subjectifs fréquents*- illustre la « visée d'expression de la subjectivité » (Ghiglione et al. 1998, p22) et « d'exprimer un état ou une attitude » (Ghiglione et al. 1998, p57) sur les femmes, les gens, les hommes, l'éducation et les dispositifs.

²⁸³ Nous rappelons ici que les catégories fréquentes sont celles qui apparaissent de manière anormalement élevée dans les discours, supérieure à une moyenne statistique établie par le logiciel. Il ne s'agit pas « d'une anomalie langagière, mais plutôt un indicateur du type de discours observé » (Ghiglione et al., 1998, p. 94).

Cependant, les modalisations de doute expriment aussi une ouverture de la réalité comme univers possible. C'est-à-dire que si les références -femmes, gens, homme, éducation, dispositif-sont des réalités à affirmer, le monde dans lequel s'inscrivent ces références n'est pas figé. Les récepteur·trice·s affirment des réalités, leurs jugements sur le dispositif mais aussi sur la société, les femmes, les gens, les hommes, la violence, mais ils et elles ne clôturent pas le monde, à l'inverse, ils et elles rendent compte implicitement dans leurs discours que cette réalité est un univers possible. Les doutes, projections et flous relatifs marquent les oppositions à une seule réalité possible. Ces renvois sont, selon nous, liés à deux phénomènes, sans pouvoir déterminer lequel peut agir plus que l'autre, du dédoublement des réalités dans les dispositifs et donc du trouble induit, mais aussi de la mise en jeu de la discussion et donc, de celle du soi. Nous ne remarquons pas ailleurs que l'emploi du « si » est souvent associé à une dimension empathique, mais le plus souvent comme outil de rhétorique, visant l'empathie mais aussi l'opposition franche : le conditionnel, l'optionnel offre une arme discursive pour parler des violences faites aux femmes. Or, ce réemploi, nous le trouvons à la fois dans la création, mais aussi dans la méta analyse lors des interpellations.

1.2.3 Relation des interlocuteur·trice·s au monde construit : une « réalité comme univers possible »

Enfin, troisièmement, l'analyse nous conduit à penser la « relation de l'interlocuteur au monde construit » du côté de « la réalité comme univers possible ».

Sur l'analyse globale, **les modalités « possibilité, croyance »** dominent les discours (traduites par les modalités « opinion et probabilité » chez Charaudeau). A ce sujet, voir l'Annexe G sur les programmes cognitivo-discursifs et l'Annexe AE sur le comptage lexicométrique lié aux programmes cognitivo-discursifs en réception. Les **verbes** relatifs aux modalités de possibilité croyance représente 60% des verbes étudiés. Les **connecteurs**, quant à eux, sont fréquents* pour ceux de condition (5,8%) comme nous l'avons vu, de cause (18,3%) et de temps (16,6%), ou encore d'opposition (25,5%). Ces connecteurs sont à envisager aussi avec ceux occurrents d'addition (24,1%).

Dans un premier temps, les modalités « possibilité croyance » dominent les discours (60%) avec les verbes majoritaires tels que « penser » (211), pouvoir (144) et croire (29). Dans la « modalité du croire : « Je pense que » » le locuteur exprime un « monde possible ». « Mais ce monde est incertain, c'est-à-dire dire qu'il accepte un autre monde ou quelqu'un dirait « je ne pense pas que (...) » Ce monde laisse donc une porte ouverte, pour le récepteur, la possibilité de proposer un monde alternatif, sans qu'il puisse imaginer encourir une quelconque sanction sociale » (Trognon & Ghiglione, 1993, p. 40-41).

Le verbe « pouvoir » représentant la modalité possibilité est mobilisé au présent (120), au conditionnel présent (11) et au conditionnel passé (2), au subjonctif (4), à l'imparfait (2). Seuls 3 fois le verbe est conjugué à la première personne, et 3 fois à la seconde personne singulier (tu) ce qui signifie que le locuteur n'est pas le sujet de la capacité (ou

de l'incapacité au négatif). La forme négative représente 35 propos. Il semble que la possibilité, comprise à travers le verbe « pouvoir » (même si le verbe ne recouvre pas la catégorie) est plus délocutif qu'impliquant le locuteur (élocutif). Il s'agit davantage de la « capacité à » d'un objet ou d'un sujet que celle des enquêté·e·s dont il est question dans les discussions, soit une assertion probabiliste, et en particulier des violences dans les dispositifs, par ce que l'on peut résumer par « ça peut arriver ».

Les verbes « penser » et « croire » relatif à la modalité croyance. Dans notre corpus, le verbe « penser » est exprimé à l'affirmatif à 190 reprises et au négatif à 19 reprises. Il est à 11 reprises à l'indicatif. On le trouve à 170 reprises au présent et à l'affirmatif (je pense) ; à 18 reprises au négatif (je ne pense pas.) La forme négative « je ne pense pas que... » est une opinion exprimée, avec un degré moyen ou faible d'affirmation de l'opinion, mais surtout outil d'une opposition avec adoucisseur (ne pas dire je ne suis pas d'accord, mais je ne pense pas que). Quant au verbe « croire », mineur dans le discours, il est mobilisé presque exclusivement au présent et à la première personne. Il n'est à la forme négative qu'à 2 reprises, et à l'impératif (crois-moi) à 2 reprises. D'autres verbes peuvent abonder dans le sens de la croyance, avec une certitude forte (j'imagine : 3) ou une supposition forte (suppose : 1) ou une certitude moyenne (il me semble : 6) une certitude faible (je ne crois pas : 2).

Ainsi, les modalités énonciatives dominantes sont, à travers les verbes, celles des possibilité/croyance (possibilité/→opinion), dans laquelle la possibilité (pouvoir) est délocutive (extrait le locuteur et l'interlocuteur de l'acte) et les opinions (croire, mais surtout penser) sont élocutives (implique le locuteur mais pas l'interlocuteur, l'acte précise « la manière dont le locuteur *révèle* sa position vis-à-vis du Propos qu'il énonce » (Charaudeau, 1992, p. 599)). Cependant, les verbes à tendance savoir et nécessité (des autres programmes 1 et 2) sont également forts : nous notons une proportion majoritaire de l'ignorance (négation de savoir), et d'assertion obligatoire (nécessaire). Il est plus question de « ne pas savoir », dans un sens de remise en doute, d'opposition dans les points de vue, prenant la forme d'oppositions douces. Les assertions obligatives les plus mobilisées sont « il faut que ».

Dans un second temps, **les connecteurs** - additions (24,1%) (non fréquents* mais en proportion importante) et ceux **d'opposition*** (25,5%), **de cause*** (18,3%) et **de temps*** (16,6%) sèment le trouble dans leur catégorisation dans un programme. Ces indicateurs langagiers d'addition, d'opposition et de cause sont cohérents et indiquent le caractère argumentatif du discours des enquêté·e·s. Non seulement ils leur permettent d'énumérer ce qu'ils pensent (addition) mais aussi d'argumenter, relativiser, présenter des points de vue (opposition) et de construire un raisonnement (cause). Cependant, les premiers sont caractéristiques du programme 1, les seconds du programme 3, et les troisièmes du programme 2. Nous pensons qu'associés aux modalités possibilité, croyance, les connecteurs d'opposition marquent le programme 3. S'y ajoutent ceux de temps, qui relèvent d'avantage de la concession, marquant les oppositions entre les récepteur·trice·s et la manière « douce » de s'opposer, mais aussi la confrontation des points de vue, du

moins, de l'imposition de réalités mises en scène : « tentative d'imposer à l'autre un monde possible et de s'assurer [...] de la maîtrise des enjeux » (Ghiglione, 1986, cité dans Ghiglione et al., 1998, p. 21).

Pour justifier ce résultat mitigé, nous voyons ici le reflet de la confusion induite par la projection des trois dispositifs que les intentions créatives et les contenus (marqueurs filmiques, dessinés) visent à créer. En effet, détourner le genre pour sensibiliser contre les violences et actes sexistes est un moyen persuasif qui illustre ce que monde serait/est à travers de nouveaux points de vue : celui des femmes, intentionnellement projeté aux hommes et aux femmes, pour que ceux-celles-ci voient depuis cet angle, ces violences et précisément leur caractère genré. Ainsi, les réalités à affirmer ne seraient-elles pas celles du monde genré tel que celui dans lequel chacun·e évolue ; quand la ou les réalités comme univers possibles sont celles des hommes « à la place des femmes » (imaginés) ou encore les réalités des femmes (celles d'être l'objet d'agression, celles de s'approprier les codes sexistes pour les appliquer aux hommes). Ces mondes possibles, autrement appelés « monde possible projeté sur d'autres mondes possibles » ne sont pas abordés classiquement, comme le voudrait le programme 3, de manière incertaine (déterminants indéfinis) mais avec un degré d'existence fort (déterminants définis) car il s'agit de transposer une réalité, plus ou moins admise, plus ou moins reconnue comme existante, à une autre. Cette autre réalité peut être imaginée (transposée) ou vue (point de vue, angle perceptif) et discutée non pas avec des verbes déclaratifs majoritairement (bien qu'ils s'illustrent fortement dans les modalités du possible et de la croyance/opinion et qu'ils constituent une catégorie fréquente*), mais avec des verbes d'état et de possession (statifs : ce qui *est* ou *n'est pas* ; ce qu'*il y a* ou *n'a pas* ; *avoir*) et des verbes d'action (statifs : faire, aller, mettre, prendre). Bien entendu, dans ces projections, l'usage du conditionnel est un marqueur qui réfère au programme 3 et aux mondes possibles. Le doute, selon qu'il soit le mobile des confrontations de points de vue (style argumentatif, oppositions cohérentes avec l'ensemble) ou selon de ce qui *est possible* (cohérent avec la modalité de possibilité) marque l'incertitude, voire la multiplicité. Il est atténué par des indicateurs d'affirmation et d'intensité (forte et médiane) qui à la fois impliquent celles et ceux qui discutent, mais aussi dramatisent le discours. Les modalités dominantes (possibilité ; croyance) révèlent que, bien que les interlocuteurs affirment le monde dans lequel ils évoluent (programme 1), il porte surtout sur lui un regard de possible et d'opinion.

A l'instar de l'analyse de Rodolphe Ghiglione et al. (1998, p. 100-109) sur la « construction de mondes alternatifs » dans l'analyse d'un texte publicitaire de voyance, opéré par glissement progressif (de l'indéterminé au déterminé ; d'un monde avéré à un monde possible), nous voyons dans notre corpus une même forme de dédoublement. Les discours des enquêté·e·s n'opèrent pas ce glissement progressif, mais ils et elles oscillent entre le monde social genré tels qu'ils et elles l'expérimentent, et un autre monde présenté à l'écran, projeté à travers les dispositifs, construisant un monde inversé dystopique, un monde réapproprié parodique, un monde de violence genrée témoignée et zoomorphée. Ce sont les allers et retours entre ces mondes qui constituent un mélange entre programme 3, réalité comme univers possible, et programme 1 réalité à affirmer. De même, au sein du

monde tel qu'il est expérimenté, il y a un va-et-vient entre savoir/nécessaire et possibilité/croyance. Dans ce cas, l'objet est alors de questionner ce monde « réel » et expérimenter, en ce qu'il est finalement ou non la version originale de la version miroir (supposée) du dispositif. Nous trouvons donc, y compris dans les indicateurs linguistiques analysés, l'idée de la double lecture, l'hypertextualité.

1.2.5 Une différence pour le Focus Group 3 : une « réalité à affirmer »

Nous constatons que les récepteur·trice·s du FG3 sont plutôt orienté·e·s vers le programme cognitivo-discursif de type 1. L'idée d'une réalité à affirmer, comme but premier, plutôt que la réalité comme univers possible, peut indiquer, parallèlement au dispositif, qu'il s'agit moins d'une projection dans une réalité alternative (comme avec l'inversion) qu'une projection dans une réalité correspondant à celle vécue, expérimentée. Bien qu'il mobilise une réalité illustrée (dessinée), des individus masculins zoomorphés, des successions de planches et de bulles, le dispositif narre des histoires témoignées de violences vécues. La dimension réaliste du contenu est forte, alors que sa mise en scène l'en éloigne. Les récepteur·trice·s discutent plus du dispositif et de la vie expérimentée à travers l'indicatif : moins de projection imaginée ; plus d'ancrage dans le réel, plus de réalité à travers le dispositif et le quotidien expérimenté. De même, cela suppose que, potentiellement, les faits narrés sont moins soumis au conditionnel. Cette explication possible à travers le dispositif peut aussi être nuancée : les profils des individus, tout comme la personnalité forte et l'ancrage dans le programme 1 de Brigitte et Audrey, aux opinions souvent éloignées, mais aussi de Claude, ont pu, par l'interaction, faire fléchir les discours sur celles des savoirs et réalité à affirmer.

Concernant les FG1 et FG2, les discours des enquêté·e·s sont partagés entre programme 1, programmes 1 et 3, et programme 3. Dans le FG1, le dispositif projeté est dystopique, inverse pour montrer, intentionnellement, que le monde expérimenté est absurde, puisque, par déduction, sa fiction/réalité inversée est censée l'être. Il n'est pas surprenant alors que les enquêté·e·s y parlent de réalités qu'ils affirment, que d'autres y voient la réalité comme possible, et qu'enfin les derniers oscillent entre ces deux réalités. Dans le FG2, le dispositif, cette fois inversion appropriationnelle et parodie d'une œuvre initiale, met davantage en exergue des discours qui font des va-et-vient sur les possibles, les alternatives, la compréhension des logiques reliant monde expérimenté, univers du rap, marqueurs du dispositif et critiques, rappel à la réalité. Il semble donc ici aussi cohérent que les discours oscillent entre les deux programmes 1 et 3.

Il semble intéressant, en conclusion, de pointer les limites d'une analyse transversale, du lissage des discours, et du risque de ne pas considérer les disparités entre les longueurs de prises de parole. Si l'analyse globale pointe un programme 1 sur la construction de la référence, puis un programme 3 sur la construction du monde et des relations des interlocuteur·trice·s, les discours sont plus complexes et hétérogènes, et la densité des contenus de l'un (focus group ou récepteur·trice·s) peut faire infléchir les résultats.

2. Femmes, hommes, gens et enseignement : objets dominants dans les discours

A l'aide des outils proposés par le logiciel Tropes, il s'agit de s'intéresser aux univers de référence qui sont mis en scène dans les discours, pour *voir* quels sont les objets discutés les plus importants, par leur fréquence, et donc centraux dans les échanges. Les outils utilisés sont les univers de référence et les scénarios construits à cet effet. L'Annexe AJ illustre les 15 premiers UDR2 ; l'Annexe AF à l'Annexe AI les scénarios construits avec Tropes ; l'Annexe AK les 5 premières classes sémantico-thématiques par focus group.

Sur l'analyse globale, les **femmes** (10,08% des UDR2 référencés), puis les **hommes** (8,07%) et **gens** (4,12%) sont les univers de référence 2 (UDR2) les plus mobilisés. **Cumulés, ils représentent près du quart (22,27%) des UDR2 discutés.** Ce sont donc ces objets, ces trois groupes d'individus, qui sont centraux. Nous ne tenons pas compte pour le moment de l'UDR2 télévision (4,39%), lequel relève de manière idiosyncrasique du focus group 2 (FG2) et des dispositifs discutés en point 4., page 374. Cette importance sémantique trouve son écho dans notre analyse sémantico-thématique, plus compréhensive, puisque les femmes, les gens et les hommes y apparaissent dans les 7 premières classes, à côté des cognitions et émotion, attitude et comportement, les marqueurs dans les dispositifs puis les dispositifs et les violences faites aux femmes. Le trio femmes, hommes et gens qui apparaissent dans les premières classes vient même renforcer leur importance, puisqu'elles sont composées de lemmes retréints (ex. la classe « femme » comprend seulement deux lemmes : femme et fille quand la première classe en comprend plus d'une centaine).

Nous commencerons notre développement par les hommes : **s'ils ne sont pas les premiers à la table des discussions, leur présence significative invite à penser qu'ils sont rendus visibles** à travers les objets violences faites aux femmes et dispositifs, et certainement grâce à ces derniers.

2.1 Les « hommes » dans les discours

2.1.1 Les hommes mis en scène dans les discours en réception : possible effet positif lié à leurs inclusions dans les dispositifs

La part importante des hommes comme objet discuté dans l'analyse globale (2^e UDR2 représentant 8,07% des UDR2 ; 7^e classe sémantico-thématique, 5,67% des classes) est un indice plutôt positif quant à l'inclusion des hommes dans les discours plus larges sur les femmes, les gens, les dispositifs, les violences. Il aurait été intéressant d'avoir une étude de la réception comparable à la nôtre, de dispositifs contre les violences faites aux femmes n'incluant pas les hommes et les auteurs de violence, pour évaluer le poids de la mise en scène des hommes comparativement.

En revanche, nous savons que les hommes sont souvent absents des campagnes de sensibilisation (champ, cible). La lutte en général s'oriente, en premier lieu, vers les

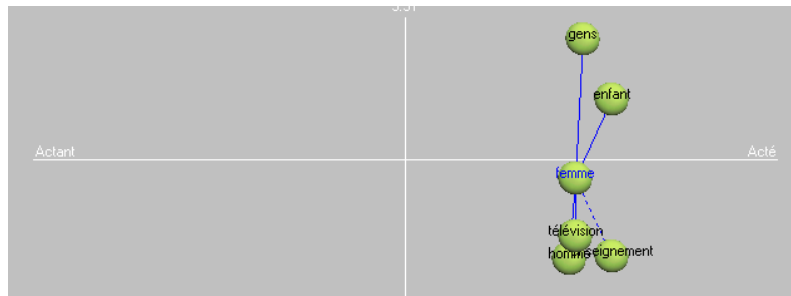
femmes (libérer la parole, ne pas rester seule, ne pas se sentir coupable en cas d'agression etc.) et les témoins, ce qui constitue un levier de sortie des situations de violences et de capacité d'agir des femmes. Ainsi, le fait que les récepteur·trice·s discutent largement des hommes est un phénomène langagier de premier ordre. Ce référent-noyaux (qui pose la question, rappelons-le, de quoi parle les sujets : des hommes dans une mesure significative) reflète, révèle, que les hommes sont présents dans les discours, répondant ainsi à la persuasion intentionnelle de les inscrire dans le cadre et dans les discours. Nous notons, et cela est significatif, que les femmes demeurent les premiers sujets discutés : le fait que les hommes entrent dans le champ de la caméra ou la case de la BD, puis du discours des récepteur·trice·s n'invisibilise pas les femmes. Seulement, évoquer les hommes reflète le changement de point de vue puisqu'ils sont habituellement les absents dans les représentations des violences. Il nous reste à déterminer comment les hommes, objet discuté, sont investis, ou autrement dit, comment ils (les hommes) s'inscrivent dans le discours.

Cette présence des hommes dans les discours est commune au trois focus groups : ils arrivent en tête des UDR2 du FG1, en 3^e position du FG2 et en 2^e position du FG3.

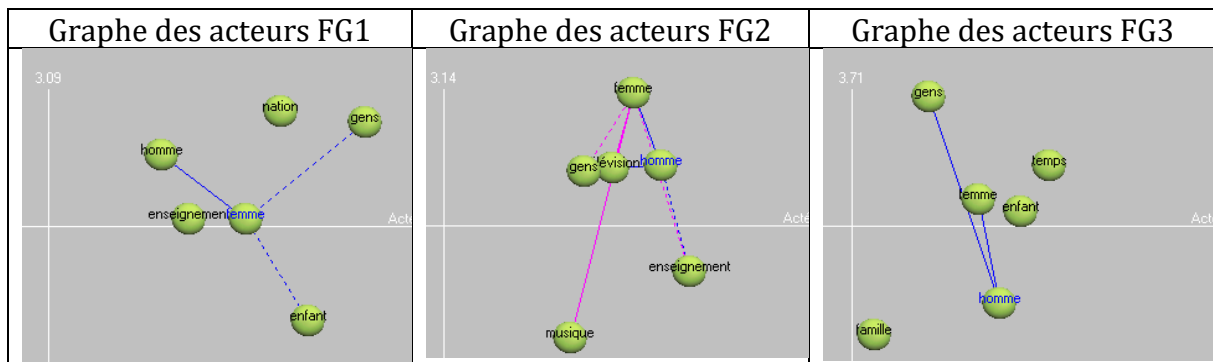
Nous avons aussi, dans nos analyses, les hommes qui apparaissent en différents lieux : d'une part en tant qu'UDR2 nous l'avons vu, mais aussi dans l'analyse thématique (4,02% des assertions) en lien avec le sexisme et leurs comportements ; et à travers les jeunes (2,47% des assertions). Quant aux hommes auteurs de violences, ils apparaissent dans l'analyse sémantico-thématique de manière peu significative (21 occurrences) mais finalement plus que les lemmes liés aux victimes (11 occurrences). C'est davantage les auteurs de violence à travers les dispositifs qui sont mobilisés, par exemple à travers les animaux et animalités (40 occurrences). Par ailleurs, par effets du DDG, les comportements de violences qui seront discutés (mais pas uniquement les comportements, les dimensions plus collectives aussi) le sont à travers des personnages inversés : les hommes victimes et les femmes agresseuses.

2.1.2 Les hommes : leurs relations avec « femmes » dans les discours

Les hommes sont, sur l'analyse globale, un objet discuté qui entretient de nombreuses relations avec de nombreux autres objets, comme l'illustre le graphe des acteurs. Les hommes s'invitent à la table de discussion, principalement avec les femmes (48 relations) (Annexe AL). Ils sont, comme les autres grandes références, principalement actés (situés après le verbe). De manière comparative, les hommes sont en relation avec d'autres références de manière non concentrée dans le focus group 3, quand les autres focus groups concentrent les hommes avec moins d'autres univers. Cela signifie que dans le focus group 3, il est davantage question des hommes dans différents contextes que dans les focus groups 1 et 2.

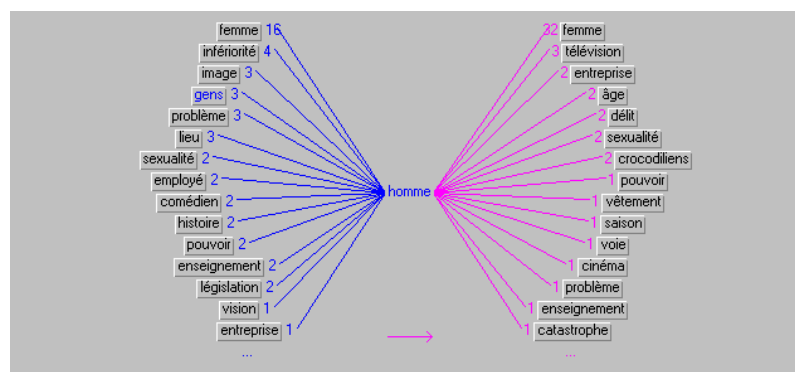


Graphique des acteurs 2 : Principaux UDR2, dont « femme » et « homme » représentés à travers la « concentration de relations entre les principaux acteurs [permettant] une comparaison visuelle du poids des relations entre les principales références »²⁸⁴.



Graphique des acteurs 3 : Principaux UDR2 dont « homme » représentés à travers la « concentration de relations entre les principaux acteurs [permettant] une comparaison visuelle du poids des relations entre les principales références »²⁸⁵

Sur l'analyse globale, on voit ainsi que malgré sa non concentration relative, l'UDR2 des hommes est majoritairement en lien avec les femmes. Les autres données sont peu significatives, bien qu'elles évoquent des questions liées à l'infériorité (4), au problème (4) ou à la sexualité (4).



Graphique étoilé 4 : autour de l'UDR2 « homme »

Nous voyons ici que d'une part, les hommes sont évoqués très souvent en lien avec femmes, souvent dans les relations portant sur l'égalité « femmes-hommes ». Ce point est posé. En revanche, nous avons peu d'informations sur le contexte discursif de ces relations. Un autre outil nous permet plus précisément d'instiguer ces apparitions. Il ne

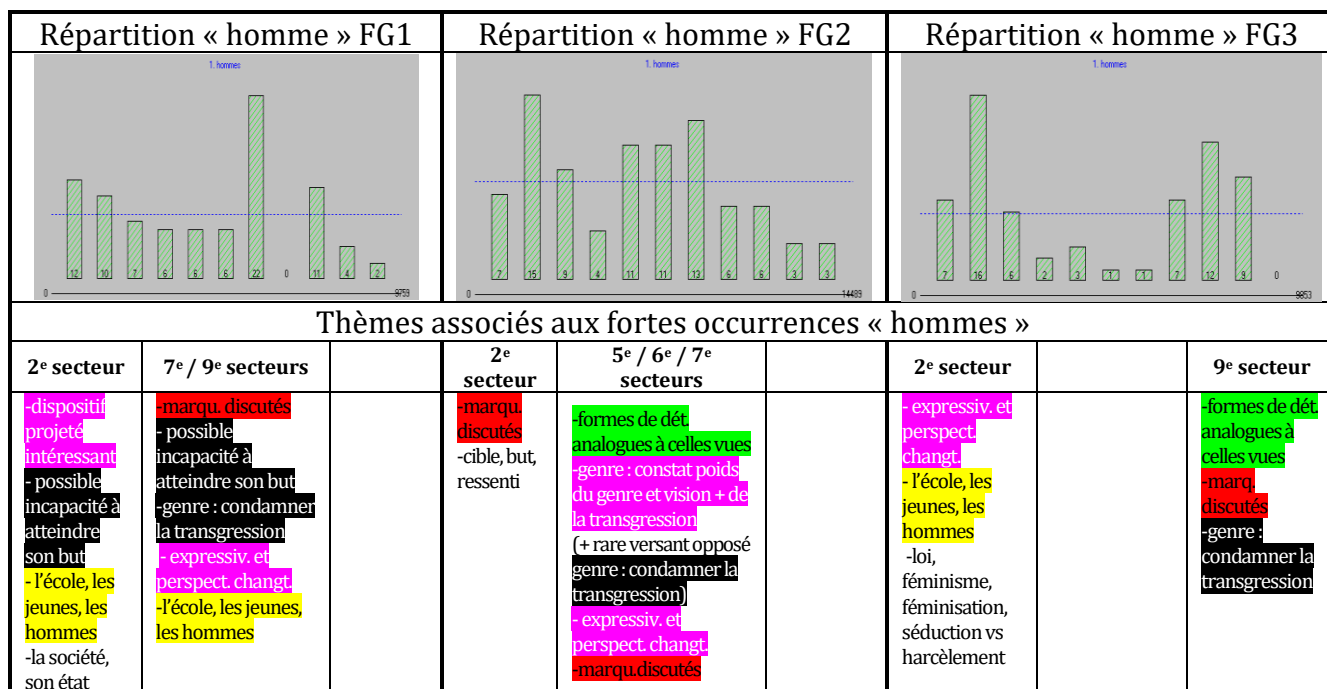
²⁸⁴ Explication sur le logiciel Tropes.

²⁸⁵ Explication sur le logiciel Tropes.

s'agit plus des occurrences²⁸⁶, mais l'apparition des références dans les discours, dans leurs chronologies.

2.1.3 Les hommes, leurs « apparitions » dans deux thèmes : un en faveur du message, l'autre en résistance à l'influence

Nous avons donc mobilisé l'outil des graphes d'apparition, pour l'UDR2 homme, et couplé les « pics » d'apparition à notre analyse thématique, pour comprendre les contextes et propos relatifs aux hommes. L'Annexe AM à l'Annexe AT détaillent notre analyse thématique.



Graphe de répartition 1 : apparition de la classe « hommes » du scénario 3, dans les FG1, FG2 et FG3. Surlignés en jaune, en rouge et vert : thèmes identiques et récurrents (par couleur) ; surlignés en rose : thèmes dont les opinions sont orientées pro-message ; surlignés en noir : thèmes orientés à l'inverse des intentions ou buts des dispositifs de DDG.

²⁸⁶ Les chercheurs ayant développé l'analyse expliquent : « si ces deux figures [graphe par aire ou étoilé] ont l'avantage de proposer une vue globale du texte, elles présentent toute fois l'inconvénient de favoriser la fréquence d'occurrence et ne pas prendre en compte l'évolution du discours. En effet, il serait faux de penser que la faible occurrence d'une référence est signe de son peu d'importance quant au sens d'un discours. Il se peut qu'un thème secondaire, arrivant dans une partie très localisée du texte, « lâché » inconsciemment par le narrateur, ou sciemment retenu par un effet de style, soit au cœur du discours ». D'où l'intérêt pour les autres formes graphique de présenter l'apparition des références, « en dehors des propositions » mais relative à la « chronologie d'apparition d'une variable ». (Ghiglione et al., 1998, p. 81),

Ces figures de répartition illustrent l'apparition²⁸⁷ de la référence « hommes » au cours du focus group 1, 2 et 3 (tout enquêté·e). Il est dès lors évident d'aborder l'apparition de la référence en le faisant sur chaque focus group indépendamment, puisque l'on questionne l'apparition de la référence dans la chronologie des échanges.

Ainsi, le graphe de répartition 1 permet de visualiser et de comprendre que :

- les hommes sont mobilisés dans les discours principalement à travers les dispositifs : ce sont donc les hommes à travers les personnages dans les dispositifs, à travers les marqueurs filmiques ou BDistes, principalement dans le dispositif projeté, mais aussi d'autres analogues.

- les hommes sont aussi évoqués dans la « vraie vie », en tant que cible du dispositif, en tant qu'individus et de leurs places dans la société.

- les hommes sont évoqués autant de fois dans des thèmes à opinion favorable (en rose) et défavorable (en noir), soit allant dans le sens (versus à l'inverse) des intentions et buts des messages.

- les thèmes à opinions défavorables sont plus concentrés que ceux favorables. Il s'agit de deux thèmes : possible incapacité du dispositif à atteindre son but, celui de sensibiliser les hommes (exclusivement FG1 portant sur Majorité Opprimée) et condamner la transgression du genre (FG1, 2 et 3). C'est donc la condamnation de la transgression qui suscite le plus un lieu de résistance quant à la représentation des hommes dans le DDG, et dans la lutte contre les violences. Mais les personnages hommes ne sont pas les seuls à être visés par cette condamnation de la transgression. Les femmes également. Une précision quant au thème sur la possible incapacité du dispositif à atteindre son but, permis par l'analyse de la dynamique de groupe : il s'agit d'une opinion introduite par une réceptrice influente sur son groupe de discussion (FG1), Monique. Sa participation importante aux échanges et ses développements, ainsi que l'attention des autres portés à son discours assertif, a eu une influence sur le poids de ce thème et l'inflexion des opinions des autres participants. Ce qui n'empêche que ces derniers ont pu lui opposer des opinions inverses, à l'instar de celle d'un dispositif intéressant.

- les thèmes à opinions favorables sont plus nombreux que ceux défavorables. Il s'agit de trois thèmes : dispositif projeté intéressant (exclusivement FG1) ; expressivité et perspective de changement (FG1, 2 et 3) ; genre : constat du poids du genre et vision positive de la transgression (exclusivement FG2). C'est donc les expressivités et perspectives de changements positives sur les droits et contre les violences envers les femmes qui suscitent un lieu d'ouverture positif et d'inclusion des hommes dans les discours. A travers ce thème, ce sont à la fois des histoires narrées d'inégalités et de

²⁸⁷ « Tropes divise le corpus en secteurs contenant un même nombre de mots, et répartis du début à la fin du texte, puis calcule la fréquence d'apparition de la variable choisie à l'intérieure de ces secteurs. (...) La hauteur des barres est proportionnelle au nombre de mots équivalents [à « hommes »] qu'elles contiennent. (...) La ligne pointillée indique la taille moyenne des barres de l'histogramme» (Ghiglione et al., 1998, p. 81-82).

discrimination et violences qui sont dénoncées. Les hommes sont ainsi envisagés précisément lorsque ce sont les auteurs de violence. Il en est de même avec la réutilisation d'item de forme du DDG pour les appliquer. Les autres sous-thèmes vont dans un sens favorable à l'égalité et la lutte ! les solutions de réduction de la violence, notamment genrée, souhait d'aller vers plus d'égalité et des revendications en tant que femmes. Ainsi, ici aussi, il ne sera pas question uniquement des hommes, mais aussi des femmes.

Nous trouvons donc ici deux leviers à l'influence des dispositifs, de manière transversale, l'un de résistance en condamnant les transgressions de genre, l'un en faveur, allant dans le sens positif des objectifs et significations du DDG : les expressivités et perspectives de changement en faveur des droits des femmes et contre les violences. Il s'agit de narrer des histoires d'inégalité, violences et discrimination et d'envisager, de manière positive, les changements, principalement à travers la prévention, les méta regards portés sur les discussions, les souhaits de plus d'égalités et les revendications des femmes.

La chronologie nous apprend quant à elle que lorsque les hommes sont discutés, les opinions opposées se confrontent de manière concomitante, et souvent en début et milieu (FG1 et FG2). Seul le FG3 semble renverser l'influence positive en terminant sur une touche négative : la condamnation de la transgression. Mais c'est aussi un moment d'échange où les interactions sont touchées par l'humour et l'ironie.

- « *Je me suis demandé tout le long si un homme [à la place d'un crocodile] allait apparaître, et non ! Bah je me suis dit, mais mince, il n'y en a pas sur cette planète ?!* [ironie] » Audrey, FG3.

- « *Il y en avait à la fin dans la deuxième partie. Un seul.* » Manon répond à Audrey, FG3.

- « *Je l'ai loupé ! Ah merde !* » Audrey, FG3.

- « *Il y en a un, c'est un mutant (...). C'est un crocodile génétiquement modifié.* [humour] » Bernard participe à cet échange, FG3.

Puis, deux autres personnes ajoutent qu'elles se sont senties « *embarrassées* ». Puis une autre précise, condamnant la transgression :

- « *On [les hommes] n'était que des crocos quoi ! (...). C'est le fait qu'il y ait, voilà, que des connards quoi finalement.* » Claude, FG3.

2.1.4 Les hommes envisagés à travers le sexisme et leurs comportements et les auteurs à travers les dispositifs et des histoires expérientielles

Les hommes sont envisagés, qualitativement par l'analyse thématique, à travers le sexisme et les comportements masculins (4,02% des assertions totales). Les discussions portant sur eux sont de manière décroissante dans le FG1, puis le FG2 et le FG3.

La caractéristique transversale aux trois focus groups repose sur l'idée que les hommes exercent un pouvoir historique, un droit dominant sur les femmes (représentant 1% des assertions totales). Sur les hommes, les FG1 et FG2 sont plus étendus dans les caractéristiques qui leur sont attribués, comme la position que les hommes n'ont pas conscience de ce que les femmes peuvent vivre, ils ne s'en rendent pas compte, ce qui tend à une attitude plutôt pro-message. Un autre élément de discours de ces deux focus group pose que les hommes sont attaqués, mais ils ne sont pas tous « comme ça ».

Sur l'analyse globale, un autre élément transversal émerge, lié à l'éducation et aux inégalités femmes-hommes : des questions posées à la responsabilité et au rôle de l'école dans l'éducation à l'égalité et l'affirmation de la responsabilité des parents quant à l'éducation à l'égalité (2,99% des assertions totales)

Ensuite, lorsqu'il est question des « jeunes », il est souvent fait référence aux garçons, aux jeunes hommes, en lien avec leur comportement et la violence (2,47% des assertions totales).

Les hommes et les jeunes, sans qu'ils soient nommés auteurs de violence, y font référence, partiellement. Sémantiquement, les auteurs de violence représentent peu d'occurrences (21), et les victimes, en tant que lemme, encore moins (11). Il nous semble judicieux donc de pointer que, lorsqu'il est question des auteurs et des victimes, il en est fait mention non pas par ce rôle dans l'interaction, mais en parlant d'(des) hommes et de(s) femmes. Mais les auteurs de violence peuvent aussi revêtir d'autres noms, et notamment avec les animaux et animalités (40 occurrences) dans les FG2 et FG3. Nous verrons ces éléments dans les marqueurs des dispositifs (voir point 4.1 page 374), ainsi que, par effets du DDG, les comportements de violences qui seront discutés (mais pas uniquement les comportements, les dimensions plus collectives aussi) le sont à travers des personnages inversés : les hommes victimes et les femmes agresseuses.

Parmi les histoires narrées d'inégalité, de discrimination et de violence (3,10% des assertions totales), une partie vient donner de la visibilité aux actes et auteurs de violence (2,36% des assertions totales). Parmi elles, et de manière transversale aux entretiens, les discussions ont porté sur un savoir expérientiel d'histoires vécues de violences, discriminations, inégalités, dans la vie de certaines participantes (1,32% des assertions totales).

2.2 Les « femmes » dans les discours

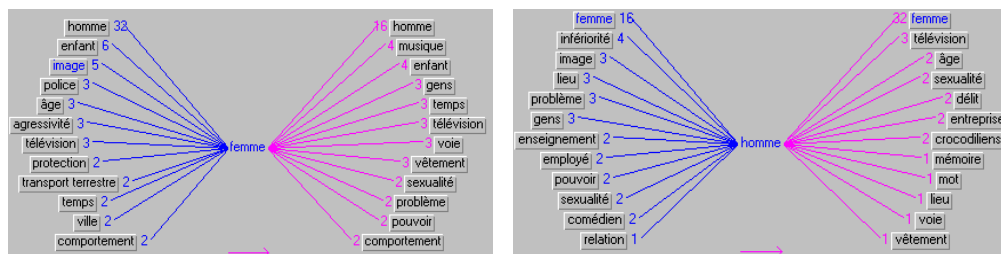
2.2.1 Les femmes, centrales dans les discours et surtout en relation avec les hommes

Les femmes sont le premier UDR2 (280) discuté, elles sont centrales dans les discours en réception. Elles sont aussi très significatives dans l'analyse sémantico-thématique, puisqu'elles représentent la 4^e classe avec un seul lemme, quand les autres classes en recensent plus d'une centaine.

Sur l'analyse globale, les femmes sont mobilisées de manière moins fragmentée que les hommes dans les discours (voir graphe des acteurs 2 page 356) : bien qu'elles entretiennent de nombreuses relations avec d'autres UDR2, ces relations sont plus concentrées. Cette donnée se vérifie sur les FG2 et FG3, où les femmes ont moins de co-occurrences diversifiées que les hommes, mais est inverse dans le FG1 : les femmes se discutent dans plus de référence à d'autres UDR2.

Les relations avec femmes sont majoritairement avec hommes (48), puis avec enfants (10) désignant les « filles ». Les autres relations sont mineures.

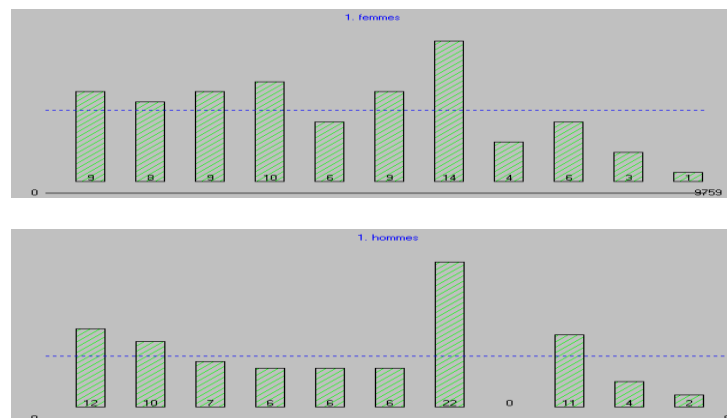
Nous constatons cependant que les univers sémantiques qui entourent les femmes et les hommes sont différents. Les champs sémantiques autour de « femmes » sont les hommes, enfant, télévision (clip « C.L.I.T. »), image et police, quand autour des « hommes » se situent les femmes, infériorité, sexualité, image et problème.



Graphe étoilé 5 : autour de la classe « femme » (à gauche) et de la classe « homme » (à droite) du scénario 3

2.2.2 Les femmes, leurs « apparitions » avec les hommes ou par jeux de basculement entre ces deux UDR2

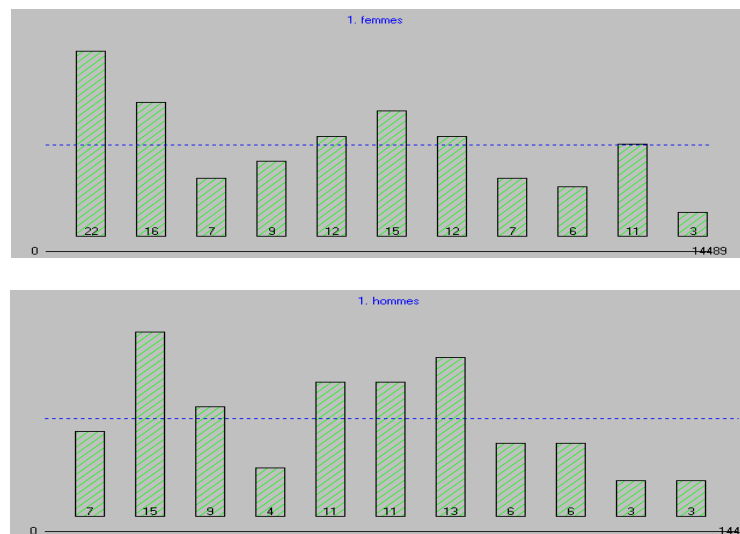
Dans la perspective de visualiser s'il est question des femmes et des hommes simultanément dans le déroulé des discussions (ce qui semble le cas puisqu'ils sont co-occurents), nous mettons en parallèle les graphes d'apparition de « femmes » et « hommes ». Le résultat évoque trois cas différents selon chaque FG : une apparition forte simultanée ; deux basculements : l'un de femmes à homme nuancé, l'autre d'hommes à femme très marqué.



Graphe de répartition 2 : apparition de la classe « femmes » (en haut) et de la classe « homme » (en bas) du scénario 3, dans le FG1.

Pour le FG1, nous nous intéressons au 7^e secteur, qui illustre deux « pics » d'apparition de femmes et hommes. Plusieurs thèmes illustrent ce secteur (correspondant environ à 3,5 pages de retranscription) : la possible incapacité du dispositif à atteindre son but (celui de s'adresser aux hommes) sur la base des marqueurs du film, puis de condamner la transgression, responsabilité, culpabilité des femmes et de réassignation du genre et autres biais de particularisme (localité) coupée par le grand thème portant sur les jeunes et l'éducation. Il s'agit donc d'un passage entre film et vie « réelle » et d'un passage entre « la faute des femmes », le « particularisme local » versus « la faute à l'éducation ». Nous analysons aussi que les hommes sont, dans cette section, lié à l'idée de sa perception et de son jeu (« vision » « position » « norme » « stéréotype ») et que cette inversion, il est une « femme », perçu comme tel, et frein à l'influence (inférences faites sur un public hommes depuis le personnage homme de Pierre du film).

Pour le FG2, nous nous intéressons aux deux premières sections, car elles illustrent à la fois une forte présence des références « femmes » et « hommes » (la ligne pointillée indique la moyenne des barres et donc de l'apparition des occurrences dans les secteurs) et à la fois un basculement de « femmes » à « hommes », même si la barre d'occurrence des « femmes » reste au-dessus de la moyenne observée.



Graphe de répartition 3 : apparition de la classe « femme » (en haut) et de la classe « homme » (en bas) du scénario 3, dans le FG2.

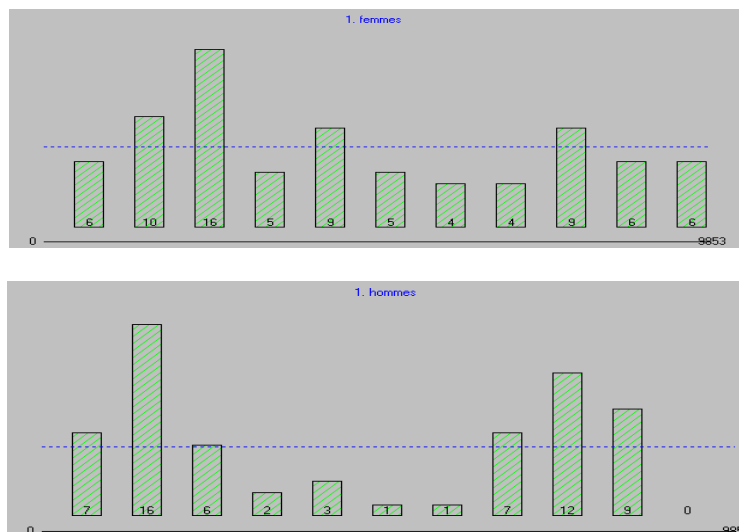
Les secteurs 1 et 2 évoquent tous les deux les cibles, buts et ressentis face au dispositif « C.L.I.T. » et ses marqueurs : les personnages. Le premier secteur inscrit aussi le thème dispositif intéressant.

Les femmes, majoritaires dans le premier secteur, sont discutées comme « sujet » du clip, les « femmes violées », le clip qui va dans le sens de « la protection de la femme », avant de basculer vers les personnages femmes du clip projeté et d'autres, l'image de la « femme objet », les « femmes » dans le monde, les « femmes » selon Orelsan et son clip « Pute » et selon les rappeurs, et la perception en tant que femme qui reçoit le message. Les hommes, majoritaires dans le second secteur, mais où les femmes apparaissent aussi,

sont alors exprimés à travers le fait qu'il soit « scandaleux de penser que les femmes sont responsables » en cas d'agression ou que les hommes aient du mal à « refréner leur désir » (en lien avec les phrases à la fin du clip). Les discours poursuivent : il n'y a pas de « combat » entre les femmes et les hommes, les désirs des femmes qui sont « similaires » à ceux des hommes, que les hommes doivent maîtriser leurs désirs et pulsions. Est évoquée aussi l'inversion du clip pour que « ça corresponde à un homme », que les personnages femmes étaient aussi « vulgaires que les hommes », que les hommes « ne le prendraient pas bien » si les femmes étaient aussi vulgaires qu'eux à leur rencontre, le fait qu'Orelsan soit un « homme » et qu'il ait pu être diffusé (avec des musiques du genre présentées), le rapport de « force » qu'exercent les hommes et le fait qu'il est choquant d'entendre ces paroles, du côté des femmes et des hommes, car elles sont vulgaires.

Ces deux sections permettent donc de souligner que la bascule prend ainsi les femmes comme message premier du clip et des violences auxquelles elles font face, partant du dispositif et faisant des allers-retours avec les réalités sociales. Puis, le regard -l'objet de discussion-bascule vers les hommes, à travers le regard des autres, puisqu'il s'agit de reprendre l'étude citée à la fin du clip. Partant ici aussi du clip, la discussion en vient à un discours pro-message sur les réalités sociales, avant de revenir aux personnages. La tendance discursive semble correspondre aux intentions visées par les créatifs.

Pour le FG3, un basculement inverse au FG2 se produit, également en début d'entretien, mais de « hommes » à « femmes », sur les secteurs 2 et 3.



Graphe de répartition 4 : apparition de la classe « femme » (en haut) et de la classe « homme » (en bas) du scénario 3, dans le FG3.

Les secteurs 2 et 3 connaissent un basculement de thèmes discutés. Le secteur 2 autour des hommes correspond au thème école, jeunes et hommes majoritairement. Alors que le choix des hommes crocodiles est critiqué, la référence homme est utilisée pour parler de la prostitution et de la relation hommes-femmes « détester les hommes » parce qu'ils sont clients, essayer de comprendre comment se crée la différence entre hommes-femmes, la « construction » des hommes, leur éducation, les hommes qui dirigent (l'entreprise) de

manière exclusive, se retrouver face à plusieurs hommes et ne pas faire le poids. Ces discours sont conduits par une seule réceptrice, Audrey.

Puis, en secteur 3, qui connaît un pic de la référence femmes (16) correspond à de nombreux thèmes : la loi, le féminisme, la féminisation, la séduction vs harcèlement, la vision positive et négative des facteurs de changement, puis dans une moindre mesure, celles des expressivités et perspectives de changements, les cas d'autres pays (plus égalitaires) mais aussi le fait de condamner le genre, la transgression et le biais de particularisme. La référence femmes est mobilisée pour parler de la nouvelle loi contre le harcèlement, et le fait qu'il ne puisse pas y avoir « un gendarme » derrière chaque femme, le fait qu'elle ne soit pas crue lorsqu'elle va porter plainte au commissariat, une vision négative de l'écriture inclusive qui n'est pas « faire le jeu de la femme que de faire ça », et son opposé « ça n'apporte pas grand-chose mais » c'est une « question de société et de la place de femme », l'image et la place des « femmes » dans les pays du Nord de l'Europe, plus « égale », la progression des femmes dans le secteur de l'inspection à l'éducation nationale en France, et enfin le fait que les femmes n'aient « rien à envier aux hommes » car à même fonction (professionnelle), les deux exercent leur pouvoir.

Ainsi, ces deux sections se trouvent être différentes en tout point : thématique, univers de référence. Nous pensons qu'ici, c'est la première réceptrice qui énonce un objet de discussion réflexif et réfléchi sur ce qui pose question quant à la construction d'être homme, des représentations, etc. puis pléthore de sujets de discussion, indirectement opposés à la position première, mais aussi de modèles positifs extérieurs, viennent y répondre sans y apporter davantage de matière réflexive.

2.3 Les « gens » catégorie hétérogène désignant principalement la représentation d'une pensée commune et groupes sociaux par âge

Les gens dans les discours demeurent un objet hétérogène. Ils représentent le 3^e UDR2 (après télévision, qui est propre au focus group 2) et 123 occurrences. Regroupé en classe sémantico-thématique, ils constituent la 4^e classe et 279 occurrences.

Les gens en tant qu'UDR2 se compose de quatre types de lemmes : « personne » (54), « tout le monde » (27), « gens » (24) et quelqu'un (6). « Personne » peut ainsi désigner : les personnages des dispositifs, personne au sens d'aucune personne, les féministes, celles qui sont médiatisées et critiquées en tant que trop « radicales » (focus group 1), les personnes en général, la victime de violence, l'agresseur.

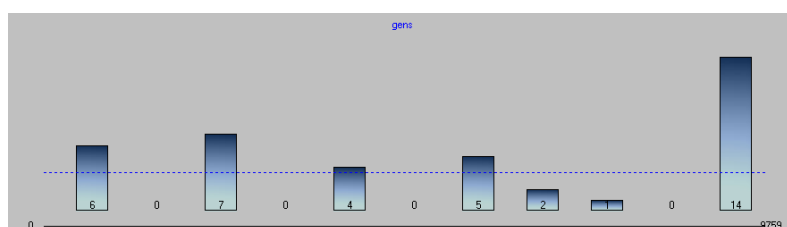
« Tout le monde » désigne une entité généralisante, comme par exemple « c'est pareil pour tout le monde ; tout le monde le fait ; tout le monde devrait avoir conscience ».

« Gens » désigne, comme tout le monde, une pensée commune, mais aussi les autres différents de soi, en particulier dans le rejet de la différence, et parfois pour nuancer « il y a des gens qui... ».

Les gens désignent ainsi majoritairement la représentation que se font les récepteur·trice·s de la pensée commune sur l'objet des violences faites aux femmes.

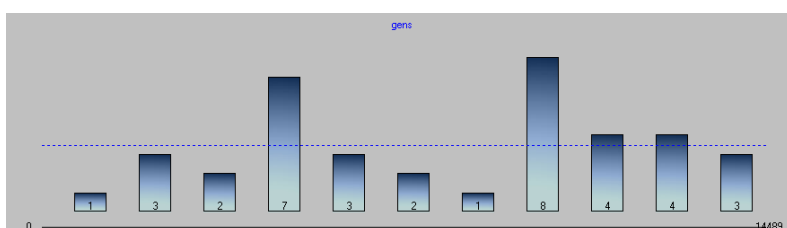
Enfin, par les transformations et la construction d'un scénario compréhensif des discours (Annexe N, Annexe AF et AI), nous voyons que les « gens » sont aussi envisagés comme groupes sociaux, dont le facteur de segmentation premier est celui de l'âge, puisqu'il s'agit de parler aussi des enfants (66 occurrences), de l'âge, des adultes, de la jeunesse (25), des jeunes gens et des ados (44) ou encore de la génération (20).

Dans le FG1, les gens connaissent un « pic » d'apparition en toute fin d'entretien (section 11) quand il est question, dans la vraie vie, de témoins de situation de violence, et de leur non-action. Après la critique, ce sont les raisons cette non-action qui sont évoqués : perception de la dangerosité de la situation pour soi, en intervenant, ou le fait d'être plusieurs pour agir, et l'inverse, être seul et ne pas agir. C'est en fin d'entretien que sont discutés ces éléments, comme problème dans la problématique des violences.



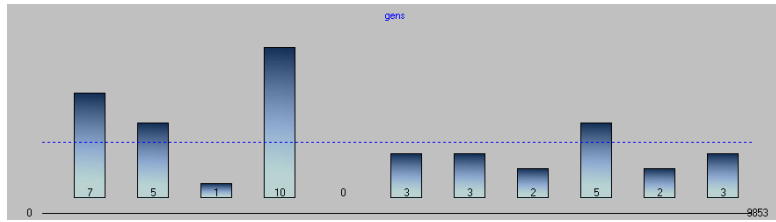
Graphe de répartition 5 : UDR2 « gens » dans le FG1

Dans le FG2, les gens apparaissent peu en milieu d'entretien, mais de manière condensée en début-milieu (section 4), puis relativement à la fin (sections 8). Il s'agit en premier d'une critique : le manque de respect des gens, compris ici comme les auteurs de violences. Dans la section 8, c'est principalement un personnage d'un clip analogue contre le racisme qui est discuté.



Graphe de répartition 6 : UDR2 « gens » dans le FG2

Enfin, dans le FG3, c'est en début d'entretien que les gens sont le plus évoqués. Les deux premières sections sont hétérogènes : les gens désignent une personne dont le consentement n'est pas évident à définir, des gens violents, en particulier les jeunes, la personne victime de violences dans la cadre conjugal les personnages crocodiles, les personnes prostituées auxquelles fait référence une réceptrice, un public qu'elle a accompagné dans le cadre de son travail. La section 4 qui évoque les gens les désignent ici comme « tout le monde » et l'accès à la violence en ligne.

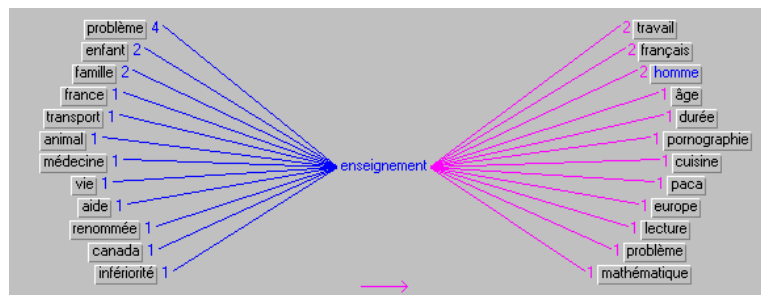


Graphique de répartition 7 : UDR2 « gens » dans le FG3

2.4 « Enseignement » comme 4^e grande référence commune

2.4.1 L'éducation, l'école et les parents, éduquer au respect et à l'égalité

La quatrième grande référence transversale porte sur l'enseignement (4^e UDR2), qui se retrouve de manière significative dans chaque focus group : FG1 (33 occurrences ; 4^e position des UDR2) ; FG2 (20 occurrences ; 9^e position des UDR2) ; FG3 (36 occurrences ; 4^e position des UDR2) (Annexe AJ). C'est aussi un élément significatif de l'analyse sémantico-thématique (Annexe AI), qui porte sur les cognitions, émotions, attitudes et comportements.



Graphique étoilé 6 : autour de l'UDR2 « enseignement »

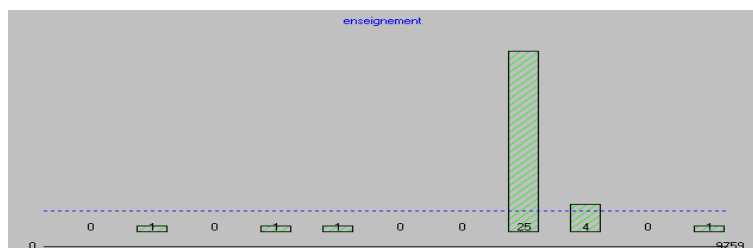
Contrairement à discours qui aurait lié enseignement à construction du genre, du masculin, du féminin, ce qui aurait signifié un effet positif dans le sens de la déconstruction du genre visé par les dispositifs, l'enseignement fait ici surtout écho à l'éducation et à l'école. Cependant non seulement ces dimensions sont souvent associées au respect, mais de plus l'éducation (26 occurrences), d'une manière générale vient inscrire le problème des violences liées à un problème d'éducation, et non à une justification essentialiste des comportements violents.

Bien que cette donnée semble indiquer un soupçon de perception du genre comme construit social, les discussions ne portent pas le sujet du genre à cet état ou stade de réflexion. Par ailleurs, des thèmes illustrent des lieux de résistance au genre comme construit et ouvert, tels que les réticences relatives envers la loi, le féminisme, la féminisation de la langue, les conceptions de la séduction et du harcèlement, par exemple.

L'éducation est aussi analysée thématiquement, où de manière transversale, nous trouvons dans les entretiens la responsabilité de l'école (1,55% des assertions totales) et des parents (0,86%) dans l'éducation au respect et à l'égalité femmes-hommes.

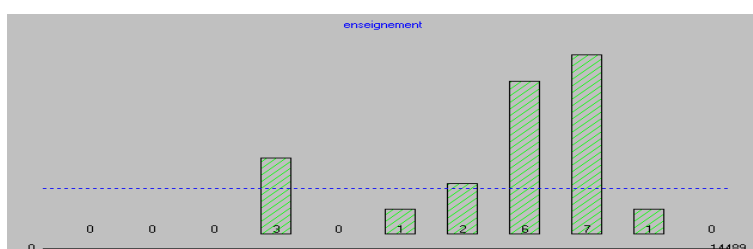
2.4.2 Les apparitions de l' « enseignement »

Ce qui retient ici notre attention est l'apparition de la référence « enseignement » dans la chronologie des échanges. Les questions liées à l'enseignement apparaissent le plus en fin de chaque focus group : dans le FG1, le secteur 8 (sur 11) concentre quasi exclusivement toutes les apparitions de la référence « enseignement » (28/33) ; dans le FG2, les secteurs 8 et 9 (sur 11) concentrent la grande majorité de la référence « enseignement » (13/20) ; dans le focus group 3, les secteurs 10 et 11 (sur 11) concentrent un tiers de la référence « enseignement » (12/36), l'UDR2 apparaissant aussi fortement en début de discussion (secteurs 2 et 3 cumulant 17 occurrences).



Graphique de répartition 8 : UDR2 « enseignement », dans le FG1

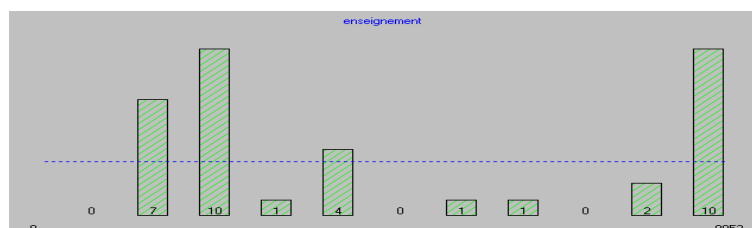
Dans le focus group 1, où la concentration est très forte, l'UDR2 « enseignement » est introduit par Ahmed, ayant par ailleurs des attitudes éludant la dimension genrée du message. Il s'agit ici de porter l'éducation -et le manque d'éducation comme facteur de manque de respect. Comparant les systèmes éducatifs des Pays-Bas et de la France, il pointe l'importance de faire du lien entre parents et école, Julie développe que cette dimension existe dans certaines écoles françaises. Vient ensuite, par l'initiative d'Ahmed toujours, le fait que « s'ils » (les hommes, les jeunes, les jeunes hommes) avaient une éducation, une formation, un travail, « ils ne seraient pas là pour embêter l'autre ». Ensuite, il s'agit bien de l'école comme lieu d'apprentissage au respect qui est évoqué, puis discuté, puisque certain·e·s y opposent la responsabilité de l'éducation des parents.



Graphique de répartition 9 : UDR2 « enseignement », dans le FG2

Dans le focus group 2, la concentration toujours importante de l'UDR2 enseignement apparaît avec, à l'instar de la recherche d'une source, une origine du problème (du manque de respect pour le FG1) d'une éducation à la sexualité biaisée et construite sur des représentations de type « pornographiques ». Encore une fois, l'école et les parents sont évoqués quant à la responsabilité à éduquer à la sexualité (sans qu'ils soient opposés mais pouvant être alterné : si ce n'est pas l'un, l'autre doit). Or, le jugement porte sur l'inaction des parents et l'absence à l'école d'éducation sexuelle. L'opposition naît par une opposition sur l'origine : tout ne tient pas à l'éducation, cela pourrait être « ancré chez

tous les hommes », pour rebondir vers l'idée de l'éducation dès le petit âge des enfants, avant d'aborder un système punitif.



Graphique de répartition 10 : UDR2 « enseignement », dans le FG3

Dans le FG3, la concentration en fin de discussion est moindre (un tiers) car l'UDR2 enseignement apparaît aussi en début d'entretien. Sur les deux derniers secteurs, l'objet est introduit par Brigitte, par ailleurs paradoxale dans ses positions (contre une rigidification des relations femmes-hommes, une « pruderie » mais témoignant elle-même d'avoir été victime de violences conjugales) sous une forme injonctive (il faut) de l'éducation au respect des filles (filles plutôt que femmes, puisqu'il s'agit de l'école comme lieu et d'éduquer les jeunes dès le collège) et au consentement. La discussion passe ensuite à la réforme avortée de l'ABCD de l'Égalité, et de la manière dont l'une des enquêtée-e-s, Manon, applique en primaire une éducation à l'égalité, et comment l'école est, pour Claude, d'ores et déjà un lieu d'apprentissage et de partage.

Quand le sujet est abordé en début d'entretien, il est introduit par Audrey, par ailleurs éducatrice spécialisée qui a travaillé sur les questions de genre et sur la prostitution. Elle y développe des exemples de supports diffusés dans des écoles (pays du Nord de l'Europe). Elle explique ainsi que femmes et hommes sont construits dans leur éducation, différenciée, mais tous deux construits. Vient ensuite le constat, par Brigitte, que les garçons à l'école ne sont pas respectueux des filles, puis le changement par l'éducation. Bernard évoque qu'il ne faut pas, pour ce changement, des « petites recettes de cuisine comme on le fait maintenant » (écriture inclusive, rejet couleur rose/bleu « c'est débile ») mais « changer les mentalités en profondeur ». Manon y oppose que cela pose la question de la place des femmes et que ce n'est pas inconcevable. Elle continue en exposant le modèle des pays du Nord de l'Europe où l'éducation à l'égalité favorise, dans le milieu professionnel, plus tard, les femmes (cheffe d'entreprise par exemple). Poursuivant, Claude concède l'éducation, mais continue sur « un problème de société » en France, qui se résout par le temps, mais auquel il refuse l'imposition par la loi.

3. Sur les violences et la lutte contre celles-ci

3.1 Les violences significatives, mais moins centrales comparées aux dispositifs et leurs marqueurs

Sur l'analyse globale, les violences, envisagées sous l'UDR2 « agressivité » ne sont pas centrales, du moins, n'apparaissent pas en tête de liste des UDR2 les plus discutés. Agressivité apparaît seulement en 11^e position des UDR2 (1,74% des UDR2) (Annexe AJ).

Sur les focus groups, l'agressivité apparaît significativement dans le FG1 (5^e UDR2 ; 2,58% des UDR2). Elle est renforcée par « entreprise » (6^e UDR2 ; 2,33% des UDR2) puisqu'il s'agit ici de parler de la « société ».

Dans le FG2, l'agressivité n'apparaît qu'en 20^e position des UDR2 (1,11% des UDR2). Celui-ci est largement dominé par les propos sur le dispositif avec télévision (1^{er} UDR2 ; 10,85% des UDR2) et musique (4^e UDR2 ; 5,55% des UDR2), les deux désignant le clip « C.L.I.T. » projeté. Même les femmes (2^e UDR2) désignent en partie les personnages du clip.

Dans le FG3 l'agressivité (13^e position ; 1,78%) est aussi significative, d'autant qu'elle est couplée aux « crocodiliens » (9^e UDR2 ; 2,40% des UDR2), c'est-à-dire aux personnages masculins sexistes et violents dans les dispositifs, parfois transposés aux hommes dans la réalité sociale.

Cette hiérarchie différente trouve son écho mais se nuance dans nos classes sémantico-thématiques, qui envisagent les discours de manière plus compréhensive : les violences faites aux femmes représentent la 6^e grande classe sur l'analyse globale (6,77% des classes). Les violences faites aux femmes sont dans les 4 premières classes des FG1 et FG3 (2^e position avec 7,98% des classes et 4^e position avec 7,05% des classes) mais qu'en 8^e position pour le FG2 (5,60% des classes) (Annexe A). Les proportions des discussions entre focus group des violences sont finalement plus présentes en FG1, puis FG2 et FG3, mais elles ne connaissent pas qu'un écart de deux points d'un point de vue sémantique.

3.2 Les violences : les dimensions collectives discutées plus que les actes violents

A travers les violences faites aux femmes discutées (6^e classe ; 6,77% des classes), plusieurs sous classes désignent que les récepteur·trice·s discutent à la fois des dimensions collectives des violences (90 occurrences, 33% de la classe), des actes violents (28% de la classe), des violences en tant que telles (15% de la classe), d'autres lieux de violence ou d'analogies (10% de la classe). Les auteurs et les victimes (chacune 4% de la classe) sont moins significatifs.

Les dimensions collectives sont le plus marquées à travers la « société », la « domination » et les « mentalités ». Les actes violents sont principalement le « harcèlement » (21), puis les « viols et agressions sexuelles », les « violences physiques » et dans une moindre mesure les « violences psychologiques, verbales, images et représentations ».

Dans notre analyse thématique compréhensive, ce sont aussi les dimensions collectives qui ressortent le plus, avec en particulier : la société, son état sur la violence et l'égalité femmes-hommes (2^e thème ; 9,08% des assertions). Ce thème est transversal aux trois focus groups (41% du thème est discuté dans le FG1 ; 33% dans le FG2 et 25% dans le FG3). Dans ce thème, le sous-thème le plus transversal est celui des femmes qui sont

socialement touchées par les inégalités et les violences ; suivi du manque de respect associé à la violence, et une perte de valeur et de la société avec des problèmes aujourd'hui. Une opposition se dessine, transversale aussi bien que moins étendue : la société était moins sexiste avant *versus* n'était pas moins sexiste avant, au contraire.

La dimension collective est aussi observée à travers les hommes, le sexisme, leur comportement, aussi plus présent dans le FG1 que les deux autres. La question de l'éducation révèle aussi d'une appréciation sur le collectif des violences. Quant aux jeunes et leur comportement, la désignation ne renvoie pas à des cas particuliers, mais au groupe social désigné.

Finalement, les actes violents discutés sont moins significatifs que les dimensions collectives. Dans l'analyse thématique, les cas de violences discutés passent par un thème transversal mais surreprésenté dans le focus group 3 : les histoires narrées d'inégalités, discrimination, violence, dont une partie donne de la visibilité aux actes de violence (2,36% des assertions totales).

3.3 La lutte contre les violences : égalité, prévention et des moyens contemporains évalués négativement, une résistance à l'influence féministe

3.3.1 La prévention pour l'égalité

Nous l'avons vu avec le champ sémantique autour de l'éducation, la question du respect et de l'égalité femmes-hommes passe par l'éducation, dont les lieux d'apprentissage mentionnés sont l'école et les parents.

Par ailleurs, la 8^e classe sémantico-thématique (hors classe « chose, truc ») porte justement sur les actions, choix, changement et capacité d'agir, la lutte, la loi et la justice (221 occurrences, 5,52% des classes). Elle est même en 3^e position dans le FG3 (8,33% des classes), en 7^e position du FG1 (6,52%) et en 11^e position du FG2 (2,58%). Les actions sont hétérogènes (74 occurrences, 33% de la classe) et portent en premier sur les buts des dispositifs, puis sur le pouvoir et prévention. Ensuite, la loi et la justice (70 occurrences, 31% de la classe) sont pointées, puis la question de la lutte à travers l'égalité et le féminisme.

Dans une perspective compréhensive, l'analyse thématique illustre plusieurs éléments de la lutte. Les solutions de réduction de la violence et de la violence genrée (1,72% des thèmes) sont transversales aux entretiens, et il y est question principalement de prévention. Le souhait d'aller vers plus d'égalité (0,92% des thèmes) est aussi transversal. Sont aussi signifiées dans deux focus groups des revendications en tant que femmes (0,80% des thèmes et présence dans les FG2 et FG3).

Par ailleurs, fait intéressant qui laisse penser que le dispositif a une influence sur les discours : de manière transversale, la réutilisation d'items ou de forme (de rhétorique) du

dispositif est mobilisé (en majorité dans le FG3, et dans une moindre mesure dans les FG1 et FG2 ; 1,78% des thèmes).

3.3.2 La loi et le féminisme remis en question

Des sujets liés à la lutte constituent à eux seuls un grand thème : la loi, le féminisme, la féminisation de la langue, l'opposition entre harcèlement et séduction, dans des perspectives positives mais aussi négatives (6,09% des thèmes). Ils sont en très grande majorité discutés par les FG1 et FG3, et peu en FG2 (respectivement : 57% du thème est discuté en FG1, 41% en FG3 et 3% en FG2). Dans une large proportion, ces sujets ne vont pas dans le sens positif de la lutte contre les violences ou pour l'égalité.

Le féminisme est le premier sous-thème (FG1 et FG3 ; 39% du thème) en tant que levier au changement, mais il est discuté davantage de manière négative (27%) (excès de bienséance, rigidifier les relations femmes-hommes, pression excessive), que positive (11%) (analogie et légitimité). Un méta regard nuance : être qualifié de féministe discrédité à tort (8,49%). Très rarement, l'idée que c'est aux femmes de s'emparer du sujet (et elles ne le font pas forcément) est évoqué (3,32%).

Le second sous-thème (discuté en FG1 et FG3) exprime la capacité des lois à changer les « choses » (FG1 et FG3 ; 24,53% du thème) avec une attitude négative dans les discussions parce qu'elles ne permettent pas de changer les « choses » (13%) ou existent mais ne sont pas appliquées (7%) et portant sur les questions de parité en entreprise et de lutte contre le harcèlement. La loi, n'est pas perçue comme une solution conduisant à plus d'égalité et moins de violences selon les enquêté·e·s. En FG1, seul un récepteur affirme assurément qu'il *faut* une loi pour la parité (6%), les autres lui opposant la non application des lois qu'ils recommandent (et qui existent déjà), ou encore que ce sont, plus que la loi, les mentalités qu'il faut changer (0,75% des thèmes). Dans l'autre focus group, FG3, c'est l'incapacité à mettre en œuvre une future potentielle nouvelle loi sur le harcèlement (« il faudrait un policier derrière chaque femme »). Finalement, la loi, comme moteur de changement collectif, n'est pas plébiscitée par les récepteur·trice·s. Elle représente un objet de résistance au changement et une certaine défiance (sa non-application quand elle existe, son incapacité à être moteur de changement). Nous notons également qu'elle est discutée à un niveau macrosocial (la société, les entreprises), interactionnels et situationnels des situations genrées (les écarts de salaire, les agressions) et couplée individu-collectif (changer les mentalités).

3.3.3 La féminisation de la langue et l'opposition séduction harcèlement remis en question

Autre sujet discuté, la féminisation de la langue (FG1 et FG3 ; 1,44% des thèmes) appelle elle aussi à un changement. Les échanges relèvent plutôt du symbolique : si les échanges sont plutôt autour de la recherche du nom « inclusif », c'est une perception négative qui domine (0,75%), elle « n'apporte pas grand-chose », va « perturber les enfants » ou est « débile ». Les contre-arguments, en faveur, portent sur la recherche de l'égalité à travers cette écriture, mais qui aussi (et en même temps) « sépare les genres »

(0,40%) ou, n'est pas inconcevable et pose une question de la société et de la place des femmes (0,23%). Sont aussi appelées les modèles d'autres pays en Europe du Nord plus égalitaires que la France et la question de l'enseignement à l'égalité dès l'école. A l'instar de « la loi » discutée, l'écriture inclusive est elle aussi barrée des solutions de changement vers plus d'égalité. C'est un lieu de résistance du genre, tel que celui-ci constitue le masculin comme la norme par défaut.

Enfin, le dernier sujet est celui sur la séduction, le harcèlement et le flou (FG2 et FG3 ; 0,80% des thèmes) entre ces deux. Il est discuté à trois degrés de perception différente : légitimité des approches de séduction (incluant celle du harcèlement) ; difficultés à distinguer drague et harcèlement et le consentement n'est pas flou. Pour celles qui en discutent, les positions sont très différentes et elles reflètent leur différence d'opinion sur les autres sujets discutés. C'est donc plutôt une perception négative de la distinction entre séduction et harcèlement qui est faite.

3.3.4 Le genre : entre condamnation de sa transgression et constat de son poids

Dans cette même perspective de rejet/acceptation, il s'agirait ici plus précisément d'une dialectique acceptation/mais condamnation. Deux thèmes reflètent cette opposition, partagés dans les trois entretiens. Le premier et le plus dense (en termes d'assertions) est le genre : condamner la transgression, responsabilités et culpabilités des femmes et biais de particularisme » (5,46% des assertions totales ; réparti sur le FG1 23%, le FG2 32% et le FG3 45%).

Le premier sous-thème agrège les « biais de particularisme sur les violences faites aux femmes » (1,90% des assertions totales ; 34,74% du thème). Ils se révèlent en attribuant par exemple le machisme aux origines latines, ou en pointant les cités et les jeunes.

Le second sous-thème repose sur le fait que des enquêté·e·s « éludent le genre dans la compréhension » (1,67% des assertions totales ; 30,53% du thème) en exprimant, par exemple, que dans un ou l'autre de la parodie, l'idée de fond est la même.

Le troisième sous-thème vise à « condamner les comportements féminins transgressifs (0,86% des assertions totales ; 15,79% du thème), hors dispositif, i.e. au quotidien. Cette condamnation passe par exemple un jugement négatif envers les femmes qui draguent et inversent les codes.

Le quatrième sous-thème réassigne du genre (0,63% des assertions totales ; 11,58% du thème), par exemple, en exprimant les places de « maman » et de « papa ».

Enfin, bien que peu présent dans les discussions, il apparaît que les femmes accusent à tort, voire sont en partie responsables d'une agression car elles la provoquent (0,52% des assertions totales ; 9,47% du thème).

Opposé à ce premier ensemble thématique qui crée des particularismes, élude le genre, en réassigne du genre négativement, l'autre thème : genre : constat du poids du genre et

vision positive de la transgression (5,06% des assertions totales ; réparti sur le FG1 36%, FG2 42% et FG3 22%) illustrant une vision positive des récepteur·trice·s (dans le sens des intentions et des sens du message).

Le premier sous-thème rend compte de la conscientisation des enquêté·e·s sur les injonctions et limitations faites aux femmes et le sentiment de peur qu'elles peuvent éprouver (2,76% des assertions totales ; 54,55% du thème).

Le second sous-thème rapporte le fait d'être conscient·e du sexisme que l'on porte en nous et nous agit (0,98% des assertions totales ; 19,32% du thème).

Enfin, les derniers sous-thèmes abondent dans le sens des transgressions et portent un regard critique envers la société qui les condamne : transgression des normes parentales (père vs mère) ; constat des difficultés pour les femmes à transgresser les normes ; ressembler à une fille, un garçon et inversement » (cumulés 1,32% des assertions totales ; 26,14% du thème)

3.3.5 Les expressivités et les perspectives de changements positives

Un thème significatif dans les discussions des trois focus groups porte sur les expressivités et perspectives de changement positives sur les droits et contre les violences faites aux femmes (8,74% des thèmes, réparti dans les FG1 21%, FG2 34% et FG3 45%).

Ce thème peut se répartir entre les expressivités et les perspectives de changements. Les expressivités relèvent plutôt de l'appropriation de la parole et de l'influence du message. Il s'agit des histoires narrées d'inégalité, discrimination et de violence (35% du thème) où des histoires de violences genrées mais pas uniquement sont relatées. Rares sont les cas d'effet contre-productifs (les hommes *aussi* victimes). Il est difficile ici de se prononcer sur l'influence, en ce qu'elle relèverait du DDG ou non, mais simplement d'histoires de violence dans le dispositif. Autre élément de l'expressivité, la réutilisation d'items ou de forme de DDG dans les discours (20% du thème). Le DDG fournit des *outils* de rhétorique pour argumenter dans le sens du dispositif dans les discussions. Autre élément, les méta-regards et interpellations (13% du thème), lesquels concentrent majoritairement une réflexion sur les réflexions en cours dans le sens du message.

A l'articulation entre expressivité et perspective, les revendications en tant que femmes (9% du thème) expriment les intérêts et droits à défendre depuis le prisme des femmes.

Les autres éléments constituant les perspectives positives sont les solutions de réduction de la violence (19% du thème) avec en particulier la prévention, et les souhaits d'aller vers plus d'égalité (10% du thème).

3.3.6 L'action des autres et de soi face à la violence

Deux focus group soulèvent une question : celle de l'action ou de l'inaction et du soutien ou du non soutien vis-à-vis des victimes de violence (2,99% des thèmes). Ce thème n'apparaît que dans le FG1 et le FG3.

Premièrement, et exclusivement au FG1, la question d'agir ou non en tant que témoin est discuté, avec pour idée forte que les gens n'interviennent pas, et que la raison première est la prise de risque et l'attente que cette action soit potentiellement le fait de plusieurs.

Deuxièmement, le soutien ou non aux femmes victimes de violence, évoqué dans les FG1 et FG3 (mais majoritairement FG1) avec un constat négatif en premier lieu la police et l'Etat, qui ne sont pas la hauteur pour aider les victimes.

4. Sur les dispositifs, leurs marqueurs, leurs buts et cibles

Les dispositifs et les marqueurs sont des classes ou thèmes construits, littéralement, par la chercheuse, pour répondre à notre stratégie d'analyse en termes d'étude des interactions entre les récepteur·trice·s et les dispositifs. Ce sont des thèmes et classes relativement hétérogènes puisqu'ils mobilisent, par exemple, à la fois l'idée de comprendre ou non la parodie avec des opinions sur les personnages, les moments de révélations du DDG. En particulier, dans l'analyse thématique à travers le premier thème dispositifs et marqueurs discutés (22,18% des assertions) les mises en lien qui sont faites consistent à :

- extraire les marqueurs des dispositifs et leurs appréciations des dispositifs eux-mêmes et leur évaluation (juger positivement/négativement un marqueur vs le dispositif de manière positive/négative vs donner ses ressentis etc.) ;
- faciliter la mise en lien avec les éléments ECER (les grouper dans un thème plutôt que d'ajouter une couche supplémentaire -double thématization- bien que permise par Nvivo) ;
- leur donner du sens dès la thématization, afin de grouper, lorsque cela est possible, les tendances attitudinales similaires ;
- permettre l'opposition entre ces jugements (sur les marqueurs des dispositifs) et ceux portés par ailleurs (par exemple dans la vie quotidienne des enquêté·e-s).

Ce grand « thème » relève donc plus de la catégorie de recensement, et ses sous-thèmes à une analyse thématique, bien que cette classification par « catégorie » ne soit pas recommandée dans la littérature portant sur l'analyse thématique. (Mucchielli & Paillé, 2012)

4.1 Les marqueurs et les dispositifs

Le premier thème recensant le plus de contenu dans les interactions lors des discussions après exposition des enquêté·e-s en réception porte sur les marqueurs des

dispositifs, leur compréhension, les moments de révélations et recommandations d'amélioration associées (22,18% des assertions des trois focus groups)²⁸⁸. Si nous cumulons à ce thème les autres liés aux discussions sur les dispositifs, la proportion des assertions totales sur les dispositifs atteint la moitié des échanges (49,01%)²⁸⁹.

Près de deux tiers (63%) de ce thème des « marqueurs et révélation » est mobilisé dans le second focus group, qui porte sur la réception du clip « C.L.I.T. » (2016), parodie des journalistes et activistes féministes Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles, du clip du rappeur français Orelsan, « Saint-Valentin » (2007).

4.1.1 Problème et confusion liée à une œuvre originale non connue

Le premier sous-thème discuté est exclusif au FG2, qui est, en plus du DDG, un détournement d'une œuvre originale. Les récepteur·trice·s s'interrogent ce qui pose la compréhension de la parodie (2,93% des assertions totales ; 13% du thème) lorsque la version originale, l'hypotexte, n'est pas connu ou seulement de certain·e·s.

Ce problème de compréhension de la version détournée face à une version originale ne concerne donc que le FG2, portant sur la parodie d'un clip de rap initial. Par exemple :

- « Bah moi je, je, je n'ai pas compris parce que Orelsan je ne connais pas, le clip de Saint-Valentin d'Orelsan je ne le connais pas. » Marc, FG2.

C'est ainsi que dans les interactions, des rôles vont se jouer : celles·ceux qui *connaissent* la version originale ou le rap plus largement, et celles·ceux qui n'y sont pas ou peu initiés. Ces éléments conduisent aussi à discuter de la version originale, d'Orelsan et du rap en général (3^e sous-thème ; 10% du thème), en particulier de la musique originale et du succès d'Orelsan. Ce retour à la source de la parodie s'explique aussi par son actualité proche qui est discutée (Orelsan a reçu trois prix aux Victoires de la musique édition 2018 en février²⁹⁰, soit environ un mois avant le focus group ; il passe en concert à Marseille le lendemain du focus group, le 28 mars 2018) et par la méconnaissance de certain·e·s

²⁸⁸ Il s'agit pour ce « thème » davantage d'une catégorie, qui recense des éléments hétérogènes sur le contenu (comprendre la parodie ; féminisation de personnages ; les scènes d'agression ; etc.). Catégoriser avant de thématiser est motivé par notre stratégie d'analyse des marqueurs suscitant des réactions des enquêté·e·s en réception asynchrone et synchrone (voir ECER). A l'intérieur de cette catégorie sont thématisés les éléments discursifs, de telle sorte que les marqueurs, les sens, les moments de révélation ou ressentis qui leur sont apportés se regroupent.

²⁸⁹ Cette grande « catégorie » des marqueurs, intra-thématisée, se rapproche des autres grands thèmes portant sur : les dispositifs, leur cible, but et ressenti (7,99% des assertions totales) ; les dispositifs projetés évalués positivement (6,03% des assertions totales) ; les dispositifs évalués négativement quant à leur capacité d'atteindre leur but (4,02% des assertions totales) et des autres thèmes moins significatifs mais portant sur le détournement du genre : les dispositifs et formes de détournement analogues à celui projeté (5,40% des assertions totales) ; la transférabilité du détournement du genre (1,78% des assertions totales) et les recommandations pour les créer, les améliorer (1,61% des assertions totales). Cumulés, ces thèmes portant sur les dispositifs, leurs marqueurs, leurs formes, leurs appréciations, comptabilisent 49,01% des assertions totales des discussions. Nous pensons que cette proportion tient en partie au caractère semi-dirigé (recentrant sur le dispositif et le détournement du genre) lors des focus groups.

²⁹⁰ Le Monde, 10 février 2018, « Victoire de la musique : Orelsan grand vainqueur de l'édition 2018. https://www.lemonde.fr/musiques/article/2018/02/10/victoires-de-la-musique-orelsan-grand-vainqueur-de-l-edition-2018_5254647_1654986.html

enquête·e-s du rap et de l'artiste qui sont en demande d'information. Par exemple, une réceptrice qui connaît l'artiste se positionne et explique :

- « *Oui et puis c'était une erreur de jeunesse, il était, il avait, 16, 17 ou 18 ans, enfin non 19 ans ou je ne sais pas quand il l'a fait. Les conneries qu'il a fait étant ado, il ne pensait pas un jour réussir dans le rap et quand il a réussi c'est ressorti en fait.* »
Anais, FG2.

La projection de deux versions, originale et détournée, permet de faciliter les échanges et de proposer une base commune de connaissance des deux supports pour les discussions. A travers les discussions, bien que cela n'annihile pas l'ensemble des critiques au clip détourné « C.L.I.T. », cela permet de faire apparaître une nouvelle perception du DDG. Ainsi, si les femmes dans le DDG restent plus vulgaires que les hommes dans la version originale (4,40% du thème), leur parole ne sont pas plus choquantes (4,15% du thème). C'est aussi les oppositions entre les femmes dénudées, vulgaires et toujours féminisées (6% du thème) qui sont complétées par le constat que les codes féminins/masculins ne soient pas inversés (5% du thème) ou que les personnages femmes revendiquent aussi un droit, et leur dire de se rhabiller, c'est faire le jeu de la domination (6% du thème).

Rajoutant à la confusion ou la confusion introduisant la critique, les rires à la fin du clip détourné « C.L.I.T. » donnent aussi à voir un jugement plutôt négatif (3% du thème) que ce n'était « que pour rire » et que chacun·e retourne ensuite à « sa place ».

Sans version dite d'une œuvre originale au sens strict (pas de production antérieure comme pour C.L.I.T.), les moments de révélation se situent au début des dispositifs.

En particulier dans le FG2, les chiffres de fin du clip « C.L.I.T. » sont significativement mentionnés (2,01% des assertions totales), pas nécessairement comme élément révélateur du DDG, mais plutôt comme supports aux discours. Cet épilogue annonce des fréquences sur les violences envers les femmes (viol ; meurtre conjugal²⁹¹) puis des statistiques sur les représentations des Français·e-s ou des jeunes sur les violences sexuelles²⁹².

²⁹¹ « En France, une femme est violée toutes les 7 minutes » ; Plus d'une centaine meurent chaque année sous les coups de leur conjoint » Si ces fréquences ne sont pas sourcées dans l'épilogue aval du clip « C.L.I.T », elles correspondent aux chiffres recensés par la MIPROF, « Lettre ONVF n°8 - Violences faites aux femmes principales données - nov 15.pdf ». La lettre de l'observatoire des violences faites aux femmes. Ministère des Affaires sociales, de la Santé et des Droits des femmes, novembre 2015. http://stop-violences-femmes.gouv.fr/IMG/pdf/Lettre_ONVF_8_-_Violences_faites_aux_femmes_principales_donnees_-_nov15.pdf (reprenant notamment l'enquête Cadre de Vie et Sécurité 2010-2015 – INSEE-ONDRP). Cette fréquence sur les viols est de très nombreuses fois reprise dans la presse, mais également dans les annonces politiques, puisque la Ministre des Familles, de la Santé et des Droits des Femmes, Laurence Rossignol, énonce cette fréquence dans l'édito du dossier de presse du 5^e plan triennal de lutte contre les violences faites aux femmes, en 2016, <https://www.egalite-femmes-hommes.gouv.fr/wp-content/uploads/2016/11/6-Dossier-de-presse-22.11-v2-AES.pdf>.

²⁹² « 63% des Français·e-s considèrent qu'il est plus difficile pour les hommes que pour les femmes de maîtriser leur désir sexuel ; Un tiers des 18-24 ans pensent que les femmes peuvent prendre du plaisir à être forcées lors d'une relation sexuelle ; Pour 4 Français sur 10, la responsabilité des violeurs est atténuée si la victime a eu une attitude provoquante en public » Ces chiffres ne sont pas sourcés dans l'épilogue aval du clip « C.L.I.T », cependant ils correspondent à l'étude de l'Association

4.1.2 Les marqueurs personnages masculins féminisés ou zoomorphés

Le second sous-thème discuté relatif aux marqueurs porte un regard critique sur les personnages hommes, qui sont féminisés ou perçus comme ridicules (2,59% des assertions totales ; 11,66% du thème), à travers le détournement du genre par l'inversion. Ici, seuls les deux premiers focus groups mobilisant deux formes de DDG par l'inversion (inversion « simple », inversion « réappropriationnelle ») abordent ce point, ce qui fait sens puisque le troisième focus group présente les hommes sous forme d'agresseurs zoomorphés en crocodiles²⁹³. Il est composé à la fois de constats et de recommandations d'amélioration. Majoritairement, ce sont des assertions issues du FG1, dont le dispositif projeté est le court-métrage « Majorité Opprimée » d'Eléonore Pourriat (2011). Par exemple, dans le FG1, une enquêtée, Julie, puis Jules, infèrent ici une interprétation d'un public d'hommes face au personnage principal de Pierre²⁹⁴ :

- « *ils [les hommes qui verraient le film] vont se dire c'est trop une femme* » Julie, FG1.

- « *que cet homme est trop faible. (...) il est faible, Il est trop féminisé.* » Jules, FG1.

Particulièrement à la forme appropriationnelle dans l'inversion, les discussions évoquent aussi l'ambivalence des codes féminins/masculins qui ne sont pas tout à fait inversés (5% du thème).

Dans sa déclinaison zoomorphée propre au FG3, les hommes dessinés sous les traits de crocodiles posent question : le choix du crocodile (5,70% du thème) est envisagé plutôt sur un versant plutôt négatif : ils sont déshumanisés, rétrogradés. Les lieux positifs d'appréciation de ces personnages sont plus rares : ils illustrent l'asymétrie dans les rapports femmes-hommes (2,04% du thème) ou les hommes (les crocodiles) sont des prédateurs (moins de 1%). Cependant, lorsque les planches sont discutées, nous constatons que les crocos sont malgré tout au centre (discours, comportement) et que par ailleurs, deux récepteurs raconteront une histoire sur un ami « un peu croco ».

4.1.3 Les marqueurs personnages féminins agresseuses et victimes

Les personnages féminins « agresseuses » sont critiqués uniquement dans le FG2 (personnages femmes dénudées, vulgaires ; sont plus vulgaires), là où elles prennent le pouvoir sur un homme, mais aussi où elles s'approprient une forme de pouvoir peu envisagée : la combinaison entre code féminin et code du pouvoir. Bien entendu, ces propos sont aussi nuancés (elles revendiquent leurs droits, leurs paroles ne sont pas plus choquantes que celles d'Orelsan). Cependant, dans le FG1, où il s'agit d'inversion, les femmes agresseuses ne sont pas

mémoire traumatique et victimologie, et IPSOS. « Rapport d'enquête - Les français-e-s et les représentations sur le viol et les violences sexuelles », 2016. <https://www.memoiretraumatique.org/campagnes-et-colloques/2016-enquete-ipsos.html?PHPSESSID=88msihqf86js45i85sucptk965>, consulté le 8 mars 2016. Les publications par la presse des résultats de cette étude datent de début mars 2016, quelques jours avant la Journée Internationale des Droits des Femmes, le 8 mars 2016 et le montage du clip « C.L.I.T. ».

²⁹³ Les « crocos », soit les personnages masculins de la bande dessinée de Thomas Mathieu (2014) sont discutés dans le sous-thème « le choix du croco c'est... » (1,09% des assertions totales)

²⁹⁴ Des moments de discussion qui permettent aussi : un regard méta sur le fait de féminiser le personnage homme ; le fait de ne pas avoir beaucoup porté le regard sur le personnage homme.

l'objet de telles critiques, qui se reportent ici sur la victime, le personnage masculin, qui ne sait pas se positionner face à elles. La victime homme est alors la représentation d'une femme victime, mais surtout d'un homme féminisé, et donc dévalué. En revanche, cette critique est moins forte pour l'homme malmené dans « C.L.I.T » du FG2, qui apparaît aussi moins à l'écran. Dans le FG2, l'homme est moins la cible des critiques de féminisation, voire il est peu observé ou en mémoire (ne plus se souvenir de lui, n'avoir regardé que les femmes).

Quant aux victimes, représentées par les femmes dans la BD du FG3, elles ne sont pas, elles, en tant que personnages, l'objet de critique. En revanche, les critiques, nous l'avons vu, vont se reporter ou simplement émerger sur les situations des réalités sociales des femmes. Quant aux agresseurs crocos, il semble difficile de faire émerger une conscience de l'intention créative (bien que présente, rarement explicitée) d'illustrer la relation genrée.

4.1.4 Les marqueurs envisagés sémantiquement : habillement, animaux, corps, matériaux bruts et genre

Les marqueurs dans/hors des dispositifs les plus discutés sont aussi envisagés sémantiquement. Cette classe occupe la seconde position sur l'analyse globale (9,77% des classes), elle est transversale aux focus groups (FG1 : 3^e position et 7,98% des classes ; FG2 : 2^e position et 11,13% des classes ; FG3 : 2^e position et 9,70% des classes).

La première classe significative est celle des marqueurs d'habillement dans/hors les dispositifs (66 occurrences) et en particulier les vêtements. Ces derniers sont principalement discutés dans le FG2, et dans un sens favorable à la critique des injonctions faites aux femmes dans les réalités sociales des femmes, bien que dans le dispositif C.L.I.T, les tenues des personnages féminins soient aussi discutées et critiquées négativement. Les chiffres rentrent également dans la première classe significative, en particulier ceux de l'épilogue de C.L.I.T. sous le lemme « message de fin », qui sont discutés dans le sens du dispositif.

La seconde classe des marqueurs est celle des animaux et animalités (50 occurrences). Ils sont discutés en grande majorité dans le FG3 en lien avec les Crocodiles, mais aussi dans le FG2. Il s'agit dans le FG3 de parler, en majorité, des crocodiles, plutôt liés positivement aux hommes, envisagés positivement avec un problème de comportement masculin et parfois lieu de résistance, *tous les hommes ne sont pas des crocodiles*. Mais il peut s'agir aussi parler, dans le FG2 et FG3, d'effet de « meute » des hommes en groupe, ou encore des animaux, lesquels sont mobilisés pour diminuer les hommes et parfois pointer l'animalité de leurs comportements.

Le corps est aussi un marqueur (53 occurrences) qui vise en premier le « sexe » comme marqueur de la transgression. Il est mobilisé en premier dans le FG2, et plus rarement dans le FG1 et FG3, où sexe est synonyme de sexualité. Au-delà du sexe, le corps, en particulier celui des femmes, et les cheveux sont les marqueurs liés au genre.

Ce qui marque aussi le plus les discours en termes de marqueurs sont l'idée d'un matériel brut, d'ancrage dans le réel (45 occurrences), que cela concerne le dispositif ou

des exemples des réalités sociales narrées par les récepteur·trice·s. Il s'agit de parler de la vie et d'exemple.

Enfin, un marqueur transversal aux focus groups est celui du genre et des construits féminin/masculin (13 occurrences), où ce qui est le plus discuté est la féminisation, puis ce qui relève du genre, quand la virilité n'est mentionnée qu'une fois.

En vrac dans la catégorie des marqueurs dans les dispositifs, le personnage (9 occurrences), en parlant de Pierre dans Majorité Opprimée ou des crocodiles dans le FG3. Il s'agit aussi de parler des scènes (17), en particulier celle de l'agression sexuelle dans le FG1, de la mise en scène des femmes dans le FG2, et des témoignages dans les Crocodiles, envisagée comme scènes de la vie courante. Plus rarement est mentionnée la scène du *blooper* dans CLIT.

4.1.5 Les cognitions en réception (ECER) et les marqueurs déclencheurs

Nos résultats de l'Etude des Cognitions verbalisées en Réception (ECER) relèvent peu de verbalisations et davantage de réactions non verbales : les récepteur·trice·s se sont peu exprimé·e·s face au dispositif, en direct en réception. Nous avons demandé aux récepteur·trice·s pourquoi. Une des réponses formulées la plus significative est l'envie de suivre et de ne pas perdre le fil (Majorité Opprimée) ou encore la rapide diffusion des planches de BD (Les Crocodiles), durant laquelle les récepteur·trice·s ont préféré prendre des notes. Nous avons proposé cette option lors des focus groups de prise de notes s'ils-elles le souhaitent. Il est aussi possible que le contexte de réception -des individus autour d'une table ne se connaissant pas- et le support de diffusion -des scènes de violence et de perturbation du genre pouvant mettre mal à l'aise- soient aussi des motifs à ce relatif silence en réception. Il est possible aussi d'envisager qu'une consigne initiale pourrait être adaptée à ce contexte de réception en groupe, voire de changer le format des groupes, en prenant par exemple des individus d'interconnaissances.

Une autre limite à la méthode ECER ici présentée est l'hétérogénéité des dispositifs (3) et le nombre de focus groups (3), ne permettant pas d'apprécier les transversalités inter focus groups sur un même dispositif. Notre approche est donc exploratoire et cherche des transversalités sur les évaluations et les qualités des marqueurs. Les résultats idiosyncrasiques ne peuvent pas désigner la réception du dispositif mais une réception. Ce sont davantage les résultats croisés qui permettent de tisser des premières réponses à la réception concomitante en réception. Pour les détails de la méthode ECER, voir l'Annexe AU.

Un grand nombre de réactions sont, selon nous, non significatives : il s'agit de gestes non interprétables, de mouvements de membres par exemple. Ces indicateurs sont exclus de l'analyse.

4.1.5.1 FG1 : une courbe qui suit celle du dispositif et les intentions de la créatif

Dans le FG1, où est projeté le court-métrage Majorité Opprimée, les réactions verbales et non verbales (exemple : sourires) sont plutôt positives. La chronologie des réactions

verbales et non verbales concomitantes à la réception nous montre qu'elles suivent les intentions de la réalisatrice Éléonore Pourriat : de passer du rire ou du sourire, à quelque chose de grinçant, qui ne fait plus sourire. Nous le voyons au fur et à mesure de l'avancée dans le dispositif, les réactions (non verbales, mais aussi verbales) passent de positive dominante à négative dominante, avec une arrivée plutôt *tardive* des réactions négatives dominantes, concomitantes à la scène de la policière lors du dépôt de plainte de Pierre, qui remet en cause son témoignage. Selon nous, d'après l'évaluation qu'il est possible de faire des sourires, les deux scènes précédentes évoquent plus des sourires déjà gênés plus que des sourires liés à la comédie. Par ailleurs, cette analyse se retrouve dans les discussions : les deux scènes précédant celle de la policière sont discutées comme étant impactantes, crédibles.

Sur l'ensemble du FG1, les interactions se situent davantage entre récepteur·trice·s et dispositif qu'entre récepteur·trice·s. Les verbalisations, 6 au total, se concentrent sur deux récepteur·trice·s : Younès, par ailleurs peu participatif ensuite dans les échanges, et Monique, prenant souvent la parole et conduisant un discours étoffé et influent sur les autres récepteur·trice·s en discussion, qui verbalise en réception uniquement en réponse à Younès. Les verbalisations de Younès sont intéressantes : comme nous le verrons ensuite dans les échanges en discussion, il parle peu, est parfois en décalage relativement aux autres, mais pointe des sujets tout à fait pertinents quant au DDG (être un homme/une femme et les marqueurs corporels par exemple). « J'aurais grillé le feu rouge moi ! Je n'aurais pas attendu le vert » dit-il face à la scène de harcèlement de rue de Pierre par la femme sans-abri. Cette réaction confirme la gêne déjà présente avant la scène de la policière, mais surtout, elle marque une réaction empathique : ce qu'il aurait fait à *la place* du personnage de Pierre pour lequel la créatif cherche à susciter de l'empathie. De même, à la fin du dispositif, Younès va verbaliser - lors de la scène où Marie, la compagne de Pierre, le culpabilise de son agression - des cognitions qui vont dans le sens du message : une condamnation du comportement de Marie « Il va demander le divorce, c'est la totale ! C'est sa journée [à Pierre] » La verbalisation peut tenir aussi à ce que la tension plutôt forte (à la suite des scènes d'agression et de plainte, poursuivie par la compagne) motive, peut-être, de réduire cette tension. Par ailleurs, c'est l'humour que Younès emploiera lors du générique, lorsque Marion s'en va laissant Pierre seul sur le trottoir, par une blague qu'il avait faite plus tôt en amont du focus group. L'humour pourrait avoir ici un effet de réduction des tensions, de l'inconfort émotionnel et peut-être aussi, interactionnel.

En somme, dans ce FG1, les réactions positives suivies de négatives connaissent un basculement dans le sens du rythme du dispositif *mis* dans le dispositif par sa créatif et dans le sens de ses intentions. Nous l'avons vu, les critiques négatives, aussi, en discussion lors du focus group, viennent nuancer cette compréhension dans le sens du message. « C'est sa journée » est renversé par *ceci n'arrive pas à la même personne sur une journée* et la *féminisation* de Pierre, personnage principal. Tous les marqueurs repris et se liant avec des réactions en réception sont des marqueurs de DDG (il serait difficile par ailleurs de les envisager autrement puisque le film est pensé et construit pour que le DDG *s'infilte* dans tous les détails), et concernent principalement les discours : ceux de la harceleuse

dans la rue, de la policière et de la compagne. Les images suscitant des réactions en réception et en discussion sont concentrées autour de la scène d'agression sexuelle.

4.1.5.2 FG2 : trouble, rejet puis double lecture au service du message

Dans le FG2, où est projeté le clip « C.L.I.T. » à deux reprises, entre lesquelles la version originale « Saint-Valentin » d'Orelsan est diffusée, seule la première projection suscite des réactions significatives et analysables en tant que telles. Les cognitions sont à la fois verbalisées, en particulier par 4 récepteur·trice·s sur 6, et non verbales.

La chronologie des réactions est intéressante ici, moins quant à la courbe gaussienne qu'au trouble induit par le DDG. Les verbalisations sont une image, une capture du trouble de la double lecture (en particulier puisqu'il y a un manque de connaissance de la ou d'une version originale), du rejet du dispositif pour sa violence et sa violence féminine, et de l'impossible diffusion de ce clip dans un grand média (la télévision mentionnée). Ces deux derniers combinent des réactions conduisant à la fois au rejet de la violence de ces femmes et à l'improbabilité d'une diffusion grand public, et à la fois, ce qui apparaîtra dans un second temps, au constat que cette violence *n'est pas plus* violente que celle des hommes, lesquels ont ce droit de diffusion avec la même violence.

Sur l'ensemble du focus group, les interactions concomitantes à la réception sont bien plus entre récepteur·trice·s et en lien avec le support, que des récepteur·trice·s face au dispositif uniquement. C'est donc une interaction à trois entrées qui se joue, principalement par phénomène d'incompréhension ou de *croire connaître, mais finalement non*. Celles·ceux qui s'expriment en réception sont en partie aussi celles·ceux s'exprimant le plus ensuite dans les échanges. Dans les réactions non verbales, la majorité est évaluée neutre, puis positive et négative à part relativement égale. Le clip peut faire sourire mais aussi grimacer. Le refrain inspire ainsi des sourires, mais aussi des grimaces, des reculs, et sera partiellement repris dans les discussions. Les éléments les plus repris ensuite seront néanmoins les chiffres à la fin du clip, jugés indispensables pour comprendre les intentions, d'autant plus lorsque l'on n'est pas connaisseur·seuse de la version originale ou du rap en général. Ces chiffres seront discutés positivement : dans le sens des intentions des créatifs. En ce sens, les chiffres tirent l'intérêt de la courbe gaussienne dans la réception : la clôture par un message évalué fort et positivement. D'autres marqueurs, les paroles jugées vulgaires, mais aussi et surtout les personnages féminins et leurs mises en scène (orientées images et non discours) sont discutés, plutôt en leur défaveur, mais aussi par le questionnement (pourquoi ?) et positivement (défendre le droit de s'habiller comme elles veulent). Ici aussi, tous les marqueurs portent sur le DDG, et parfois sur la complexité de ce détournement (ne pas avoir *tout* inversé). Ces marqueurs sont à la fois discursifs (les paroles et les chiffres) mais aussi visuels (les mises en scène telles que la baignoire et les tenues).

4.1.5.3 FG3 : quasi absence de réactions hors prises de note et retours positifs sur les histoires de violences

Dans le FG3, où est projeté un montage de planches de la bande dessinée « Les Crocodiles », les verbalisations sont absentes et les réactions non verbales neutres, dominées par les prises de notes. La lecture rythmée plus le support -images inanimées versus audiovisuelles pour les autres focus groups- participent certainement de cet effet. Pour faciliter les verbalisations, nous pensons qu'un temps plus long de projection, et la prise de notes non offerte comme option pourraient faciliter les verbalisations. Par ailleurs, la thématique des violences faites aux femmes, et la stratégie du DDG peuvent agir aussi comme non facilitateur à des expressions de pensée, d'autant plus à côté d'individus qui ne se connaissent pas entre eux-elles.

Les tendances de réception de ce FG3 sont difficiles à interpréter. Les interactions sont majoritairement neutralisées par la prise de notes, et le nombre important des réactions non significatives ne nous donnent pas de pistes (hormis l'absence d'interaction expliqué plus haut).

Quant aux marqueurs liés aux réactions des récepteur·trice·s, les planches témoignages provoquent davantage de prises de notes que celles sur les conseils et le regard méta. Cependant, elles sont aussi plus nombreuses. En discussion, ce sont tout de même celles liées aux témoignages qui sont le plus reprises (mais aussi jugées les plus pertinentes et suffisantes au propos). En particulier, les planches H5 sur le milieu professionnel et le groupe d'hommes, la H8 Agression verbale et peu, la H9 Agression et baffe en retour, la H10 Métro et crocodiles, et la H12 Viol conjugal sont reprises. Ces histoires, bien que le choix systématique du crocodile dans toute la BD ne fasse pas consensus, sont jugées positivement vraies, ancrées dans la réalité. Quant aux planches sur les conseils et regard méta, indirectement, elles renvoient au sujet de la différence (ou non) entre drague et harcèlement, qui fera discuter. Les interactions sont donc, dans le FG3, principalement entre récepteur·trice·s et dispositif uniquement, non verbales, et neutres. Les marqueurs des dispositifs sont à la fois l'image (surtout les crocodiles en tant que forme animale) et les discours, ceux des histoires narrées, principalement d'actes violents, mais aussi la visualisation de l'espace public dominé physiquement (en nombre) par les hommes.

4.1.5.4 Synthèse des trois focus groups : difficiles transversalités et réactions non verbales dominantes

Les trois focus groups présentent des tableaux d'ECER bien différents. Les transversalités sont minimales, et nous ne parlerons que de ce qui peut constituer des points de jonction.

Les verbalisations ne semblent pas évidentes à produire. Pour celles récoltées, ces réactions semblent en faveur du message : bascule du sourire positif à des reculs et grimaces selon un basculement intentionnellement et imaginé de la créatif sur les récepteur·trice·s (FG1) ; une évaluation négative puis des questionnements et des effets

négatifs liés aux chiffres à la fin du message (FG2) ; une attention (les prises de note) sur les histoires dans Les Crocodiles.

Il ne faut pas oublier que les récepteur·trice·s ne sont pas dans un contexte naturel de réception, et qu'ils·elles connaissent et agissent dans un contexte pragmatique d'une étude scientifique. Or, non seulement des biais existent, comme celui de valorisation sociale et d'attention accrue liée au contexte.

La majorité des réactions récoltées sont non verbales : sourire, regards, reculs, grimaces. Rares sont les verbalisations. Ces dernières, associées aux réactions non verbales, illustrent cependant, en particulier au FG1 et FG2, des réceptions où se jouent des phénomènes d'empathie et de rejet, et des phénomènes de bascule (gauss pour le FG1, négatifs en deux tons pour le FG2) et de trouble, que l'on peut associer, pour le moment, à l'inconfort émotionnel.

4.2 Les cibles et buts inférés, les ressentis face aux dispositifs et les évaluations générales

Puisque les dispositifs sont les objets les plus discutés, de grands thèmes permettent d'en apprécier, dans les discours, les inférences d'intentionnalités -parfois spontanées, parfois suscitées pour découvrir davantage, et notamment celles sur les cibles et buts des dispositifs. Nous avons aussi cherché à investiguer les ressentis face au message, en particulier pour apprécier si des moments de dissonance cognitive et d'empathie pouvaient être verbalisés. Par ailleurs, deux grandes évaluations générales donnent une *couleur* aux évaluations générales des dispositifs.

4.2.1 Les ressentis verbalisés en réception : réflexivité et gêne

Les ressentis face au dispositif sont exprimés dans une mesure significative dans les focus groups (4,48% des assertions globales ; 56,12% du thème), avec une importance pour des « ressentis réflexifs » (2,36% des assertions totales ; 29,50% du thème), c'est-à-dire des ressentis combinés avec une réflexion. Cette importance relative tient à ce que les récepteur·trice·s du FG2 ont majoritairement exprimé ces ressentis sous cet angle. C'est d'ailleurs dans ce FG2 que sont principalement concentrés les ressentis exprimés. Ainsi, les ressentis sont inégalement répartis dans les focus groups. Pourtant, nous notons que dans l'animation nous avons mis l'accent sur ces ressentis lors des questions semi-dirigeant les échanges. Ainsi, et cette donnée se confirme avec l'analyse des interactions, les ressentis ont été peu exprimés, malgré les relances, laissant supposer qu'une certaine réticence à les exprimer est à l'œuvre.

Les autres ressentis significatifs sont plutôt « négatifs, à l'encontre du message » (0,69% des assertions globales ; 8,63% du thème) ou « d'être choqué·e parce que ne pas connaître ou être exposé à ce genre de clip » (0,63% des assertions ; 7,91% du thème), eux aussi surreprésentés par le focus group 2. Dans tous les focus groups est exprimé à demi-mot le dégoût, la gêne, l'embarras ou le malaise ressenti (moins de 1% des thèmes, 5% du thème). Les récepteur·trice·s ne s'étendent pas sur ces ressentis. Il arrive

également, alors que la question ouverte sur les ressentis est posée par l'animatrice, que les récepteur·trice·s qui prennent la parole pour y répondre élude la question, répondent sans s'exprimer sur ce ressenti.

4.2.2 Les cibles : « les jeunes »

Dans une faible proportion, les récepteur·trice·s infèrent aux dispositifs et à la création une cible, le fait de « toucher un public » (2,14% des thèmes), avec en premier et quasi-exclusivement les « jeunes ». Dans une infime mesure, et dans les FG1 et FG3, les hommes en tant que cible sont mentionnés (moins de 1% des assertions). La cible fait par ailleurs écho à l'ensemble des discours sur les jeunes et leurs comportements et la violence. Étonnamment, les hommes, eux aussi largement discutés par ailleurs, n'apparaissent presque plus lorsqu'il s'agit de penser à la cible de communication. Les jeunes, largement représentés dans le FG2, correspondent effectivement à la cible construite en création par les deux créatifs.

4.2.3 Les buts des dispositifs et du DDG

Les buts des dispositifs (2,07% des assertions) soulignés sont en premier lieu faire prendre conscience voire changer les comportements des hommes, relativement au vécu des femmes et des comportements masculins violents, puis montrer, dénoncer ou éduquer. Étonnamment ici aussi, il est fait référence aux hommes dans les buts, mais ceux-ci sont relativement absents en tant que cible.

4.2.4 Des dispositifs intéressants mais potentiellement incapables d'atteindre leurs buts ?

Deux thèmes s'envisagent et se mettent en parallèle : le dispositif est dans le premier cas (thème) « intéressant, répond à quelque chose d'existant, prend position, délivre un message, repose sur des histoires vraies » (6,03% des assertions totales). En revanche, ces dispositifs sont, dans le second cas (thème) « possiblement en incapacité d'atteindre leur but » (4,02% des assertions totales). Ces deux thèmes en apparence opposés le sont en partie, mais nous y voyons davantage une nuance, une critique négative coprésente à l'appréciation positive. Dans ces deux thèmes, les trois focus groups sont représentés, avec une répartition plus forte sur le FG1. Le caractère intéressant des dispositifs tient à ce qu'ils reposent sur des réalités sociales. Il concerne en premier le FG1 (représentant 45% du thème), puis le FG2 (39%) et le FG3 (16%). Cette hiérarchie entre focus group est égale pour le second thème, puisque la possible incapacité à atteindre son but est mentionnée en premier pour le FG1 (70), puis le FG2 (27%) et rarement le FG3 (3%).

Nous voyons ainsi que le dispositif qui suscite le plus les opinions opposées ou nuancées portent sur Majorité Opprimée du FG1, à part (presque) égale pour le clip « C.L.I.T. » du FG2, et plutôt positivement en faveur des Crocodiles (FG3).

Nous voyons aussi qu'à travers le caractère intéressant et d'histoires vraies ou de réponse à quelque chose d'existant, il est reconnu pour les trois dispositifs l'existence d'un hypotexte issu de faits réels, de réalités sociales.

Ceci n'empêche pas des critiques posées en leur extrême dans les discussions. Si l'on prend deux sous-thèmes à chacun des grands thèmes intéressants / incapacité des dispositifs, ces deux appréciations montrent bien toute la complexité : d'une part, une appréciation des histoires des dispositifs comme « vraies (et chaque histoire n'est ni caricaturale, ni excessive) » (2,07% des assertions totales) qui s'oppose d'autre part au fait que le dispositif est « violent, excessif, caricatural, montre trop de situations de violence » (1,78% des assertions totales).

Dans le premier cas, il est constaté que le « dispositif détourne (inverse, répond à) quelque chose d'existant » et qu'il « prend (une) position, délivre un message » (en cumulées 3,56% des thèmes). Il est aussi globalement « intéressant, prenant, bien vu » (0,92% des thèmes). Pourtant, dans le second cas sont nuancés ces propos : il est possiblement en « incapacité d'atteindre son but » (1,95% des thèmes), critique exprimée pour Majorité opprimée (FG1) et C.L.I.T. (FG2). Dans le FG1 est exprimé le fait que « un homme victime rend la situation excessive, les hommes ne se reconnaîtront pas dans le personnage », parce que dans ces situations ils se diront que « c'est n'importe quoi, que les hommes ne sont pas comme ça » (cumulées 1,03% des thèmes).

4.2.5 Des analogies, transférabilités et recommandations au DDG

Dans des discussions portant sur des dispositifs analogues à celui vu (5,40% des thèmes), ce sont des formes de détournement (57,45% du thème) qui sont le plus abordées. Dans les dispositifs cités, une part revient à des témoignages de femmes ou à la capacité d'agir, d'autres sur un renversement final, du « trash ».

Concernant la transférabilité du détournement à d'autres causes (racisme, homophobie) (1,78% des thèmes), les récepteur·trice·s sont partagé·e·s. Si ils·elles acquiescent, ils·elles nuancent leurs propos (risque de clichés, être plus choqué sans l'inversion).

Enfin, les recommandations (hors marqueurs) pour améliorer les dispositifs (1,61% des assertions totales) coïncident avec des critiques faites par ailleurs. Ainsi, « soustraire des éléments » (50% du thème) fait écho à la critique de dispositifs usant de la caricature, excès (« Majorité opprimée ») ou de simplification du message (« C.L.I.T ») quant aux codes féminin/masculin ou la compréhension du détournement. Par ailleurs « faire des ajouts » (de scènes, ou accompagner la réception du dispositif) (35,71% du thème) est évoqué, comme la préconisation d'une « autre forme » (détournement par renversement final ou création originale) (21,43% du thème)

5. Les dynamiques de groupe et les opinions

L'ensemble des éléments d'analyse sont disponibles de l'Annexe AV à l'Annexe BG.

Cette partie vise à éclairer les opinions qui s'opposent en réception face au DDG, aux dynamiques de groupe qui s'instaurent et aux influences sur la construction des opinions.

	Analyse globale		FG1		FG2		FG3	
	Thème	% ass.	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass
Thème 1	marqueurs des dispositifs	22,18	marqueurs des dispositifs	14,05%	marqueurs des dispositifs	34,22%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	15,96%
Thème 2	La société, son état sur la violence et égalité f-h	9,08	La société, son état sur la violence et égalité f-h	10,87%	Dispositif – cible, but, ressenti	11,31%	marqueurs des dispositifs	13,38%
Thème 3	L'école, les jeunes, les hommes	8,91	L'école, les jeunes, les hommes	10,20%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	7,26%	L'école, les jeunes, les hommes	10,09%
Thème 4	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	8,74	Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	10,03%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	7,26%	Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	10,09%
Thème 5	Dispositif – cible, but, ressenti	7,99	Possible incapacité du dispositif à atteindre son but	8,19%	L'école, les jeunes, les hommes	7,12%	Condamner la transgression, responsabilité/ culpabilité des femmes, réassigner du genre	10,09%
	Concentration des thèmes	56,9%	Correspondance avec hiérarchie du global : 3/5	53,34%	Correspondance avec hiérarchie du global : 4/5	67,17%	Correspondance avec hiérarchie du global : 3/5	59,61%

Tableau 5 : concentration et hiérarchisation des cinq thèmes les plus discutés dans chaque focus group.

5.1 Concentration des discours et coloration thématique nuancées entre les focus groups

5.1.1 Le FG2, plus long, colore l'analyse globale

Lors de nos développements, en particulier thématiques, nous avons pondéré les résultats en explicitant ceux transversaux aux trois focus groups, et lorsque cela était pertinent, l'importance relative d'un thème à un autre, en fonction de leur poids dans chacun.

Ces considérations sont importantes puisque d'une part, les trois focus groups n'ont pas le même poids sur l'analyse globale : le FG2 représente 41% des assertions ou mots des trois focus groups, quand le FG1 représente 34% des assertions et 28% des mots, et le FG3 29% des assertions et 24% des mots. L'analyse globale est ainsi colorée davantage par le FG2 que les autres (Annexe W).

Ces différences de poids entre les focus groups s'expliquent en partie par deux facteurs :

- le FG2 est plus long en termes de temps de discussion que les deux autres focus groups, le focus group 1 étant clairement plus court que les deux autres ;
- la prise en charge de la parole ne s'est pas établie de manière identique d'un focus group à l'autre, avec notamment une prise en charge de la parole plus longue en moyenne dans le FG3, des éléments de répétition, participant à des assertions plus longues, et à

l'inverse, des discours plus fragmentés dans le FG1 participant à des assertions plus courtes et aussi plus nombreuses.

5.1.2 Le FG2 : concentration des discussions sur les marqueurs, ressentis et la société

Les discours dans le FG2 sont assez concentrés puisque plus de la moitié se concentre sur trois thèmes, et que ces thèmes sont principalement abordés dans ce FG2 :

- les marqueurs des dispositifs avec les sous-thèmes : comprendre ou non la parodie ; Orelsan, le rap et la VO ; le message de fin (les chiffres). Ce thème représente 34,22% du FG2 et ce thème se concentre sur le FG2 (63%, contre 22% pour le FG1 et 15% pour le FG3) ;

- les cibles, buts et ressentis et précisément ressentis face à la vidéo (et notamment réflexifs). Ce thème représente 11,31% du FG2 et ce thème se concentre sur le FG2 (58%, contre 19% pour le FG1 et 22% pour le FG2) ;

- la société, son état sur la violence et l'égalité femmes-homme. Ce thème représente 7,26% du FG2 et il est représenté en premier par le FG1, puis le FG2 (41% pour le FG1, 33% pour le FG2 et 26% pour le FG3).

5.1.3 Les trois focus groups pointent tous vers les marqueurs et le grand thème de l'école, les jeunes et les hommes

Dans les cinq thèmes les plus significatifs au niveau de chaque focus group se trouvent les marqueurs des dispositifs (FG1 : 1^{er} thème, 14,05% des assertions ; FG2 : 1^{er} thème, 34,22% des assertions ; FG3 : 2^e thème, 13,38% des assertions) et l'école, les jeunes et les hommes (FG1 : 3^e thème, 10,20% des assertions ; FG2 : 5^e thème, 7,12% des assertions ; FG3 : 3^e thème, 10,09% des assertions).

Sur ce second grand thème, l'école, les jeunes et l'école, les FG1 et FG2 s'expriment davantage sur les hommes, le sexisme et leurs comportements, quand le FG3 priorise l'école, les parents, l'éducation et la responsabilité face aux violences et à l'égalité.

5.1.4 FG1 et FG3 : loi, féminisme, féminisation, séduction versus harcèlement

Les FG1 et FG3 ont discuté de manière significative de la loi, du féminisme, de la féminisation de la langue et de la séduction versus harcèlement, alors que ce thème est quasi absent du FG2 (FG1 : 4^e thème, 10,03% des assertions ; FG2 : moins de 1% des assertions et uniquement sur le sous-thème séduction versus harcèlement) ; FG3 : 4^e thème, 10,09% des assertions). Un autre thème est par ailleurs totalement absent du FG2 : l'(in) action et (non) soutien aux victimes de violences » (0%). Ces deux thèmes se répartissent donc sur les FG1 et FG2.

Le FG1 évoque le plus le versant du féminisme, à part égale de manière positive et négative et de la féminisation de la langue, de manière nuancée mais plutôt négative, puis de la loi (surtout sur la parité) avec un faible degré de confiance accordé en sa capacité.

Le FG3 évoque la partie sur les lois, avec ici aussi un faible degré de confiance en sa capacité, puis du féminisme, avec une perception négative, de la séduction et du harcèlement, en y voyant un flou entre les deux, et enfin de la féminisation de la langue de manière partagée -négative ou concevable.

5.1.5 FG2 et FG3 : les expressivités et perspectives de changement sur les droits et violences faites aux femmes

Les FG2 et FG3 pointent ce grand thème des expressivités et perspectives de changement sur les droits des femmes et des violences faites aux femmes (FG1 : 7^e ex aequo avec constat du poids du genre et vision positive de la transgression, 5,35% des assertions ; FG2 : 4^e thème, 7,26% des assertions ; FG3 : 1^{ère} position, 15,96% des assertions). Dans le FG1, les rares références sont propres à des histoires narrées d'inégalités, de discrimination ou de violence. Dans le FG2, des histoires narrées sont présentes, mais aussi des solutions de réduction, de méta regard sur les discussions (réflexivité sur les propos), de réutilisation d'item ou du détournement dans l'argumentation, de souhait d'aller vers plus d'égalité et de revendications *en tant que* femmes. Enfin, le FG3, qui concentre le plus ce grand thème, inclut toutes les catégories comme le FG2, avec une forte présence « histoires narrées de violence, de réutilisation du DDG dans l'argumentation et de solutions (par l'éducation) de réduction de la violence.

5.1.6 FG1 : un constat fort sur le sexisme, mais une possible incapacité du dispositif à atteindre son but

Des thèmes significatifs sont largement mobilisés dans le FG1 :

- un constat fort fait sur la société, son état sur la violence et l'égalité femmes-hommes (2^e thème discuté, 10,87% des assertions), où les femmes sont socialement touchées par les inégalités et les discriminations encore aujourd'hui. Quelques éléments y apportent une nuance : le manque de respect associé à une perte de valeur, et parfois, que la société pouvait être *moins sexiste avant*, contre-carré par son opposé : elle n'était pas moins sexiste avant, bien au contraire.

- Cependant, un thème qui marque ce FG1 est souvent abordé : la possible incapacité du dispositif à atteindre son but. Ce thème représente 8,19% du FG1 et ce thème se concentre sur le FG2 (70% contre 27% pour le FG1 et 3% pour le FG3), avec pour principal argument qu'il est excessif, caricatural, ou contient trop de situations violentes. Cependant, l'argument inverse est aussi significatif : un dispositif intéressant, répondant à quelque chose d'existant, qui prend position et délivre un message (7,86% du FG1).

De plus, dans ce FG1 est discuté l'(in) action et (non) soutien aux victimes de violences de manière significative (87% de ce thème dans le focus group 1 versus 0% et 13% pour les focus group 2 et 3).

5.1.7 FG3 : au-delà des expressivités et perspectives de changement, la condamnation de la transgression du genre

Nous l'avons vu, ce FG3 est marqué par un premier thème positif en faveur du dispositif : expressivités et perspectives de changement sur les droits des femmes et des violences faites aux femmes comme le FG2. Le FG1 ne le pointe pas directement, mais le place en 7^e position, à côté d'un thème tout aussi positif : le constat du poids du genre et une vision positive de la transgression.

Dans le FG3, ce sont les expressivités qui dominent : exprimer des histoires de violence, réutiliser les items du DDG dans l'argumentation puis proposer des perspectives de solutions. Cependant, un thème significatif vient noircir le tableau pro-message, puisque le 5^e grand thème du FG3 est la condamnation de la transgression. Ce thème représente 10,09% du FG3 et ce thème se concentre sur le FG3 (45% contre 23% pour le FG1 et 32% pour le FG2). Les éléments de discours reposent principalement sur la condamnation des comportements féminins dans le quotidien, le fait d'éluder le genre dans la compréhension ou encore le biais de particularisme sur la violence et les rapports hommes femmes (Marseille comme ville particulièrement violente ou non ; les Cités comme lieu de violence).

5.2 FG1 : opinions et dynamique de groupe, prise de parole, écoute et influence

5.2.1 Projection et organisation de la discussion

Ce FG1 est composé de 6 participant·e·s, trois hommes et trois femmes, né·e·s entre 1991 et 1949, d'activité professionnelle et niveau d'étude divers (CAP à Bac+5), de sexualités diverses et d'origines et de nationalité européenne, française et magrébine. Tous les prénoms ont été changés, respectant les origines des prénoms et les tendances des âges.

Est projeté à ces récepteur·trice·s le court-métrage « Majorité Opprimée » d'Eléonore Pourriat²⁹⁵, prenant un personnage principal masculin, Pierre, qui vit dans un monde inversé, dystopique, où il est victime de sexisme latent, de harcèlement, d'agression sexuelle, puis de remise en cause de son témoignage et de culpabilisation. Pierre est aussi moralisateur face à un autre homme, l'assistant paternel Nissar, récemment voilé, sans avoir conscientisé qu'il a intériorisé un système culturel de domination.

Après la projection du court-métrage, les discussions des récepteur·trice·s, nous l'avons vu, portent majoritairement sur les marqueurs des dispositifs ; la société, son état sur la violence et l'égalité femmes-hommes ; l'école, les jeunes, les hommes ; la loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement ; la possible incapacité du dispositif à atteindre son but (voir tableau 5, page 386).

²⁹⁵ Voir l'annexe B

Or, les discussions sont marquées par une concentration de la prise de parole de trois participant·e·s : Jules, Julie et Monique, (76,73% cumulées) et des contenus discursifs (74,20% des mots échangés). Ces trois locuteur·trice·s représentent la moitié des participant·e·s, mais les trois quarts des échanges (prises de parole ou contenu discursif). Julie a des prises de paroles plus longues (25,74% de prises de paroles et 31,53% des mots) que Monique (21,29% de prises de paroles et 16,22% des mots), quand Jules se situe entre les deux (29,70% de prises de parole et 26,45 des mots).

Concernant la diversité des contenus discutés, les trois interlocuteur·trice·s qui s'expriment le plus, Jules, Julie et Monique, sont ceux qui concentrent le moins leurs discours : les cinq premiers thèmes qu'il·elles abordent concentrent entre 58% et 63% de leurs discours, quand pour les trois autre récepteur·trice·s cette concentration est plus forte (entre 63% et 85%).

Dans cette approche comparative et hiérarchisée, deux autres participants contribuent aux échanges, Ahmed et Younès, (18,82% des prises de parole cumulées et 23,67% des mots échangés). A ce titre, Ahmed (9,08% de prises de parole et 16,87% des mots) développe davantage ses propos que Younès (9,74% de prises de parole et 6,80% des mots). Les prises de parole de Ahmed sont plus longues, développées et ininterrompues que celles de Younès, et finalement, Ahmed cumule autant de mots que Monique.

Ahmed a un discours relativement concentré autour des cinq premiers thèmes abordés (67%), alors que Younès, a des propos diversifiés (52%) malgré sa participation faible aux échanges.

Enfin, Jane est la participante qui s'exprime le moins (4,46% de prises de parole et 2,14% des mots échangés). Elle est quasiment absente des échanges. Son discours est très concentré autour des cinq premiers thèmes abordés (85%). Après le FG, Jane est venue s'excuser et expliquer spontanément sa faible participation, en raison d'un problème d'acouphène l'handicapant dans les échanges.

A travers ces asymétries de prise de parole, d'étendue des discours et de diversité des contenus abordés, les récepteur·trice·s qui illustrent le plus les opinions développées, et sont potentiellement les plus écoutés et influents sur la construction de l'opinion, sont Monique, Jules, Julie et Ahmed.

5.2.2 Centration des discussions et marginalité

Des thèmes rassemblent des récepteur·trice·s dans les discours, peu importe pour le moment les attitudes et opinions opposées, quand certain·e·s ne les abordent pas, ou abordent des thèmes de manière idiosyncrasique.

Tou·t·e·s abordent ainsi les marqueurs dans les dispositifs, à l'exception de Ahmed. Celui·ne rebondit pas dans son discours sur le dispositif, ou très peu, et préfère des thèmes sur la société ou sur des dispositifs analogues.

De même tou·t·e·s abordent de manière significative l'école, les jeunes et les hommes, à l'exception de Julie, qui parlera davantage de la loi, du féminisme de manière positive ou de la société.

De manière significative, deux thèmes rassemblent quatre récepteur·trice·s dans les discours : la société, son état sur la violence et l'égalité femmes-hommes, pour Jules, Julie, Jane et Ahmed ; l'(in)action et le (non) soutien aux victimes de violence pour Jules, Julie, Younès et Jane.

De manière significative, deux thèmes rassemblent trois récepteur·trice·s dans les discours : la loi, féminisme, féminisation, séduction versus harcèlement pour Jules, Julie et Monique ; les dispositifs et formes de détournement analogues pour Younès, Monique, Ahmed.

Ainsi, ces grands thèmes - marqueurs du dispositif et école, jeunes et hommes- vont constituer à la fois les sujets les plus discutés et partagés, confrontés. D'autres -la société et les victimes, et plus encore, la loi, le féministe et les formes de détournement analogues- vont être davantage resserrés autour de quelques récepteur·trice·s.

Par ailleurs, on note quelques *marginaux·ales* dans les échanges : Ahmed, lequel a quelques distances avec le dispositif projeté, mais aussi qui abordera, comme Jane, un sujet peu développé par les autres, les expressivités et perspectives de changements. Ahmed prend aussi dans son discours un écart relativement aux autres sur la condamnation de la transgression, la responsabilité / culpabilité de la victime et de réassignation du genre. Par ailleurs, Julie, si elle s'exprime sur les thèmes les plus partagés, n'aborde pas ou peu l'école, les jeunes et les hommes, mais invite à la table son opinion sur le dispositif projeté comme intéressant, répondant à quelque chose d'existant et reposant sur des histoires vraies. Cette opinion vient contrecarrer celle adverse, émergeant dans le discours de Monique, et s'imposant petit à petit, quant à la possible incapacité du dispositif à attendre ses objectifs. Enfin, la particularité de Younès est le thème significatif dans son discours du poids du genre et d'une vision positive de la transgression.

Dans ce tableau, les discours de Jane sont peu significatifs. Elle tient une position à la marge par sa faible présence et ses interventions relativement abrupte. Ce sont davantage Ahmed, détaché du dispositif, Younès, participant rarement mais apportant des éclairages surprenants et décalés par rapport aux échanges en cours, et enfin Julie, dans une posture d'opposition, qui font un pas de côté quant aux sujets dominants et à la centration des discours.

5.2.3 Monique, Jules et Julie : trio de tête de la dynamique

Ce sont elles·lui qui prennent le plus la parole, dans les tours de parole, et qui s'expriment avec le plus de densité de contenu et de diversité des thèmes : Monique, Jules et Julie. Cette répartition (plus des deux tiers) de la parole qu'il et elles s'accordent se répercutent à travers d'autres indicateurs.

L'attention qui leur est portée, par les autres récepteur·trice·s, Ahmed, Younès et Jane, mais aussi entre eux, se matérialise par les « posturalo-mimo-gestuel : direction du regard (c'est sur le « contact oculaire » que repose en grande partie l'établissement et le maintien du contact social) » (Kerbrat-Orecchioni, 1986). Ce trio est écouté et regardé, et constitue les acteur·trice·s de la dynamique du groupe.

Ainsi, Jules, Julie et Monique sont les interlocuteur·trice·s qui sont le plus regardé·e·s par un ou plusieurs autres participant·e·s (regards dirigés vers Jules 186 ; vers Julie 151 ; vers Monique 144), et il·elles sont l'objet des regards de tous les participant·e·s de manière très marquée (regards de tou·t·e·s les autres enquêté·e·s vers Jules 36 ; vers Julie 35 ; vers Monique 31). Les autres enquêté·e·s sont l'objet des regards des autres dans le même sens décroissant que l'étendue de leur contenu discursif (un ou plusieurs regards dirigés vers Ahmed 75, tous les regards : 6 ; vers Younès 58, tous les regards : 8 ; vers Jane 27, tous les regards : 3).

Par ailleurs, Jules, Julie et Monique sont les enquêté·e·s dont les regards se dirigent plus fréquemment vers l'animatrice que les autres enquêté·e·s (regards vers l'animatrice de Jules 57 ; de Julie 51 ; de Monique 42 *versus* de Younès 14 ; de Ahmed 24 ; de Jane 15). Jules marque une volonté de s'adresser au groupe, à travers ses nombreux regards visant tou·t·e·s les autres participant·e·s (regards vers le groupe de Jules 16 ; de Monique ou Jane 5 ; de Younès 2 ; de Julie ou Ahmed 1).

Quant aux regards non ciblés, soit les regards non orientés vers un·e autre discutant·e, Julie en dénombre significativement le plus (167), quand ces regards non ciblés sont pour Younès, Monique et Jane et Ahmed relativement proches (entre 72 et 96), et peu élevés comparativement pour Jules (49).

Ces trois interlocuteur·trice·s non seulement mobilisent le plus les discussions, mais ils sont aussi écoutés, les regards portés sur lui·elles étant nombreux, et gardant également en majorité ce contact visuel vers celles·ceux qui parlent à leurs tours.

A travers d'autres indicateurs, méta-communicationnels, ces trois récepteur·trice·s sont dans une interlocution de lancement de discussion, de reprises, d'opposition. Les jeux des influences et d'affirmation des positions s'y jouent.

Tou·t·e·s les interlocuteur·trice·s, à l'exception de Jane, participent à l'enrichissement de la discussion, en lançant de nouveau sujet de discussion (première prise de parole aux questions de l'animatrice, lancement d'un nouveau sujet) en complétant celui lancé par un·e autre d'un nouvel élément connexe, en rebondissant et/ou en reprenant un sujet amorcé, position ou argument d'un·e autre discutant·e. Ces indicateurs, méta-communicationnels, pointent néanmoins des différences interpersonnelles que nous retrouvons dans les profils des récepteur·trice·s (Annexe BE à Annexe BG).

Dans ce jeu discursif, Monique joue celle de meneuse d'opinion, à travers ces assertions nombreuses, son discours inflexible, ses certitudes, argumentations et prises de paroles. Face à elle, Julie, laquelle s'oppose ou présente des points de vue opposés sur la perception

du dispositif. Jules aussi contribue activement aux échanges, mais va sensiblement être l'objet d'opposition dans ses positions. En somme, dans ce trio de tête, les interactions sont les plus nombreuses et les discours les plus riches et interactionnels. Monique va devenir rapidement celle qui donne le ton des échanges, en faveur de l'égalité femmes-hommes, avec un discours qui ne se contredit pas, mais en critiquant négativement le dispositif. Julie, elle aussi en faveur de l'égalité et contre les violences, s'affirme comme féministe et va prendre position en faveur du dispositif. Son discours est plus incertain, peut être remis en question, par elle ou les autres, et son influence est moindre que Monique sur le groupe. Jules, aux positions pro-égalités, va pouvoir s'affirmer ou être la cible d'interpellation négative dans les échanges. Sa position d'influence est moindre, il est moins dans l'opposition. Dans le jeu interactionnel, Ahmed s'exprime mais presque comme s'il était dans une situation de locution et non d'interlocution. Il ne s'exprime que sur ce qu'il souhaite, ses points de vue, en occultant souvent le genre, le dispositif, et en tenant parfois un discours allant à l'encontre des intérêts des femmes. Il garde de cap de l'autonomie dans les échanges, mais il se fait petit à petit embarquer par le groupe, où il reste en dehors des thèmes partagés, mais où ses apports vont rejoindre les préoccupations des discussions. Il est ainsi recentré dans ses propos. Younès, bien moins extensif, va surprendre et parfois troubler les autres, tant ses prises de paroles vont soulever des points non abordés, pro-messages, ou dire ses pensées sans filtre. Il s'inscrit dans le groupe, même timidement, et ses rares interventions vont alimenter une pensée originale. Quant à Jane, quasi absente des échanges, elle tient des propos plutôt en faveur des femmes, mais intervient abruptement et avec difficulté, ce qui rend sa place comme mineure dans les échanges.

La dynamique du groupe s'illustre ainsi, chronologiquement, par des accords communs de départ, puis des oppositions, dans lesquelles ce jeu s'exécute principalement à trois. Arrive progressivement un quatrième, lequel semble s'intégrer mais reste un peu à côté, en s'éloignant des cœurs de discussion. Celui-ci et jusqu'à la fin du dispositif, sera amené dans les logiques, et sous l'influence, du groupe. Un cinquième, électron libre, apparaît et disparaît des échanges, prolongeant parfois l'inconfort émotionnel induit par le dispositif et les oppositions. Enfin, une dernière, peu ou pas présente, ne s'intègre pas et sera spectatrice des échanges. L'influence est à dominante unipersonnelle, Monique, et d'un trio de de tête sur le groupe, Monique, Jules et Julie, qui va influencer un des participants un peu éloigné, Ahmed. Un consensus relatif émerge de ce trio, qui n'est initialement pas d'accord en tout point. Ce groupe sera parfois rejoint ou bousculé par un électron libre, aux touches d'humour et de discours à la marge et empathique, Younès.

5.2.4 Les indicateurs d'empathie et de dissonance cognitive

Avec une combinaison *a minima* de deux signes, par exemple verbal et non-verbal, nous avons cherché les signes d'empathie / de rejet empathique et de dissonance (inconfort émotionnel et psychologique) / absence de trouble chez les récepteur·trice·s.

Julie est celle qui est le plus marquée par des signes d'immersion dans le dispositif (9) et inversement (rejet, distance 3) ainsi que par des signes de gêne, malaise ou embarras

(3). Dans cet équilibre, Younès semble aussi s'immerger (2) (l'inverse étant aussi vrai, 3) et ressentir une gêne et un embarras. En réception (en direct face au message), les verbalisations de Younès vont également dans ce sens, et les réactions non-verbales de Julie sont aussi marquées.

Jules et Monique vont laisser transparaître moins de signe d'immersion (5 et 4) que de distance prise avec le dispositif (6 et 7), et pas ou peu de signe de trouble (0 et 1). Nous pensons que cela tient beaucoup à *l'intellectualisation* du débat qu'il engage, dans l'analyse du dispositif et dans la forte projection, attribution de la réception à *des autres*, en particulier les hommes imaginés face au message. Si Julie projette aussi ces derniers, elle développe davantage, de manière contrôlée ou non, sa propre réception et ses émotions.

Enfin, Ahmed, qui par ailleurs ne parle pas du dispositif, va peu et autant montrer de signe d'immersion et de distance avec le dispositif. A l'instar de son discours détaché et peu inséré dans le contexte des échanges, il se tient à distance du dispositif.

5.3 FG2 : opinions et dynamique de groupe, prise de parole, écoute et influence

5.3.1 Projection et organisation de la discussion

Ce FG2 est composé de 6 participant·e·s, trois hommes et trois femmes, né·e·s entre 1994 et 1959, d'activité professionnelle et niveau d'étude divers (du Bac à Bac+5), de sexualité hétéro et d'origines européenne et asiatique (un·e récepteur·trice·). Tous les prénoms ont été changés, respectant les origines des prénoms et les tendances des âges.

Est projeté à ces récepteur·trice·s le clip « C.L.I.T. », de Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles²⁹⁶, détournement du clip « Saint-Valentin » d'Orelsan. Ce clip est diffusé une première fois, puis pour que tou·t·e·s connaissent la version originale, le clip d'Orelsan est diffusé. Une troisième diffusion, à nouveau du clip « C.L.I.T. » est effectuée.

La version détournée reprend l'introduction du clip original, puis ajoute la sienne. Les paroles sont détournées pour appliquer la misogynie des propos aux hommes avec des changements mineurs et parfois volontairement non féminisés pour éviter des biais féminisation = infériorisation. Des performeuses, Elvire et Sarah, malmènent un homme, puis en ont chacune un entre les jambes au moment du refrain « Suce mon clit pour la Saint-Valentin ». Les images associent des codes féminins au (à la prise de) pouvoir : paillette, baignoire, champagne, ... Le clip se clôture avec l'apparition de plusieurs chiffres : ceux sur les violences, viols et féminicides, et ceux sur la perception de la violence, des victimes et des agresseurs.

En discussion, et entre les projections, les discussions des récepteur·trice·s, nous l'avons vu, portent majoritairement sur les marqueurs des dispositifs ; les cibles, but et

²⁹⁶ Voir l'Annexe C

surtouts les ressentis face au dispositif ; les formes analogues de détournement ; les expressivités et perspectives de changements ; et l'école, les jeunes et les hommes (voir tableau 5, page 386).

Les discussions du FG2 sont marquées par leur fragmentation : une répartition de la prise de parole moins concentrée que le FG1. Si deux enquêtées concentrent plus de la moitié des discussions, Anais et Sophie (qui cumulent 52,21% des prises de parole et 48,31% des contenus discursifs échangés), trois autres s'expriment significativement : Marc, Michael et Pauline (qui cumulent 42,11% des prises de parole). Seul un enquêté, Ibrahim, est en marge, avec peu de prises de parole (5,69%), bien qu'en termes de contenu échangé (9,56%), il soit proche de Marc (10,57%). Ibrahim prend moins souvent la parole que Marc, mais il développe davantage ses propos proportionnellement.

Par ailleurs, les écarts entre prise de parole et densité de contenu sont relativement faibles pour chaque enquêté·e. Si Sophie, Anais, Pauline et Marc ont une densité de contenu légèrement inférieure à la prise de parole (en proportion), c'est l'inverse pour Michael. Ce dernier a ainsi des contenus plus longs que ses interlocuteurs.

En d'autres termes, Sophie domine la discussion avec ses de prises de parole (29,02%) et de contenus (25,53%), suivie par Anais (23,19% ; 22,78%), puis par Michael (16,93% ; 18,58%), Pauline (13,66% ; 12,98%) puis Marc et Ibrahim. Ibrahim n'a pas la position équivalente à celle de Jane du FG1, car cette dernière non seulement prenait moins la parole (4,46%) qu'Ibrahim, mais aussi la densité de ses contenus est proportionnellement inverse (2,14%) à ses prises de paroles.

Concernant la diversité des contenus discutés, tou·t·e·s les interlocuteur·trice·s ont des discours assez concentrés : les cinq thèmes les plus discutés par chacun·e concentrent une part très importante de leur propos (entre 66% et 86%). Autrement dit, si les prises de parole sont plutôt fragmentées, les sujets discutés sont plutôt concentrés. Pour trois enquêté·e·s, Sophie et Michael, les cinq thèmes qu'ils abordent le plus concentrent entre 77% et 86% de leur discussion ; pour Marc, Anais et Pauline ils concentrent entre 67% et 71% de leur discussion.

A travers cette répartition assez fragmentée de la prise de parole et de contenu, tou·t·e·s les récepteur·trice·s sont intégré·e·s dans la dynamique de groupe et peuvent être des sujets influents. L'exception d'Ibrahim est néanmoins notable. A l'opposée, une participante domine assez les échanges, en termes de prise de parole, de contenu et d'ancrage de ses opinions (concentration thématique), qui est Sophie, suivie de près par Anais.

5.3.2 Centration des discussions et marginalité

Des thèmes rassemblent des récepteur·trice·s dans les discours, peu importe pour le moment les attitudes et opinions opposées, quand certain·e·s ne les abordent pas, ou abordent des thèmes de manière idiosyncrasique.

Tou·t·e·s abordent ainsi les marqueurs dans les dispositifs, et parmi les thèmes les plus discutés.

De manière significative, trois thèmes rassemblent quatre récepteur·trice·s dans les discours : les cibles, buts, et ressentis pour Mickael, Sophie, Anais et Pauline ; la société, son état sur la violence et l'égalité f-h pour Sophie, Pauline, Marc et Ibrahim ; l'école, les jeunes, les hommes pour Sophie, Anais, Pauline et Marc.

De manière significative, un thème rassemble trois récepteur·trice·s dans les discours : Expressivités / perspectives changements pour les droits et contre les violences faites aux femmes pour Anais, Sophie et Pauline.

Des thèmes sont aussi abordés par binôme dans ce focus group : celui qualifiant le dispositif d'intéressant, en réponse à quelque chose d'existant, qui prend position, donne un message, narre des histoires vraies, pour Marc et Michael ; les dispositifs et formes de détournement analogues pour Anais et Michael ; condamner la transgression, responsabilité / culpabilité des femmes, réassigner le genre pour Marc et Ibrahim.

Enfin, trois enquêté·e·s sur six discutent chacun d'un thème de manière significative, qui est exclusive des autres enquêté·e·s et qui n'apparaît pas dans le « top 5 » des thèmes de l'analyse globale. Précisément, ces sujets signifiants pour ces enquêté·e·s portent sur des éléments relativement différents : il s'agit d'envisager la possible incapacité du dispositif à atteindre son but pour Michael quand Pauline évoque le constat du poids du genre et une vision positive de la transgression et Ibrahim le cas d'autres pays.

5.3.3 Trois profils différents dominants et une dynamique du groupe participative

Dans les discussions du FG2, Sophie puis Anais sont celles qui prennent le plus la parole, dans les tours de parole, et qui s'expriment avec le plus de densité de contenu. Leur discours n'est pas plus diversifié que les autres, il est tout autant concentré. Sophie a une position d'agitatrice, quand Anais tient plutôt une position de *connaissseuse* de l'univers du rap dont il est question. Michael, s'il prend moins la parole, a des locutions plus longues, dans une posture marquée assez réflexive.

L'attention portée sur lui-elles par les autres récepteur·trice·s, mais aussi entre eux-elles, se matérialise par les « posturalo-mimo-gestuel : direction du regard (c'est sur le « contact oculaire » que repose en grande partie l'établissement et le maintien du contact social) » (Kerbrat-Orecchioni, 1986). Ce trio est écouté et regardé, et constitue les acteur·trice·s de la dynamique du groupe.

Ainsi, les enquêté·e·s prenant davantage la parole sont ceux et celles vers qui les regards se portent. Sophie est le plus souvent regardée (221 regards dirigés vers elle, par un ou plusieurs enquêté·e·s), puis, suivant un ordre décroissant, Anais (181), Michael (106), Pauline (115), Marc (90) et Ibrahim (45). Cet ordre n'est pas respecté lorsqu'il s'agit du regard de tou·t·e·s les enquêté·e·s simultanés dirigés vers le locuteur (Sophie,

Anais, Pauline, Michael, Ibrahim et Marc) : Pauline et Ibrahim sont davantage l'objet de tous les regards que le laissent supposer les prises de paroles, gagnant chacun·e une position au-dessus de l'enquêté plus discutant qu'elle et lui.

Par ailleurs, les regards dirigés vers l'animatrice (Sophie 138 ; Michael 119 ; Pauline 102 ; Anais 90 ; Marc 66 ; et Ibrahim 32) suivent l'ordre décroissant des enquêté·e·s : les plus discutant, à l'exception d'Anais, qui la regarde peu. A l'inverse, Sophie regarde l'animatrice de très nombreuses fois. Quant au regard d'un·e enquêté·e vers le groupe, indice d'une volonté de s'adresser à tou·t·e·s, Sophie (28) se distingue de tou·t·e·s les autres enquêté·e·s (entre 1 et 6 regards vers le groupe).

Quant aux regards non ciblés, soit les regards non orientés vers un·e autre discutant·e, Michael en dénombre le plus (119), suivie de près par Pauline (102) et Anais (90), puis dans une moindre mesure par Marc (66), Sophie (63) et Ibrahim (32). En somme, cette indétermination est moins l'apanage de Sophie, mais beaucoup plus celles de deux enquêté·e·s, Michael et Pauline.

Si un trio de tête semble émerger dans la dynamique de groupe, nous voyons que même les interlocuteur·trice·s qui interviennent moins souvent, comme Pauline ou Ibrahim, sont l'objet de l'attention de tout le groupe. Sophie est quant à elle un peu au-dessus d'Anais et de Michael, puisque non seulement elle prend plus la parole et développe davantage ses propos, mais elle joue presque un rôle de substitution dans l'animation de l'animatrice : elle s'adresse par exemple à tou·t·e·s, elle interpelle, pose des questions, émet des avis opposés. Sa position ne la situe pas nécessairement en tant qu'influenceuse des opinions du groupe ou des autres individus, mais dans la dynamique et le lien social qu'elle crée : elle use de l'humour, pose des questions, et se voit opposé des opinions contraires aux siennes, répond aux questions qu'elle pose, et peut aussi changer d'avis. Elle a de la complicité naissante avec Anais et Pauline, ces deux dernières se connaissant par ailleurs. Anais et Pauline ont des opinions souvent proches, mais Pauline affirme davantage de positions tranchées, féministes, quand Anais peut prendre parti pour le milieu du rap en nuancant les reproches qu'il peut lui être fait quant à sa misogynie.

Dans ce jeu d'influence, Michael a un discours parfois confus, complexe, mais qui arrive à se faire entendre des autres interlocuteur·trice·s. Sa réflexion et posture réflexive illustre que la thématique des violences et du genre ne lui est pas inconnu. Il aura parfois, Marc également, des postures de défense des droits des femmes très marquées, dépassant celle de Sophie. Quant à Ibrahim, en retrait, il participe peu à la dynamique du groupe, mais va y contribuer partiellement sur des points précis, souvent parce qu'il est invité à le faire par l'animatrice.

Dans le jeu interlocutif, une forme d'équilibre s'instaure où, même si les positions s'opposent et la confusion est présente quant au dispositif au départ, chacun·e est écouté et peut prendre la parole, même si un participant se voit un peu à l'écart. Tou·t·e·s les enquêté·e·s participent à l'enrichissement de la discussion, y compris ceux qui s'étendent le moins dans les discussions Marc et Ibrahim, en lançant de nouveau sujet de discussion

(première prise de parole aux questions de l'animatrice, lancement d'un nouveau sujet) en complétant celui lancé par un·e autre d'un nouvel élément connexe, en rebondissant et/ou en reprenant un sujet amorcé, position ou argument d'un·e autre discutant·e.

Sur un plan chronologique, les trois expositions vont agir sur le phénomène de compréhension du clip « C.L.I.T. », lequel pose problème au départ, puis est envisagé par le prisme de sa version originale, puis visualisé à nouveau. Les opinions passent également d'une indétermination ou d'un rejet, vers une acceptation et une analyse du dispositif. L'opinion se construit en même temps que la subjectivité de quelques un·e·s vient éclairer celles et ceux qui ne sont pas avertis. Il y a un échange de connaissances et de points de vue, ce qui n'empêche pas les oppositions, réflexions et doutes. L'influence semble être au départ celle des connaisseur·seuse·s du rap ou d'Orelsan, Anais, Pauline et Michael, puis d'une prise de position individuelle avec la compréhension et interprétation personnelle, avant que chacun·e puisse argumenter ses points de vue. Un relatif consensus apparaît sur des marqueurs du dispositif, quand la dissonance peut aussi être réactivée par l'agitatrice, Sophie, qui interpelle Marc, sur son relatif silence et sur ses ressentis, et sur la responsabilité en tant que parents.

5.3.4 Les indicateurs d'empathie et de dissonance cognitive

Avec une combinaison *a minima* de deux signes, par exemple verbal et non-verbal, nous avons cherché les signes d'empathie / de rejet empathique et de dissonance (inconfort émotionnel et psychologique) / absence de trouble chez les récepteur·trice·s.

Le premier constat est celui des signes d'immersion dominants (25) mais aussi de rejet, de distance prise avec le dispositif (19). Nous constatons également des signes de gêne, malaise et d'embarras (14) assez partagé. Cette multiplication des émotions s'explique facilement, nous le supposons, puisque le focus group débute sur la réception d'un dispositif pas toujours connu, où les réactions de rejet sont eux-mêmes décrits par les créatifs, puis de trouble, de compréhension, et d'évaluation.

C'est Sophie qui se montre la plus expressive, immergée (7) dans le dispositif, prenant une distance (5) mais aussi le malaise (4) et son opposé (1 pas de gêne). Marc s'illustre plus dans la distance (4) et la gêne (5) que dans l'immersion (2). Pauline est celle qui s'immerge le plus (9) mais elle montre aussi des signes de distance et de rejet du dispositif (3), et de gêne (2). Michael montre sensiblement plus de signe d'immersion (5) que de recul (3) et de gêne (2). Anais est plus dans la distance (5) que dans l'immersion (2) mais montre une petite gêne (1). Elle est nettement plus à même de percevoir la double lecture dès le départ. Enfin, Ibrahim, montre des signes plutôt de rejet (1) et de gêne (2).

Sur l'ensemble du FG2, l'alternance des émotions relève de ces couches de compréhension et de non compréhension, et d'ajustement progressif. Les phénomènes d'empathie et d'inconfort émotionnel sont plus significatifs que dans le FG1.

5.4 FG3 : opinions et dynamique de groupe, prise de parole, écoute et influence

5.4.1 Projection et organisation de la discussion

Ce FG3 est composé de 5 participant·e·s, deux hommes et trois femmes, né·e·s entre 1993 et 1948, en majorité avant 1960 (trois participant·e·s), d'activité professionnelle moins diversifiée que les autres groupes (personnes retraitées et fonctionnaires en majorité) et niveau d'étude divers (Bac à Bac+5), de sexualités souvent non précisées, de nationalité française. Tous les prénoms ont été changés, respectant les origines des prénoms et les tendances des âges.

Est projeté à ces récepteur·trice·s des planches de la bande dessinée « Les Crocodiles » de Thomas Mathieu²⁹⁷, illustrant les personnages hommes sous les traits de crocodiles pour pointer les comportements masculins violents. La bande dessinée se compose de planches de témoignages de femmes victimes de violence, puis de planches de conseils et méta regard sur les violences. Les planches témoignages suivent un rythme crescendo à l'instar des films projetés. Les situations de violences portent principalement sur du harcèlement, menace et intimidation, humour sexiste et violence sexuelle.

Après la projection du court-métrage, les discussions des récepteur·trice·s, nous l'avons vu, portent majoritairement sur les expressivités, perspectives de changement sur les droits et violences faites aux femmes ; les marqueurs des dispositifs ; l'école, les jeunes, les hommes ; la loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement ; la condamnation de la transgression, responsabilité / culpabilité des femmes et réassignation de genre (voir tableau 5, page 386).

Sur le simple indicateur de la prise de parole, elle est relativement équitable : l'enquêté prenant le plus la parole dans les interactions est Claude (26,18%) suivi de près par Brigitte et Bernard (environ 21%) puis de Manon (17,45%) et Audrey (13,82%).

Or, les discussions sont marquées par une relative concentration de la prise de parole de trois participant·e·s : Brigitte, Bernard et Claude, prenant plus la parole (68,72% prises de parole cumulées) et développant davantage (71,41% des contenus en mots), que les deux autres enquêtées, Manon et Audrey (31,27% des prises de parole cumulées ; 28,59 des contenus en mots).

Dans l'ordre décroissant la participante qui arrive en tête est Brigitte (21,45% prises de paroles ; 26,62% contenus en mots), qui développe longuement ses propos. Suivie de, Claude (26,18% ; 25,75%) et Bernard (21,09% ; 19,04%), qui se connaissent. Enfin, Manon (17,45% ; 14,75%) et Audrey (13,82 ; 13,84%) s'expriment dans une moindre mesure, tout en étant très actives dans les échanges, chacune à leur manière.

²⁹⁷ Voir l'Annexe D

Si l'on considère uniquement la densité des contenus échangés, Brigitte et Claude occupent la majeure partie des échanges (52,37% en cumulé des mots échangés), suivent Bernard, Manon et Audrey.

Concernant la diversité des contenus discutés, tou-t-e-s ont un discours relativement concentré autour des cinq premiers thèmes qu'ils-elles abordent (entre 63% et 70% de leurs discours), quand pour une personne d'entre eux-elles, ce discours est davantage concentré (76% pour Audrey). Ainsi, la majorité des discussions est représentée dans ces cinq premiers thèmes. Audrey est celle s'exprimant le moins et ayant le contenu thématique discursif le moins diversifié.

Comparativement à l'analyse globale, deux thèmes prennent une place significative de manière idiosyncrasique à ce FG3 : expressivités et perspectives de changement pour les droits et contre les violences faites aux femmes et condamner la transgression, responsabilité et culpabilité des femmes, réassignation du genre.

A travers cette répartition relativement équitable des tours de parole, une asymétrie de développement, avec des interlocuteur·trice·s plus expansif·ve·s que d'autres : Brigitte en particulier, puis Claude et Bernard. Cette forte présence dans les échanges ne signifie pourtant pas qu'elle et ils aient une influence plus grande sur les autres interlocutrices, Manon et Audrey, ou entre eux. Elle et ils n'auront pas d'influence sur les deux autres, mais entre eux, et développeront des arguments plutôt partagés, quand Manon et Audrey développeront leurs points de vue respectifs, et souvent opposés à ceux du trio.

5.4.2 Centration des discussions et marginalité

Des thèmes rassemblent des récepteur·trice·s dans les discours, peu importe pour le moment les attitudes et opinions opposées, quand certain·e·s ne les abordent pas, ou abordent des thèmes de manière idiosyncrasique.

De manière significative, trois thèmes rassemblent quatre récepteur·trice·s dans les discours : les expressivités / perspectives de changement pour les droits et violences faites aux femmes pour Brigitte, Claude, Bernard et Audrey ; les marqueurs des dispositifs pour Claude, Bernard, Manon et Audrey ; l'école, les jeunes et les hommes pour Brigitte, Claude, Manon et Audrey.

De manière significative, deux thèmes rassemblent trois récepteur·trice·s dans les discours : la loi, le féminisme, la féminisation, la séduction versus le harcèlement pour Brigitte, Bernard et Manon ; la société, son état sur la violence et égalité femmes-hommes » pour Brigitte, Bernard et Audrey.

Enfin, trois thèmes se recoupent de manière significative pour deux récepteur·trice·s dans leurs discours : condamner la transgression, responsabilité et culpabilité des femmes, réassignation du genre pour Brigitte et Claude ; dispositif – cible, but, ressenti pour Claude et Manon ; dispositifs et formes analogues pour Bernard et Audrey.

Enfin, une exception thématique revient à Manon, qui évoque les « cas d'autres pays ».

Ainsi, dans ce FG3, se lit déjà une relative opposition entre deux groupes, l'un, composé de Brigitte, Claude et Bernard, partageant des opinions communes, et en particulier ces deux premier·e·s, qui peuvent exprimer des positions positives (expressivité et changement) et en même temps, tenir un discours plutôt négatif (condamner la transgression). Le second groupe composé de Manon et Audrey n'est pas vraiment un groupe, puisqu'elles ne partagent pas nécessairement les mêmes points de vue, bien qu'ils se rapprochent, mais surtout ne constituent pas une alliance d'opposition. Chacune apportera au débat des oppositions, sans qu'elles s'allient dans ces désaccords formulés.

5.4.3 Brigitte et Claude *versus* Audrey, une opposition structurante et influente

Nous nous intéressons ici aux regards dans les échanges, soit un élément paraverbal cinétique, considéré comme « posturalo-mimo-gestuel : direction du regard (c'est sur le « contact oculaire » que repose en grande partie l'établissement et le maintien du contact social) » (Kerbrat-Orecchioni, 1986)

Dans le FG3, les regards des enquêté·e·s portés sur un·e autre enquêté·e ne sont pas corrélés à l'importance des prises de parole ou de contenus, comme cela est le cas dans le FG1 et FG2. Il existe cependant des grandes directions qui suivent l'ordre décroissant : les trois enquêté·e·s les plus discutants sont celles·ceux vers qui portent davantage les regards, mais Claude (second enquêté discutant) arrive de loin en tête sur les regards portés sur lui (168), suivi par Brigitte (première discutante) (148), puis Bernard (3^e discutant) (153). Arrive ensuite, très proches de ce trio, Audrey, pourtant celle qui échange le moins (prise de parole et contenu) avec 138 regards portés sur elle, et enfin Manon (86). Ce bousculement se confirme et s'accroît avec les regards de tou·t·e·s les enquêté·e·s vers l'un·e : si Brigitte est celle sur laquelle les regards du groupe se posent le plus fréquemment (22), Claude et Audrey la suivent de très près (18), quand Manon (8) et Bernard (8) suivent de loin. Dans le même sens, Brigitte et Audrey sont les deux enquêtées qui vont regarder l'ensemble du groupe pour s'adresser à l'ensemble (à 19 reprises chacune), quand cela n'est aucunement le cas pour les autres enquêté·e·s (0 regard vers l'ensemble du groupe de Bernard et Claude et seulement à une reprise pour Manon).

Ces indicateurs illustrent que la portée du rapport à l'autre, le contact social maintenu, est fort sur des enquêté·e·s (Audrey et Claude) dont l'écoute n'est pas uniquement corrélée à la quantité ou densité des initiatives de parole (Brigitte), mais tient à autre chose : le contenu thématique et la force de conviction exprimée. Audrey est ainsi regardée à de multiples reprises par les enquêté·e·s les plus discutants du focus group. Quant à Claude, les regards les plus nombreux portés sur lui sont ceux de Brigitte et Audrey. Quant aux regards portés sur l'animatrice, ils sont très nombreux pour Brigitte (118) puis Bernard (72), quand les autres sont relativement stables et plus faibles (entre 47 et 49 pour Claude, Audrey et Manon.) Enfin, les regards vers le groupe de Brigitte et Audrey montrent l'intention de s'adresser à tou·t·e·s et, probablement, d'avoir un effet sur l'audience.

Enfin, les regards non ciblés sont relativement les plus élevés chez les plus discutants, Claude, Manon et Brigitte et Bernard, quand Audrey se trouve largement en deçà, ce qui peut signifier que son regard est très fréquemment porté sur celle ou celui qui s'exprime.

Pour résumer, si les places discursives sont occupées principalement par Brigitte, Claude et Bernard, une interlocutrice moins étendue dans ses propos est tout aussi vecteur et objet des attentions : Audrey. De plus, c'est dans l'opposition que se crée ces échanges, opposant principalement Audrey à Brigitte et Claude, et où tou·t·e·s les participant·e·s sont visés par les arguments persuasifs des une·s et de l'autre. L'opposition est marquée du côté de Audrey, quasiment pas du côté du trio : elle et ils représentent le centre, une opinion relativement partagée s'imposant, quand Audrey, et Manon dans une moindre mesure, constituent les opposantes.

Les points de vue différents et marqués qui émergent, enrichissent les débats et tirent les un·e·s et les autres vers des positions et attitudes qui s'adoucissent, bien que les tenants des oppositions les plus radicales gardent leurs positions, tout en concédant aux autres la légitimité de certains propos, par leur maîtrise du sujet ou leurs expériences vécues, en particulier Brigitte et Audrey.

5.4.4 Les indicateurs d'empathie et de dissonance cognitive

Avec une combinaison *a minima* de deux signes, par exemple verbal et non-verbal, nous avons cherché les signes d'empathie / de rejet empathique et de dissonance (inconfort émotionnel et psychologique) / absence de trouble chez les récepteur·trice·s.

Dans le FG3, ce sont les signes d'immersion (14) qui sont les plus significatifs, et qui portent principalement sur les témoignages, puis les autres planches de conseils. La gêne (5) est également fréquente, mais moindre, d'autant que l'inconfort émotionnel s'est renouvelé en milieu-fin d'entretien, lorsque Brigitte explique que l'histoire « du couple » est une violence qu'elle a vécue : celle des violences conjugales et du viol conjugal. Il est aussi notable qu'une distance, un recul est pris avec le dispositif (4).

Claude est celui qui marque le plus la distance (3) et la gêne (3) face au dispositif dans les discussions, et moins souvent l'immersion (2).

Manon est celle qui révèle le plus de signes d'immersion (5), rarement de distance (1) ou de gêne (1). Audrey s'inscrit dans cette même dynamique (3 signes d'immersion et 0 de distance ou gêne), Bernard également (2 signes d'immersion, 0 de distance et 1 de gêne) suivie de Brigitte (2 signes d'immersion et 0 de distance ou gêne).

Ainsi, bien que les discours pris seuls illustrent un regard mitigé sur le dispositif et en particulier les crocodiles, les signes d'immersion sont bien présents, se rapprochant d'une posture empathique pour tou·t·e·s et en particulier pour Manon dont la gêne présente, est plus difficile à mesurer (nous n'avons pas surinterprété des indicateurs, préférant sous-estimer que surreprésenter cet état).

6. Questionnaires, les effets et processus mesurés : processus de réception -empathie et dissonance cognitive- et changements d'attitudes liés au DDG

6.1 Changements d'attitudes et d'intention d'agir constatés

Dans nos questionnaires, nous avons des questions, en Temps 1 (une semaine avant l'exposition) et en Temps 2 (Jour-J de l'exposition) qui prennent les mesures des attitudes pré et post exposition (voir point 2.3.1, page 330). Nous avons cherché également, en adaptant la méthode des scénarios (voir point 2.3.2, page 331) à mesurer les intentions d'agir relativement à des situations de sexisme et leur possible changement avant/après exposition. Enfin, des questions ouvertes viennent apporter un éclairage sur le processus de réception.

6.1.1 Trois changements d'attitudes provoqués par le dispositif de DDG

Les réponses aux échelles d'attitudes avant et après exposition au dispositif de DDG ont été analysées avec des tests T de Student sur échantillons appariés : nous n'avons analysé que les réponses des sujets ayant participé aux phases avant et après exposition au clip « C.L.I.T. ». Nous avons des résultats significatifs ($p < .05$) pour trois questions et un résultat tendanciel ($p = .05$) pour une question (Annexe BK). Ces questions sont toutes relatives à l'Echelle de Sexisme Ambivalent (Dardenne et al., 2006).

Trois résultats statistiquement significatifs :

Un premier changement d'attitude significatif concerne l'attitude mesurée par la question 1 « Sous l'apparence d'une politique d'égalité, beaucoup de femmes recherchent en fait des faveurs spéciales, comme un recrutement en entreprise qui les favorise. ». Après avoir été exposé·e·s au clip « C.L.I.T. », les sujets ont vu leur **sexisme hostile** diminuer de façon statistiquement significative ($Q1 = 1$; $Q'1 = 0.69$; $t(22) = 2.08$; $p < .05$).

Un second changement d'attitude significatif concerne l'attitude mesurée par la question 7 « Une femme parfaite doit être mise sur un piédestal par son compagnon. ». Après avoir été exposé·e·s au clip « C.L.I.T. », les sujets ont vu leur **sexisme bienveillant (protection paternaliste)** diminuer de façon statistiquement significative ($Q7 = 1.65$; $Q'7 = 1.08$; $t(22) = 2.13$; $p < .05$).

Un troisième changement d'attitude significatif concerne l'attitude mesurée par la question 9 « Beaucoup de femmes ont une espèce de pureté que la plupart des hommes n'ont pas ». Après avoir été exposé·e·s au clip « C.L.I.T. », les sujets ont vu leur **sexisme bienveillant (différentiation complémentaire du genre)** diminuer de façon statistiquement significative ($Q9 = 1.47$; $Q'9 = 0.95$; $t(22) = 2.15$; $p < .05$).

Enfin, nous avons un résultat tendanciel pour une question ($p=0.05$) :

Un quatrième changement d'attitude significatif concerne l'attitude mesurée par la question 21 « Il y a beaucoup de femmes à qui cela plaît d'exciter les hommes en semblant sexuellement intéressées pour ensuite refuser leurs avances. ». Après avoir été exposé·e-s au clip « C.L.I.T. », le **sexisme hostile** des sujets a diminué de façon très tendancielle ($Q_{21} = 1.81$; $Q'_{21} = 1.22$; $t(22) = 2.08$; $p=.05$).

6.1.2 Pas de changement dans les intentions d'agir

Avec le même test T de Student appliqué aux intentions d'agir, nous n'avons aucun résultat significatif (p inférieur à .05) : le dispositif de DDG « C.L.I.T. » n'a pas eu d'influence sur les intentions d'agir face à une situation sexiste.

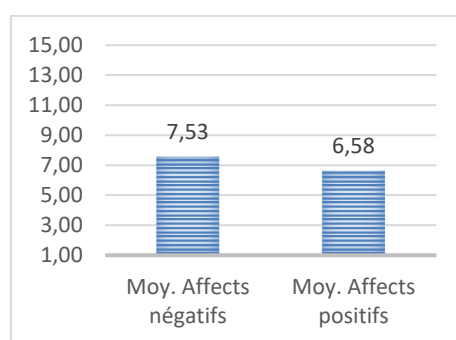
6.2 Processus de dissonance cognitive et de l'empathie virtuelle en réception

6.2.1 Appréciation de l'inconfort comme processus de réception

Face au dispositif, l'état des répondant·e-s, auto-évalué·e-s, sur une échelle de 1 à 15 non numérotée mais signifiée par des points graduels, est moins dans les affects positifs que dans un inconfort psychologique.

Les répondant·e-s manifestent moins d'affects positifs (moyenne 6,58) que d'affects négatifs (moyenne 7,53).

Cette donnée est à considérer en lien avec le listage des pensées, faisant état de gêne et d'embarras que nous avons identifiés. Ces expressivités, à valence négative mais aussi celles à valence positive, se traduisent par des évaluations positives pro-message (voir point 6.3.1, page 406). Par ailleurs, ces résultats sont aussi couplés avec une autre grille d'évaluation, portant sur l'empathie virtuelle, laquelle met en jeu des émotions alliant l'empathie et la dissonance cognitive (voir point 6.2.3, page 405).



Graphique 1 : inconfort psychologique à travers les affects

6.2.2 Acceptation du message : DDG ayant un hypotexte et véracité des chiffres

Pour tester la crédibilité accordée au clip, bien qu'il puisse être contesté par ailleurs, mais aussi le dédoublement de la lecture induite par le DDG et la confiance (versus le rejet lors de la réduction de la dissonance), nous avons posé deux questions aux répondant·e-s.

Premièrement, *on peut entendre dans la musique en général des paroles comme celles de ce clip, mais à l'encontre des femmes*, est clairement validé par les répondant·e·s, avec un score de 4,27, l'échelle de Lickert allant de 0 « pas du tout d'accord » à 5 « tout à fait d'accord ». Cette réponse converge dans le sens d'une double lecture dans l'esprit des répondant·e·s et d'une évaluation positive allant dans le sens du message.

Secondement, *les chiffres à la fin du clip sont vrais*, est également validé par les répondant·e·s, avec un score de 4,42. Bien que nous notions qu'il n'y ait pas de source mentionnée, nous constatons que ces chiffres -sur les violences et sur la perception de ces violences- ont finalement un indice de confiance fort. Ce sont par ailleurs des marqueurs repris par les répondant·e·s dans les questions ouvertes du même questionnaire.

6.2.3 Empathie virtuelle : émotions et cognitions dans le sens des effets visés

Pour étudier le processus de réception, en renfort d'une question sur la dissonance cognitive et ajoutant la dimension d'empathie virtuelle, nous avons construit des questions par binôme, faisant référence à des cognitions positives (2) et négative (2), à des émotions positives (2) et négatives (2) : un moyen de venir confirmer ou non l'inconfort psychologique et d'étudier l'empathie.

Dans les résultats suivants, plus le score présenté par la moyenne est élevé, et plus les émotions et cognitions abondent dans le sens de l'empathie et de la dissonance comme inconfort émotionnel. Nous avons pour cela inversé les *scorings* des questions négatives²⁹⁸.

Ainsi, si les répondant·e·s expriment avoir été « plus ou moins » embarqué·e·s ou perturbé·e·s par le dispositif (2,31), ils et elles sont en moyenne « assez bien » touché·e·s par le sexisme et les violences qui y sont dénoncés, et ils et elles n'y sont plutôt pas indifférent·e·s. Ces données viennent corroborer les résultats sur l'inconfort émotionnel.

			Moyenne	Médiane
Emotion négative	Q1	Je suis détaché·e, neutre, quand je regarde le clip ; je ne me laisse pas embarquer	2,31	3
Emotion positive	Q4	Je suis touché·e, perturbé·e, quand je regarde le clip, je me laisse embarquer		3
Emotion négative	Q5	Je me sens indifférent·e au sexisme et aux violences dénoncées par le clip	3,26	4
Emotion positive	Q8	Je suis touché·e par le sexisme et les violences dénoncées par le clip.		3

Tableau 6 : Moyenne des émotions, se laisser embarquer par le clip et être touché·e par le sexisme et les violences

Ensuite, il s'agit à la fois de cognition et d'émotion, au sens où les questions visent à évaluer un effort cognitif d'empathie. D'une manière générale, les réponses cognitives sont plutôt en faveur de cet effort : les répondant·e·s se projettent entre « plus ou moins » (2) et « assez bien » (3) à la place des femmes habituellement cibles des propos misogynes

²⁹⁸ Être détaché·e, neutre face au message ou ne pas être touché·e correspondent à 0, à l'inverse déclarer ne pas être détaché·e ou être touché·e correspond, pour le score maximum, à 4.

(2,79) et ils-elles envisagent « assez bien », en moyenne, le point de vue du clip proposé (2,90). Ces données viennent abonder également dans le sens d'une lecture hypertextualisée.

			Moyenne	Médiane
Cognition négative	Q3	Je ne me mets pas dans la peau des femmes qui se sentent injustement traitées dans la musique en général	2,79	4
Cognition positive	Q6	J'essaie un instant de me mettre à la place des femmes qui se sentent traitées dans la musique en général		3
Cognition négative	Q7	J'ai de la difficulté à voir les choses selon le point de vue proposé par le clip	2,90	4
Cognition positive	Q2	J'essaie de considérer le point de vue du clip avant de me faire une opinion		3

Tableau 7 : Moyenne des cognitions, se laisser embarquer par le clip et être touché-e par le sexisme et les violences

6.3 Les réponses ouvertes et qualitatives des questionnaires

6.3.1 Listage des pensées : valence positive et négative et en majorité dans le sens du dispositif

La grande majorité des répondant·e·s s'est prêtée à l'exercice de ce listage, et dans la majorité (26/31) ils-elles en ont donné trois comme la consigne le demande. Ces pensées sont relativement courtes (moins de 6 mots en moyenne). Sur les 75 pensées écrites, un tiers (27/75) n'est composé que d'un nom ou d'un adjectif. Voir l'Annexe BL.

Deux valences différentes des pensées sont envisagées : les expressivités et le sens qu'elles prennent relativement au message du dispositif.

La valence des pensées (cognitive et émotionnelle) est hétérogène. Nous avons évalué ces pensées, d'une part, en tant qu'expressivité. Elles sont plutôt positives, par exemple : « contente de changer les rôles ! » ou « au début beurk mais c'est dégeu (pensée 1) au final, c'est beaucoup moins trash que ce que font les mecs (pensée 2) C'est très bien fait et à raison : Grand besoin de plus de ça ! ». A l'inverse ces expressivités peuvent être négatives, comme par exemple : « ça me gêne » ou « Gênant (pensée 1) féministe, fait pour choquer (pensée 2) redondant, vu et revu (pensée 3) ». Ces pensées, sous forme d'expressivité, peuvent aussi être neutres, parce que descriptives et que nous ne pouvons pas lui donner de valence : ex. « Orelsan version femme (pensée 1), féministes (pensée 2), revendication (pensée 3).

Cette valence des pensées est ensuite une seconde fois analysée, pour y évaluer si elle va ou non dans le sens du message et des intentions des créatifs. Elle aussi peut être positive, négative ou neutre. Par exemple, la valence des pensées de cet·te répondant·e est négative (être choquée, triste) et une valence positive dans le sens des messages : « Parodie mais un peu choquée en mode "c'est hard" (pensée 1), Clip nécessaire pour inverser les rôles et dénonce (pensée 2), Triste : les chiffres de la fin (pensée 3) ».

Pour simplifier l'analyse et renforcer sa validité, nous nous basons sur les trois pensées de chaque participant·e (combinées, les pensées individuelles nous donnent plus favorablement leur valence) plutôt que de faire une hiérarchie entre pensées 1, 2 et 3.

Ainsi, les expressivités juste après la projection du dispositif sont plus négatives (11) que positives (8), d'autres étant neutres (11) ou non renseignée (1).

Par ailleurs, ces pensées sont majoritairement dans le sens du dispositif (20), et dans une moindre mesure contre le sens (4), certaines restant neutres (6) et non renseignées (1).

L'ensemble des expressivités positives (8) se conjugue avec des pensées qui vont dans le sens du message et des intentions des créatifs : être « contente », le trouver « drôle » et comme « bon moyen d'en parler » ; être « surpris·e » puis dans « l'attention » et identifiant la « revendication ».

La majorité des expressivité négatives (11) se conjuguent avec des pensées qui vont dans le sens du message (8). Par ex. : « C'est un peu hard, elles vont parfois plus loin que les rappeurs (pensée 1) ; Aberrée par les chiffres à la fin même si je savais que ça existait (pensée 2) ; Intéressant d'inverser les rôles (pensée 3) ».

Cependant des expressivités négatives (11) peuvent aussi se conjuguer avec des pensées allant à l'encontre du dispositif (3) ou être neutre (1). Par exemple, cette double valence négative : « Gênant (pensée 1) ; Féministe, fait pour choquer (pensée 2) ; redondant, vu et revu (pensée 3) ».

Enfin, les expressivités neutres (11), qui correspondent à des inclassables et à des descriptions, deviennent plutôt positives (6) mais restent pour certaines neutres (5). Ex. passant de neutre à positif : « ORELSAN version femmes ; Féministes ; revendications » ou de neutre restant neutre « Misogyne ; Vulgaire ; Stéréotype » puisque nous ne pouvons pas déterminer dans quel sens ces propos sont posés.

Deux grands axes se dessinent : les pensées positives -enjouées- dirons-nous face au message et allant dans son sens (8). Possiblement, celles-ci peuvent jouer d'une certaine catharsis. Ensuite, les pensées négatives (11) -inconfort émotionnel- allant dans le sens du dispositif (8/11). Cependant, des pensées négatives peuvent aussi diriger des attitudes allant à l'encontre du dispositif, mais dans une moindre mesure (3/11). Il reste une question ouverte sur les expressivités neutres (11), tendant autant vers un jugement positif qu'indéterminable, laissant à notre analyse le suspens de ces pensées pivots.

Pour analyser les pensées, nous utilisons le logiciel Tropes pour une analyse sémantique. Les principales références des pensées listées sont « Femme (9), clip (6), parodie (6), rôle (5), homme (4), Orelsan (3), chant (3), féministe (3), fin (3), chiffre (2), archétype (2), revendication (2), chose (2), fait (2), trash (2) inversion_des_rôles (2), parole (2), perspective (2) » Ces références mettent ainsi en avant les femmes, l'objet du clip et celui-ci, mais aussi la stratégie créative, et des marqueurs du dispositif tels que : les chiffres de fin, les paroles.

Les pensées formulées en phrase font relever au logiciel Tropes un style plutôt narratif, où est « raconté un récit », et dans notre cas, plutôt une suite de pensées évoluant : se sentir ou penser quelque chose, puis sentir ou penser une autre chose. Ces phrases construites s'illustrent aussi par l'implication des répondant·e·s dans leur discours, à l'aide du « je ». Avec peu de contenu, et certains contenus composés uniquement d'un mot, il est difficile de dire de quel programme cognitivo-discursif relèvent ces pensées. Cependant, en nous appuyant sur les verbes factifs et statifs, les modalisations d'intensité et les connecteurs d'addition, ces discours se rapprochent du programme 1 de la « réalité à affirmer ». Cette réalité est un *pour-soi*, puisqu'il s'agit de lister ses pensées propres. Des indicateurs pointent aussi des lieux où la double lecture rapproche les discours du programme 3 : les connecteurs d'opposition et les modalisations de négation qui viennent comparer ce que *l'on a l'habitude ou pas* d'entendre ou de ressentir.

L'ensemble des propositions est marqué par des adjectifs subjectifs (70%), dont la plupart et les plus fréquents sont des attendus : Vulgaire (3), (re)vu (3), masculin (2), drôle (2), final (2), certain (2), faisant écho à la double lecture, confirmée par les verbes mobilisés, notamment « gêner » et « inverser ».

6.3.2 Compréhension forte du message et assertion de la réalité du sexisme

Les répondant·e·s se prêtent également au jeu d'expliquer en trois idées, comme s'ils·elles le feraient à quelqu'un de leur entourage, ce que les créatrices essaient de faire comprendre : la grande majorité écrit trois grandes idées (25/31) ou a minima deux grandes idées (30/31). Ces explications sont plus longues (en moyenne 8 mots) que le listage des pensées. Voir Annexe BM.

Alors que le listage des pensées est un discours narratif, *qui raconte ce que le dispositif m'a fait en réception*, les explications ont un style argumentatif et une mise en scène prise en charge : ils et elles ne font pas que décrire ou raconter mais porte un regard subjectif et critique sur le dispositif, où ils·elles étaient, argumentent leur propos.

Le dispositif est bien compris dans l'ensemble, et, par lecture flottante, nous ne voyons aucune assertion qui illustrerait une incompréhension des intentions ou du message. A l'exception d'une. Celle-ci, illustre un double prisme : une mauvaise compréhension *et* une mauvaise image du féminisme : « Le féminisme (désolé mais ce clip sera catalogué comme une action féministe malgré elles) ». A cette exception près, les répondant·e·s ont bien cerné les intentions et le message.

Ce sont les femmes qui sont au centre (44) des explications sur le dispositif, mises en lien principalement avec la musique (19), les hommes (14), leur image (7). Plus loin, les hommes (15) sont aussi discutés, en lien principalement avec les femmes, mais aussi avec la musique (3). Les répondant·e·s parlent aussi du rap (11), en lien avec les femmes (13), l'inversion (2) et la parodie (2). Enfin, il est question des paroles, des images, des rôles, des désirs, de la chanson, du clip, de la société, des comportements, de l'inversion, de dénoncer, du sexisme et du clip d'Orelsan.

Voici deux exemple de répondant·e·s listant ainsi trois idées que les créatrices ont voulu transmettre : « Inversement des rôles avec des paroles crues (pensée 1), Les textes sont violents (pensée 2), Le rap est misogyne »; « Transmettre les paroles désobligeantes que les hommes disent aux femmes (pensée 1), Que les femmes subissent constamment toutes formes de harcèlement verbale ou physique (pensée 2), Que la société et le désir des femmes c'est tabou et cela devient anodin, voire gênant pour certain si elle l'exprime (pensée 3) ».

Si les discours restent courts pour en évaluer le programme cognitivo-discursif, nous pensons qu'ils relèvent du programme 1, une « réalité à affirmer » (verbes statifs et factifs, modalisations), qui argumentent en quoi le clip est un écho (par les connecteurs) aux rôles, stéréotypes, violences dirigées vers les femmes. A travers le DDG, les répondant·e·s assertent la réalité du sexisme décrit par le clip.

6.3.3 Les personnages du DDG : homme soumis et femmes fortes

Les personnages hommes et femmes du clip sont décrits par les répondant·e·s en trois mots maximums. Sur les 31 répondant·e·s, la majorité donne trois mots pour qualifier le personnage homme (20 répondant·e·s sur 31, 27/31 deux mots et 30/31 a minima un mot). De même, trois qualificatifs sont attribués aux personnages femmes, de manière plus fréquente que les personnages hommes (25/31 des répondant·e·s en donnent trois, 27/31 en donne *a minima* 2 et 29/31 en donne *a minima* 1). Voir Annexe BN.

Comme cela est attendu, le personnage homme est envisagé par sa soumission et position de victime -une inversion asymétrique puisque les femmes ne seraient possiblement pas envisagées sous ces traits dans une version non détournée. Les adjectifs relèvent d'un champ d'infériorisation : soumis, ridicule, victime, objetisé. Il peut aussi être drôle, c'est-à-dire glissant sur une pente de dérision.

Quant aux personnages femmes, elles sont envisagées par leur pouvoir et position dominante -une inversion possiblement asymétrique aussi, puisque nous pouvons imaginer que dans un clip non détourné, les hommes pourraient voir leurs caractéristiques sexuées valorisantes mises en avant. Les personnages femmes sont envisagées sous les traits de la prise de pouvoir : dominante, puissante, libérée, mais aussi sur un versant accrochant négativement au détournement : vulgaire, choquante, sexiste, extrême, mais aussi sur un autre valorisant cette transgression : insurgée, déterminé, indépendante par exemple.

6.3.4 Moments de révélation : en majorité dès le début

Sur les 31 répondant·e·s, 30 ont répondu à la question du moment de révélation (Questionnaire T2, Q8).

Sur les 30 réponses, la grande majorité situe le moment de révélation au « début » du clip, précisant « dès le départ » ou « au début ». Certain·e·s précisent que ce moment est précisément celui dès la seconde introduction (après celle d'Orelsan, où les chanteuses s'introduisent, sans que les paroles aient encore débuté) (3) et d'autres ce même moment

parce qu'ils-elles connaissent la version originale (3). La majorité ne précise pas ce début (9), en le plaçant tout de même très tôt : « dès le début ». Trois autres associent ce début aux premières paroles (3) ou juste après le bain (3).

Ensuite, neuf autres réponses se détachent de ce début : trois ont la révélation au moment du refrain (3), deux autre durant le couplet 1 (2). D'autres restent assez flous et peuvent relever de plusieurs moments du clip : « scène du couple », « des tampons dans la bouche », ou « l'homme comme objet sexuel », qui peuvent correspondre au couplet 1.

Une autre manière d'envisager les moments de révélation correspond aux marqueurs du dispositif. Onze des trente réponses mettent en jeu les paroles (11) explicitement. Dix autres font en majorité référence aux images, puisque les chanteuses n'ont précisément pas encore débuté leur rap.

6.3.5 Un public qui ne connaît pas la version détournée avant sa projection, mais la version originale

Sur les 31 répondant·e·s présent·e·s le jour de la diffusion et ayant répondu à ce questionnaire, seul·e un·e avait déjà vu le clip et deux en avoir « entendu parlé ». C'est-à-dire que la quasi exclusivité des répondant·e·s ne connaissait pas, avant ce jour, le clip « C.L.I.T ». On peut donc imaginer que les processus de réception et les effets sont marqué par la découverte du clip.

Par ailleurs, sur les 25 répondant·e·s présent·e·s une semaine après l'exposition, et ayant tou·t·e·s participé à la projection, la majorité (68%, 17 répondant·e·s) déclare qu'ils-elles connaissaient la musique d'Orelsan avant d'avoir vu la parodie. La majorité, donc, connaissait l'hypotexte et pouvait faire les allers-retours dans une certaine mesure entre les deux versions.

6.3.6 Ce qui reste en mémoire une semaine après

Vingt-cinq répondant·e·s ayant vu le clip une semaine plus tôt répondent à notre dernier questionnaire (T3). La première question (Q1) porte sur ce qu'il leur remonte à l'esprit dans le clip visualisé, nous permettant d'étudier la mémorisation, ce qu'il reste en mémoire accessible. Voir l'Annexe BO.

Plus que les éléments sur les violences ou inégalités (féminisme, domination, droit, inégalités, discrimination), ce sont les femmes, comprendre les personnages du clip, qui sont le plus reprises dans le listage de ce qui revient en mémoire. Les personnages féminins dans la baignoire reviennent le plus. Autre élément qui apparaît, les hommes, peu envisagés lors du listage de pensées et un peu plus lors de l'explication du dispositif à tiers. Cette fois, ce sont principalement les scènes où le personnage est malmené qui sont mentionnées, et moins les inégalités ou l'inversion. Il est aussi question de vulgarité, de féminisme. Sur le DDG, ces deux derniers éléments s'insèrent, l'idée de parodie également, d'Orelsan (pour la version originale), de la musique et des paroles.

6.3.7 Les actions et perceptions depuis la projection

Nous avons concentré notre dernier questionnaire sur les actions depuis la projection, pour pallier, notamment, au biais des questions sur les *intentions* d'agir. La principale limite demeure qu'il s'agit toujours de propos déclaratifs.

Sur les 25 répondant·e·s, la quasi-totalité déclare ne pas avoir montré le clip à l'un de ses proches (23) et seulement un·e y répond positivement (1). En revanche, près d'un quart (24%, 6 répondant·e·s) déclare avoir discuté avec des proches du clip.

Tou·t·e·s les répondant·e·s déclarent ne pas avoir regardé une nouvelle fois le clip « C.L.I.T », à l'exception d'un·e, ni celui d'Orelsan, à l'exception de deux répondant·e·s.

Une autre question s'intéresse à l'initiative qu'ils·elles ont pu prendre quant à la consultation d'information, sur le sexisme, les violences faites aux femmes, le féminisme ou aucun des trois.

La majorité (76%, 19 répondant·e·s) déclare n'avoir consulté aucune information sur ces thématiques. Cependant, et même si ces données semblent peu élevées, elles semblent importantes d'être relevées : 5 répondant·e·s (soit 20%) déclarent être allé·e·s consulter des informations sur les violences faites aux femmes (2) ou sur l'ensemble des options proposées (3) : sexisme, violences faites aux femmes et féminisme. De plus, deux d'entre eux·elles déclarent s'être inscrit·e·s à des pages ou comptes féministes durant la semaine.

Une autre question cherchait à savoir si les répondant·e·s étaient déjà inscrit·e·s à ce genre de pages et compte féministe avant l'exposition : c'est le cas de 8 répondant·e·s (32%), dont les deux répondant·e·s déclarant s'être abonné·e·s à une nouvelle page. Sur ces huit répondant·e·s, six déclarent plusieurs comptes auxquels ils·elles sont abonné·e·s, dont trois reviennent chez plusieurs répondant·e·s : « Paye Ta Shnek » ; « @Tu Bandes » ; « @T'as Jouï », le premier référençant des témoignages de victimes de violences, les seconds orientés dans la déconstruction du genre et sur la sexualité.

Enfin, dernier point, les répondant·e·s étaient invité à répondre à deux questions, sur une échelle de Likert : estiment-ils·elles avoir vu ou entendu davantage de sexisme dans les médias, puis dans la vraie vie. Un score élevé y répond positivement, un score faible négativement. Les répondant·e·s sont « plutôt pas d'accord » avec une perception accrue du sexisme dans les médias ou dans la « vraie » vie.

	Moyenne
Avoir vu ou entendu plus de sexisme dans les médias	1,2
Avoir vu ou entendu plus de sexisme dans la "vraie" vie	1,44

Tableau 8 : Moyennes aux questions de la perception de plus de sexisme, au cours de la semaine passée après la projection (S+1)

CHAPITRE 4. Résultats en réponse à nos questions de recherche

Dans ce chapitre 4, les résultats de nos analyses sont présentés en réponse à nos questions de recherche. Le premier point (1) répond à notre question de recherche n°1 sur les sens co-construits en réception face aux dispositifs de DDG de lutte contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes dans le champ. Le second point (2) répond à la question de recherche 2 sur les opinions et les rôles co-construits dans les interactions avec le DDG et avec les autres dans une relation sociale relativement au genre et aux violences faites aux femmes. Le troisième point (3) répond à la question de recherche 3 sur la dissonance cognitive et l'empathie virtuelle en réception. Le quatrième point (4) répond à la question de recherche 4 sur les effets du DDG sur les attitudes sexistes.

L'ensemble de ces analyses repose sur notre chapitre 3 et les annexes correspondantes (Annexe AB à Annexe BO).

1. Co-construction des sens et compréhension des sujets récepteur·trice·s

Dans cette première partie des résultats, nous répondons à notre première série de questions de recherche portant sur les violences faites aux femmes. Elle se structure autour de **la question de recherche 1** : Quels sont les sens co-construits en réception face aux dispositifs de DDG de lutte contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes dans le champ ? Quelle est la compréhension qui en est faite ? Dans quelle mesure ces significations convergent-elles avec les intentions des créatifs et les sens donnés par ces derniers ?

1.1 Co-construction sur la dimension collective des violences, les femmes, les hommes, les gens et l'enseignement

1.1.1 Les violences : une dimension collective plus qu'individuelle

En discussion, les récepteur·trice·s évoquent amplement la société, son état sur la violence faite aux femmes et l'égalité femmes-hommes. Une opinion partagée, transversale et principale, est celle que les femmes sont socialement touchées par les violences. De plus, les violences sont associées à un manque de respect. C'est à ce niveau, les violences dans leur dimension collective, que se situe le plus les discussions, dépassant les actes violents eux-mêmes. Dans ce sens, les intentions des créatifs des trois dispositifs de DDG, de pointer la violence et le sexisme, trouvent écho en réception, à travers les discussions en réception asynchrone (après l'exposition). Quand les actes violents sont mentionnés, il s'agit en premier lieu de discuter du harcèlement, des agressions sexuelles puis des violences physiques. Dans cette approche en réception, une opposition de point

de vue apparaît -la société, moins sexiste avant ?- opposée à son opinion inverse -elle n'était pas moins sexiste avant.

1.1.2 Les violences et le sexisme, des histoires narrées en réception

Si les violences sont envisagées davantage au niveau collectif, en réception face au DDG, les discussions et le DDG font émerger la narration d'histoires de violences. De manière *forte* ou *faible*²⁹⁹, des réceptrices vont partager des histoires vécues de violences. Il peut être question dans les échanges des techniques d'évitement dans l'espace public, de violences conjugales ou encore de *ce que l'on se dit* dans une situation de harcèlement ou d'intimidation. Des hommes aussi pourront parler de situations sexistes dont ils ont été témoins, le copain, le supérieur hiérarchique au travail, le vendeur.

1.1.3 Le sexisme et les hommes

La dimension collective est aussi observée à travers les hommes, le sexisme et leur comportement, en réception. Les hommes sont ainsi discutés de manière étendue, après les femmes, dans les mises en scène discursives. Cet indice est plutôt positif, cette importance va dans le sens de l'inclusion des hommes dans la problématique des violences faites aux femmes. Cette intégration n'invisibilise pas les femmes puisqu'elles restent la première référence discutée.

Les hommes sont envisagés en premier lieu dans la relation femmes-hommes. Ensuite, les hommes sont envisagés à travers le sexisme et leurs comportements. L'opinion la plus partagée est que les hommes exercent un pouvoir historique, un droit, dominant sur les femmes. Ici aussi, les intentions des créatifs trouvent écho en réception. Reste que des opinions peuvent s'affronter opposant l'argument que « tous les hommes ne sont pas *comme ça* » à une opinion plus favorable : « s'ils ne sont pas tous *comme ça*, *ça existe*, ces comportements *existent* ». Plus minoritaire, apparaît aussi l'expression que les hommes n'ont pas conscience de ce que les femmes peuvent vivre.

En analysant l'apparition des hommes dans les discours, nous savons qu'ils sont en lien avec plusieurs thèmes. D'une part, ils sont abordés à la fois à travers les personnages des dispositifs et à la fois dans le monde social : donc dans le média et dans la vie quotidienne. Il y a donc une connexion faite entre le média et la *vie réelle*. D'autre part, ils sont évoqués à la fois dans des thèmes ayant une valence favorable et défavorable aux dispositifs. Les thèmes qui incluent les hommes et portent une opinion allant dans le sens des dispositifs sont plus nombreux que ceux défavorables. De manière transversale, c'est davantage le thème des expressivités et perspectives de changements positives sur les droits et contre les violences envers les femmes qui suscite un lieu d'ouverture positif et d'inclusion des hommes dans les discours. A travers ce thème, ce sont à la fois des histoires narrées d'inégalités, de discriminations et de violences qui sont dénoncées. Les hommes sont ainsi

²⁹⁹ Il s'agirait ici de qualifier ces histoires relativement à la place qu'elles prennent au moment des échanges (susciter une tension ou non), de l'implication de la personne (ça peut arriver, ça m'est arrivé, d'être la victime ou témoin d'une situation), des violences dénoncées, impliquant un degré personnel et intime (un viol conjugal ou des techniques d'évitement de situation jugées risquées).

envisagés précisément lorsque ce sont les auteurs de violence. Il en est de même avec la réutilisation d'item de forme du DDG pour les appliquer, dans les discussions. Ce thème trouve écho avec une position légèrement à la marge mais présente dans les discours des créatifs : que le DDG peut *servir*, comme outil, dans la rhétorique. Les autres éléments de cette perspective misent sur les solutions de réduction de la violence, notamment genrée, en souhaitant plus d'égalité et des revendications en tant que femmes. Ainsi, ici aussi, il ne sera pas question uniquement des hommes, mais aussi des femmes. Le thème qui vient s'y opposer, allant à l'encontre des dispositifs de DDG, est celui de la condamnation de la transgression du genre. Nous sommes donc ici, au cœur des discours sur les hommes, avec deux leviers persuasifs (l'un positif, l'un négatif). D'une part, positivement, il s'agit des expressivités et perspectives de changement en faveur des droits des femmes contre les violences. Ce sont des histoires d'inégalités, violences et discriminations qui sont rapportées, narrées, et c'est également le fait d'envisager, de manière positive, les changements, principalement à travers la prévention, les méta regards portés sur les discussions, les souhaits de plus d'égalités et les revendications des femmes. D'autre part, négativement, vient s'opposer la condamnation des transgressions de genre, principalement à travers les dispositifs, quant aux personnages (en position inversée ou zoomorphés).

Finalement, les hommes dans les réalités sociales sont envisagés à travers le sexisme et leurs comportements (pas nécessairement en lien ou qualifiés de violents), quand les auteurs de violences, plus marqués par cette caractéristique, sont envisagés à travers les dispositifs.

1.1.4 L'éducation et la prévention des jeunes en réponse aux violences

C'est un élément fort, qui se découvre dans la granularité fine des discours. Cet élément transversal qui émerge dans les discours est l'enseignement. Il pose des questions quant à l'éducation, la responsabilité des parents et de l'école quant à l'éducation à l'égalité. Face aux créatifs qui brandissent et assertent, en les mobilisant dans leurs discours et dans les dispositifs, les violences faites aux femmes, les récepteur·trice·s abordent moins les violences, mais font émerger l'éducation. L'écho en réception, comme une réponse face à la violence, est lié à l'éducation. Ce signe, positif, est à considérer de manière nuancée. En réception, il n'est pas explicite et transversal que l'enseignement se lie à la construction du genre. Il est fait mention de l'école, par exemple, en dehors du sujet genré. Cependant, l'éducation est clairement liée à l'apprentissage du respect et s'inscrit dans la problématique des violences. Nous pensons qu'ici un lien clair se dessine entre les comportements violents masculins et le fait qu'ils soient issus d'un problème d'éducation. Mis en parallèle avec ce que nous avons analysé sur la société et le sexisme, les opinions en réception abondent dans le sens des messages de DDG.

Ce prisme de l'éducation passe aussi par le filtre des jeunes : il sera moins question des hommes que des jeunes dans cette problématique liée à l'éducation.

Ce qui est intéressant par ailleurs, est que cet angle d'attaque des problématiques d'inégalités apparaît notamment, de manière transversale, dans les fins des focus groups. L'éducation et plus largement l'enseignement sont des solutions, pour les récepteur·trice·s, face aux inégalités. Elle apparaît *presque* comme forme conclusive (fin des focus groups), où y est pointé la responsabilité de deux lieux de socialisation primaire, les parents et l'école. C'est finalement la source du problème, l'éducation, lié au respect, à la sexualité et à l'égalité, qui devient l'un des moteurs, si ce n'est le premier, du changement.

La prévention n'est pas en reste. Une certaine défiance vis-à-vis de la capacité de la loi, de la police -mais aussi du féminisme- est présente dans les discours en réception. Dans cette perspective de changement, vers plus d'égalité et contre les violences, l'autre levier de la lutte est la prévention. Le féminisme est discuté quant à lui plutôt de manière négative.

Le fait de mentionner les jeunes participe à sectoriser les violences, puisqu'ils sont largement mentionnés dans le cadre des auteurs de violences. La question de l'éducation les vise particulièrement.

1.1.5 Défiance de la loi et du féminisme : l'influence des minorités à l'œuvre ?

1.1.5.1 En réception, une relative opposition à la loi et au féminisme contemporain

Un sujet de discussion sur les autres leviers de la lutte est aussi significatif. Mais il n'est pas transversal. Cela est intéressant dans le sens où ces leviers que sont la loi et le féminisme (donc collectif) vont être envisagés plutôt négativement, et dans les FG1 et FG3, face à « Majorité Opprimée » et aux « Crocodiles ». D'une manière positive ou négative, le féminisme ou la loi ne sont pas abordés face à « C.L.I.T » dans le FG2.

Le féminisme, lorsqu'il est envisagé, est clivant : envisagé par ses aspects positifs, notamment les droits, et négatifs, notamment les revendications contemporaines. La loi, lorsqu'elle est envisagée, l'est principalement de manière négative, associée à son incapacité à *changer les choses* ou sa capacité à être appliquée ou à participer au changement.

Les thématiques relatives à ces critiques, en réception, tiennent majoritairement à des questions contemporaines posées (le harcèlement *versus* la drague ou la féminisation de la langue). Comme moteur de changement collectif, loi et féminisme ne sont pas plébiscités par les récepteur·trice·s. Elles mobilisent une certaine défiance dans les discours. Pourtant, nous l'avons vu, la prévention prime (il s'agit de *changer les mentalités*) ainsi que l'éducation.

Les discussions sur ces questions contemporaines sont intéressantes en ce qu'elles expriment des opinions des récepteur·trice·s mais aussi en tant que lieux de perturbation du genre et de résistance au changement. Ils ont une proximité avec le DDG, bien que nous ne puissions démontrer, faute de données comparatives en réception, qu'ils sont induits par la forme de DDG à laquelle les récepteur·trice·s ont été exposé·e·s.

1.1.5.2 Des sujets qui peuvent révéler, finalement, le processus d'influence des minorités

Ces sujets ne sont pas atemporels. La loi sur le harcèlement (par ex. la BD n'évoque pas de changement de la loi mais la loi en vigueur en 2014 lors de la parution de la BD, tandis qu'il est question, lors des échanges, du projet de loi de Marlène Schiappa sur le harcèlement et les violences sexuelles) est liée à une actualité militante féministe et à la politique du Secrétariat d'Etat de Marlène Schiappa. La féminisation de la langue est issue de mouvement militant féministe, appuyé par quelques chercheurs qui viennent y apposer une légitimité (historique, contextuelle), commenté par certaines personnalités politiques (sous un prisme négatif). Enfin, le thème opposant harcèlement à drague est lui aussi issu de revendications féministes, reprises par le politique. En somme, ces sujets sont portés par des revendications féministes, qui ne portent pas ici dans les discussions (ou de manière détournée, incriminant des « lobbys », des « intérêts ») leur étiquette.

Nous pouvons supposer que ces discussions dans les focus groups sont liées à une diffusion de ces préoccupations féministes dans les médias, à ce que les revendications féministes aient trouvé une tribune à la fois dans la presse et une place au sein du politique. Rappelons également que les mouvements #metoo et #balancetonporc ont aussi ponctué l'actualité. Cette inscription de préoccupations féministes dans l'agenda médiatique et politique, leur évocation et perception dans le discours des récepteur·trice·s, évoque l'influence des « minorités » (Mugny & Pérez, 2013). Selon nous, cette attitude de résistance (attitude et argumentation négative) envers ces formes de revendications issues de minorités actives féministes est la première étape de la tentative d'influence. « L'émergence d'une idée minoritaire, contraire aux principes dominants, tend d'abord à induire diverses résistances au changement ». Elle précède les phases de « reconnaissance des positions minoritaires (...) [comme] alternative » puis « une influence minoritaire », qui repose sur les idées, « sans pour autant que l'on approuve encore ouvertement les thèses minoritaires ». Il n'est d'ailleurs pas systématique que les minorités elles-mêmes soient approuvées ensuite.

Le processus de changement, transformations du genre (entendu comme nouvelle norme pénalisant les comportements violents, à travers la loi, nouvelle norme d'inclusion et de visibilisation du féminin par l'évolution de la langue, norme de détermination des limites morales ou éthiques dans une relation) est, à ce stade, en phase de résistance, de rejet, quant à ces sujets de transformations macrosociales, initiés par les « minorités ». Sans aller trop en avant sur une perspective d'influence et émettre une prospective peu étayée, nous pouvons supposer que si ces sujets poursuivent leur chemin persuasif, ils pourraient, à terme, être acceptés en tant qu'idées, être appropriés par l'ensemble, le collectif, « tout en ignorant leur origine minoritaire », à condition que le message atteigne une certaine saturation dans les esprits pour une « période d'incubation où l'idée dissidente fait son chemin (...) parce qu'on lui résiste » puis « la phase culminante est celle de la conversion ».

Or, la question de l'éducation, nous l'avons vu, est également un sujet discuté par les récepteur·trice·s. Son importance, en particulier pour et sur les jeunes pour plus d'égalité et de respect et la question de la responsabilité de cette éducation (école, parent) est en réalité « l'un des objets les plus anciens des visées féministes, voire préféministes, occidentales (...) En France, on peut faire remonter les recherches scientifiques sur les rapports entre genre et éducation au début des années 1970. Ce champ s'est fortement développé et reste fécond aujourd'hui (...) étudier la façon dont le genre se manifeste dans l'éducation et/ou la façon dont cette dernière est susceptible de contrer la (re)production du genre. Le féminisme, que ce soit dans l'histoire de ses mouvements et de ses luttes, dans sa littérature militante et scientifique, mais également dans ses formes plus institutionnalisées, accorde ainsi une place centrale à l'éducation » (Mozziconacci, 2017, p. 20). Ainsi, le lien entre éducation et respect, égalité et construction du genre est abordé dans les discussions, sans que soit reconnue aux féministes cette pensée qui traverse les récepteur·trice·s. L'effet décrit par Mugny et Pérez (2013), la cryptomnésie sociale, s'illustre ici. L'influence des minorités agit sur la pensée sociale, collective, cette dernière faisant « sienne des idées minoritaires tout en ignorant leur origine minoritaire.³⁰⁰ » La place accordée à l'éducation dans les discours pourrait venir en ce sens de l'influence intégrée des féministes, quand les nouvelles « thématiques » sont encore en phase de résistance au changement. Un indice qui abonde dans le sens de deux étapes différentes dans le processus de rejet/acceptation des revendications est celui de deux thèmes, les droits des femmes et notamment celui du vote permis par les féministes, mais aussi le thème de la parité. Ces deux thèmes, antérieurs aux autres (féminisation de la langue, question du harcèlement) sont intégrés et reconnus comme positifs, quand les contemporains sont encore écartés des solutions de changement social positif.

L'idée selon laquelle les féministes ont œuvré pour les droits des femmes, citant le droit de vote, est un exemple d'influence positive des minorités, puisque non seulement « l'idée » mais aussi la « minorité » est jugée positivement, tandis que les « féministes » et leurs « idées » aujourd'hui sont décriées.

1.1.6 Opinion sur le genre : entre condamnation de sa transgression et constat du poids du genre

Dans cette même perspective de rejet/acceptation du changement et des perturbations de genre, il s'agit ici plus précisément d'une dialectique acceptation/mais condamnation de ces perturbations. Des opinions opposées, de même ampleur, traversent les discussions.

³⁰⁰ Nous pouvons nous demander par ailleurs, dans quelle mesure cette influence des minorités sur le lien entre éducation et genre (assimilé sans être référé aux minorités l'ayant introduit, cryptomnésie sociale), les questions de loi, féminisation de la langue, consentement, ne pourrait pas s'étendre à la question de la mise en lumière des auteur·e·s de violence. Nous verrons que cette mise en lumière des auteurs et des comportements masculins violents, est un lieu de résistance à l'influence. Voir par ex. Caroline de Haas décriée pour ses propos sur la proportion des auteurs de violences ; le fait d'éluder le genre dans la perception des violences envers les femmes ; les arguments accusant les femmes d'une responsabilité dans leur agression.

Une première opinion, assez hétérogène, vient condamner la transgression, évoquer la responsabilité ou culpabilité des femmes, réassigner du genre et faire appel à des biais de particularisme, quant aux violences. Transversales, ces opinions trouvent un écho dans les focus groups. Opposé à elles, et paradoxalement, le genre est aussi envisagé de manière transversale à travers son poids pour les personnes, en particulier pour les femmes, et une vision positive de la transgression est développée.

Si la première opinion vient à contre-sens des intentions des créatifs et de l'objet des dispositifs de DDG, la seconde vient effectivement dans le sens des intentions initiales, de pointer le genre et les violences comme donnée collective et négative.

1.1.7 Les femmes et les expressivités et perspectives de changement

Au-delà des hommes, des violences et de la lutte, un autre prisme significatif des discussions porte sur les femmes et les expressivités et perspectives de changement sur les droits des femmes et contre les violences.

Les femmes sont la première référence discutée, mise en scène dans les discours. Centrales, elles apparaissent dans les discours en lien avec les hommes, mais aussi par des phénomènes de basculement entre femmes – hommes ou à l'inverse des hommes – vers les femmes. Cette analyse nous permet de situer plusieurs phénomènes discursifs qui incluent l'interaction femmes-hommes dans les violences et le basculement des thèmes et des objets des regards (dans les discours). Nous précisons cet intérêt dans la partie suivante sur les *bascules* des regards entre les femmes et les hommes (point 1.2.2.4, page 422).

Un moment discursif partagé par les récepteur·trice·s en discussion, relativement aux violences, est constitué des expressivités et perspectives de changement dans le sens des droits des femmes et contre les violences faites aux femmes. Ce grand thème illustre un sens convergent avec les intentions des créatifs, où il est question d'histoires narrées de violences par les récepteur·trice·s, de réutilisation d'items du dispositif de DDG (manière de se défendre ou d'argumenter dans les échanges), de l'éducation et de la prévention également, d'un souhait partagé d'aller vers plus d'égalité, et des revendications *en tant que femmes* pour ses droits.

1.1.8 Les buts attribués aux dispositifs

Les buts attribués par les récepteur·trice·s aux dispositifs recourent principalement des éléments tels que la prise de conscience du sexisme et des violences voire des changements de comportements des hommes, relativement aux vécus des femmes et des comportements masculins violents, avant de montrer, dénoncer ou éduquer.

En particulier, pour le clip « C.L.I.T. » la cible envisagée par les récepteur·trice·s est les jeunes. Cette cible est également celle mentionnée par les créatifs du dispositif.

1.1.9 Des certitudes quant aux opinions données

L'analyse du discours montre que les opinions développées par les récepteur·trice·s sont des réalités à affirmer. Leurs positions sont assertées, avec une certaine assurance, quand ils et elles s'expriment sur les hommes, les femmes, mais aussi les violences, les perspectives de changement, leurs opinions sur le féminisme, la loi ou encore sur la transgression du genre.

Nous verrons plus loin (point 3.2, page 430) que les discours illustrent aussi une ouverture, au sens où le monde et la relation des récepteur·trice·s à ce monde est aussi ouverte, marquant un processus d'influence positif.

1.1.10 Les femmes (et les hommes) aussi centraux dans la réception individuelle

Si l'ensemble des résultats donnés plus haut est envisagé dans des discussions interpersonnelles (dans les focus groups), nous voyons plus loin (point 2, page 424) la construction dans l'interaction de ces opinions.

Mais nous avons aussi étudié la compréhension du dispositif « C.L.I.T » de manière individuelle (avec les questionnaires). A l'instar des focus groups, la réception individuelle marque une bonne compréhension du DDG, où les femmes sont au cœur des explications sur les dispositifs. S'ils apparaissent deux fois moins que les femmes, les hommes aussi sont présents dans la compréhension du message, ainsi que les violences d'un point de vue plutôt collectif. La compréhension et l'inférence d'intentionnalité aux créatifs est positive. Les récepteur·trice·s tiennent ici aussi un discours où ils assertent les violences et le sexisme.

1.2 Les marqueurs dans les dispositifs : les personnages et les situations violentes

Dans les discussions, près de la moitié des échanges portent sur les dispositifs et leurs marqueurs. Vaste terrain donc à dénouer par l'analyse.

1.2.1 De l'importance de la connaissance de l'hypotexte

Si les marqueurs dans les dispositifs sont largement développés, deux nuances à ce résultat. D'une part, ils sont relativement concentrés sur le FG2, et d'autre part, lié à cette première précision, ce raccrochement au dispositif dans le FG2 tient à une incompréhension initiale. Ainsi, les récepteur·trice·s ne connaissaient pas tou·t·e·s l'hypotexte, la version originale du clip « C.L.I.T. » qu'est le clip « Saint-Valentin » d'Orelsan. Ce (non) lien de l'hypertexte avec l'hypotexte s'étend au-delà de cette seule référence, puisqu'il ne s'agit pas uniquement de ne pas connaître la musique originale : il s'agit aussi de connaître ou non les musiques de rap plus généralement. La confusion a aussi pu émerger d'une confusion quant aux énonciatrices et à la démarche : *sur une idée originale de Orelsan* a aussi suscité l'incompréhension chez les récepteur·trice·s plus familier·e·s avec le rap. Ce point, pas si anecdotique, rappelle l'importance en réception

de la référence et de la connaissance de la version originale pour bénéficier et lire par transparence les deux versions.

Fait intéressant, dans la réception face à un public d'étudiant·e·s (avec les questionnaires), aucune confusion quant à la double lecture. Si certain·e·s étudiant·e·s connaissaient la version originale, d'autres non. Le lien a pu être fait avec le rap « en général », et les propos sexistes qu'il mobilise. La cible « jeune » se confirme ainsi, laquelle dispose, semble-t-il, d'une culture plus étendue sur la culture musicale du rap, jugé misogyne ou non, pouvons-nous ajouter.

Ainsi, lors du FG2, nous avons diffusé « C.L.I.T. », puis la version originale d'Orelsan, puis à nouveau la version détournée « C.L.I.T. ». La perspective, une fois dédoublée, fait changer les jugements sur la « vulgarité » de la version détournée (voir point 1.2.2.2, page 421).

1.2.2 Les marqueurs significatifs de genre sur les personnages

Les personnages sont ceux qui portent et incarnent le DDG, en ce sens, ils sont les marqueurs premiers des transgressions faites du genre. C'est aussi à travers eux que s'envisagent le prisme des victimes de violence et les violences des agresseurs.

Il y est question des victimes et des agresseur·se·s, et bien que les rôles soient inversés ou illustrés, pas ou peu de confusion est faite quant à la définition sociale des victimes - des femmes ainsi désignées, et les auteurs, -des hommes ainsi désignés.

1.2.2.1 Marqueurs : les personnages masculins féminisés et zoomorphés

Les personnages masculins sont plutôt évalués dans une double perspective négative. D'une part, ils sont évalués comme *trop féminins*, ou *ridicules*, ou *peu perçus* dans les situations d'inversion, ou bien *déshumanisés* lorsqu'ils représentent les agresseurs en crocodiles. D'autre part, la perspective négative est celle qui ne va ni à l'encontre des dispositifs, ni dans son sens : ils sont finalement déqualifiés ou disqualifiés en tant qu'hommes. En réception, c'est faire appel à ses représentations de ce qu'est un *homme*. Mais c'est aussi faire appel à ce *qu'ils ne sont pas tous*, des crocodiles.

C'est finalement l'appel à des tiers qui participe à ce jugement. Les hommes, supposément la cible de « Majorité Opprimée » pour les récepteur·trice·s, se mettront difficilement à la place du personnage de Pierre pour cette raison dans le FG1.

A l'inverse, dans la version appropriationnelle du DDG, dans « C.L.I.T. », il n'est pas fait mention de ces *autres* (récepteurs hommes) et si les hommes présents à l'écran sont peu ou pas envisagés, c'est l'appel fait aux auteurs de tels propos (dans le rap), aux agresseurs (sexuels) et aux hommes et leurs perceptions de leurs désirs sexuels. Élément additionnel, dans l'analyse de la réception individuelle, c'est principalement la soumission qui est évoquée, c'est-à-dire, dans le sens des intentions des créatifs, de montrer qu'en situation inversée, c'est bien l'objetisation qui se révèle.

Enfin, dans le cas des « Crocodiles », le choix de l'illustration appelle à des questions où la réponse est tautologique : est-ce pour représenter tous les hommes ? Il est fait appel aux hommes *en général* qui ne seraient pas tous comme ça, mais aussi au fait qu'ils illustrent, ces crocodiles, l'asymétrie et la relation femmes-hommes.

S'ils sont jugés plutôt négativement, ces hommes, dans les FG1 et FG3, c'est par leurs *représentations*, au sens performatif du terme, autrement dit leur mise en scène. Cependant, dans l'ensemble des focus groups, les personnages masculins viennent inviter à la table d'autres hommes, dans la vie quotidienne. Le personnage de Pierre appelle les possibles récepteurs hommes, les hommes dans « C.L.I.T » convoquent (peu) les hommes sexistes, et les crocodiles convoquent clairement les hommes en général et les agresseurs.

1.2.2.2 Marqueurs : les personnages féminins agresseuses et victimes

Les agresseuses sont critiquées négativement, *i.e.* dans le sens inverse des intentions, uniquement dans le FG2 et dans la première partie, avant l'exposition de la version originale. Elles sont plutôt « vulgaires », avant de n'être « pas plus vulgaires » que les hommes. Ces personnages femmes, qui conjuguent féminin et pouvoir, posent question, notamment par l'inversion dont les codes ne sont pleinement inversés. L'objet est alors l'opposition entre une réassignation (sens inverse des objectifs) puis dans un sens favorable, allant à l'encontre des assignations de genre.

A l'inverse, les personnages féminins agresseuses de « Majorité Opprimée » ne subissent pas les mêmes critiques négatives, qui se reportent sur le personnage masculin de Pierre, trop féminisé selon elles-eux.

Enfin, les femmes représentées dans les « Crocodiles » ne sont pas objets de critiques. En revanche, des critiques négative et positive émergent sur les femmes dans les situations de la vie quotidienne. Le choix des crocodiles va lui être ciblé par les critiques, bien que l'idée des prédateurs soit reconnue, partiellement, dans le sens du message.

D'une manière générale, les personnages femmes sont envisagés par le phénomène de la double lecture : les agresseuses ont inversé les rôles et les femmes sont victimes dans les crocodiles.

1.2.2.3 Des équilibres troublés quant à l'attention portée sur les personnages

Il semble ainsi que les équilibres sur les femmes/féminins et hommes/masculins, bouleversés de trois manières créatives différentes, jouent comme des vases communicants où les focales si elles sont sur l'un-e, ne sont plus sur l'autre. L'homme jouant la cible de violence sexiste capte l'attention sur les agresseuses et est critiqué, féminisé (FG1) ; les femmes jouant les hommes misogynes cannibalisent l'attention sur l'homme ciblé et sont critiquées pour leur performance troublante (FG2). Enfin, les hommes crocodiles agresseurs cannibalisent l'attention mais peuvent passer au statut d'hommes stigmatisés, et plus rarement, tout de même, bien qualifiés en tant qu'auteurs de violence.

Finalement, les personnages censés attirer l'attention, depuis les intentions des créatifs, sont bien ceux dont les récepteur·trice·s parlent le plus. Majorité Opprimée sert des fins de *montrer* ce que peuvent vivre des femmes, à travers le personnage de Pierre. C.L.I.T cherche à *montrer* la violence des paroles dans les musiques de rap, à travers le discours et les paroles. Enfin, « Les Crocodiles » vise, à mi-chemin entre *lire les histoires depuis le point de vue des femmes* et *montrer* la relation de prédation et les comportements des hommes, à *voir* les crocodiles. Ce qui est fait de ces personnages ne semble pas cependant correspondre en tout point aux attentes : homme victime féminisé, performeuses pas *tout à fait* ou *trop* vulgaires/femmes, crocodiles déshumanisés. Mais ce tableau n'est pas si noir : ces caractérisations ne sont pas unanimes et suscitent des échanges et des oppositions. Les dispositifs suscitent aussi des discussions sur les réalités sociales des femmes dans la société, sur le sexisme et les comportements des hommes et sur l'éducation. Les dispositifs, supports à la critique, et souvent négative, sont aussi supports à la réflexion et aux échanges, de ce qui *fait* violence et de ceux qui *font* violence.

1.2.2.4 Les bascules entre les personnages et la vie *réelle*

A travers l'étude des apparitions fortes des femmes et des hommes, il est possible de visualiser trois perspectives différentes, de passage des personnages à la vie *réelle*, au sens du monde social.

Simultanés (FG1), les femmes et les hommes discutés sont envisagés par des thèmes opposés aux effets visés par le message, mais dans lequel vient s'immiscer le thème de l'éducation, qui contre-carre ces discussions négatives : il s'agit d'un passage entre film et vie « réelle » et d'un passage entre la faute des femmes, un biais de particularisme, versus la faute à l'éducation et aux hommes ayant un comportement masculin violent.

Envisagés dans une bascule femmes vers hommes (FG2), les personnages féminins (pourtant parfois critiqués) (mais aussi les chiffres sur les violences) font passer les opinions et les regards en réception sur les femmes victimes de viol et sur les hommes (agresseurs ou représentations de la sexualité) dans la vie quotidienne.

Enfin, dans le FG3, une bascule inverse s'opère : des hommes vers les femmes (FG3). Face aux critiques des hommes dessinés sous les traits de crocodiles, la construction du masculin dans la vie quotidienne est développée. Les discussions passeront ensuite sur les femmes, des critiques positives et négatives en faveur d'un changement dans leurs intérêts et contre les violences.

Les dispositifs, à travers les personnages, font ainsi rebondir les discussions sur les problématiques des femmes, dans les réalités sociales telles qu'elles sont vécues, ou en pointant les problèmes liés aux comportements masculins violents.

Il est aussi intéressant de noter que l'animalité, quant aux comportements masculins violents, est abordée dans les discussions des FG2 et FG3. Si ce sont les crocodiles qui en constituent la part la plus importante, il y est fait aussi mention d'effet de « meute » des

hommes en groupe, ou encore des animaux, lesquels sont mobilisés pour diminuer les hommes et parfois pointer l'animalité de leurs comportements (FG2 et FG3).

1.2.3 Les marqueurs de genre : les violences montrées réelles, mais...

A travers les personnages, ce sont aussi les violences qui transparaissent comme marqueurs premiers. Ces violences sont à la fois des violences verbales ou physiques et sexuelles. Est considérée également la *véracité*, le caractère réel de ces violences, soit leurs ancrages dans la réalité, et le prisme des femmes ciblées par les violences masculines.

Le lien fait entre les mises en scène des violences dans les dispositifs et dans le monde social est important. Ainsi, les chiffres exposés dans le clip « C.L.I.T. » sont certainement le marqueur qui retient le plus l'attention et suscite le plus de réactions dans le sens du message, autant au niveau de la réception collective lors des focus groups qu'au niveau de la réception individuelle avec les questionnaires. Cette donnée est centrale. Elle l'est au moins autant que la lecture par transparence des paroles, qui elles aussi constituent un marqueur fort, signifiant que la version originale est critiquable.

Ce lien fort entre réalité et fiction est aussi significative pour « Majorité Opprimée ». Si de manière transversale, les trois dispositifs sont jugés positivement (intéressants, répondent à quelque chose d'existant), les histoires de sexisme et de violence dans le film du FG1 sont les plus critiquées. Elles ne sont pas critiquées en tant qu'histoires *basées sur des faits qui arrivent, réels*, mais parce qu'elles *arrivent* à un seul et même personnage.

Enfin, ce lien fort entre réalité et mise en scène de la réalité s'éprouve aussi dans les « Crocodiles », puisqu'au-delà des critiques, ces histoires sont jugées *vraies*. Il n'est pas fait d'opposition, au contraire, au fait que ces histoires soient des témoignages. Par ailleurs, les histoires témoignées mises en scène sont plus discutées que les planches sur les conseils et regard méta et envisagées positivement.

Ainsi, la nuance faite au jugement positif des dispositifs -la possible incapacité d'atteindre leur but- porte en particulier sur « Majorité Opprimée » et « C.L.I.T. ». La critique ne porte jamais sur l'ancrage dans la réalité, mais sur : la répétition des violences sur une même victime (par ailleurs jugé *trop* féminisée, à travers laquelle les hommes ne se reconnaîtront pas) (FG1) ; sur la complexité de l'approche des féministes de « C.L.I.T. », inférée ici aussi à un autre public, les jeunes. Pourtant, les récepteur·trice·s des focus groups ont eux-mêmes dénoué cette *complexité*. De plus, notre questionnaire sur des *jeunes*, illustre que leur capacité de compréhension est plus élevée qu'elle n'est imaginée par les récepteur·trice·s du focus group.

Enfin, la possible incapacité des dispositifs tient également à un constat partagé : ce n'est pas *un seul* dispositif qui peut être en mesure de changer les mentalités.

2. Co-construction des opinions et des rôles dans les interactions

Nous répondons à **la question de recherche 2** : Quelles sont les opinions et les rôles co-construits dans les interactions avec le DDG et avec les autres dans une relation sociale relativement au genre et aux violences faites aux femmes ?

2.1 Les discours : influence et ménagement de l'autre

2.1.1 Discours argumentatifs et pris en charge : recherche d'influence et confrontations d'opinions

Lors des discussions, les interlocuteur·trice·s mobilisent un discours argumentatif, visant à persuader, influencer les autres, quant aux opinions qu'ils et elles expriment. Aussi, ils et elles s'impliquent dans leurs propos, ne se contentant pas de description, mais argumentant leurs convictions et points de vue. Il y a donc, dans les échanges, une recherche d'influence interpersonnelle. Par les mises en scène prises en charge, ils et elles expriment leurs pensées et exposent leurs croyances mais aussi cherchent à ancrer ce qu'ils·elles disent dans la vérité/réalité des choses. Les discussions sont donc le support à des confrontations d'opinions, de perceptions et de compréhensions aussi du dispositif et des violences faites aux femmes. Les discours, aussi dramatisés, accentuent ou minimisent les propos, en cherchant à emporter l'adhésion des autres et du groupe. Ils construisent un raisonnement visant l'influence. Les subjectivités, ainsi que les jugements de valeur, sont clairement exprimés.

2.1.2 Des discours qui ménagent l'autre

Il ne faudra pas oublier le caractère construit, au sens de non naturel, des échanges. Les discutant·e·s s'expriment dans un contexte précis d'une étude, ils et elles ne se connaissent pas mais sont autour d'une même table, invité·e·s à exprimer leurs opinions. De plus, ils et elles ont été exposé·e·s à un dispositif suscitant un certain inconfort (voir point 3, page 429). Ainsi les enjeux sont aussi, par le contexte interactionnel, de ménager l'autre, de se protéger la face en jouant un rôle, d'adaptation du soi aux règles implicites des échanges.

Ainsi, les discours sont-ils ponctués de doutes, marquant parfois effectivement une incertitude, mais agissant aussi et surtout comme des adoucisseurs dans les oppositions. Si de rare interlocutrices ne les mobilisent pas, la grande majorité des interlocuteur·trice·s usent de ces adoucisseurs dans l'affirmation de leurs opinions ou de leurs oppositions.

2.2 Influences : transversalités entre focus groups

Il semble difficile et glissant de tenter de chercher des transversalités entre trois focus groups aux caractéristiques différentes, tant au niveau des dispositifs projetés qu'à celui des individus réunis. Pourtant, nous pensons que quelques *ficelles* peuvent être tirées entre les dynamiques et celles-ceux qui composent les groupes. Nous ne revenons pas sur

ce qui les sépare, uniquement ce qui peut être significatif dans l'interprétation inter focus group. Pour une analyse à un niveau de granularité plus fin, nous renvoyons les lecteur·trice·s au point 5, page 385.

Premièrement, la dynamique permet d'éclairer et nuancer les propos et analyses thématique ou encore sémantique. La fréquence importante d'un thème ne signifie pas que l'opinion qui y est développée est partagée par tou·t·e·s. De même, l'importance discursive d'un·e ou de quelques interlocuteur·trice·s n'est pas synonyme d'influence significative sur les autres quant aux opinions.

2.2.1 Des femmes influentes sur les opinions et la dynamique du groupe

Les trois focus groups sont assez dominés par trois femmes, Monique, dans le FG1, laquelle a une réelle influence sur les autres membres du groupe, notamment parce qu'elle émet, dès le départ, en opposition à une autre participante, une critique négative sur le dispositif (possiblement incapable d'atteindre son but) en argumentant, mais surtout, en ayant une position très en faveur de l'égalité et de la lutte, comme celle à qui elle s'oppose sur le dispositif. Dans le FG2, Sophie domine les discussions en termes de prise de parole et de contenu, mais elle a plus une position d'agitatrice des opinions, les siennes pouvant par ailleurs changer et elle-même verbaliser ce changement. Son influence est presque nulle sur les opinions, mais elle est grande sur la dynamique du groupe et le lien qui s'y crée. Enfin, dans le FG3, Brigitte apparaît comme l'une des figures importantes, leader, par son temps de parole notamment, mais en réalité elle s'insère dans un trio de tête, plutôt en faveur de l'égalité mais avec une vision assez conservatrice et peu encline à la transgression, dans une position plutôt de résistance au changement. Son influence est finalement diluée dans ce trio, lequel s'accorde dès le départ avec des opinions communes. Par ailleurs, ce trio n'a finalement pas d'influence sur les autres interlocutrices, mais ce trio se conforte dans leurs positions. C'est finalement celle qui prendra la position d'opposante à ce trio, Audrey, et en particulier aux hommes le composant, que revient la place de celle qui peut faire vaciller les opinions, du moins les mettre à mal, même avec un discours peu significatif en termes de prise de parole et de contenu.

2.2.2 Des individus aux opinions féministes favorisant l'influence pro-message

Dans chaque focus group se situe une personne aux opinions assez ancrées féministes : Julie dans le FG1, qui aura une influence relative sur le groupe, bien que moindre que celle de Monique, mais apportant de la nuance aux opinions tranchées, affirmant l'existence des violences dénoncées. Dans le FG2, Pauline qui reste quelque peu en retrait est par ailleurs écoutée attentivement. Son influence va de concert avec celle de Michael, lequel se place dans une position réflexive, par ailleurs attendue comme effet, et qui abonde dans le même sens. Celle qui a une influence progressive est Anaïs, mais l'ambivalence, à certains moments, de son discours, lui confère plus une position de sachante (connaisseuse du rap) qu'une position d'influenceuse sur les opinions. Enfin, dans le FG3, Audrey, nous l'avons vu, incarne l'opposition minoritaire, et crédible, dans les échanges. Elle sera reprise par *ses opposants* qui dominent le discours en fin de focus group. Ces

quatre individus -Julie, Pauline, Michael et Audrey- jouent des rôles plus significatifs dans les échanges en termes d'influence positive dans le sens du dispositif, que celles·ceux qui semblent dominer les discussions. Leurs rôles peuvent varier, mais se rejoignent sur une position déjà pro-message. Cette dernière semble préexistante à la projection du clip. Leur influence sur les opinions des autres va dans le sens des dispositifs projetés.

2.2.3 Influence du groupe sur les individus

Quant aux opinions qui vont à l'inverse des objectifs des dispositifs, elles apparaissent dans tous les focus groups. Elles peuvent intervenir dans des discours d'hommes mais aussi de femmes. Ces opinions, quand elles sont les plus extrêmes -par exemple considérer qu'une victime peut en partie être responsable- ne sont pas suivies, mais pas toujours contrées, lorsque l'individu est seul à les partager. Les autres peuvent simplement ne pas relever, ou conduire progressivement cet autre, par la dynamique du groupe, et pas nécessairement consciemment, à développer autrement son discours, sur les opinions partagées. Dans ce cas, c'est le groupe qui agit sur l'individu, individu marginalisé. En revanche, lorsque des opinions allant à l'encontre des objectifs des dispositifs sont émis, celles-ci peuvent continuer à se diffuser si les tenant·e·s de cette position sont plusieurs.

2.2.4 Présence des marginaux·ales

Dans chaque focus group, même si certains sont plus inclusifs que d'autres, se trouve toujours un ou deux individus à la marge. Ces marginaux·ales peuvent surprendre : aborder un thème ou soumettre une réflexion, allant dans le sens du dispositif ou non, que le groupe n'aborde pas ; réagir avec une interpellation venant déséquilibrer un membre du groupe.

Si leur influence n'est pas systématique, au contraire, ils peuvent aussi exprimer, depuis la marge, ce qui ne s'exprime pas dans un groupe. Ils viennent bousculer le processus de mise en accord progressif du groupe (accords / désaccord / accords ou consensus).

2.3 Invitation des *autres* et de *soi* dans les échanges

2.3.1 Invitation de « soi » dans les échanges, empathie et inconfort

A travers les éléments d'empathie et de dissonance cognitive constatés dans les focus groups face aux dispositifs (voir le point 3., page 429), nous analysons également que ces deux processus peuvent être prolongés en discussion.

En effet, les propos discursifs de certain·e·s peuvent réanimer dans les échanges des moments de gêne ou d'empathie. Cette analyse vient corroborer la théorie de Festinger (1957) sur la discussion comme lieu de nombreux inconforts émotionnels liés.

Nous pensons par exemple aux interventions de Younès et Julie dans le FG1, le premier pour la spontanéité de certaines de ces interventions, conduisant à un inconfort, la seconde en prenant appui sur le dispositif et expériences vécues semblables. Nous

pensons également dans le FG2, par exemple, aux interpellations de Sophie à Marc. Sophie interpelle Marc, lui demande de se positionner, lui infère une certaine gêne et le questionne sur la responsabilité *en tant que parents* de l'éducation des enfants. Dans ce même FG2, Pauline et Anais expliquent les évitements qu'elles pratiquent dans la vie quotidienne face au risque de violence. Dans le FG3, nous pensons par exemple à Brigitte qui ose et expose son histoire de violences conjugales, ou à Audrey qui renvoie la balle, avec la rhétorique de l'analogie, sur le sexisme de « l'ami croco », au racisme.

D'une part, ces « moments » sont principalement liés à des éléments dévoilant des données de l'identité des discutant·e·s. Bien entendu, tous les propos qui invitent à la table des éléments de son identité ne s'y inscrivent pas. Nous retrouvons plutôt ici des éléments liés à l'identité à travers les expériences vécues *en tant que femmes*. En ce sens, l'identité genrée, par le prisme du monde tel qu'il est expérimenté, peut constituer une réception genrée du DDG. D'autre part, ces « moments » suscitant l'inconfort sont aussi des interpellations vives d'une réceptrice (plus rarement d'un récepteur) à un autre récepteur (plus rarement une réceptrice), le confrontant à ses propos ou à son silence. Enfin, troisième élément, qui recoupe partiellement les deux premiers, ces « moments » peuvent être suscités par la réutilisation du dispositif de DDG : rebondir sur le dispositif pour parler de *soi*, utiliser la rhétorique du dispositif de DDG pour argumenter, comme dans ces exemples :

- « *on estime que les hommes hm. ont plus de mal à refréner leur désir sexuel que les femmes.* » Ah bon ? Mais... Enfin, ça veut dire quoi ça ? Donc... [regard vers Pauline] *Si on se mettait à les violer nous ? Je veux dire enfin, c'est vrai c'est...* » Sophie, FG2.

- « *Donc quelque part, on est un peu...* [regard vers Marc] *Enfin je ne sais pas, peut-être que tu te sens, hm. ni gêné ni responsable, mais... Tu n'as pas beaucoup parlé. Tu n'as pas donné beaucoup de ressenti.* » Sophie, FG2

- « *Nous on a un copain qui est un petit peu crocodile (...) Il ne peut pas s'empêcher d'avoir un humour gras (...) avec les caissières (...) il ne va plus loin que la petite remarque ou le petit truc, ça ne va pas plus loin que ça. Mais il dit ça la détend, ça la fait rire,* [croise les bras, regard vers Audrey] *ça la détend.* » Claude, FG3.

- [en réponse à cette assertion, Audrey] « *Moi je trouve intéressant de, à chaque fois qu'il [regard vers Brigitte] arrive quelque chose comme ça, [regard vers le haut] de se dire hm. [regard vers Claude et Bernard] et si on le transformait en une blague raciste ?* [Tou·t·e·s : [regard vers Audrey] ; Brigitte : [sourire]] *Actuellement, la blague raciste [regard vers Claude] on ne l'accepterait pas du tout !* » Audrey, FG3.

- « *Alors ça fait que comme ça... Donc finalement ta position, là, si tu vois une femme se faire emmerder c'est à elle seule de se débrouiller ?!* » Jane, FG1.

- « *il y a des choses qui me sont arrivées* [grimace faciale, lève les mains, yeux levés vers le haut] *c'était similaire à ça hein.* [grimace faciale] *Ce n'était pas une caricature.* » Julie, FG1.

2.3.1 Invitation des *autres* dans les échanges : les hommes, les jeunes, les « gens »

A la table des discussions sont aussi invités des *autres* absents, mais présents à l'esprit des récepteur·trice·s.

Premièrement, les hommes. Nous l'avons évoqué (point 1.1.3, page 413) il y est fait référence à travers le sexisme, les comportements masculins violents, la domination qu'ils exercent (hommes d'un point de vue très général). Ils peuvent aussi être traités discursivement comme *pas tous comme ça*. Ils sont aussi envisagés comme un public-cible *autre*, posant la question de la capacité ou non du dispositif à avoir un effet sur eux.

Deuxièmement, les jeunes. Nous l'avons évoqué, ils sont envisagés par un double prisme : en tant que cibles de communication du dispositif (principalement FG2) ; en tant que jeunes hommes étant violents. Par ailleurs, d'autres critères (supplémentaires aux jeunes ou en dehors cet ensemble construit) conduisent parfois dans les discours à des biais de localité (la ville de Marseille ; les banlieues) ou d'origines (latine, méditerranéenne, maghrébine), parfois ponctués de racisme bienveillant. Il y a ainsi un phénomène de stéréotypisation, *i.e.* que les récepteur·trice·s « structurent leurs représentations de l'autre à partir des stéréotypes » (Lehmans, 2018) sur les jeunes et la violence ou sur les hommes et leurs origines. Cette opinion est aussi opposée dans les discours, notamment lorsqu'il est question, par exemple, des hommes et du pouvoir historique qu'ils exercent.

Troisièmement, les « gens ». Les « gens » représentent une entité généralisante, une pensée commune, *ce qui se fait, ce qui est pensé collectivement*. En un mot, les gens sont mobilisés pour signifier la représentation que se font les récepteur·trice·s de la pensée commune sur les violences faites aux femmes. Cette entité généralisante sert aussi au propos qui segmente la population, à travers un critère générationnel, qui pointe notamment vers les « jeunes ». Ces gens sont aussi les *autres*, au sens de ceux qui sont témoins de situations de violence (mais n'agissent pas), au sens de ceux qui manquent de respect ou sont violents.

Ce processus de construction des *autres* participe d'une réception qui fait appel à des tiers (violents ou non, différents de *soi*) et notamment à la projection vers un autre public-cible auquel s'adresserait le dispositif.

3. Influences de la dissonance cognitive et de l'empathie virtuelle

Dans cette partie (3.1) nous répondons à **la question de recherche 3** : Dans quelle mesure la dissonance cognitive apparaît-elle dans la réception des dispositifs de DDG dans la lutte contre les violences faites femmes incluant les hommes ?

Puis nous répondons (3.2) à **la question de recherche 4** : Dans quelle mesure l'empathie virtuelle apparaît-elle dans la réception des dispositifs de DDG dans la lutte contre les violences faites femmes incluant les hommes ?

3.1 L'inconfort psychologique dans le processus de réception

Nos résultats illustrent la présence d'un inconfort psychologique et émotionnel face aux dispositifs de DDG : la dissonance est donc l'un des processus de la réception, intimement liée à la double lecture, *i.e.* la lecture hypertextuelle.

Nous avons, d'une part, des données sur les réactions concomitantes à la réception puis en discussion (avec les focus groups) et d'autre part, des données juste après exposition (questionnaire mesure de l'inconfort sur échelle de Lickert, listage de pensées).

(1) Premièrement, nous trouvons dans les trois focus groups, donc face aux trois dispositifs, le dédoublement de la lecture induit par l'hypertextualité. La réception s'envisage de manière proche avec ce qui est envisagé par les créatifs pour le FG1 et le FG2. Face à « Majorité Opprimée », les réactions illustrent une courbe gaussienne passant du sourire lié à la comédie à des signes de gêne dans le déroulé. Puis, en discussion, les récepteur·trice·s reviennent sur les moments de révélation de l'inversion, celui où ils-elles se sont « rendu compte » de l'inversion. Ces moments correspondent au réajustement après exposition à une information inconsistante. Pour le FG2 face à « C.L.I.T. », les réactions, à la fois verbales et interactionnelles illustrent une incompréhension et un jugement négatif (personnages et paroles), principalement liés à un hypotexte méconnu. Dans les discussions, puis ensuite par la projection de la version originale, puis à nouveau la version détournée, le dédoublement de la lecture permet un changement d'attitudes face au message. Dans le FG3, face aux « Crocodiles », les seules réactions dont nous disposons sont des prises de notes des récepteur·trice·s... Cependant, c'est en discussion qu'émergent les doutes et questionnements qui ont émergé durant la lecture. Un certain inconfort est exprimé quant au choix du crocodile, ou à l'inverse, l'attente de voir s'il y aura des hommes. Les retours positifs sont liés aux planches témoignages de la BD : les discussions reviennent sur ces planches en particulier.

Enfin, ces inconforts, nous les retrouvons aussi, verbalisés par les récepteur·trice·s, à travers plusieurs formes « mal à l'aise, dégoût, embarras, choqué·e, se demander tout le long (...), anxiété, être en suspens ». Elles confirment l'inconfort. Par ailleurs, l'expression de ces émotions a aussi été éludée, évitée par plusieurs récepteur·trice·s qui, lors des focus groups, ne répondaient pas ou répondaient sur un autre élément, lorsque

l'animatrice posait la question ouverte des ressentis face aux dispositifs. L'absence d'inconfort a aussi été verbalisée par ailleurs, telle que « ça ne m'a pas fait grand-chose (...) on est tellement habitué qu'on n'est pas choqué ». Nous rappelons également que ces inconforts ont été prolongés ponctuellement dans les discussions, à travers des assertions sur l'identité personnelle et la violence ou encore les propos interpellatifs.

(2) Deuxièmement, nous avons, à travers les résultats par questionnaires sur le public étudiant·e·s, face à « C.L.I.T. », observé des émotions négatives (mal à l'aise, gêné·e, embarrassé·e) qui dépassent celles positives (joyeux·se, optimiste, bien). Ces données sont également à considérer à l'aune du listage des pensées post-exposition. Les pensées sont plus négatives que positives (valence des expressivités) et vont dans le sens des intentions des créatifs.

3.2 L'empathie virtuelle

Les résultats sur l'empathie sont mitigés. D'une part, verbalisée, la question de l'empathie est souvent renvoyée à un public tiers (les hommes, les jeunes) et souvent à travers la possible incapacité de produire l'effet escompté. D'autre part, nos résultats sont peu univoques sur l'empathie. Cependant, nous en présentons les résultats positifs et négatifs, afin de mieux cerner ce processus en réception.

Nous disposons, pour répondre à cette question de l'empathie virtuelle, de plusieurs données. Du côté de la réception via les focus groups et la méthode ECER ; du côté de la réception via les questionnaires administrés au public d'étudiant·e·s face au clip « C.L.I.T. »

(1) Premièrement, nous trouvons dans les trois focus groups des réactions face aux dispositifs et/ou en discussion allant dans le sens des victimes de violences, principalement à travers les victimes dans le monde social plus qu'à travers les personnages. Les émotions négatives face au dispositif « Majorité Opprimée » arrivent à partir de la moitié du film, à un moment où les récepteur·trice·s avaient dépassé le trouble induit par l'inversion (les marqueurs de révélation sont plus tôt). Un des enquêtés dira en réception « à sa place j'aurai grillé le feu ! », face à Pierre, dans le film, agressé verbalement par une femme. En discussion, des liens sont tissés entre ce qui peut arriver aux victimes et les scènes du film (jugées positivement les unes les autres). Dans le focus group 2, la réception en trois temps (version détournée, originale, puis détournée) fait émerger, malgré le rejet de la première projection, des émotions (non empathiques) mais du côté des femmes victimes de viol. Enfin, dans le FG3, si les réactions concomitantes ne sont pas exploitables, les discussions sur les planches témoignages leur concèdent une vérité, d'histoires vraies. Les victimes feront écho aux femmes de ce focus group (le couple, la voix dans la tête, par exemple). C'est donc du côté des victimes, même si les auteurs sont critiqués (féminisés, tous croco, trop dénudées, ridicule), que le regard se portera favorablement, y compris dans le sens de l'ancrage dans la réalité de ces mises en scène.

Dans les discussions également de ces focus groups, l'empathie avec les victimes se révèle, tel qu'un regard réflexif sur ses perceptions, le trouble du manque de soutien aux victimes.

Deux thèmes sont également des ponts entre les victimes des dispositifs et celles du monde social. Le premier déjà abordé est celui des histoires narrées de violences, qu'elles soient vécues (les femmes) ou qu'elles soient relatées en position de témoin (homme). Le second thème lie le soi en tant que témoin d'une situation de violence et les *autres* témoins. Les freins et leviers à l'action (la peur, être plusieurs à agir, par exemple) sont discutés.

Un autre élément, proche de l'empathie, mais qui ne correspond pas à l'empathie, est la mobilisation dans les discours des FG1 et FG2 de la construction du monde et de cette relation au monde avec une « réalité comme univers possible ». A l'instar des deux supports audiovisuels projetés (« Majorité Opprimée » et « C.L.I.T »), il s'agit d'évoquer un passé ou présent imaginé de manière significative. Il s'agit de moments imaginés au présent, transposant l'individu dans une situation alternative ou de choix, ou encore de situations alternatives de choix antérieurs et donc d'un présent alternatif. Ces éléments relèvent donc plus de la projection, dans les discours et dans le monde social, de possibles situations. Ces éléments participent au processus de réception, sans s'inscrire dans l'empathie virtuelle, mais dans la reproduction du modèle persuasif dystopique.

(2) Deuxièmement, dans le cadre de la réception du clip « C.L.I.T » sur le public d'étudiant·e·s, nous avons étudié à la fois la dimension empathique et d'inconfort émotionnel (venant compléter celle sur l'inconfort psychologique). Le clip a peu « embarqué » le public. En revanche, le score le plus élevé est celui rattaché à la déclaration d'être touché·e par le sexisme. Quant à l'effort empathique il se situe à un score intermédiaire, « plus ou moins » et « assez bien », mais concerne plus l'effort de voir les choses selon le point de vue du clip, qu'une perception à travers les personnages.

4. Les effets sur les attitudes sexistes

Nous répondons ici à **la question de recherche 5** : Quels sont les effets sur les attitudes sexistes et intentions d'agir des récepteur·trice·s de dispositifs de DDG luttant contre les violences faites aux femmes, incluant les hommes ?

Des effets sur les attitudes sexistes sont mesurés face au dispositif « C.L.I.T. » sur un public d'étudiant·e·s (mesures avant et après exposition des attitudes). Trois questions ont des résultats significatifs et une question tendancielle. Elles pointent l'influence positive du dispositif par une baisse du sexisme hostile et du sexisme bienveillant.

Ces quatre questions, issues de l'Echelle de Sexisme Ambivalent (Dardenne et al., 2006) portent sur le sexisme : deux sur le sexisme hostile (SH) ; deux sur le sexisme bienveillant (SB : une question de protection paternaliste, l'autre de différenciation complémentaire du genre). Après exposition au dispositif de DDG, les récepteur·trice·s ont vu leur sexisme hostile et bienveillant diminuer de façon significative.

Le sexisme hostile « est basé sur une idéologie de domination et de supériorité masculine ainsi que sur une forme hostile de sexualité », comme par exemple « le harcèlement sexuel, l'humour et les remarques sexistes, les violences physiques, etc. » Le sexisme bienveillant est une « attitude subjectivement positive, teintée de chevalerie,

d'idéalisation et de condescendance envers les femmes, mais objectivement négative car maintenant celles-ci dans un rôle et un statut inférieur ». Les auteurs à l'origine de sa version française (Dardenne et al., 2006) précisent que « la coexistence de ces deux formes, tant au niveau individuel que sociétal, serait la marque d'une légitimation idéologique visant à justifier et maintenir l'inégalité entre groupes sexuels ».

Premièrement, le SH, dont nous avons pu mesurer un changement d'attitudes sur deux questions, révèle pour les personnes ayant un score élevé qu'elles sont « tolérantes vis-à-vis des blagues sexistes » comparativement aux personnes avec un faible score. Ces personnes sont aussi « plus promptes à dénier aux femmes la possibilité de ressentir des émotions uniquement « humaines » ». En détournant une musique de rap, jugée misogyne, et en inversant et se réappropriant les paroles, l'intention des créatifs est d'en illustrer (d'en démontrer) la misogynie et l'importance des mots, *i.e. ce ne sont pas que des mots*. L'influence positive allant dans le sens d'une réduction du sexisme hostile va dans le sens des intentions des créatifs et des objectifs du dispositif de DDG.

Deuxièmement les questions sur le SB, dont nous avons mesuré un changement d'attitude sur deux questions, pointent que les répondant·e·s ayant un haut score à cette échelle de SB « sont particulièrement enclins à blâmer une victime d'un viol lors d'une relation consentante au départ » ou encore ne pas être « prêt à tolérer qu'une femme ne se conforme pas à la norme de « pureté » ». L'objet du dispositif étant de pointer le sexisme et la misogynie, les violences sexuelles (le viol), et les perceptions des Français·e·s et des jeunes sur le viol (ces éléments chiffrés étant à la fin du clip). Ce résultat d'une baisse du SB est positif et proche des objets dénoncés et des intentions des créatifs. De plus, la performance des artistes, qui balaient d'un coup de pied dans le genre la dimension de pureté supposée des femmes (inversion des paroles, appropriation des codes de pouvoir associés au féminin) abonde dans le sens d'une capacité d'agir et de pouvoir féminin, opposé à une « pureté » féminine.

Pour conclure, les effets sur les attitudes après exposition au dispositif pointent une diminution des sexismes hostile et bienveillant, le premier participant à moins tolérer les blagues, propos ou remarques sexistes ; le second participant à diminuer le blâme porté sur des victimes de viol.

Conclusion de la quatrième partie

Nous avons débuté cette quatrième partie en présentant l'intérêt d'étudier la réception de dispositifs de DDG. Le DDG, sa capacité de subversion et sa double lecture, s'envisage de manière empirique sur un public. Ce processus est interactionnel : entre la version réécrite et la version *originale*, du monde social genré tel qu'il est attendu ; entre les récepteur·trice·s et les créatifs. Le DDG se joue des horizons d'attente sur le genre, et nécessite une certaine compétence de lecture. A travers cette réécriture des violences comme réalités sociales, nous avons souhaité étudier la dissonance cognitive (l'inconfort émotionnel et psychologique) et l'empathie en réception, considérant les intentions des créatifs -pointer, montrer, renverser, mettre en suspens puis choquer, défaire, projeter, faire sentir et ressentir des affects négatifs- et la stratégie de DDG. Il s'agit principalement de l'inconfort psychologique et émotionnel, et de l'empathie virtuelle avec les victimes de violences. Enfin, nous avons pointé l'intérêt d'étudier la réception dans sa dimension sociale en interaction avec d'autres présents et dans sa dimension sociale et individuelle, où l'*autre* et le social sont intériorisés.

Nous avons ainsi posé plusieurs questions de recherche : sur la co-construction des sens des dispositifs de DDG, sur la co-construction des opinions et des rôles dans les interactions, sur les processus et effets de la dissonance cognitive et de l'empathie virtuelle et enfin, sur les effets du DDG sur les attitudes sexistes.

Pour y répondre, nous avons construit une triangulation méthodologique mixte : d'une part, nous avons conduit trois focus groups couplés à la méthode des cognitions verbalisée en réception (ECER) nous permettant d'étudier qualitativement la réception en direct face au dispositif puis en discussion. A chaque focus group est diffusé un dispositif de DDG différent, sur un public constitué d'individus ne se connaissant pas ni ne sachant la thématique de l'objet étudié. Nous avons analysé ces données de manière lexicale, thématique, sémantique et conversationnelle. D'autre part, nous avons conduit une méthode quasi-expérimentale nous permettant d'étudier les changements d'attitudes sexistes (hostile et bienveillant) provoqués par l'exposition à un dispositif de DDG.

Nous avons ensuite répondu aux questions de recherche, forte de ces méthodologies et analyses mises en œuvre.

Pour répondre à la question de recherche 1 sur les sens co-construits face aux dispositifs de DDG, nous avons pointé que les récepteur·trice·s discutent principalement de la dimension collective des violences, des femmes, et font émerger des histoires narrées de violences mais aussi pointent les hommes et le sexisme, ce qui va dans le sens des intentions des créatifs. Nous avons montré que des liens étaient faits entre monde médiatisé (le dispositif de DDG) et monde social. Par ailleurs, quand les créatifs pointent les violences, les récepteur·trice·s mettent en avant l'éducation, comme vecteur de changement, dans une perspective d'égalité. La prévention (à côté de l'éducation) est privilégiée. Nous avons également relevé une défiance marquée quant à la loi (sa capacité) et au féminisme (ses thématiques contemporaines), posant la question, en creux, de

l'influence des minorités. Des ambivalences existent aussi dans les opinions co-construites face au dispositif de DDG : si le poids du genre est reconnu, les récepteur·trice·s peuvent aussi condamner la transgression. Par ailleurs, si les buts des dispositifs sont plutôt compris (prise de conscience voire changement de comportements), il est aussi fait état leur possible incapacité à atteindre leurs buts. Nous montrons ainsi que les récepteur·trice·s placent comme marqueurs significatifs du DDG les personnages des dispositifs. D'une part, la possible incapacité de ces dispositifs de DDG à atteindre leur but serait liée à ces personnages (*trop féminisé, pas tous des crocodiles (des hommes), complexité des codes pas tout à fait inversé*). D'autre part, ces personnages sont ceux-celles qui incarnent le DDG. Leur importance est donc première en réception. Cependant, nous montrons que les intentions des créatifs de pointer en direction des victimes et des auteurs sont reprises en réception. Ces personnages permettent également des mises en lien entre le support médiatique et le monde social, la vie *réelle*. Enfin, les violences -harcèlement, violences sexuelles et psychologiques- sont les autres marqueurs forts retenus, auxquels les récepteur·trice·s reconnaissent l'ancrage dans la réalité.

Pour répondre à la question de recherche 2 sur les opinions et rôles co-construits face aux dispositifs de DDG, nous avons montré que les jeux d'influences interpersonnelles étaient à l'œuvre dans les échanges. Assertant leurs opinions, mais aussi ménageant leurs oppositions, les récepteur·trice·s ont joué des rôles différents dans les échanges. D'une part, ce sont principalement (mais pas uniquement) des femmes lors des discussions qui ont eu une influence sur les autres récepteur·trice·s et sur la dynamique de groupe. Dans chaque focus group, une réceptrice, aux opinions féministes joue un rôle : critique du support et ancrage dans la réalité des violences, opposition face à des discours allant à l'encontre du message. Si leurs influences sont nuancées, leurs rôles les situent dans une relative opposition et des positions vives (au sens affirmatif et interpellatif). Nous avons aussi vu que le groupe peut avoir une influence sur un individu, moins sur plusieurs individus, dont les discours vont aller à contre-sens des intérêts projetés par les dispositifs. Nous avons vu que les opinions et rôles joués faisaient appel à *soi* et à des *autres* dans les interactions : des éléments de l'identité, notamment des expériences vécues de violences- ont émergé de ces discussions, participant d'une réception où le genre se joue. Des moments ont aussi prolongé un certain inconfort, lorsque les rôles joués par des réceptrices sont interpellatifs ou impressifs. Quant aux *autres* invités dans les discussions, il s'agit des hommes, à travers le sexisme et leurs comportements, mais aussi et surtout des jeunes, pour lesquels une certaine stéréotypie est exprimée. Il s'agit de voir la violence chez ces « jeunes », et parfois de leur associer des lieux ou des caractéristiques racialisantes. Enfin, les « gens » comme entité généralisante, pensée commune, sont aussi convoqués.

Pour répondre à la question de recherche 3 sur la dissonance cognitive face aux dispositifs de DDG, nous avons illustré que l'inconfort psychologique était bien présent en réception, et lié à l'hypertextualité. Face au dispositif et/ou en discussion ensuite, les récepteur·trice·s montrent des signes, verbalisent (ou évitent de dire) ce qu'ils ont

ressenti, notamment être mal à l'aise, ressentir du dégoût, être choqué·e ou en suspens. Par ailleurs, nos résultats en réception individuelle (via les questionnaires) illustrent aussi plus d'affects négatifs que positifs.

Pour répondre à la question de recherche 4 sur l'empathie virtuelle face aux dispositifs de DDG, les résultats sont mitigés. Renvoyée à un public tiers (les hommes, les jeunes) et souvent négativement, l'empathie virtuelle apparaît, mais peu. Il s'agit davantage d'une prise de vues depuis celle des victimes ou du sexisme, ce qui converge dans le sens des intentions des créatifs. Par ailleurs, la projection, relativement aux films dystopiques « Majorité opprimée » et « C.L.I.T. », se reflète dans les discours, pointant le processus persuasif projectif à l'œuvre. Enfin, étudiée également dans les questionnaires en réception individuelle, l'empathie apparaît peu. C'est davantage le fait d'être touché·e par le sexisme qui est significatif.

Pour répondre à la question de recherche 5 sur les effets d'un dispositif de DDG, nous avons obtenu des résultats significatifs : une diminution du sexisme hostile et du sexisme bienveillant dans les attitudes des récepteur·trice·s étudiant·e·s. Conjointement, sexisme hostile et bienveillant agissent comme des leviers à la légitimation et au maintien des inégalités. Ainsi, leur diminution marque clairement les effets du dispositif de DDG « C.L.I.T. » allant dans le sens de ses objectifs. Les attitudes sexistes hostiles, qui illustrent notamment la tolérance vis-à-vis des propos et humour sexiste, et les attitudes sexistes bienveillantes, qui illustrent notamment la capacité à juger et blâmer une victime de viol, ont ainsi significativement diminué après l'exposition au dispositif. Ces effets sont positifs, ils vont dans le sens des intentions des créatifs et des objectifs des dispositifs de DDG.

Conclusion générale

A travers cette thèse, nous avons bien montré que le DDG, tel que nous l'avons abordé, dans des dispositifs au service de la lutte contre les violences faites aux femmes, et incluant les hommes dans le champ et dans le public-cible, constitue une construction, un objet de recherche significatif : nous avons pu systématiser la collecte de dispositifs, étudier empiriquement la création et la réception et obtenir des résultats intéressants et convergents. En particulier, nous avons illustré que des créatifs, militants et associatifs, partagent des mêmes intentions et processus créatifs, illustrant une pratique du DDG, selon différentes formes, mais également, qu'en réception, le DDG suscite un relatif inconfort psychologique, lié à l'hypertextualité, et conduit à des changements d'attitudes sexistes allant dans le sens de ses objectifs.

Rappel de la problématique, de la démarche et des concepts

Dans cette thèse, nous nous sommes intéressée à une frange de la communication contre les violences faites aux femmes. Ces dernières, des violences de genre, désignent « toutes violences commises par les hommes en tant qu'hommes envers les femmes en tant que femmes » (Bereni et al., 2012), elles incluent toutes formes de violences, y compris le sexisme et les discriminations qui font violence. Leur conception ne cherche ni à individualiser ni à psychologiser la problématique (Dayer, 2014, p. 69-70; Jaspard, 2011, p. 113-115). Les actes violents d'un homme sur une femme « sont au nom de tous les hommes », ce qui peut « paraître osé, ou même absurde, tellement nous avons individualisé ce phénomène social important » annonce clairement Hanmer (1977).

Au sein de la société civile, des organisations associatives, des artistes, mais aussi des acteurs publics et privés créent et diffusent des dispositifs visant à lutter contre les violences faites aux femmes, le genre, ou plus largement participent à poser dans l'espace public des questions relatives à ces problématiques. Face à l'analyse de la communication persuasive et d'utilité publique de l'Etat français contre ces violences -pointant notamment l'absence des auteurs dans le champ et en tant que cible, ou le cadrage de la problématique au niveau individuel, éludant le genre (Hernandez Orellana & Kunert, 2014)- nous nous sommes intéressée à des dispositifs, issus de la société civile, qui pourraient prendre le contre-pied de ces manques.

Notre intérêt pour le féminisme, et son versant ensoleillé déconstructiviste du genre, et notre curiosité de chercheuse, nous ont conduit à une première observation : des dispositifs jouent et se jouent du genre, participant à lutter contre les violences faites aux femmes et le sexisme.

Nous avons constitué une notion, le détournement du genre, inspirée à la fois de dispositifs observés et des notions connexes que la littérature nous offre, notamment la parodie de genre (Trépanier-Jobin, 2013) ou la parodie du genre (Butler, 1990), le

dégenrage des codes (Kunert, 2012) ou défigement des assignations (Soulages, 2004), les étapes d'attentes, perturbations et reconfigurations du genre (Damian-Gaillard et al., 2014) ou encore les étapes de *hacking* du genre (Dayer, 2014).

Le DDG est ici défini comme perturbations des relations, normes ou représentations socialement construites, dans une réalité socio-historique située, de ce qui relève du masculin ou du féminin, des hommes ou des femmes, sans que ces bi-catégorisations se superposent exactement (Coulomb-Gully, 2010). Souvent, les dispositifs de DDG que nous observions incluaient aussi les hommes dans le champ et dans le public-cible. Nous avons ainsi décidé de nous intéresser à ces formes de DDG, visant à lutter contre les violences faites aux femmes, qui intègrent également les hommes -auteurs ou non de violences- dans le champ et dans le public. Ces trois données tendent à nous faire supposer que les manques et limites de la communication de l'Etat français pourraient être dépassés par ces dispositifs.

Le genre s'envisage ici selon deux prismes : matérialiste, définissant le genre comme processus de construction asymétrique des relations femmes-hommes « système de division hiérarchique de l'humanité en deux moitiés inégales » (Delphy, 2013) ; performatif, définissant le genre comme « une pratique d'improvisation qui se déploie à l'intérieur d'une scène de contraintes (...) On le « fait » toujours avec ou pour quelqu'un d'autre, même si cet autre n'est qu'imaginaire » (Butler, 2012).

Le DDG est abordé à travers son hypertextualité (Genette, 1982), processus de réécriture et liens, relations entre un hypertexte et son hypotexte. Une approche où la lecture s'envisage comme dédoublée, une relation qui lie le lecteur au texte de manière socialisée, contractuelle, et nécessite une certaine compétence de lecture. Le DDG est aussi envisagé par le jeu en réception des horizons d'attentes sur le genre. En ce sens, il participerait à une double lecture possiblement rendue inconfortable.

La communication du DDG, ses processus de création et de réception, s'envisage comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées : des interactions entre récepteur·trice·s, dispositifs et créatifs. Il s'agit de s'intéresser à la co-construction des significations, en particulier en réception, par l'intersubjectivité, l'interaction désignant un champ mutuel d'influences (Fourquet-Courbet, 2010) et de partage d'états et stimulation de la subjectivité de l'autre créatif (Couchot & Lambert, 2016). Le DDG, dans la lutte contre les violences faites aux femmes, est mobilisé dans la communication mais aussi dans l'art, illustrant les emprunts réciproques de ces deux champs (Balasinski, 2009).

A travers le DDG, c'est la question de la réception qui nous anime. En effet, « en soi, la parodie n'est pas subversive il faut encore chercher à comprendre comment certaines répétitions parodiques sont vraiment perturbantes » (Butler, 1990, p. 262-263). Envisagées sous le prisme interactionniste, il nous faudra donc nous intéresser également à la création et aux formes du DDG pour étudier la réception.

Notre problématique vise à mieux comprendre le DDG au service de la lutte contre les violences faites aux femmes, des violences de genre et le genre, à travers ce prisme interactionniste et hypertextuel. Nos principaux axes de recherche sont l'étude des *formes* que revêt le DDG, de *la création* du DDG et de sa réception. Nous nous arrêterons en particulier sur les dispositifs de DDG qui également, incluent les hommes dans le champ et dans le public-cible.

Les choix de nos terrains

Ce sont à la fois les *formes* de DDG que nous souhaitons étudier, mais aussi la création, porteuse des intentions des créatifs et leurs processus créatifs, puis la réception. Ces dimensions (« pôles » ou « composantes ») s'inscrivent dans le processus de réception.

Nous nous sommes intéressée ainsi à trois terrains, correspondant à trois études empiriques. Premièrement, nous avons constitué une collecte et analyse systématisée de dispositifs de DDG de lutte contre les violences faites aux femmes, incluant les hommes. Notre préoccupation ici est d'éclairer le DDG, pour que se dessinent des formes de DDG, qualifiées, même imparfaitement, ainsi que les leviers persuasifs et les intentions inférées aux créatifs. Les créations de notre corpus sont issues en majorité de la société civile, associations et artistes, mais aussi d'autres acteurs, publics et privés. Ces dispositifs de DDG sont matérialisés, pouvant être sujets à une projection. Notre base de données ainsi constituée recense 346 dispositifs, provenant majoritairement de France, d'Europe et des Etats-Unis, mais pas uniquement.

Deuxièmement, nous avons sélectionné certains dispositifs de DDG, et à travers eux exprimé le souhait d'étudier la création empirique. Les créatifs retenus le sont à travers les dispositifs créés, sélectionnés parce qu'hétérogènes entre eux quant à leurs *formes* de DDG. Ce sont aussi ceux d'artistes ou d'organisations associatives (rarement d'organisations publiques) que nous avons envisagés. Nous nous sommes intéressée dans la création aux intentions persuasives et aux processus créatifs, grâce à 18 entretiens semi-directifs et entretiens d'explicitation, durant lesquels les créatifs sont réexposés à leurs créations. Durant ces entretiens, 31 dispositifs de DDG sont discutés.

Troisièmement, notre dernier terrain est celui de la réception. Les intérêts à étudier la réception du DDG, la double lecture, les interactions et l'influence, se traduisent par les processus et effets du DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes. Ici, nous avons développé une méthodologie mixte : qualitative, par trois *focus groups* couplés à la méthode ECER lors desquels trois dispositifs de DDG sont projetés à des individus ; quasi-expérimentale, à l'aide d'un questionnaire avant-après projection d'un dispositif de DDG, où sont mesurées les attitudes sexistes.

Les principaux résultats

Sur les formes de DDG incluant les hommes dans le champ et dans le public-cible

Nous avons collecté et méta analysé 346 dispositifs de DDG incluant les hommes dans le champ et dans le public-cible, dans la lutte contre les violences faites aux femmes. En majorité d'origine française, européenne et états-unienne, notre base de données étend le champ géographique de ses dispositifs dans sa frange, et au total, à 37 pays. Depuis nos résultats, nous pouvons pointer plusieurs traits saillants de cette première étude.

Premièrement, les dispositifs de DDG diversifient les violences faites aux femmes dénoncées : dans des proportions semblables, ils ciblent une forme de violence, telle que le harcèlement ; les agressions sexuelles et viols ; les violences conjugales, ou ils ciblent le *continuum* des violences (harcèlement, insultes, agressions et violences sexuelles et/ou physiques, sexisme). Très peu de ces dispositifs pointent de manière exclusive des violences intersectionnelles, quelques-uns incluent des violences intersectionnelles dans les dispositifs. Mais cette approche reste peu développée.

Deuxièmement, plusieurs *formes* de DDG se dessinent. (1) *L'inversion du genre* est une forme qui, inversant les rôles, rejoue les situations sexistes et violentes genrées, sans toujours les déconstruire, mais en les reproduisant. Son atout persuasif est de rendre visible les violences et les situations naturalisées sexistes. Manipulant les violences, les performances du genre et les attentes sur le genre, elle reste cependant souvent dans la binarité et est sujette aux renversements. Elle fait aussi appel, à travers les actes et le système qui porte ces mondes dystopiques, aux niveaux individuel et collectif des violences. Inconfort et empathie semblent vouloir participer à la réception, à travers les intentions que nous pouvons inférer à la création : donner à voir depuis le point de vue des femmes victimes. (2) *La visibilité de l'auteur de violence et renversement de la culpabilité* est une seconde forme, laquelle se matérialise par différents procédés (iconique, textuel, hyperréalisme). Les auteurs de violences voient le reflet de leurs comportements (forme de miroir pas nécessairement grossissant), et la culpabilité des actes renvoyée sur eux, dans l'interaction : ce sont eux qui sont visibles. Le trouble est ici présent en cherchant à questionner en réception, supposément, ce qui est vu, sa *véracité*, quand l'empathie avec les femmes victimes est aussi présente, par les interactions supports à la violence dénoncée. Des liens entre acte et dimension collective sont aussi possibles, notamment par la répétition. Le risque premier peut être ici la discréditation des situations dénoncées. (3) *L'ironisation, la ridiculisation du genre, de la misogynie, de situations discriminantes et de comportements masculins*. Ici, l'absurde et l'ironie sont les moteurs persuasifs du DDG, visant un sourire qui se joue dans la complicité -de la situation et contre ce qui porte du sexisme, de la misogynie, de manière englobante des violences devenues visibles ici aussi, et de prendre le parti *contre* le sexisme. Si l'inconfort est suscité, l'empathie semble moins se jouer ici, si ce n'est de voir l'injustice d'une situation visant les femmes et donc de se positionner en ce sens. En appelant des représentations sociales, cette forme fait appel au social chez l'individu, à la

dimension collective des violences. (4) *Inciter à impliquer les hommes et dénonciation par les hommes*. Comme d'autres formes de DDG, elle est plurielle. Il s'agit d'une forme de prise de position, ou d'incitation à le faire, des hommes contre les violences faites aux femmes. Le DDG tient à ce que cette interpellation ou prise de position des hommes soit envisagée comme *non évidente, peu probable*. Il s'agit de changer les attentes sur le masculin. Forme de lieu où *on ne les attend pas*, cette forme peut susciter une certaine *surprise*, et viser à susciter une identification à un modèle positif du masculin, opposé aux violences. Ici, c'est plus à l'individu qu'est adressé le message. La violence est plus envisagée au niveau individuel que collectif. (5) *Déroutement des assignations et trouble de la catégorisation*. Cette forme donne à réfléchir sur la bicatégorisation femmes-hommes, s'attaquant au système du genre sur lequel reposent inégalités et violences. Le trouble vient de cette difficulté à *catégoriser*, révélant, chez l'individu, le processus social de bicatégorisation du genre. En ce sens, un trouble est induit, et c'est la dimension sociale intra-individuelle qui est visée. (6) *La substitution*, quant à elle, joue par exemple de l'analogie pour donner à comprendre un concept, un jeu par l'image ou le langage favorisant cet éclaircissement. Le trouble est ici induit par la double lecture entre les deux objets. (7) *Action en milieu politique masculin*. A travers cette forme, le genre est perturbé au sens où ses espaces masculins vont être subvertis par des actions dénonçant, marquant la gêne qu'occasionnent ces situations normalisées (entre-soi masculin, lieux de violences masculines).

Sur les intentions et processus créatifs des créatifs de dispositifs de DDG

Nous avons mené puis analysé 18 entretiens semi-directifs et entretiens d'explicitation avec 23 créatifs mobilisant le DDG (et incluant les hommes). Ces analyses thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive nous permettent d'exposer plusieurs résultats de cette deuxième étude empirique, quant aux violences telles qu'elles sont envisagées par les créatifs, aux influences et processus créatifs.

Premièrement, les femmes sont au cœur des discours des créatifs, et de leurs préoccupations quant à la lutte contre les violences. C'est aussi leur subjectivité qui est mise en avant, dans la construction de la problématique et des dispositifs de DDG. Les hommes sont aussi largement mis en scène dans les discours, en lien avec les femmes, pointant ainsi les relations asymétriques. Les violences faites aux femmes sont envisagées à travers les actes violents, mais aussi la dimension collective des violences. Les violences faites aux femmes sont également dans les discours non pas *un* objet, mais *l'objet* de la lutte : ces violences sont assertées et plus discutées que la lutte contre ces violences. L'ancrage dans la réalité des violences, et des connaissances sur ces violences des créatifs, est un marqueur fort de leurs discours. La lutte s'envisage comme un changement social, par des leviers individuel *et* collectif. Le DDG, qui vise à rendre visible les violences, à les *anormaliser*, s'inscrit dans un discours où le monde social est un univers possible, un construit, et donc ouvert au changement. Les discours sur les violences et les créations, ainsi que les dispositifs de DDG, illustrent ce jeu d'assertion/projection. Il s'agit de *montrer* une autre/la réalité des violences, mais aussi *d'imaginer*, à travers la *fiction*,

laquelle repose sur *la réalité*, un autre monde, ou une autre manière d'aborder notre monde social genré. Ainsi, la définition de Hanmer (1977) semble toujours contemporaine : lutte pour la reconnaissance et la visibilité des violences, lien entre acte et dimension collective des violences, mise en avant de la subjectivité *des* femmes. Par ailleurs, comparativement aux campagnes de communication de l'Etat français contre ces violences, non seulement les hommes s'incluent dans le cadre des dispositifs, mais aussi dans les discours, puis en tant que cible (nous y reviendrons). De plus, le cadrage des violences, qui s'inscrit dans un discours relativement militant (nous avons par ailleurs sélectionné des créatifs à travers leurs dispositifs mais aussi leurs positions, associatives et d'artistes, préjugant de cet ancrage militant), envisage les violences sous le prisme collectif de l'asymétrie et des relations femmes-hommes (et non uniquement par les actes ou la dimension individuelle).

Deuxièmement, les intentions persuasives des créatifs à travers le DDG se précisent. Ces intentions sont socio-cognitivo-réflexives et socio-affectives : il s'agit d'interpeller les récepteur·trice·s et de ne pas être dans l'injonction ; de faire sentir et ressentir des affects négatifs, tels que faire éprouver aux hommes les violences, qu'ils s'identifient, de mettre le·la récepteur·trice mal à l'aise, le·la gêner, ou encore de faire ressentir un trouble ; de révéler la violence et le sexisme de ce qui semble normal avant détournement. Ainsi, nous retrouvons l'inconfort émotionnel et psychologique que nous avons rapproché de la dissonance cognitive. Nous précisons que cette recherche de l'attention via la dissonance constitue une théorie naïve qui trouve sa correspondance dans la littérature, puisque la dissonance est un état « motivationnel et aversif » (Martinie & Priolo, 2013). Par ailleurs, ces intentions révèlent également des intentions d'empathie virtuelle (Daignault & Paquette, 2009) et de projection à travers le point de vue situé des femmes, sans essentialiser, ni victimiser, mais en les envisageant comme sujet expérimentant les violences de genre. S'il ne s'agit pas d'être dans l'injonction (dire ce qu'il *faudrait* penser), les créatifs, à travers leurs créations de DDG, disent *comment penser* ces violences. A travers leurs discours, nous comprenons que le marqueur persuasif certainement le plus fort des dispositifs de DDG est l'ancrage dans la réalité des violences dénoncées. Cet argument premier, l'ancrage dans la réalité des violences mises en scène, s'illustre avec les processus créatifs du DDG. Par ailleurs, le public-cible à qui s'adressent les créations est plus large que nous l'avions initialement présumé. En majorité, les créatifs désignent « les femmes, les hommes, la société, tout le monde » comme public-cible, plutôt que les hommes ou les auteurs ou les femmes exclusivement. Ainsi, le DDG et l'inclusion des hommes dans le champ procède d'une cible inclusive (femmes et hommes) et généralisante (la société) et est un moyen de s'adresser à un public large, étendu.

Troisièmement, les processus créatifs des dispositifs de DDG sont explorés et explicités en entretien. Ainsi, les créatifs expliquent avoir fait des *reprises* du monde social genré des histoires vraies, ancrées dans la réalité (clichés, représentations, discours justifiant les violences, mais aussi histoires, témoignages). Il s'agit donc d'*imiter* le monde social, de prendre les violences, ancrées dans le réel, comme hypotexte du DDG. Puis, le DDG se constitue par ses *transformations*, il s'agit de : monter et renverser (les hommes violents,

complices, responsables, de renvoyer la responsabilité sur les auteurs ou de les transformer en bête) ; de mettre en suspens puis choquer (le public) ; de défaire, *i.e.* de brouiller le genre en usant de décalage ; de projeter dans un autre monde, ou de projeter le regard depuis celui de la victime ou de l'auteur ; et dans une moindre mesure, d'extrémiser des discours ou de se réapproprier des codes. Ces dispositifs de DDG visent à lutter contre les violences faites aux femmes, à changer le regard sur elles, et que cette perception soit depuis le point de vue des femmes en tant que femmes, dans une perspective presque phénoménologique, leurs expériences d'être au monde. Depuis ce point de vue, sexisme, violences, auteurs et comportements masculins violents sont montrés. Plus rarement, ce sont les pouvoirs féminins positifs, ou la participation des femmes à leur domination, ou les hommes aux discours positifs qui peuvent être illustrés. Les renversements effectués -le point de vue *des* femmes, mais aussi la culpabilité et responsabilité des hommes- participent d'un cadrage de la problématique des violences, forme de « *frame and shame* », autour des auteurs, l'anormalité des violences et du sexisme, banalisés, naturalisés, et autour de la dimension collective de ces violences. C'est donc par le double prisme des actes et de leur dimension collective que les violences sont envisagées.

Enfin, le DDG, s'il est jugé positivement (efficace), est aussi un processus créatif émergent, itératif, auquel est apporté un soin et des impératifs, tels que ne pas utiliser de clichés. Le contexte (médiatique, politique) constitue dans une certaine mesure un levier à l'acte créatif. Certain·e·s créatifs voient à travers le DDG un outil de rhétorique, transposable dans la vie quotidienne, mais aussi un outil libérateur, socio-affectif, « qui fait du bien » pour soi et pour les autres.

Quatrièmement, à travers le regard réflexif que les créatifs portent sur leurs créations, le processus d'influence tend parfois subtilement vers un modèle classique de la communication (McGuire : exposition, attention, compréhension, acceptation, stockage, changement d'attitude) mais aussi vers un modèle d'œuvre semi-ouverte, où des espaces laissés à l'interprétation, bien que conditionnée, existent. Le regard critique que les créatifs portent sur leurs créations de DDG est assez *lucide* comparativement à la littérature : « ces campagnes ne font pas la révolution », elles ne proposent pas de solution, comportent des risques et limites (ne faire que rire, faire attention en création à la féminisation, masculinisation), le risque de « récupération ». Deux limites ne sont cependant pas mentionnées : la réification de la norme (Dayer, 2014; Kunert, 2012; Trépanier-Jobin, 2013) ou le risque de lissage et de perte de sa substance subversive, devenir un instrument au service de la domination pourtant décriée (Butler, 1990; Couchot-Schiex, 2015). Pourtant, en prenant des violences proches ou issues des *réalités sociales*, telles qu'elles sont envisagées, le risque du DDG est de figer, comme une photographie, ce qu'il dénonce. Ces deux limites / risques du DDG auraient intérêt à être envisagés. En visant à rendre *visible les violences*, et en cherchant à *les ancrer dans les réalités pragmatiques* des expériences des femmes en tant que femmes, le DDG est certainement une première étape, un « terrain au changement » comme le mentionne

Trépanier-Jobin (2013), mais n'est pas un changement forcément créateur de nouvelles représentations ou identités de genre.

Sur les processus de réception et les effets de dispositifs de DDG

Nous avons animé puis analysé 3 *focus groups* couplés à la méthode d'étude des cognitions verbalisées en réception (ECER) avec des sujets-sociaux exposés à un dispositif de DDG dans la lutte contre les violences faites aux femmes et incluant les hommes. Les analyses des données verbales sont thématique, lexicale, sémantique, cognitivo-discursive et conversationnelle. Une autre méthode quasi-expérimentale est mobilisée : un protocole avant-après constitué par un questionnaire pour l'étude du changement des attitudes sexistes, analysé par test T de Student. Ces questionnaires portent aussi des questions ouvertes et des questions sur échelle de Lickert pour étudier le processus de réception. L'ensemble de cet arsenal méthodologique et les analyses nous permettent de donner plusieurs résultats quant à l'influence du DDG, ses processus de réception et ses effets.

Premièrement, en réception, les récepteur·trice·s co-construisent leurs opinions face au DDG sur les violences, en évoquant en premier la dimension collective des violences. Dans une certaine mesure, des histoires narrées de violence et de sexisme apparaissent dans les discours. Ils et elles évoquent l'éducation et la prévention comme solutions pour plus d'égalité. Si ces opinions vont dans le sens des intentions, une défiance dans les discours apparaît, face à la loi et au féminisme, notamment ses revendications contemporaines. Et si le poids du genre qui pèse sur les femmes est reconnu et que les récepteur·trice·s reconnaissent le difficile dépassement des injonctions, il apparaît également une certaine condamnation de la transgression, de biais de particularisme (la ville de Marseille, les jeunes, les cités). Les objets des dispositifs de DDG sont compris, cependant, leur capacité à atteindre leurs buts est remise en question. Les personnages des dispositifs de DDG sont les marqueurs qui incarnent le DDG, ils sont souvent critiqués négativement : trop *féminisé*, pas *tous* des crocos). Cependant, l'intention des créatifs, que le regard se porte depuis celui des victimes de violence, trouve écho en réception. De même, l'intention de pointer les hommes et les auteurs de violences se confirme en réception. Enfin, le second marqueur fort des créatifs, l'ancrage dans *la* réalité des violences dénoncées trouve aussi écho en réception.

Deuxièmement, nous avons illustré que dans les interactions, en discussion, des femmes, plus rarement des hommes, aux opinions relativement féministes, bien qu'elles n'aient pas été les plus extensives dans les échanges, et plus souvent dans l'opposition, ont une relative influence sur les autres. Le groupe peut également avoir une influence positive sur un individu (éludant le genre). Dans les groupes, l'inconfort face au DDG peut être prolongé dans les discussions, avec les histoires narrées de violence ou les interpellations interpersonnelles. Ainsi, si le *soi* peut apparaître dans les discussions, ce sont aussi des *autres* qui sont appelés, tels que les hommes, à travers leurs sexismes et

comportements, mais aussi les jeunes, constituant un stéréotype de cible au dispositif de DDG, et enfin les « gens », lesquels représentent une pensée commune généralisante.

Troisièmement, nous avons montré que, lié à l'hypertextualité, l'inconfort psychologique est bien présent en réception, participant au processus de réception.

Quatrièmement, si nous avons cherché l'empathie virtuelle en réception, elle est plus équivoque, elle semble peu s'appliquer par rapport à l'inconfort. Cependant, si elle apparaît dans une faible mesure (des signes vont en ce sens, timidement), la perception et le parti-pris pour les victimes, dans les dispositifs et la vie quotidienne, le monde social, font partie des intentions des créatifs.

Cinquièmement, et non des moindres, nous avons pu observer une diminution des attitudes sexistes hostiles et bienveillantes après exposition au dispositif de DDG « C.L.I.T. ». Cette diminution participe à moins tolérer les propos ou blagues sexistes, mais aussi à moins blâmer des victimes de viol. Ce qui constitue un résultat fort pour illustrer les effets positifs du DDG.

Les apports de la recherche

Apports théoriques

Modestement, nous avons tenté, par un exercice intellectuel, de faire des liens théoriques. Le premier lien que nous avons envisagé est un lien entre deux champs disciplinaires, entre SIC (section 71) et celui de l'art (section 18), les deux disposant d'une approche interactionniste de la création et la réception (Couchot & Lambert, 2016; Fourquet-Courbet, 2010). Cette approche nous a permis ensuite d'articuler une étude de la création, puis de la réception, en mobilisant l'hypertextualité (Genette, 1982) des dispositifs de DDG, invoquant ici le champ de la littérature (section 9). Nous ne pouvons pas invoquer le *champ disciplinaire* du genre, puisqu'il n'existe pas (Fleury & Walter, 2009). Cependant nous pensons avoir illustré la pertinence de l'intégration du concept de genre dans cette recherche, ainsi que la pertinence, dans les champs militant, associatif et artistique, de l'utilisation de ce concept comme moteur d'une création hypertextuelle. Après 30 ans de variations du genre en France en sciences humaines (Fassin, 2008), et alors que les études du genre se sont davantage développées dans d'autres champs disciplinaires (Fleury & Walter, 2009), Bertini (2009b) pointe « l'urgence d'un *gender turn* » en SIC, que Coulomb-Gully (2009), situe au début des années 2000. Les deux auteures pointent l'intérêt d'une poursuite des études en SIC et Genre. Coulomb-Gully pose ainsi que les études de genre pourraient constituer une « source de renouvellement des SHS, voire de leur unité », et permettre aux chercheur·e·s dans des disciplines différentes (voire dans une même discipline) d'utiliser « un langage commun et de se retrouver d'emblée de plain-pied » (Coulomb-Gully, 2014).

Le second lien que nous avons opéré est entre deux approches du concept de genre, à la fois matérialiste et performatif, le premier pointant une dimension historique et universelle du patriarcat, le second un système de (re)production du système de genre.

Le premier a contribué à l'élaboration d'un savoir situé -le savoir étant pouvoir-, le second a pointé le pouvoir et questionné la construction d'un « nous » femmes. Nous avons identifié au départ que ce rapprochement, loin d'être incongru, était souhaité, notamment en ce qui concerne les *men* et *masculinity studies* (Le Talec, 2016). Ces deux approches convergent en de nombreux points nous rappelle l'auteur, notamment « l'affirmation anti-essentialiste ». Mais nous avons aussi envisagé, grâce à Dorlin (2008), la convergence de l'intérêt du *point de vue situé* depuis lequel ces deux approches convergent, et retenu deux tenants principales de ces approches pour leurs définitions du genre (Butler, 1990; Delphy, 2013). Nous avons donc envisagé d'explorer le DDG à travers ce double prisme, lequel illustre à leur jonction la question du point de vue situé. Il s'agit pour l'approche matérialiste de la construction des connaissances d'un point de vue expérientiel, par exemple en non mixité pour faire émerger les problématiques, permettant par ailleurs de remettre en question le savoir situé dans les sciences, le savoir étant aussi pouvoir. Il s'agit pour l'approche par la performativité du genre, qui remet en question le « nous » et permet d'explorer le genre comme « une pratique d'improvisation qui se déploie à l'intérieur d'une scène de contrainte » (Butler, 2012), de poser ainsi le pouvoir et la représentation comme centraux. Dans les deux cas, le savoir situé envisage, depuis les femmes, depuis la marge, une forme de dédoublement des connaissances et de la capacité d'agir des minorités, des personnes discriminées.

Avec le DDG, nous avons montré l'intérêt de cette approche double : le DDG ne s'illustre pas uniquement à travers la performativité du genre, tel que nous avons pu le lire dans la littérature de ses notions connexes. Le DDG s'illustre aussi, de manière expérientielle, construisant un « nous » femmes, un point de vue situé depuis lequel il est (encore) pertinent d'envisager les conditions d'existence des femmes en tant que femmes. Le couplage de ces approches à celle de l'hypertextualité tend à aborder le DDG et les formes de transgression du genre sous un nouvel angle. Nous avons ainsi montré que l'hypertextualité -reconstruction d'un déjà construit- dans les créations et la création de DDG, jusque-là envisagé par la performativité, était pertinente.

Apports méthodologiques

Nous pensons avoir proposé une triangulation méthodologique, à la fois en création, mais aussi en réception, qui conjugue méthodes *traditionnelles* et *nouvelles*. D'une part, nous avons mobilisé des méthodologies relativement classiques et éprouvées scientifiquement (entretien semi-directif, entretien d'explicitation, focus group) mais en les couplant avec des méthodes relativement nouvelles, telle que l'exposition au dispositif créé pour faciliter l'émergence en mémoire du « moment » créatif, ou encore la méthode ECER, laquelle, si elle est éprouvée scientifiquement, n'avait pas été, à notre connaissance, mobilisée dans le cadre de *focus groups*. Nous avons également *bricolé* et construit une méthode et une analyse, certes imparfaite, pour dessiner des formes de DDG dans la lutte contre les violences et intégrant les hommes. Par ailleurs, la mise en place de méthodologies qualitatives (focus groups et ECER) et quasi-expérimentale pour l'étude

de la réception et des effets du DDG a abouti à des résultats significatifs et souligne l'intérêt des méthodologies mixtes en SIC.

Apports à la création à travers la réception

A travers nos analyses, plusieurs résultats ressortent, qui peuvent participer à un regard critique et une appréhension de la création plus éclairée. Nous ne ferons pas de hiérarchie dans les énoncés qui vont suivre, qui sont autant de pistes à envisager, si les créatifs le souhaitent, en vue de favoriser dans le processus créatif des éléments de la réception de dispositifs de DDG, incluant les hommes, dans la lutte contre les violences faites aux femmes.

Contrairement à une idée dominante dans le champ de la création de dispositifs ciblant les hommes, qui argumente en faveur de modèles masculins positifs, nous pensons qu'elle n'est pas la seule voie créative possible permettant des effets positifs dans le sens de la lutte contre les violences et d'inclusion des hommes. En effet, la présence des hommes dans le champ des dispositifs de DDG visant la lutte contre les violences faites aux femmes permet de discuter des hommes en général, de leur sexisme, de leur comportement d'hommes en tant qu'hommes, mais aussi des auteurs de violence, des femmes et des victimes de violence. Le DDG incluant les hommes permet de faire entrer dans les discussions, dans la perception du phénomène des violences faites aux femmes, les femmes *et* les hommes et la dimension collective des violences. Ensuite, la mobilisation de plusieurs violences (plusieurs actes, dimension collective, *continuum* ou plusieurs violences dans un même dispositif) ne dessert pas le discours, au contraire : il n'est pas nécessaire de *s'attaquer* à une seule forme de violence pour favoriser, en réception, la compréhension de cette violence et servir les objectifs du message. Les dispositifs mobilisant plusieurs formes de violences permettent de les envisager, mais aussi d'éclairer le caractère collectif de ces violences et de revenir sur elles plus précisément ensuite.

De plus, alors que les personnages femmes-hommes dans les dispositifs sont les marqueurs du DDG, ainsi que les marqueurs du genre, une attention particulière peut leur être portée. En fonction des objectifs des créations, et si des impératifs (tels que nous les avons vus : éviter des clichés, éviter de stigmatiser d'autres groupes) sont (déjà ou à) intégré(r)s, les personnages participent à déconstruire les relations, les actes violents, et à élever la question des violences à leur dimension collective. Le marqueur *d'ancrage dans la réalité* des histoires est également fort et persuasif. Ainsi, les effets de répétition (les crocodiles comme auteurs de violences et les histoires témoignages répétées ; les multiples scènes d'agressions et les auteures de violence dans « Majorité Opprimée ») constituent un levier persuasif. Ils marquent à la fois le *continuum* des violences et le caractère de phénomène social des violences. La relative complexité de construction de la problématique (par exemple, en les abordant par l'appropriation des codes féminins associés au pouvoir dans « C.L.I.T. ») n'est pas un problème dans la mesure où le message est clarifié, *in fine*, par renversement final ou par des données les rattachant au monde

social. Si le DDG constitue une étape préalable au changement, et qu'il n'offre pas ou peu de nouveaux modèles (la binarité femmes-hommes fait toujours sens) ou de nouvelles identités, il pourrait entrer davantage dans la non-binarité, offrir davantage d'identités possibles, permettant d'associer en particulier, dans ses représentations, des féminins forts et puissants. Ceci est d'autant plus le cas qu'il est relevé en création que des actions féminines sont des voies plus puissantes que le seul DDG (nous pensons aux actions créatives : théâtre, collage de rue, manifestation et performance). Ceci est aussi le cas en création, il est noté que détourner, « ça fait du bien », voire est un outil qui se mobilise dans la « vraie vie » comme arme pour se défendre. Or, nous avons retrouvé aussi ce double aspect en réception, par la réutilisation d'items des dispositifs ou du DDG dans les discussions ou l'appréciation positive des représentations de femmes dans l'action. Enfin, sur ces personnages féminins, au-delà du renversement des codes, leur capacité d'agir dans les situations violentes est à favoriser (que ce soit face aux agresseurs ou ouvrant la voie vers une sortie d'une situation, en faisant appel à des tiers, que ceux-ci soient institutionnels ou non). Ceci n'empêche pas la critique des systèmes (justice, police, représentations sociales sur les femmes) qui au contraire, mettent en avant les problématiques sociétales des violences.

Par ailleurs, il semble judicieux de multiplier les profils des victimes de violences dans le DDG -plutôt que de prendre un personnage principal unique ciblé par les violences. Quant aux profils des agresseurs, un travail pourrait être conduit pour éviter les biais de particularisme, l'âgisme ou leur relative racialisation. Ici aussi, la multiplication des profils pourrait favoriser la démonstration : ils n'ont pas un âge mais tous les âges, ils n'ont pas une profession (ou n'appartiennent pas à une classe) mais toutes les professions (ou toutes les classes), ils ne sont pas d'une origine particulière mais de toutes origines. Les hommes, pour éviter la déqualification (ou discréditation) de leurs représentations à travers les personnages (victimes, auteurs de violence ou hommes en général) peuvent en étant multipliés et par leurs répétitions, constituer un levier, tout en prenant le soin d'une recherche sur leur féminisation et masculinisation.

Les marqueurs d'ancrage dans la réalité et le point de vue des victimes sont également premiers : puisque c'est à travers leur regard qu'est posé la situation violente, ce qu'elles *se disent*, ou *comment elles le vivent* est significatif et permet la projection, le lien aussi entre le *soi* victime, et le *soi* témoin. Enfin, le DDG et l'inclusion des hommes pourrait intégrer davantage les problématiques des violences aussi sous leurs angles intersectionnels et révéler, à l'instar de ses intentions créatives, les violences que vivent les femmes lesbiennes, les femmes noires, les femmes transsexuelles (*Male to Female*), les femmes handicapées, lesquelles expérimentent des violences spécifiques de genre, à la croisée de la lesbophobie, du racisme, de la transphobie, de l'hétérosexisme, du validisme. Il s'agirait de prendre en compte, comme l'explique Butler, les points de vue de ces marges. Les dispositifs pourraient les représenter à travers les marqueurs *d'ancrage dans la réalité des violences*. Ils permettraient ainsi de leur donner de la visibilité et faire exister les violences auxquelles elles sont confrontées *aux yeux de celles-ces qui ne les*

expérimentent pas. C'est ici aussi l'idée d'inscrire dans les préoccupations d'intérêt général l'ensemble des contre-publics et de favoriser leur tribune.

Par ailleurs, les chiffres sur la perception des violences (plus que ceux sur les violences) ont constitué un marqueur fort. Ces chiffres incitent en réception à *ne pas vouloir les partager*, i.e. ne pas penser de manière sexiste. De même, les crocodiles participent à ne pas vouloir en être qualifié d'un. En somme, il s'agit de ne pas vouloir partager ces représentations, négatives, allant à l'encontre des intérêts de la lutte contre les violences.

Enfin, nous notons que la discussion, comme lieu de formation de l'opinion, peut favoriser la co-construction des significations dans le sens du message contre les violences, lorsque des personnes aux discours féministes s'y expriment. En somme, créer des espaces de discussions qui accompagnent les dispositifs de DDG participent à une réception positive du message et à contrer des biais (éluder le genre ou particularisme).

Les critères de validité et les limites de la recherche

Concernant la validité des méthodes, nous avons présenté nos intuitions initiales, notre démarche, la méthode, les analyses puis nos outils pour les rendre accessibles, et éviter les manques qui peuvent être constatés dans la littérature quant aux explicitations des chercheur·e·s dans leurs démarches (Baribeau & Royer, 2012). Il s'agit de répondre (1) au critère de cohérence interne, soit « l'argumentation logique et fondée que le chercheur communiquera dans sa recherche. Les résultats, les interprétations, les hypothèses de travail sont plausibles compte tenu des données recueillies et de l'analyse effectuée. » (Mucchielli, 2009, p. 20). Nous nous efforçons de formuler ces données à la fois dans la méthode mais aussi dans les analyses.

Concernant précisément l'outil des *grilles d'entretien*, en création et en réception, nous les avons construites de manière trop précise, trop développée. Sur le terrain, ces grilles n'ont gardé que quelques questions communes à tou·t·e·s les enquêté·e·s. Ainsi, les premiers entretiens ou *focus groups* ont-ils eu une influence sur l'application empirique des grilles.

Avec la systématisation des méthodes (en création : entretiens semi-directifs et d'explicitation, réexposition des créatifs à leur(s) dispositif(s)) et grille d'entretien ; en réception : focus groups, ECER et questionnaires et quasi-expérimentation avant-après exposition) nous pensons répondre (2) au critère de confirmation externe, puisque la collecte a été effectuée de manière systématique. Cette remarque est aussi valable pour les analyses conduites.

Nous avons également appuyé cette démarche de nombreuses notes durant les entretiens et *focus groups*, puis après dans les moments dits de « *off* ». Cette validité externe est renforcée par l'analyse des dispositifs préalables et une préparation des entretiens minutieuse. Dans le cas de l'étude empirique de la création, une préparation de chacun des entretiens est réalisée en amont : recherches sur l'actualité et les activités des créatifs et sur le contexte de la création et de la diffusion. Par exemple, nous avons

constitué, depuis le début de la thèse, une revue de presse, laquelle nous permettait, par exemple, de resituer contextuellement les événements médiatiques liés à nos questionnements des moments de création ou de diffusion des dispositifs. Dans l'étude empirique de la réception, c'est la contextualisation préalable qui nous a intéressée.

Cette donnée participe à nous rapprocher (3) de la technique de validation par triangulation interne des acteurs, soit « tenir compte des structures sociales dans laquelle les informateurs sont insérés » (Mucchielli, 2009, p. 286), bien que nous pensons que l'hétérogénéité des enquêté·e·s, notamment, (4) ne nous ait pas permis d'atteindre la saturation (Glaser & Strauss, 1967).

En création, nous avons conduit 18 entretiens. Cette étude s'étend au-delà de la simple étude exploratoire. L'exploration tient d'une part à notre première recherche, en réception, lors de notre mémoire de Master 2, et d'autre part à la méta analyse des formes de détournement du genre dans cette thèse. Bien que le point de saturation ne semble pas avoir été atteint avec le corpus constitué des 18 entretiens, le dernier entretien étant source de nouvelles données, nous avons pondéré ce corpus secondaire à celui des deux autres corpus : celui des dispositifs (partie 2) et celui de la réception (partie 4, conduit avec les méthodologies de *focus group* et d'ECER et analysé de manière thématique et conversationnelle). La recherche d'équilibre sur les temps de collecte et d'analyse nous conduit à limiter le nombre d'entretiens. Par ailleurs, nous pensons que l'hétérogénéité des dispositifs de DDG et du DDG lui-même, des formes de violences dans les dispositifs et des profils des créatifs interviewés participent à cette difficile atteinte d'une validation par saturation. En réception, il semble que la limite soit identique : trois focus groups s'avèrent insuffisants pour étudier la réception du DDG. Il aurait été judicieux de multiplier par deux, *a minima*, cette méthodologie. Par exemple, en ayant deux focus groups par dispositifs de DDG, permettant une analyse inter-focus groups sur un même dispositif, puis inter-focus groups et inter-dispositifs de DDG en réception. D'autres pistes sont envisagées : une étude de réception dans des groupes d'interconnaissances, contribuant peut-être à l'expression d'opinions qui se démarquent de celles *acceptées socialement* liées à la valorisation sociale, les participant·e·s étant plus à l'aise et confiant·e·s les un·e·s envers les autres.

Enfin, nous n'avons pas soumis aux enquêté·e·s les résultats de nos interprétations, ce qui signifie que nous ne pouvons pas nous targuer (5) d'acceptation interne. En revanche, lors des entretiens, les nombreuses reformulations ou demandes de précisions participent, selon nous, à nous rapprocher du critère de (6) validité de signifiante des interprétations, soit de vérifier qu'il y a bien accord entre le langage et les valeurs de la chercheuse et ceux des sujets discutant au moment de l'interaction.

D'un point de vue éthique, nous avons à la fois expressément expliqué les raisons des enregistrements des entretiens et focus groups et, en création, nous avons parfois coupé l'enregistrement à la demande des personnes enquêtées. Il n'y a pas d'anonymat en création : les créatifs parlent en leur nom et relativement à la posture qu'ils et elles

prennent et à leurs créations. Le travail de transcription de leur discours leur a été expliqué. Nous avons aussi respecté les demandes de ne pas répondre à certaines questions. Nous ne publions pas ces retranscriptions, mais uniquement les résultats de l'analyse, disponibles en annexes. En réception, l'anonymat des personnes enquêtées est respecté. Aucune trace de leurs personnes, nominative, ne peut être faite. Le questionnaire post-focus groups que nous leur avons proposé de remplir comporte des données personnelles qui sont non seulement anonymes, mais aussi présentées puis spécifiées sur papier comme facultatives et non obligatoires. Notre objectif n'étant que de pouvoir apprécier la diversité des profils des participant·e·s.

Ensuite, plusieurs limites en dehors des critères de validité peuvent être exprimées. La première est relative à la collecte de dispositifs (partie 2). Passant par des relais féministes, informationnels (presse) mais aussi par sérendipité, notre collecte est nécessairement filtrée par ces voies. Le peu de dispositifs intersectionnels par exemple peut-être dû à notre méconnaissance d'autres relais féministes et à notre point de vue situé, lesquels ont fait apparaître des formes de DDG et de violences au détriment d'autres.

Une limite est aussi assez explicite quant à l'application de la méthode ECER en réception. Si la méthode est éprouvée pour une réception individuelle, elle a finalement peu suscité de réactions lors des focus groups. Si nous avons explicité les raisons déclaratives des récepteur·trice·s (question que nous leur avons posée), il pourrait être judicieux de revoir certaines modalités : adaptation de la consigne initiale, adaptation de la méthode (par exemple : écrire sur papier les réactions) ; adaptation de la méthode globale, le focus group, en mobilisant des individus d'interconnaissances, possiblement plus à l'aise pour s'exprimer à voix haute face aux dispositifs.

Enfin, sur la méthodologie des questionnaires, plusieurs limites sont présentes. La première est qu'il est quasi-exclusivement administré à des femmes, ne permettant ni une étude comparative femmes-hommes, ni de donner de résultats significatifs sur les hommes. Ensuite, cette méthode, pour passer de quasi-expérimentale à expérimentale, aurait nécessité un groupe contrôle (auquel aurait été administré les deux questionnaires, sans exposition). Notre démarche était de tester un avant-après, nous avons volontairement choisi de ne pas avoir de groupe contrôle. Ensuite, dans le questionnaire en temps 2, la mesure de l'inconfort aurait dû apparaître après la mesure des attitudes (Martinie & Priolo, 2013). Enfin, si le changement d'attitude est constaté, il ne saurait assurer un changement de comportement.

Les perspectives de la recherche

A l'issue de ce travail de recherche, de nombreuses perspectives de recherche sur le DDG sont envisageables. Nous les évoquons en premier. Puis nous évoquons, plus généralement, les recherches liant communication et lutte contre les violences faites aux femmes.

Nous avons limité l'étude du DDG luttant contre les violences faites aux femmes incluant les hommes (dans le champ et dans le public-cible), matérialisé (par soucis d'étude de la réception en milieu construit). Reste toute une recherche qui ne serait pas aussi limitative : explorer les formes de DDG qui n'incluent pas nécessairement les hommes, mais aussi toutes les formes de créations de DDG telles que des spectacles vivants et des performances, artistiques et militantes. Aussi, les formes de DDG visant à lutter contre les violences faites aux femmes pourraient être peaufinées, élargies, celles que nous avons construites, celles que nous n'avons pas abordées. Plus largement, ce travail peut en partie participer à une étude d'une plus grande ampleur, visant à étudier les créations communicationnelles et artistiques issues de la société civile : les pratiques, les stratégies, en dehors même du DDG.

Nous avons limité l'étude de la création du DDG à travers ces caractéristiques (inclusion des hommes et matérialisation des dispositifs) mais aussi en cherchant à les étudier à travers le regard de dispositifs respectant certaines conditions (en français, accessible en ligne, portant possiblement un discours féministe affirmé à travers le statut des créatifs). Cette étude pourrait être étendue en mettant l'accent sur des créatifs d'organisations publiques ou d'organisations privées et ainsi poser la question de la qualité critique du genre ou non, tel qu'il est mobilisé par ces autres acteurs.

Par ailleurs, les dispositifs de DDG qui se focalisent spécifiquement sur les violences intersectionnelles pourraient être étudiés, notamment à travers les créations. De même, les dispositifs de détournement portant sur des causes telles que le racisme ou l'homophobie pourraient constituer un terrain de recherches intéressant.

Nous avons étudié en réception trois dispositifs aux arguments et intentions convergentes, la réception d'autres formes de DDG pourrait être explorée, telle que les dispositifs d'ironisation et ridiculisation du genre, de la misogynie, de situation discriminante, de comportement masculin ; les dispositifs d'incitation à réagir des hommes et d'implication des hommes ; ceux de déroutement des assignations ; les dispositifs de substitution ou ceux d'actions en milieu politique. De même, la réception du DDG pourrait s'envisager à travers les formes non explorées, telles que celles n'incluant pas les hommes, ou celles relevant de performances.

Dans ce travail, nous n'avons pas étudié la circulation de ces dispositifs et leur capacité à circuler (à travers les médias, à travers le web, le ciblage, l'exposition sélective) notamment en dehors du cadre militant ou associatif. La circulation pourrait être un chantier de recherches à ouvrir.

Par ailleurs, la recherche peut envisager de s'intéresser à l'influence des minorités, telle que nous l'avons timidement abordée, quant aux préoccupations féministes contemporaines, sur l'opinion publique, à un niveau plus macrosocial donc. S'il semble que des revendications et droits acquis, liés au féminisme, fassent sens (droit de vote, parité accordant du crédit au mouvement), les revendications contemporaines semblent

susciter le rejet. Une étude à travers la cryptomnésie sociale est envisageable (Mugny & Pérez, 2013).

Enfin, plus largement, nous pensons qu'il serait intéressant d'étudier les changements de la communication de l'Etat français relatifs à ses derniers plans triennaux (nous pensons à l'heure où nous écrivons aux 4^e et 5^e plans triennaux), permettant de mettre en perspective cette recherche avec ses possibles évolutions dans la diversification des violences dénoncées notamment. De même, nous pensons que les communications et créations portant sur la lutte pour des causes d'intérêt général, à l'instar de celles contre les violences faites aux femmes, le racisme, l'homophobie, pourraient bénéficier de recherches sur leurs créations et leurs réceptions, afin de favoriser une meilleure compréhension de leurs influences.

Bibliographie

- Anadón, M., & Guillemette, F. (2007). La recherche qualitative est-elle nécessairement inductive ? *Recherches qualitatives, Hors-série, N°5*, 26-37.
- Atani-Torasso, L. (2018). Responsabilité, culpabilité et honte, des entraves à la parole. In L. Bodiou, F. Chauvaud, L. Gaussot, M.-J. Grihom, & M. Soria (Éd.), *Le corps en lambeaux : Violences sexuelles et sexuées faites aux femmes* (p. 333-344). Presses universitaires de Rennes. <http://books.openedition.org/pur/45440>
- Autain, C. (2013). « *Ne me libère pas, je m'en charge* » : Plaidoyers pour l'émancipation des femmes. Librio.
- Balas-Chanel, A. (2002). L'Entretien d'explicitation. Accompagner l'apprenant vers la métacognition explicite. *Recherches & éducations, 1*. <https://recherches-educations.revues.org/159>
- Balasinski, J. (2009). Art et contestation. In O. Fillieule, M. Lilian, & C. Péchu, *Dictionnaire des mouvements sociaux*. Presses de Sciences Po. <http://www.cairn.info/dictionnaire-des-mouvements-sociaux--9782724611267-page-67.htm>
- Baribeau, C. (2009). Analyse des données des entretiens de groupe. *Recherche qualitative, 28(1)*, 133-148. [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero28\(1\)/baribeau\(28\)1.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero28(1)/baribeau(28)1.pdf)
- Baribeau, C. (2010). L'entretien de groupe : Considérations théoriques et méthodologiques. *Recherches qualitatives, Entretiens de groupe : concepts, usages et ancrages, 29(1)*, pp28-49.
- Baribeau, C., & Royer, C. (2012). L'entretien individuel en recherche qualitative : Usages et modes de présentation dans la Revue des sciences de l'éducation. *Revue des sciences de l'éducation, 38(1)*, 23-45. <https://doi-org.lama.univ-amu.fr/10.7202/1016748ar>
- Baril, A. (2007). De la construction du genre à la construction du « sexe » : Les thèses féministes postmodernes dans l'œuvre de Judith Butler. *Recherches féministes, 20(2)*, 61. <https://doi.org/10.7202/017606ar>
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*.
- Beauvoir, S. de. (1949). *L'expérience vécue* (Nachdr.). Gallimard.

- Benoit, D. (2004). Le constructivisme en communication : Une évidence à revisiter. *Questions de communication*, 5, 185-202. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7109>
- Bereni, L. (2009). Quand la mise à l'agenda ravive les mobilisations féministes. *Revue française de science politique*, Vol. 59(2), 301-323. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-2-page-301.htm>
- Bereni, L., Chauvin, S., Jaunait, A., & Revillard, A. (2012). *Introduction aux études sur le genre*. De Boeck.
- Bernard, F. (2004). Constructivisme et sciences de l'organisation. De l'alternative au pluralisme épistémologique « limité ». *Communication & Langages*, 139(1), 27-40. <https://doi.org/10.3406/colan.2004.3249>
- Bernard, F., & Joule, R.-V. (2005). Le pluralisme méthodologique en sciences de l'information et de la communication a l'épreuve de la « communication engageante ». *Questions de communication*, 7, 185-208. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.4647>
- Bernheim, C. (Éd.). (2009). *Mouvement de libération des femmes : Textes premiers*. Stock.
- Bert, N. (2016). *Dissonance cognitive et transformation de la représentation sociale du sport : Effets du changement de la signification d'un élément central sur les attitudes et les comportements* [Thèse en Psychologie]. Aix-Marseille Université.
- Bertini, M.-J. (2009a). *Ni d'Eve ni d'Adam : Défaire la différence des sexes*. Milo.
- Bertini, M.-J. (2009b). Le Gender Turn, ardente obligation des sciences de l'information et de la communication françaises. *Questions de communication*, 15, 155-173. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.532>
- Bertrand, D. (2018). L'essor du féminisme en ligne. *Réseaux*, 208-209, 232-257. <https://doi.org/10.3917/res.208.0229>
- Biscarrat, L., Espineira, K., Thomas, M.-Y., & Alessandrin, A. (2014). *Quand la médiatisation fait genre médias, transgressions et négociations de genre*. Editions L'Harmattan. <http://m.lesujetdanslacite.com/mobi/1/upload/quandlamediatisationfaitgenre.pdf>
- Blanchet, A., & Gotman, A. (2007). *L'enquête et ses méthodes*. A. Colin.
- Bodiou, L., Cacouault, M., & Gaussot, L. (2013). *Le genre entre transmission et transgression : Au-delà des frontières*. Presses universitaires de Rennes.

- Bonicco, C. (2007). Goffman et l'ordre de l'interaction : Un exemple de sociologie compréhensive. *Philonsorbonne*, 1, 31-48. <https://doi.org/10.4000/philonsorbonne.102>
- Bory, A., & Lochard, Y. (2008). La RSE, entre relations publiques et outil politique. *La Revue de l'Ires*, n° 57(2), 3-21. <http://www.cairn.info/revue-de-l-ires-2008-2-page-3.htm>
- Bourdieu, P. (1998). *La domination masculine*. Seuil.
- Bourge, J.-R. (2013, février 26). *Masculinisme et relativisation des violences faites aux femmes : Détournement et instrumentalisation des recherches féministes*. Violence envers les femmes. Enjeux politiques, scientifique et institutionnels, Centre Hubertine Auclert. http://iris.ehess.fr/docannexe/file/2245/hub_actes_7_relaisseart_ld.pdf
- Boussaguet, L. (2009). Les « faiseuses » d'agenda. *Revue française de science politique*, Vol. 59(2), 221-246. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-2-page-221.htm>
- Boussaguet, L., & Jacquot, S. (2009). Mobilisations féministes et mise à l'agenda de nouveaux problèmes publics. *Revue française de science politique*, Vol. 59(2), 173-181. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-2-page-173.htm>
- Bradbury-Jones, C., Sambrook, S., & Irvine, F. (2009). The phenomenological focus group : An oxymoron? *Journal of Advanced Nursing*, 65(3), 663-671. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2008.04922.x>
- Butler, J. (1990). *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité*. (Ed. La Découverte).
- Butler, J. (2012). *Défaire le genre* (M. Cervulle, Trad.). Editions Amsterdam.
- Castan-Vicente, F., & Benevent, L. (2016). Femmes, genre et violence. *Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique*, 132, 207-218. <http://journals.openedition.org/chrhc/5433>
- Chabrol, C., Courbet, D., & Fourquet-Courbet, M.-P. (2004). Psychologie sociale, traitements et effets des médias. *Questions de communication*, 5, 5-18. <https://questionsdecommunication.revues.org/7227>
- Chabrol, C., & Vrignaud, P. (2006). Enquête psycho-langagière sur les effets de l'humour en publicité. *Questions de communication*, 10, 135-156. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7695>

- Chamberland, L., & Thérroux-Séguin, J. (2014). Les stéréotypes à l'égard des gais et lesbiennes : Des révélateurs de l'intersection entre genre et sexualité. *Nouvelles pratiques sociales*, 26(2), 82-96. <https://doi-org.lama.univ-amu.fr/10.7202/1029263ar>
- Charaudeau, P. (1992). *Grammaire du sens et de l'expression*. Hachette.
- Connan-Pintado, C. (2009). *Lire les contes détournés à l'école*. Hatier.
- Connell, R., & Messerschmidt, J. (2005). Hegemonic Masculinity. Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), pp829-859. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0891243205278639>
- Connell, R. W. (1995). *Masculinities*. Polity Press.
- Couchot, E., & Lambert, X. (2016). *Les processus de réception et de création des oeuvres d'art : Approches à la première et à la troisième personne*. L'Harmattan.
- Couchot-Schiex, S. (2015). Lydie Bodiou, Marlaine Cacouault-Bitaud & Ludovic Gaussoit (dir.), *Le Genre entre transmission et transgression. Au-delà des frontières*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2013, 234 p. *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, 41, 346-346. <http://journals.openedition.org/clio/12640>
- Couchot-Schiex, S., Détrez, C., Dumerchat, M., Gautier, C., Gleser-Neveu, M., Grué, M., Meyer, J., Molinier, P., Mozziconacci, V., Ndjapou, F., Paveau, M.-A., Perronnet, C., Planté, C., Richard, G., Ruiz, M., Salanouve, F., Thomé, C., & Zancarini-Fournel, M. (2018). *Épistémologies du genre : Croisements des disciplines, intersections des rapports de domination* (GenERe, Éd.). ENS Éditions. <http://books.openedition.org/enseditions/9134>
- Coulomb-Gully, M. (2009). Les sciences de l'information et de la communication : Une discipline Gender blind? *Questions de communication*, 15, 129-153. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.518>
- Coulomb-Gully, M. (2010). Féminin/masculin : Question(s) pour les SIC. *Questions de communication*, 17, 169-194. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.383>
- Coulomb-Gully, M. (2014). Inoculer le Genre. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 4. <https://doi.org/10.4000/rfsic.837>
- Courbet, D. (2004). *COMMUNICATION MEDIATIQUE: LES APPORTS DE LA PSYCHOLOGIE SOCIALE; Pour une pluralité épistémologique, théorique et méthodologique en SIC*. [DHR].

- Courbet, D., & Fourquet, M.-P. (2003a). *Les influences de la télévision : État des recherches et présentation de l'ouvrage*. De Boeck Supérieur. http://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=DBU_COURB_2003_01_0009
- Courbet, D., & Fourquet, M.-P. (2003b). Nouveau regard sur l'influence des émissions politiques : Vers un récepteur complexe. In *La télévision et ses influences* (p. 53-62). De Boeck ; INA.
- Courbet, D., & Fourquet-Courbet, M.-P. (2005). Les processus psychologiques lors de la création publicitaire. *Hermès, La Revue*, n° 41(1), 67-74. <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2005-1-page-67.htm>
- Courbet, D., Fourquet-Courbet, M.-P., & Chabrol, C. (2006). Sujets sociaux et médias : Débats et nouvelles perspectives en sciences de l'information et de la communication. *Questions de communication*, 10, 157-179. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7697>
- Courbet, D., Fourquet-Courbet, M.-P., & Halimi-Falkowicz, S. (2017). La créativité des concepteurs-rédacteurs : Publicité digitale et communication environnementale. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 21, 15-38. <https://doi.org/10.4000/communiquer.2329>
- Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the Intersection of Race and Sex : A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. *University of Chicago Legal Forum*, 1989, 139. <http://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/uchclf1989&id=143&div=10&collection=journals>
- Crenshaw, K. W. (2005). Cartographies des marges : Intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur (B. Oristelle, Trad.). *Cahiers du Genre*, 2(39), 51-82. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=CDGE_039_0051
- Cristea, T. (2003). L'analyse conversationnelle. *Dialogos*, 8, 14.
- Dacheux, E. (2008). *Les trois dimensions de l'espace public*. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00531476
- Dacheux, É. (2009a). BD et communication politique (encadré). *Hermès*, 54. http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/31584/HERMES_2009_54_199.pdf?sequence=1
- Dacheux, É. (2009b). Introduction générale—La bande dessinée : Art reconnu, média méconnu. *Hermès*, 54, pp11-17. http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/31548/HERMES_2009_54_11.pdf?sequence=1

- Dacheux, É. (2009c). La réception de la BD « Espace protégé » visant à la prévention des abus sexuels en milieu scolaire". *Hermès*, 54, pp181-188. http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/handle/2042/31580/HERMES_2009_54_181.pdf?sequence=1
- Dacheux, É. (2013). *Chapitre 4 / Les logiques plurielles des mouvements économiques anticapitalistes*. Presses de Sciences Po. <http://www.cairn.info/resister-au-quotidien--9782724612950-page-111.htm?contenu=article>
- Daignault, P., Delisle, M. R., & Gagné, E. (2018). De messages en sécurité routière : De l'empathie virtuelle aux réponses empathiques et cognitives. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 23, 39-59. <https://doi.org/10.4000/communiquer.3089>
- Daignault, P., & Paquette, G. (2009). L'empathie virtuelle : Une condition d'optimisation de l'implication des récepteurs de messages de prévention ? *Studies in Communication Sciences, Journal of the Swiss Association of Communication and Media Research*, 9(1), 171-201. https://0kvrva.dm2301.livefilestore.com/y3myApC90FNX8QtTnJZH046042gIxSkpsXmJeaQU2l5cEhZ2qcxFgfmi_6nuRVt--b--WGE8PhkCR1Hwh5wHl3If57DPW0tlnvEfHUX04QtUPJul4uEtwr93kzf6h-NAKhbehRzu_wvS4X09CacDsg/SComS09-01_Daignault%2BPaquette%20-%20copie%202.pdf?psid=1
- Damian-Gaillard, B., Montañola, S., & Olivesi, A. (2014). *L'assignation de genre dans les médias attendes, perturbations, reconfigurations*. Presses universitaires de Rennes.
- Dardenne, B., Delacollette, N., Grégoire, C., & Lecocq, D. (2006). Structure latente et validation de la version française de l'Ambivalent Sexism Inventory : L'échelle de sexisme ambivalent. *L'Année psychologique*, 106(2), 235-263. https://www.persee.fr/doc/psy_0003-5033_2006_num_106_2_30915
- Davallon, J. (2013). Objet concret, objet scientifique, objet de recherche, From empirical objects to research objects. *Hermès, La Revue*, 38, 30-37. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004-1-page-30.htm>
- Daye, C. (2014). *Sous les pavés, le genre hacker le sexisme*. Éd. de l'Aube.
- De la Boétie, E. (1576). *Discours de la servitude volontaire*. <https://www.singulier.eu/textes/reference/texte/pdf/servitude.pdf>
- De Lauretis, T. (2007). *Théorie queer et cultures populaires : De Foucault à Cronenberg*. La Dispute.

- Debauche, A., Hamel, C., & Kac-Vergne, M. (2013). La violence comme contrôle social des femmes. *Nouvelles Questions Feministes*, Vol. 32(1), 96-111. <http://www.cairn.info/revue-nouvelles-questions-feministes-2013-1-page-96.htm>
- Debauche, A., Lebugle, A., Brown, E., Lejbowicz, T., Mazuy, M., Charruault, A., Dupuis, J., Cromer, S., & Hamel, C. (2017). *Présentation de l'enquête Virage et premiers résultats sur les violences sexuelles. Documents de travail 229*. https://virage.site.ined.fr/fichier/s_rubrique/20838/212_genre_violence.fr.pdf
- Debord, G.-E., & Wolman, G. J. (1956). Mode d'emploi du Détournement. *Les lèvres nues*, N°8. http://sami.is.free.fr/Oeuvres/debord_wolman_mode_emploi_detournement.html
- Delphy, C. (2013). *L'Ennemi principal 2. Penser le genre* (Syllepses). http://www.syllepse.net/lng_FR_srub_62_iprod_585-penser-le-genre.html
- Desrumaux, P., Ntsame-Sima, M., & Leroy-Frémont, N. (2012). Harcèlement moral au travail et pro/antisocialité du salarié victime : Quels effets sur les jugements, les émotions et les intentions d'aide des témoins? *Psychologie du Travail et des Organisations*, 18(3), 251-276. [https://doi.org/10.1016/S1420-2530\(16\)30083-8](https://doi.org/10.1016/S1420-2530(16)30083-8)
- Dorlin, E. (2008). *Sexe, genre et sexualités*. Presses Universitaires de France. <https://doi.org/10.3917/puf.dorli.2008.01>
- Duchesne, S., & Haegel, F. (2009). *L'enquête et ses méthodes : L'entretien collectif*. A. Colin.
- Dumas, C. (2015). *Genre et transgression*. Presses universitaires de la Méditerranée.
- Dupuis-Déri, F. (2013). L'antiféminisme d'État. *Lien social et Politiques*, 69, 163-180. <https://doi-org.lama.univ-amu.fr/10.7202/1016490ar>
- Eco, U. (1965). *L'œuvre ouverte*. Editions du Seuil.
- Fassin, É. (2008). L'empire du genre. *L'Homme*, 3(187-188), 375-392. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=LHOM_187_0375
- Fassin, É. (2012). Représenter la violence des femmes : Performance et fantasme. In *Représenter la violence des femmes* (p. pp343-349). La Découverte. <http://www.cairn.info/penser-la-violence-des-femmes--9782707172969-page-343.htm>
- Fausto-Sterling, A. (2012). *Corps en tous genres : La dualité des sexes à l'épreuve de la science*. La Découverte : Institut Émilie du Châtelet.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.

- Fischer, C. (2018). Gender and the Politics of Shame : A Twenty-First-Century Feminist Shame Theory. *Hypatia*, 33(3), 371-383. <https://doi.org/10.1111/hypa.12431>
- Flahault, E., & Loiseau, D. (2008). Que fait le salariat au militantisme dans les associations féministes ? *Amnis. Revue de civilisation contemporaine Europes/Amériques*, 8. <https://doi.org/10.4000/amnis.617>
- Fleury, B., & Walter, J. (2009). Penser le genre en sciences de l'information et de la communication et au-delà. *Questions de communication*, 15, 111-127. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.503>
- Fointiat, V., Crucio, S., Saint-Bauzel, R., Vivian, R., & Bastien, J. M. C. (2012). La pique et le pop-up : Augmenter la persuasion du site Web visité par l'injection d'une technique de soumission dans le pop-up. *ErgoIHM 2012 : Nouvelles interactions, créativité et usages*, 181-184. <https://doi.org/10.1145/2652574.2653431>
- Fointiat, V., Girandola, F., & Gosling, P. (2013). *La dissonance cognitive*. Armand Colin. <https://www.cairn.info/la-dissonance-cognitive--9782200278601.htm>
- Fointiat, V., Gosling, P., & Vaidis, D. (2013). Chapitre 1—Les paradigmes classiques de la dissonance. In *La dissonance cognitive* (p. 9-32). Armand Colin. <https://www-cairn-info.lama.univ-amu.fr/la-dissonance-cognitive--9782200278601-page-9.htm>
- Fourquet, M.-P. (1999). Un siècle de théories de l'influence : Histoire du procès des médias. *Médiation et information*, 10, 101–116. http://www.mei-info.com/wp-content/uploads/revue10/ilovepdf.com_split_9.pdf
- Fourquet-Courbet, M.-P. (2010). *LA COMMUNICATION MEDIATIQUE : INTERACTIONS HUMAINES ET SOCIALES MEDIATISEES* [HDR, Université d'Avignon]. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00619635/document>
- Fourquet-Courbet, M.-P., & Courbet, D. (2004). Nouvelle méthode d'étude des cognitions en réception (ECER) et application expérimentale à la communication politique. *Revue internationale de psychologie sociale*, 17(3). http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00001285/
- Fourquet-Courbet, M.-P., Courbet, D., & Vanhuele, M. (2007). How Web Banner Designers Work: The Role of Internal Dialogues, Self-Evaluations, and Implicit Communication Theories. *Journal of Advertising Research*, 47(2), 183-192. <https://doi.org/10.2501/S0021849907070213>

- Fourquet-Courbet, M.-P., & Messeghem, K. (2009). Les stratégies discursives de l'entrepreneur institutionnel : Le cas du blog de Michel-Edouard Leclerc. *Gestion 2000*, 26(3), 21-39. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=43365393&lang=fr&site=ehost-live>
- Franquet, L. (2013). *Les violences de genre : Analyse comparative des pratiques judiciaires et médiatiques En France et en Espagne*. Bordeaux 2. <http://www.theses.fr/2013BOR22049>
- Fraser, N. (2001). Repenser la sphère publique : Une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement. (M. Valenta, Trad.). *Hermès, La Revue*, 3, 125–156. Extrait de *Habermas and the Public Sphere*, sous la dir de Craig Calhoun, Cambridge, MIT Press, 1992, p.109-142. http://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=HERM_031_0125
- Galbraith, J. K., Cordonnier, L., & Swift, J. (2011). *L'art d'ignorer les pauvres*. Les Liens qui libèrent : Le Monde diplomatique.
- Genette, G. (1982). *Palimpsestes : La littérature au second degré*. Edition du Seuil.
- Gerhard, U. (2004). Concepts et controverses. In E. Gubin, C. Jacques, F. Rochefort, B. Studer, F. Thébaud, & M. Zancarini-Fournel, *Le siècle des féminismes* (Les Editions de l'Atelier/Éditions Ouvrières).
- Ghiglione, R., Landré, A., Bromberg, M., & Molette, P. (1998). *L'analyse automatique des contenus*. Dunod.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research* (4. paperback printing). Aldine.
- Goffman, Erving. (1974). *Les Rites d'interaction* (A. Kihm, Trad.). Les Editions de Minuit.
- Goffman, Erving. (1975). *Stigmate* (A. Kihm, Trad.). Ed. de Minuit.
- Goffman, Erving. (1977). *L'arrangement des sexes* (C. Zaidman, Trad.). La Dispute.
- Goffman, Erwing. (1973). *La présentation de soi* (A. Accardo, Trad.). Ed. de Minuit.
- Greenwald, A. (1968). *Cognitive Learning And Cognitive Response To Persuasion , And Attitude Change* (In A. Greenwald, T. Brock, T. Ostrom (Eds)). Psychological founstation of attitudes. New York: Academic Press.
- Guichard-Claudic, Y., Kergoat, D., & Vilbrod, A. (Éd.). (2008). *L'inversion du genre : Quand les métiers masculins se conjuguent au féminin-- et réciproquement*. Presses universitaires de Rennes.

- Guilhaumou, J., Lambert, K., & Montenach, A. (2015). *Genre, révolution, transgression : Études offertes à Martine Lapied*. Presses universitaires de Provence.
- Hanmer, J. (1977). Violence et contrôle social des femmes. *Questions Féministes*, N°1 (novembre 1977), 68-88. <http://www.feministes-radicales.org/wp-content/uploads/2012/03/Jalna-Hanmer-Violence-et-contr%C3%B4le-social-des-femmes-1977-Copie.pdf>
- Héritier, F. (2012). *Masculin Féminin I. La pensée de la différence* (Editions Odile Jacob).
- Herman, E. (2011). Idéal féministe et injonction à l'autonomie économique. Le travail social des associations luttant contre les violences conjugales. *Pensee plurielle*, n° 26(1), 81-92. <http://www.cairn.info/revue-pensee-plurielle-2011-1-page-81.htm>
- Hernandez Orellana, M., & Kunert, S. (2014). *Quand l'Etat parle des violences faites aux femmes*. Ed. Lussaud.
- IPSOS, & Association Mémoire Traumatique et Victimologie. (2016). *Les Français.e.s et les représentations sur le viol et les violences sexuelles*. http://www.ipsos.fr/sites/default/files/doc_associe/rapport-enquete_ipsos-amtv.pdf
- Jacquemart, A. (2015). *Les hommes dans les mouvements féministes : Socio-histoire d'un engagement improbable*. Presses universitaires de Rennes.
- Jacquot, S. (2009). La fin d'une politique d'exception. *Revue française de science politique*, Vol. 59(2), 247-277. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-2-page-247.htm>
- Jaspard, M. (2011). *Les violences contre les femmes* (La Découverte). <http://www.cairn.info/les-violences-contre-les-femmes--9782707169273.htm>
- Jaspard, M., Brown, E., Condon, S., Firdion, J.-M., Fougeyrollas-Schwebel, D., Houel, A., Lhomond, B., Saurel-Cubizolles, M.-J., & Schiltz, M.-A. (2001). Nommer et compter les violences envers les femmes : Une première enquête nationale en France. *Population et sociétés, Bulletin mensuel d'information de l'institut national d'études démographiques*(N° 364). <http://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/syntheseenveff.pdf>
- Jauß, H. R. (1978). *Pour une esthétique de la réception* (C. Maillard, Trad.). Gallimard.
- Jenson, J., & Lépinard, É. (2009). Penser le genre en science politique. *Revue française de science politique*, Vol. 59(2), 183-201. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-2-page-183.htm>
- Jodelet, D. (2006). Place de l'expérience vécue dans le processus de formation des représentations sociales. *Les savoirs du quotidien. Transmission, Appropriations, Représentations*, 34.

- Johnson, J., & Coyle, T. (2012). Vers la compréhension de la décision éthique : Une mesure redéfinie de l'intention d'agir de façon éthique, Abstract. *Vie & sciences de l'entreprise*, 191-192, 165-191. <https://doi.org/10.3917/vse.191.0165>
- Kalinowski, I. (1997). Hans-Robert Jauss et l'esthétique de la réception. *Revue germanique internationale*, 8, 151-172. <https://doi.org/10.4000/rgi.649>
- Katz, E. (1989). Lire la réception à travers le modèle des effets limités. Actualité de Lazarsfeld. In C. Méadel, *La réception* (CNRS Editions).
- Katz, E. (1993). L'héritage de Gabriel Tarde. Un paradigme pour la recherche sur l'opinion et la communication. *Hermès (Paris. 1988), 1993, N° 11-12, fascicule thématique "A la recherche du public"*. <http://documents.irevues.inist.fr/handle/2042/15498>
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1986). « Nouvelle communication » et « analyse conversationnelle ». *Langue française*, 70(1), 7-25. <https://doi.org/10.3406/lfr.1986.6368>
- Ketterer, F. (2013). La production des campagnes médiatiques de santé publique : Une dialectique entre normalisation des comportements collectifs et appel à la responsabilisation individuelle. *Socio-logos . Revue de l'association française de sociologie*, 8. <http://socio-logos.revues.org/2775>
- Kokoli, A. (2018). Free Lunch with the Stench Wench : Toward a Synaesthetics of Poverty and Shame in Catherine Hoffmann's Performance. *Hypatia*, 33(3), 485-499. <https://doi.org/10.1111/hypa.12399>
- Kruglanski, A. W., & Stroeber, W. (2005). The Influence of Beliefs and Goals on Attitudes : Issues of Structure, Fonction, and Dynamics. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Éd.), *The Handbook of Attitudes* (2014^e éd., p. 323-368). Psychology Press.
- Kruglanski, A. W., & Thompson, E. P. (1999). Persuasion by a Single Route : A View from the Unimodel. *Psychological Inquiry*, 10(2), 83-109. <http://www.jstor.org/stable/1449223>
- Kunert, S. (2012). Dégenrer les codes : Une pratique sémiotique de défigement. *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, 34. <http://semen.revues.org/9770>
- Kunert, S. (2014). Normativité du genre et normalisation de la transgression : Les minorités sexuelles en publicité. In B. Damian-Gaillard, S. Montañola, & A. Olivesi, *Assignment de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations* (Presses Universitaires de Rennes).
- Lamoureux, D. (2011). Y a-t-il une troisième vague féministe ? *Cahiers du Genre, HS n° 1(3)*, 57-74. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=CDGE_HS01_0057

- Laprade, B. (2016). Sémiologie des insultes : Le conflit d'interprétation de termes homophobes. *Sens public*. <https://doi-org.lama.univ-amu.fr/10.7202/1044397ar>
- Le Talec, J.-Y. (2016). Des Men's Studies aux Masculinity Studies : Du patriarcat à la pluralité des masculinités. *SociologieS*. <http://journals.openedition.org/sociologies/5234>
- Lebugle, A., & Latourès, A. (2018). *Violences faites aux femmes dans les espaces publics en Ile de France*. Observatoire régional des violences faites aux femmes et l'équipe de l'enquête VIRAGE. https://virage.site.ined.fr/fichier/s_rubrique/20838/cha_-synthese_virage.web2.fr.pdf
- Leca, J. (2012). L'état entre politics, policies et polity, Abstract. *Gouvernement et action publique*, 1, 59-82. <https://doi.org/10.3917/gap.121.0059>
- Lehmans, A. (2018). Repenser le stéréotype. *Hermes, La Revue*, n° 80(1), 216-219. <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2018-1-page-216.htm>
- Lévi-Strauss, C. (1985). *La pensée sauvage*. Presses Pocket.
- Libaert, T. (2012). De la critique du greenwashing à l'accroissement de la régulation publicitaire. *Communication et organisation*, 42, 267-274. <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/4009>
- Martineau, S. (2007). L'éthique en recherche qualitative : Quelques pistes de réflexion. *Recherches qualitatives, Hors-série*, 5, 70-81. <http://benhur.teluq.quebec.ca/SPIP/soc1014/IMG/pdf/martineau.pdf>
- Martinie, M.-A., & Priolo, D. (2013). Chapitre 3 - L'état de dissonance : Un état motivationnel et aversif. In *La dissonance cognitive* (p. 65-86). Armand Colin. <https://www-cairn-info.lama.univ-amu.fr/la-dissonance-cognitive--9782200278601-page-65.htm>
- Massat, A. (2017). La trahison des images. *La revue lacanienne*, N° 18(1), 294-296. <http://www.cairn.info/revue-la-revue-lacanienne-2017-1-page-294.htm>
- Mathieu, L. (2018). L'enrôlement du féminisme dans la lutte contre la prostitution. *Cités*, 73(1), 57-66. Cairn.info. <https://doi.org/10.3917/cite.073.0057>
- Mazur, A. G. (2009). Les mouvements féministes et l'élaboration des politiques dans une perspective comparative. *Revue française de science politique*, Vol. 59(2), 325-351. <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-science-politique-2009-2-page-325.htm>
- Merleau-Ponty, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*.

- Michelik, F. (2008). *La relation attitude-comportement : Un état des lieux*. <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/3417>
- Mink, J. (2004). *Marcel Duchamp 1887-1968 ; l'art contre l'art*. Taschen.
- Mondada, L. (2017). *Nouveaux défis pour l'analyse conversationnelle : L'organisation située et systématique de l'interaction sociale* | *Cairn.info*, 2, pp181-197. <https://www-cairn-info.lama.univ-amu.fr/revue-langage-et-societe-2017-2-page-181.htm>
- Monzani, S. (2015). Du sexe, de l'identité et autres transgressions du genre. *Cahiers de psychologie clinique*, n° 45(2), 15-40. <http://www.cairn.info/revue-cahiers-de-psychologie-clinique-2015-2-page-15.htm>
- Moscovici, S., & Philogène, G. (2003). Enquêtes et sondages. In *Les méthodes des sciences humaines*. Presses universitaires de France.
- Mozziconacci, V. (2017). *Le sujet du féminisme peut-il faire l'objet d'une éducation ? Essai sur les théorisations féministes de la relation et de l'institution*. 750.
- Mucchielli, A. (Éd.). (2009). *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales* (3. éd. mise à jour et augmentée). Colin.
- Mucchielli, A., & Paillé, P. (2012). Chapitre 11—L'analyse thématique. In *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales* (p. 231-314). Armand Colin. <http://www.cairn.info/l-analyse-qualitative-en-sciences-humaines--9782200249045-page-231.htm>
- Mugny, G., & Pérez, J. A. (2013). L'influence sociale comme processus de changement, Social Influence and social change. *Hermès, La Revue*, 5-6, 227-236. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1989-2-p-227.htm>
- Negura, L. (2006). L'analyse de contenu dans l'étude des représentations sociales. *SociologieS*. <http://journals.openedition.org/sociologies/993>
- Neuter, P. de. (2013). Violences masculines et angoisses d'abandon. *Cliniques méditerranéennes*, n° 88(2), 113-122. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=CM_088_0113
- Neveux, O. (2006). Rire comme une folle... Sur d'éventuels effets politiques de la parodie La Tour de la Défense de Copi. *Recherches & Travaux*, 69, 77-89. <https://recherchestravaux.revues.org/304?lang=en>
- Octobre, S. (2011). La socialisation culturelle sexuée des enfants au sein de la famille. *Cahiers du Genre*, 49, 55-76. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=CDGE_049_0055

- Odin, R. (2011). *Les Espaces de communication : Introduction à la sémio-pragmatique*. Presses universitaires de Grenoble.
- Palma, P. H. (2010, septembre 5). *La percée de la mouvance masculiniste en Occident*. Nouveaux Cahiers du socialisme. <https://www.cahiersdusocialisme.org/la-percee-de-la-mouvance-masculiniste-en-occident/>
- Patinier, J. (2014). « *Gender-fucking !* » masculinité, féminités...et tout le reste ? Des ailes sur un tracteur.
- Paveau, M.-A. (2018). Le genre : Une épistémologie contributive pour l'analyse du discours. In GenERe (Éd.), *Épistémologies du genre : Croisements des disciplines, intersections des rapports de domination*. ENS Éditions. <http://books.openedition.org/enseditions/9218>
- Pulerwitz, J., & Barker, G. (2008). Measuring Attitudes toward Gender Norms among Young Men in Brazil : Development and Psychometric Evaluation of the GEM Scale. *Men and Masculinities*, 10(3), 322-338. <https://doi.org/10.1177/1097184X06298778>
- Quemener, N. (2012). Des pratiques subversives? Les humoristes françaises dans les talk-shows. *Recherches féministes*, 25(2), 139-156. <https://doi.org/10.7202/1013527ar>
- Quemener, N. (2014). *Le pouvoir de l'humour : Politiques des représentations dans les médias en France*. INA.
- Quemener, N. (2016, janvier 8). *Rire du stéréotype, stéréotypes du rire* [Conférence]. Humour et société : le rire dans tous ses éclats Journée 1, Petite salle, Centre Pompidou.
- Quilot, L. (2014). *Les campagnes de communication gouvernementales de lutte contre les violences faites aux femmes*. [Mémoire de Master 2 (mention communication politique et sociale), sous la direction de Frédérique Matonti, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne]. <https://www.hal.inserm.fr/dumas-01145393/document>
- Rebreyend, A.-C. (2013). Anne Fausto-Sterling, Corps en tous genres. La Dualité des sexes à l'épreuve de la science. *Clio. Femmes, Genre, Histoire*, 37. <https://journals-openedition-org.lama.univ-amu.fr/cli/11110>
- Rioufreyt, T. (2016). *La transcription d'entretiens en sciences sociales*. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01339474/>
- Rodrigues, L. (2015). *AUTO-PROPHÉTIES : UN NOUVEAU PARADIGME POUR LA THÉORIE DE LA DISSONANCE COGNITIVE* [Thèse en Psychologie]. Aix-Marseille Université.

- Saint-Julien, D. F.-P. de. (2015). Analyse de discours : *La Revue des Sciences de Gestion*, 273-274, 95-105. <https://doi.org/10.3917/rsg.273.0095>
- Schaeffer, J.-M. (2015). *L'expérience esthétique*. Editions Gallimard.
- Shane, R. R. (2018). "I longed to cherish mirrored reflections" : Mirroring and Black Female Subjectivity in Carrie Mae Weems's Art against Shame. *Hypatia*, 33(3), 500-520. <https://doi.org/10.1111/hypa.12391>
- Simon, E. (2009). Processus de conceptualisation d'« empathie ». *Recherche en soins infirmiers*, 98, 28-31. http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=RSI_098_0028
- Simon, S. (2014). Violences faites aux femmes : Définitions, principaux chiffres et politiques publiques de lutte. *Les Tribunes de la sante*, n° 44(3), 93-98. <http://www.cairn.info/revue-les-tribunes-de-la-sante-2014-3-page-93.htm>
- Simonetti, I. (2016). Violence (et genre). In Juliette Rennes, *Encyclopédie critique du genre* (p. pp681-690). La Découverte. <http://www.cairn.info/encyclopedia-critique-du-genre--9782707190482-page-681.htm>
- Soulages, J.-C. (2004). Le genre en publicité, ou le culte des apparences. *MEI. Media et information*, 20, 51-59. http://www.mei-info.com/wp-content/uploads/revue20/ilovepdf.com_split_6.pdf
- Swim, J., Aikin, K., S. Hall, W., & Hunter, B. (1995). Sexism and Racism : Old-Fashioned and Modern Prejudices. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 199-214. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.68.2.199>
- Terray, E. (1997). La pensée de la différence. *Homme*, 37(141), 131-136. <https://doi.org/10.3406/hom.1997.370207>
- Théry, I. (2005). Différence des sexes, homosexualité et filiation. *La Cause freudienne*, N° 60(2), 75-98. <http://www.cairn.info/revue-la-cause-freudienne-2005-2-page-75.htm>
- Touré, E. H. (2010). Réflexion épistémologique sur l'usage des focus groups : Fondement scientifiques et problèmes de scientificité. *Recherches qualitatives*, 29(1)(Entretiens de groupe : concepts, usages et ancrages), 5-27. [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero29\(1\)/RQ_Toure.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero29(1)/RQ_Toure.pdf)
- Trat, J., Lamoureux, D., & Pfefferkorn, R. (Éd.). (2006). *L'autonomie des femmes en question : Antiféminismes et résistances en Amérique et en Europe*. Harmattan.

- Traverso, V. (2012). Analyses interactionnelles: Repères, questions saillantes et évolution. *Langue française*, n°175(3), 3-17. <http://www.cairn.info/revue-langue-francaise-2012-3-page-3.htm>
- Trépanier-Jobin, G. (2013). *Le rôle de la parodie dans la dénaturalisation des stéréotypes de genre: L'exemple du soap opera et de la série Le coeur à ses raisons* [Thèse de doctorat en Communication, Université du Québec à Montréal]. <http://www.archipel.uqam.ca/6435/1/D2619.pdf>
- Trognon, A., & Ghiglione, R. (1993). *Où va la pragmatique?: De la pragmatique à la psychologie sociale*. Presses universitaires de Grenoble.
- Trudel, A., & Dupont, N. (2012). Entre identification, appropriation et ironie. L'économie du détournement chez Guy Debord. In *Pratiques et enjeux du détournement dans le discours littéraire des XXe et XXIe siècles* (p. p75-90). PUQ.
- Tschannen, O. (2010). L'entretien collectif en contexte. *Communication*, Vol. 28/1, 161-190. <https://doi.org/10.4000/communication.2091>
- Uriburu, M. E., Laufer, L., & Vanier, A. (2013). Argument Impasses, résistances, silences : Violences envers les femmes. *Cliniques méditerranéennes*, 88(2), 5. <https://doi.org/10.3917/cm.088.0005>
- Vidal, C. (2013). Le genre à l'épreuve des neurosciences. *Recherches féministes*, 26(2), 183-191. <https://doi-org.lama.univ-amu.fr/10.7202/1022778ar>
- Vincent, D. (2001). Les enjeux de l'analyse conversationnelle ou les enjeux de la conversation. *Revue québécoise de linguistique*, 30(1), 177. <https://doi.org/10.7202/000517ar>
- Wanlin, P. (2007). L'analyse de contenu comme méthode d'analyse qualitative d'entretiens : Une comparaison entre les traitements manuels et l'utilisation de logiciels. *Recherches qualitatives, Hors série*(3), 243-272.
- Winkin, Y. (1990). Goffman et les femmes. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 83(1), 57-61. <https://doi.org/10.3406/arss.1990.2937>
- Wittig, M. (2013). *La pensée straight*. Éd. Amsterdam.
- Wolff, M., Burkhardt, J.-M., & Garza, C. de la. (2005). Analyse exploratoire de " points de vue " : Une contribution pour outiller les processus de conception. *Le travail humain*, Vol. 68(3), 253-286. <http://www.cairn.info/revue-le-travail-humain-2005-3-page-253.htm>

Wolff, M., & Visser, W. (2005). Méthodes et outils pour l'analyse des verbalisations : Une contribution à l'analyse du modèle de l'interlocuteur dans la description d'itinéraires. *Activites*, 02(1). <https://doi.org/10.4000/activites.1612>

Table des tableaux et graphes

PARTIE 3 : CREATION

Tableau 1 : Représentation synthétique des styles, mises en scène et verbes (18/18).....	218
Tableau 2 : Entretiens disposant le plus d'indicateurs langagiers vers le programme cognitivo-discursif 3	224
Tableau 3 : Principaux UDR2 et leurs poids relatifs sur l'ensemble des UDR2	227
Graphe des acteurs 1 : Principaux UDR2, dont « femme » et « homme » représentés à travers la « concentration de relations entre les principaux acteurs [permettant] une comparaison visuelle du poids des relations entre les principales références »	229
Graphe étoilé 1 : autour de l'UDR2 « femme »	229
Graphe étoilé 2 : autour de l'UDR1 « homme »	234
Graphe étoilé 3 : autour de l'UDR2 « homme »	235
Graphe par aire 1 : autour de la sous-classe « auteurs de violence » du scénario 3.	236
Graphe par aire 2 : autour de la sous-classe « auteurs de violence » du scénario 3, exclusion des entretiens relatifs à la prostitution.....	236
Graphe par aire 3 : autour de la sous-classe « auteurs de violence » du scénario 3, n'incluant que les entretiens relatifs à la prostitution.....	237
Graphe par aire 4 : autour de la sous-classe « viol et agression sexuelle » du scénario 3, dans les discours des créatifs mobilisant cette classe (10/18)	241
Graphe par aire 5 : autour de la sous-classe « harcèlement » du scénario 3.	241
Graphe par aire 6 : autour de la sous-classe « dimension collective des violences et du sexisme » du scénario 3.	242
Graphe par aire 7 : autour de la classe « actions, choix, changement et capacité d'agir + lutte + loi et justice » du scénario 3.	245
Graphe par aire 8 : autour de la sous-classe « effet, impact, influence et retour » du scénario 3	248
Graphe par aire 9 : autour de la sous-classe « prise de conscience, tenir compte, adhésion et compréhension » du scénario 3.	249
Graphe par aire 10 : autour de la sous-classe « éducation » du scénario 3.	249

Graphe par aire 11 : autour de la sous-classe « corps : lieu de marque du genre », du scénario 3.	257
---	-----

PARTIE 4 : RECEPTION

Tableau 4 : Représentation synthétique des styles, mises en scène et verbes (trois focus group, tous les récepteur·trice·s).	342
--	-----

Graphe des acteurs 2 : Principaux UDR2, dont « femme » et « homme » représentés à travers la « concentration de relations entre les principaux acteurs [permettant] une comparaison visuelle du poids des relations entre les principales références »	356
---	-----

Graphe des acteurs 3 : Principaux UDR2 dont « homme » représentés à travers la « concentration de relations entre les principaux acteurs (...) et permet une comparaison visuelle du poids des relations entre les principales références »	356
--	-----

Graphe étoilé 4 : autour de l'UDR2 « homme »	356
---	-----

Graphe de répartition 1 : apparition de la classe « hommes » du scénario 3, dans les FG1, FG2 et FG3.....	357
--	-----

Graphe étoilé 5 : autour de la classe « femme » (à gauche) et de la classe « homme » (à droite) du scénario 3	361
--	-----

Graphe de répartition 2 : apparition de la classe « femmes » (en haut) et de la classe « homme » (en bas) du scénario 3, dans le FG1.	361
---	-----

Graphe de répartition 3 : apparition de la classe « femme » (en haut) et de la classe « homme » (en bas) du scénario 3, dans le FG2.	362
--	-----

Graphe de répartition 4 : apparition de la classe « femme » (en haut) et de la classe « homme » (en bas) du scénario 3, dans le FG3.	363
--	-----

Graphe de répartition 5 : UDR2 « gens » dans le FG1.....	365
---	-----

Graphe de répartition 6 : UDR2 « gens » dans le FG2.....	365
---	-----

Graphe de répartition 7 : UDR2 « gens » dans le FG3.....	366
---	-----

Graphe étoilé 6 : autour de l'UDR2 « enseignement »	366
--	-----

Graphe de répartition 8 : UDR2 « enseignement », dans le FG1	367
---	-----

Graphe de répartition 9 : UDR2 « enseignement », dans le FG2	367
---	-----

Graphe de répartition 10 : UDR2 « enseignement », dans le FG3	368
--	-----

Tableau 5 : concentration et hiérarchisation des cinq thèmes les plus discutés dans chaque focus group.....	386
Graphique 1 : inconfort psychologique à travers les affects.....	404
Tableau 6 : Moyenne des émotions, se laisser embarquer par le clip et être touché·e par le sexisme et les violences	405
Tableau 7 : Moyenne des cognitions, se laisser embarquer par le clip et être touché·e par le sexisme et les violences	406
Tableau 8 : Moyennes aux questions de la perception de plus de sexisme, au cours de la semaine passée après la projection (S+1).....	411

Table des matières

Résumé	3
Abstract.....	5
Remerciements.....	7
Sommaire	11
Introduction générale.....	15
PREMIERE PARTIE. Le détournement du genre (DDG) dans la communication persuasive et d'intérêt général au service de la lutte contre les violences faites aux femmes	25
CHAPITRE 1. Les violences faites aux femmes : un phénomène d'ampleur et de genre	27
1. Des violences de genre ciblant les femmes, ancrées dans un système d'inégalités entre les femmes et les hommes.....	27
1.1 Enquêtes d'ampleur nationale et définition des violences faites aux femmes, des violences de genre	27
1.2 Définitions des violences faites aux femmes des Nations Unies et du Conseil de l'Europe	29
2. Etendue des violences faites aux femmes et ampleur du phénomène	31
2.1 Des violences physiques et sexuelles faites aux femmes et leurs auteurs..	31
2.2 D'autres formes de violences faites aux femmes et leurs auteurs	34
2.3 Perception des violences : degré de gravité perçu, stéréotypes genrés et représentations des femmes dans les médias et la culture	36
2.3.1 Le degré de gravité perçu des violences	36
2.3.2 Stéréotypes de genre et perception des violences	37
2.3.3 Représentation(s) des femmes dans les médias et la culture.....	39
CHAPITRE 2. Les leviers de la lutte contre les violences faites aux femmes et la communication contre ces violences.....	42
1. La politique des plans triennaux	42
1.1 La communication.....	42
1.1.1 La communication, un des volets du triptyque des 4 ^e et 5 ^e plans triennaux	42
1.1.2 La recherche quantitative en soutien de la politique	43
1.1.3 Influence de l'ENVEFF sur la communication de l'Etat français, focalisation sur les violences conjugales et absence des auteurs	43
1.1.4 Vers une diversification des violences dans les campagnes de l'Etat ?.....	44

1.2 Les leviers judiciaire et législatif	45
1.2.1 Les leviers judiciaire et législatif et l'influence féministe	45
1.2.2 Evaluation intermédiaire du 5 ^e plan : pointer l'impunité des agresseurs	45
1.3 L'accompagnement des victimes et l'importance des associations aux rôles diversifiés.....	46
2. Les mobilisations féministes	47
2.1 Définitions croisées.....	47
2.2 L'opposition des mouvements antiféministes ou masculinistes.....	49
2.3 Le genre : concept central approprié par les féministes et le milieu de la recherche.....	50
2.4 Influence des mobilisations féministes et question au militantisme	53
2.5 Influence des féministes sur les politiques publiques sur trois décennies	54
2.6 Influences mesurées des mobilisations féministes sur l'élaboration des politiques publiques.....	54
2.7 Inversement, l'influence du projet puis de la loi sur les mobilisations féministes	55
3. Les manques des campagnes de communication de l'Etat français contre les violences faites aux femmes.....	57
3.1 Une absence d'étude globale et d'évaluation de l'influence.....	57
3.2 Analyse des campagnes de l'Etat français (2005-2013) : leurs manques et limites	58
3.2.1 Une focalisation sur les violences conjugales.....	58
3.2.2 L'injonction de « briser le silence » et responsabilité des femmes.....	58
3.2.3 Absence des auteurs de violences dans le cadre	58
3.2.4 Absence des auteurs de violences dans la cible de communication.....	59
3.2.5 Montrer l'acte, éluder le genre	59
3.2.6 L'invisibilité des minorités.....	60
3.3 Possibles changements des communications issues des 4 ^e et 5 ^e plans.....	60
4. De rares dispositifs ciblant les hommes.....	60
4.1 A quand les hommes sensibilisés ? Les rares campagnes les ciblant	61
4.1.1 Deux grandes campagnes et modèles positifs des hommes	61
4.1.1.1 Campagne <i>HeForShe</i>	61
4.1.1.2 <i>White Ribbon Campaign</i>	63

4.1.2 Freins et questions posés à l'intégration des hommes à la lutte contre les violences faites aux femmes.....	64
4.1.2.1 Freins financiers.....	64
4.1.2.2 Question du niveau individuel et collectif de la cible.....	64
4.1.2.3 Frein et question du niveau individuel et collectif des violences.....	65
4.1.2.4 Question sur l'angle du bénéfice.....	65
4.1.2.5 Question de la place des hommes	65
4.1.3 Intérêts à inclure les hommes dans la lutte contre les violences et difficiles mesures des impacts.....	66
4.1.3.1 La question n'est plus « pourquoi », mais « comment »	66
4.1.3.2 La communication primaire ne vise pas les auteurs	68
4.1.3.3 L'impact des dispositifs ciblant les hommes	68
4.2 Les hommes, le masculin et les hommes et le féminisme	70
4.2.1 Les apports de la recherche sur les <i>Men</i> et <i>masculinity studies</i>	70
4.2.1 Engagement des hommes dans les mouvements féministes	71

CHAPITRE 3. Le détournement du genre (DDG) pour lutter contre les violences faites aux femmes et le genre	73
1. Préalables à la constitution de l'objet DDG : état des notions connexes.....	73
1.1 Le dégenrage des codes comme « sémioclastie créative »	74
1.2 La parodie de genre comme transformation « hyperbolique »	74
1.3 Le trouble dans le genre et la parodie de genre comme imitation sans version originale	76
1.4 Les attentes, perturbations et reconfigurations comme « étapes dans l'analyse de la stéréotypie »	78
1.4.1 Les attentes et les identités de genre déviantes.....	80
1.4.2 Les perturbations : féminisation et transgression.....	80
1.4.3 Les reconfigurations	81
1.4.3.1 Phénomène de défigement des assignations et de glissement	81
1.4.3.1 Normalisation par la transgression	82
1.5 La mascarade du jeu énonciatif	82
1.6 Hacker le sexisme	83
1.7 Autres références sur les perturbations du genre	84
1.7.1 Références composant avec le genre et la transgression	84
1.7.2 La féminisation, la masculinisation.....	85

1.7.2.1 « Inversion du genre » dans le milieu professionnel et asymétrie	85
1.7.2.2 Asymétrie des transgressions sexuées et sexuelles	86
1.7.3 Le <i>genderfuck</i>	87
1.7.4 Trouble de la bicatégorisation et tyrannie du genre.....	87
1.7.5 La plasticité cérébrale, l'expérience vécue et le neurosexisme.....	88
2. Convergences des définitions proches du DDG	89
2.1 La « détournabilité » du genre	89
2.2 Les intentions de dénaturalisation du genre	89
2.3 Formes que revêtent les transgressions.....	90
2.4 La capacité de subversion : atouts et limites	91
2.4.1 Partir de l'intérieur du système que la transgression dénonce	91
2.4.2 Limites de condamnation, réassignation, appropriation	92
2.5 La capacité de subversion : atouts et limites et public	92
3. Le détournement du genre (DDG) : hypertextualité du genre et des violences faites aux femmes	94
3.1 Définition du DDG	94
3.2 Critères de limitation du champ d'étude du DDG : inclure les hommes	95
3.3 Le détournement, une veine contestataire et de remise en question.....	96
3.4 Le détournement, une hypertextualisation du genre	97
3.4.1 Le DDG, un processus de réécriture.....	97
3.4.2 Interaction, horizon d'attente, compétence de lecture et contrat.....	98
3.4.3 L'importance de la réception	100
3.4.4 Imitation, transformation et régime.....	100
3.5 Le genre : un (dé)construit social, entre matérialisme, performance et point de vue situé	101
3.5.1 Le genre, les violences faites aux femmes et le point de vue situé.....	102
3.5.2 Déconstruire, dénaturaliser	102
3.5.3 Matérialisme et genre	103
3.5.4 Intersectionnalités.....	104
3.5.5 Sexe/genre/sexualité	104
3.5.6 La performativité du genre.....	105
3.5.7 Rapprochement du matérialisme et de la performativité	105
3.5.8 Le point de vue situé	105

3.5.8.1 Les conditions de mobilisations, les conditions d'existence des femmes	105
3.5.8.2 <i>Standpoint theory</i> et matérialisme.....	106
3.5.8.3 <i>Standpoint theory, question de l'objectivité et intersectionnalité</i>	107
3.5.8.4 <i>L'expérience de la marge et performativité</i>	108
3.5.8.5 Le DDG, combiner les approches matérialiste, performative et de point de vue situé ...	109
CHAPITRE 4. Le détournement du genre (DDG) : stratégie créative au service de la communication persuasive contre les violences faites aux femmes	110
1. La communication du DDG comme forme d'interactions humaines et sociales médiatisées	112
1.1 Modèle interactionniste de la communication médiatique, production, création et réception	112
1.2 Lien entre modèle interactionniste de la communication médiatique et expérience esthétique	115
2. Etudier les processus créatifs et les intentions d'influence en SIC : représentations sociales et théories naïves	118
3. Etudier la co-construction de sens en réception : les interactions entre récepteur-trice et dispositif.....	121
3.1 <i>L'Unimodel</i> – modèle à une voie, pour étudier la réception.....	121
3.2 Lien avec l'esthétique : la liberté de la réception, au prisme des SIC et de l'esthétique	122
CHAPITRE 5. Synthèse de la problématique, épistémologie et triangulation méthodologique.....	125
1. Synthèse de la problématique et axes de recherche.....	125
2. Une épistémologie principalement constructiviste.....	126
3. Triangulation méthodologique et méthodologie mixte.....	129
3.1 Méthodologies qualitatives : analyse de dispositifs, entretiens et focus groups....	129
3.2 Méthode quasi-expérimentale.....	130
SECONDE PARTIE. Etude des formes de DDG dans les dispositifs de lutte contre les violences faites aux femmes	132
CHAPITRE 1. Etude empirique des formes de DDG	133
1. Dessiner des formes de DDG	133
1.1 Stratégie créative de lutte contre les violences genrées.....	133
1.2 Déconstruire, dénaturiser et aussi l'expérience d'être au monde comme savoir.....	134

1.3 Atouts, faiblesses et hypertextualisation	135
1.4 Ouverture, question et limites de forme(s).....	136
2. Les critères de la collecte de dispositifs de DDG	137
2.1 Critères premiers : DDG et lutte contre les violences	137
2.2 Critères préalables : contre-pied de la communication de l'Etat français	137
2.3 Autres critiques de la communication de l'Etat et DDG	138
2.4 Statut des créatifs : associations mais aussi artistes	139
2.5 Critère de matérialisation des dispositifs.....	140
3. Questions de recherche	140
3.1 Questions de recherche sur la méthodologie, l'analyse et la collecte	140
3.2 Questions de recherche sur les formes de DDG et les violences	141
CHAPITRE 2. Méthodologie.....	142
1. DDG : construction de l'objet par la collecte	142
1.1 Un corpus construit progressivement et une approche abductive.....	142
1.2 Une étude imparfaite.....	143
2. Choix des méthodologies	144
2.1 Grille d'analyse systématisée par base de données	144
2.2 Collecte de dispositifs	145
3. Analyses du corpus de dispositifs de DDG	147
3.1 Analyse stratégique, pragmatique et sémiologique de dispositifs de DDG	147
3.2 Analyse par critères de segmentation qualitatif (codification) : méta-analyse de l'hypertextualité	148
CHAPITRE 3. Résultats.....	150
1. Des dispositifs de DDG exclus ou inclus en fonction de l'analyse	150
1.1 Exclusion de dispositifs : un rire mauvais et des mauvais rires ?.....	150
1.1.1 Exclusion de dispositifs de DDG de défense des droits des hommes et masculinisme.....	150
1.1.2 Exclusion de dispositifs de DDG riant de l'homophobie et des hommes homosexuels	154
1.2 Inclusion de dispositifs dont les créatifs sont publics ou privés.....	156
1.2.1 Critères d'inclusion : intérêt général ou tendance sociale	156
1.2.2 Contre-exemple, le cas de l'entretien d'embauche de ERAM exclu de la base de données.....	158

1.2.3 Exemple de dispositif inclus : le cas des catalogues de Noël sans préjugé.....	159
1.3 Exclusion de dispositifs mobilisant pourtant le DDG mais n'illustrant pas les hommes	160
1.4 Inclusion de rares dispositifs extra-critères.....	161
2. Caractéristiques générales des dispositifs de la base de données	163
2.1 Des créatifs majoritairement artistes et associatifs.....	163
2.2 Des dispositifs de 37 pays mais majoritairement français ou états-unis.....	164
3. La diversification des violences dénoncées	164
3.1 Harcèlement, agressions sexuelles et continuum des violences	164
3.2 Des dispositifs prenant peu en charge les dimensions intersectionnelles.....	166
4. Les formes de DDG, intentions et processus persuasifs	166
4.1 Forme de DDG : inversion du genre, des rôles sociaux sexués	167
4.1.1 Définition, limite, intention et violence.....	167
4.1.2 Exemple : court-métrage « Majorité Opprimée » d'Eléonore Pourriat (2010)	168
4.1.3 Exemple : chronique Sophia Aram « Avec un viol toutes les 8 minutes, il serait temps de refuser d'être traitée comme une chienne » (2015).....	170
4.2 Forme de DDG : Visibilisation de l'auteur de violence et renversement de la culpabilité.....	172
4.2.1 Définition, limite, intention et violence.....	172
4.2.2 Exemple : BD « Les Crocodiles » de Thomas Mathieu	174
4.2.3 Exemple : campagne « contre la suppression de l'article 14 »	175
4.2.4 D'autres exemples illustrant la visibilité et le renversement.....	176
4.3 Forme de DDG : Ironisation, ridiculisation du genre, de la misogynie, situation discriminante et comportement masculin	177
4.3.1 Définition, limite, intention et violence.....	177
4.3.2 Exemple Le Gorafi « 89% des hommes pensent que le clitoris est un modèle de Toyota »	178
4.3.3 Exemple « Porntoshop » : sexisme et misogynie en politique.....	179
4.4 Forme de DDG : inciter à impliquer les hommes et dénonciation par les hommes	180
4.4.1 Définition, limite, intention et violence.....	180
4.4.2 Exemple CFCV « les hommes contre les violences faites aux femmes ».....	181
4.5 Forme de DDG : Déroutement des assignations et trouble de la catégorisation	182
4.5.1 Définition, limite, intention et violence.....	182

4.5.2 Exemple Frédérique Pollet-Rouyer « L’homme enceint » (2009).....	183
4.6 Forme de DDG : Substitution	184
4.7 Forme de DDG : action en milieu politique masculin	184
Conclusion de la deuxième partie.....	186
TROISIEME PARTIE. Etude empirique de la création du DDG : processus créatifs et intentions d’influence	193
CHAPITRE 1. La création du DDG par ses créatifs	194
1. Intentions persuasives et processus créatifs	194
1.1 Intentionnalités des créatifs de DDG	195
1.2 Processus créatifs des concepteur·trice·s de DDG	197
2. Questions de recherche liées à la création du DDG.....	198
2.1 Questions de recherche sur les violences	198
2.2 Questions de recherche sur les intentions d’influence et processus créatifs	198
2.3 Questions de recherche liées à la réflexivité des créatifs	199
CHAPITRE 2. Triangulation méthodologique : entretiens semi-directifs et d’explicitation 200	
1. Méthodologies de recherche : entretiens semi-directifs et d’explicitation	200
1.1 Méthode de l’échantillon des créatifs par les créations	200
1.2 Méthode de recueil des données : entretien individuel et d’explicitation	202
1.3 Construction de la grille d’entretien	202
1.4 Méthode de (re)transcription.....	203
2. Triangulation analytique : thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive	205
2.1 Analyse thématique.....	206
2.1.1 Une analyse qualitative pour une méthodologie qualitative.....	206
2.1.2 Une analyse inter-entretien.....	207
2.1.3 Une analyse de réduction des corpus en thèmes, synthétisant les discours et l’étude des opinions	207
2.1.4 Niveau d’inférence faible et thématization en continu	208
2.1.5 Une analyse abductive	209
2.1.6 Une analyse interprétative ?	210
2.2 Analyse lexicale, sémantique, cognitivo-discursive.....	211

2.2.1 Les créatifs, sujets complexes et psycho-socio-cognitifs et les discours porteurs de finalités et d'intentions.....	211
2.2.2 le logiciel Tropes, outil des analyses sémantique, lexicale et cognitivo-discursive.....	212
2.2.3 Une démarche à la fois inductive et déductive et une analyse en partie interprétative et quasi-qualitative	213

CHAPITRE 3. Premiers résultats bruts : la création de DDG dans les discours des concepteur-trice-s	215
1. Discours argumentatifs, pris en charge et réalités à affirmer	216
1.1 Discours argumentatifs et pris en charge : intention d'influence, expression d'une conviction et des créatifs impliqué·e·s.....	216
1.1.1 Des créatifs au discours argumentatif : recherche d'influence et implication dans les discours.....	217
1.1.2 Des créatifs impliqués : mises en scène du discours à la première personne et verbes affirmant leurs opinions et assertant la réalité.....	218
1.1.3 Des créatifs au discours causalisé, confrontant les points de vue, immergé·e·s dans un discours dramatisé pour persuader l'autre	219
1.2 Programme cognitivo-discursifs : construction des références, du monde et relation au monde construit.....	222
1.2.1 Les créatifs oscillent entre réalité à affirmer et univers possible dans leurs discours	222
1.2.1.1 La construction de la référence : des réalités à affirmer	222
1.2.1.2 La construction du monde où s'inscrit la référence : oscillation entre assertion de ce monde et univers possible	223
1.2.1.3 Relation de l'interlocuteur au monde construit : « réalité comme univers possible ».....	225
2. Les « femmes, les gens et les hommes » trois premiers objets discutés et relatifs aux individus	227
2.1 Femmes, gens et hommes : trois références principales au cœur de tous les discours des créatifs.....	227
2.2 Les « femmes » dans les discours des créatifs	228
2.2.1 Les femmes, au cœur des discours et des relations, pivot central des discours des créatifs et souvent en relation avec « homme »	228
2.2.2 Les femmes en relation avec « agressivité » dans « violences faites aux femmes » : les discours portant plus sur les violences que sur la lutte.....	230
2.2.3 Les femmes en relation avec « corps », « sexualité » et « enfants »	231
2.3 Les « Gens » dans les discours des créatifs.....	231

2.3.1 Les gens, second UDR, central mais concentré autour des questions sur la « prostitution » et de la mise en « discussion » des violences	231
2.3.2 Qui se cache derrière les « gens, personnes et tout le monde » ?	232
2.4 Les « hommes » dans les discours des créatifs	234
2.4.1 Les hommes, troisième UDR, central et transversal et une fausse invisibilité dans certains entretiens	234
2.4.2 Les hommes, au cœur du discours et liés aux femmes, mais aussi du corps et de la sexualité	234
2.4.3 Les hommes, parfois en lien avec « crocodilien », « discours » et « agressivité »	235
2.4.4 Visibilisation des hommes et des auteurs de violences dans les discours des créatifs et renversement du regard sur les hommes et ceux violents.....	236
3. Les violences faites aux femmes : l'objet de domination dominant les discours	238
3.1 Les violences faites aux femmes : dimensions individuelle et collective dans les discours	239
3.1.1 Les actes violents dans les discours.....	240
3.1.1.1 La prostitution	240
3.1.1.2 Les viols et agression sexuelles	240
3.1.1.3 Le harcèlement.....	241
3.1.1.4 Les violences psychologiques, verbales, de représentations, physiques et conjugales.....	241
3.1.2 La dimension collective des violences dans les discours : inégalités, sexisme et misogynie, représentation, patriarcat et privilèges.....	241
3.2 Importance des violences et analogies	242
3.3 Large étendue et non hiérarchisation des violences entre elles.....	243
3.4 La lutte contre les violences : base des violences, constat de l'état du monde et action, en faveur des femmes	244
4. La création, les dispositifs, la communication et l'art.....	245
4.1 Processus, idées créatives et influences visées du DDG.....	246
4.1.1 Le DDG, entre imitations et transformations de la réalité des violences ...	246
4.1.2 Le DDG, viser à interpeller, faire sentir et révéler les violences	247
4.1.3 Idée créative : déclencheur, ressources, impératifs et processus rapide mais itératif et soigné.....	249
4.1.4 Des actions « plus fortes » que le DDG.....	251
4.1.4 Les limites, critiques et difficultés du procédé du DDG	252
4.1.5 Les atouts du DDG : circulation et théories naïves sur l'influence	253

4.2. Public-cible du DDG.....	254
4.2.1 Les publics-cibles : hommes et femmes et « tout le monde »	254
4.2.2 Les retours des publics du DDG	255
4.3 Les dispositifs de DDG.....	255
4.3.1 Les dispositifs : supports animés, organisations, message et jeu	255
4.3.2 Marqueurs de genre dans les dispositifs de DDG.....	256
4.3.3 Les dispositifs de DDG : supports, circulation.....	257
4.3.4 Liens entre communication et art, capacité de lier acte et dimension collective de la violence	258

CHAPITRE 4. Violences, intentions persuasives, processus créatifs et réflexivité..... 260

1. Ce que *sont* les violences faites aux femmes..... 260

1.1 Les femmes, les hommes et les auteurs de violences.....	260
1.1.1 Les femmes au cœur de tous les discours.....	260
1.1.2 Les « gens » aussi au cœur de tous les discours.....	261
1.1.3 Les auteurs de violences, une présence relative dans les discours	261
1.1.4 Les hommes, bien présents dans les discours	262
1.2 Les représentations partagées sur les violences	263
1.2.1 Représentation partagée : des violences non hiérarchisées entre elles.....	263
1.2.2 Violences dénoncées et perception de ces violences : actes et dimension collective	264
1.2.2.1 Violences dénoncées : actes violents diversifiés et dimensions collectives	265
1.2.2.2 Perception liant actes violents et dimension collective des violences.....	266
1.2.3 Des analogies favorisant l'inscription des violences au même rang que d'autres phénomènes violents	267
1.2.3.1 Analogies des violences genrées avec le capitalisme, violences faites aux enfants, VIH, racisme et homophobie.....	267
1.2.3.2 Analogie du système de domination avec la littérature : la participation des dominé·e·s à leur domination	267
1.2.3.3 Analogie du système de domination avec la littérature : cannibalisme	268
1.2.3.4 Analogies de la prostitution avec d'autres violences faites aux femmes.....	268
1.3 Conception de la lutte : les violences faites aux femmes ne sont pas <i>un</i> objet, mais <i>l'</i> objet de la lutte	268
1.3.1 Les discours, révélateurs de la position des créatifs et de leur construction des violences.....	269

1.3.1.1 Les créatifs ont un discours argumentatif où ils s'impliquent portant sur les violences et les assertant	269
1.3.1.2 Les créatifs ont néanmoins des relations ouvertes au monde construit	269
1.3.2 La lutte, supplantée par son objet : les violences	269
1.3.2.1 Les violences dominent les préoccupations des créatifs	269
1.3.2.2 Nuance : des discours mettant le plus en scène les relations femmes-hommes	270
1.3.2.3 Nuance : implications à différents degrés pour les créatifs dans la lutte contre la prostitution	270
1.3.3 Dans les actions contre les violences et le genre, des liens entre actes et dimension collective.....	271
1.3.4 La lutte et les violences : ancrage la réalité et la subjectivité	271
1.3.4.1 Les violences ancrées dans la réalité : marqueur fort des dispositifs de DDG....	271
1.3.4.2 Les violences : subjectivité des femmes et constat sur le monde situé.....	272
2. Intentions persuasives et processus créatifs	274
2.1 Les intentions persuasives	274
2.1.1 Interpeller, faire sentir et révéler les violences, perspectives réflexive et socio-affective.....	274
2.1.2 Les processus et marqueurs forts persuasifs.....	276
2.1.2.1 Le marqueur fort : l'ancrage dans la réalité des violences et du genre dans le DDG ..	276
2.1.2.2 Mineur mais lié à la lutte : mobiliser le DDG « dans la vraie vie »	276
2.1.2.3 L'écho de la dissonance cognitive dans les intentions : susciter l'inconfort.....	277
2.1.2.4 L'écho de la dissonance cognitive : susciter l'attention, une théorie <i>pas si</i> naïve.....	277
2.1.2.5 L'empathie virtuelle et le point de vue situé des femmes	278
2.1.3 Les publics-cibles et les retours des publics empiriques.....	279
2.1.3.1 Le public-cible : majoritairement « tout le monde ».....	280
2.1.3.2 Les retours des publics aux créatifs.....	281
2.2 Les processus créatifs.....	282
2.2.1 Imitation et transformation des <i>réalités</i> du sexisme et des violences	282
2.2.1.1 Un processus en trois temps : <i>hacker et hypertextualiser</i>	282
2.2.1.2 Force argumentative de l'imitation des réalités sociales, et transformations....	283
2.2.1.3 Un renversement de la culpabilité sur les auteurs présent	284
2.2.1.4 Des réalités sociales devenues hypotexte et dédoublement de lecture	284
2.2.1.5 Un processus créatif itératif et leviers de l'action créative.....	285
2.2.2 Représentations du processus de réception / interprétation.....	288
2.2.2.1 L'influence et modèle communicationnel.....	288
2.2.2.2 La réflexivité et modèle de (semi) ouverture des créations	288

3. Regard critique sur le DDG par ses créatifs.....	290
3.1 Des atouts aux DDG	291
3.1.1 Le DDG facilite la circulation, mais son versant théorique est celui de la possible perte de sa puissance subversive.....	291
3.1.2 Capacité du DDG à lier actes et dimension collective des violences.....	291
3.2 Des limites, risques et difficultés évoquées par des créatifs	292
3.2.1 « Ces campagnes ne font pas la révolution »	292
3.2.2 Peu évoqués mais réflexifs : risques de renversement et impératifs en création.....	294
3.2.3 Quelques difficultés sur les jeux des personnages	294
3.2.4 Limites à « tout » détourner	294
3.3 Absence de critique de la réification de la norme	294
Conclusion de la troisième partie.....	297

QUATRIEME PARTIE : Etude empirique de la réception et des influences du DDG305

CHAPITRE 1. La réception du DDG par des publics-cibles.....	306
1. Processus de réception et influences du DDG	306
1.1 A travers le DDG, les horizons d'attentes et la contractualisation des interactions, vers la co-construction des sens et les influences.....	307
1.2 Processus d'influence DDG, dissonance cognitive et empathie virtuelle ..	309
1.3 Les sujets sociaux et la question des <i>autres</i> et de leurs identités.....	310
2. Questions de recherche liées à la réception du DDG	312
2.1 Questions de recherche sur la co-construction des sens.....	312
2.2 Questions de recherche sur la co-construction des opinions et des rôles dans les interactions	312
2.3 Questions de recherche sur les processus et effets de la dissonance cognitive et l'empathie	313
2.4 Questions de recherche liées aux effets sur les attitudes	313
CHAPITRE 2. Triangulation méthodologique mixte	314
1. Méthodologie de recherche : focus groups et étude des cognitions en réception....	314
1.1 Choix de sujets aux profils hétérogènes	315
1.2 Choix des dispositifs de DDG projetés : formes diversifiées et congruentes de dispositifs de DDG.....	316
1.3 Méthode de recueil des données	318

1.3.1 Méthode des focus groups : phénoménologie et dimension collective.....	318
1.3.2 Méthode ECER lors des FG : « pister » la réception au moment de l'exposition.....	320
1.3.3 Posture de la chercheure-animatrice.....	320
1.3.4 Les outils de la collecte : grille d'entretien semi-directive et consigne initiale de l'ECER.....	321
1.4 Les (re) transcriptions des focus groups	321
1.5 Triangulation analytique.....	322
1.5.1 Analyses thématique, lexicale, sémantique et cognitivo-discursive	322
1.5.2 L'analyse conversationnelle des focus groups.....	323
1.5.2.1 La multimodalité et les niveaux d'analyse	323
1.5.2.2 Eclairer les mises en jeu de soi, pondérer les interactions et influences.....	324
1.5.2.3 Appropriation de l'analyse et constitution de ses outils.....	325
1.5.3 L'analyse des Cognitions Verbalisées en Réception (ECER).....	328
2. Méthodologie quasi-expérimentale : questionnaire avant-après, étude des effets d'un dispositif de DDG sur les attitudes	329
2.1 Choix du dispositif de DDG projeté	329
2.2 Choix des sujets : des « jeunes »	329
2.3 Outil de la collecte : constitution du questionnaire	330
2.3.1 Questionnaires T1 et T2 : effets du DDG sur les attitudes sexistes.....	330
2.3.2 Questionnaires T1 et T2 : effets du DDG sur les intentions d'agir.....	331
2.3.3 Questionnaires T2 : questions ouvertes pour mieux comprendre le processus de réception.....	333
2.3.4 Questionnaires T3 : des questions pour mieux comprendre la mémorisation, circulation et comportements déclarés.....	336
2.4 Les analyses des questionnaires	336
2.4.1 Mesure des changements d'attitudes et des intentions d'agir	336
2.4.2 Analyse des réponses ouvertes	337
2.4.2 Analyse des questions sur échelle de l'inconfort et de l'empathie virtuelle	337
CHAPITRE 3. Premiers résultats : les processus et les effets du DDG sur les publics-cibles	339
1. Discours argumentatifs, pris en charge, réalité à affirmer et univers possible	340
1.1 Discours argumentatifs et pris en charge	340
1.2 Programme cognitivo-discursifs : construction des références, du monde et des relations au monde construit	345

1.2.1 Construction des références : des réalités à affirmer	346
1.2.2 La construction du monde où s'inscrivent les références : univers possible sur réalité à affirmer	347
1.2.3 Relation des interlocuteur·trice·s au monde construit : une « réalité comme univers possible ».....	350
1.2.5 Une différence pour le Focus Group 3 : une « réalité à affirmer »	353
2. Femmes, hommes, gens et enseignement : objets dominants dans les discours	354
2.1 Les « hommes » dans les discours	354
2.1.1 Les hommes mis en scène dans les discours en réception : possible effet positif lié à leurs inclusions dans les dispositifs	354
2.1.2 Les hommes : leurs relations avec « femmes » dans les discours	355
2.1.3 Les hommes, leurs « apparitions » dans deux thèmes : un en faveur du message, l'autre en résistance à l'influence	357
2.1.4 Les hommes envisagés à travers le sexisme et leurs comportements et les auteurs à travers les dispositifs et des histoires expérientielles.....	359
2.2 Les « femmes » dans les discours.....	360
2.2.1 Les femmes, centrales dans les discours et surtout en relation avec les hommes.....	360
2.2.2 Les femmes, leurs « apparitions » avec les hommes ou par jeux de basculement entre ces deux UDR2	361
2.3 Les « gens » catégorie hétérogène désignant principalement la représentation d'une pensée commune et groupes sociaux par âge	364
2.4 « Enseignement » comme 4 ^e grande référence commune	366
2.4.1 L'éducation, l'école et les parents, éduquer au respect et à l'égalité	366
2.4.2 Les apparitions de l' « enseignement »	367
3. Sur les violences et la lutte contre celles-ci.....	368
3.1 Les violences significatives, mais moins centrales comparées aux dispositifs et leurs marqueurs	368
3.2 Les violences : les dimensions collectives discutées plus que les actes violents.....	369
3.3 La lutte contre les violences : égalité, prévention et des moyens contemporains évalués négativement, une résistance à l'influence féministe	370
3.3.1 La prévention pour l'égalité	370
3.3.2 La loi et le féminisme remis en question	371
3.3.3 La féminisation de la langue et l'opposition séduction harcèlement remis en question.....	371

3.3.4 Le genre : entre condamnation de sa transgression et constat de son poids.....	372
3.3.5 Les expressivités et les perspectives de changements positives	373
3.3.6 L'action des autres et de soi face à la violence	374
4. Sur les dispositifs, leurs marqueurs, leurs buts et cibles	374
4.1 Les marqueurs et les dispositifs	374
4.1.1 Problème et confusion liée à une œuvre originale non connue	375
4.1.2 Les marqueurs personnages masculins féminisés ou zoomorphés	377
4.1.3 Les marqueurs personnages féminins agresseuses et victimes	377
4.1.4 Les marqueurs envisagés sémantiquement : habillement, animaux, corps, matériaux bruts et genre.....	378
4.1.5 Les cognitions en réception (ECER) et les marqueurs déclencheurs.....	379
4.1.5.1 FG1 : une courbe qui suit celle du dispositif et les intentions de la créatif	379
4.1.5.2 FG2 : trouble, rejet puis double lecture au service du message	381
4.1.5.3 FG3 : quasi absence de réactions hors prises de note et retours positifs sur les histoires de violences.....	382
4.1.5.4 Synthèse des trois focus groups : difficiles transversalités et réactions non verbales dominantes	382
4.2 Les cibles et buts inférés, les ressentis face aux dispositifs et les évaluations générales	383
4.2.1 Les ressentis verbalisés en réception : réflexivité et gêne.....	383
4.2.2 Les cibles : « les jeunes »	384
4.2.3 Les buts des dispositifs et du DDG.....	384
4.2.4 Des dispositifs intéressants mais potentiellement incapables d'atteindre leurs buts ?	384
4.2.5 Des analogies, transférabilités et recommandations au DDG.....	385
5. Les dynamiques de groupe et les opinions.....	385
5.1 Concentration des discours et coloration thématique nuancées entre les focus groups	386
5.1.1 Le FG2, plus long, colore l'analyse globale.....	386
5.1.2 Le FG2 : concentration des discussions sur les marqueurs, ressentis et la société	387
5.1.3 Les trois focus groups pointent tous vers les marqueurs et le grand thème de l'école, les jeunes et les hommes.....	387
5.1.4 FG1 et FG3 : loi, féminisme, féminisation, séduction versus harcèlement	387

5.1.5 FG2 et FG3 : les expressivités et perspectives de changement sur les droits et violences faites aux femmes	388
5.1.6 FG1 : un constat fort sur le sexisme, mais une possible incapacité du dispositif à atteindre son but.....	388
5.1.7 FG3 : au-delà des expressivités et perspectives de changement, la condamnation de la transgression du genre.....	389
5.2 FG1 : opinions et dynamique de groupe, prise de parole, écoute et influence	389
5.2.1 Projection et organisation de la discussion	389
5.2.2 Centration des discussions et marginalité	390
5.2.3 Monique, Jules et Julie : trio de tête de la dynamique	391
5.2.4 Les indicateurs d'empathie et de dissonance cognitive	393
5.3 FG2 : opinions et dynamique de groupe, prise de parole, écoute et influence	394
5.3.1 Projection et organisation de la discussion	394
5.3.2 Centration des discussions et marginalité	395
5.3.3 Trois profils différents dominants et une dynamique du groupe participative..	396
5.3.4 Les indicateurs d'empathie et de dissonance cognitive	398
5.4 FG3 : opinions et dynamique de groupe, prise de parole, écoute et influence	399
5.4.1 Projection et organisation de la discussion	399
5.4.2 Centration des discussions et marginalité	400
5.4.3 Brigitte et Claude <i>versus</i> Audrey, une opposition structurante et influente....	401
5.4.4 Les indicateurs d'empathie et de dissonance cognitive	402
6. Questionnaires, les effets et processus mesurés : processus de réception -empathie et dissonance cognitive- et changements d'attitudes liés au DDG	403
6.1 Changements d'attitudes et d'intention d'agir constatés	403
6.1.1 Trois changements d'attitudes provoqués par le dispositif de DDG	403
6.1.2 Pas de changement dans les intentions d'agir	404
6.2 Processus de dissonance cognitive et de l'empathie virtuelle en réception...404	
6.2.1 Appréciation de l'inconfort comme processus de réception.....	404
6.2.2 Acceptation du message : DDG ayant un hypotexte et véracité des chiffres ..	404
6.2.3 Empathie virtuelle : émotions et cognitions dans le sens des effets visés	405
6.3 Les réponses ouvertes et qualitatives des questionnaires	406

6.3.1 Listage des pensées : valence positive et négative et en majorité dans le sens du dispositif	406
6.3.2 Compréhension forte du message et assertion de la réalité du sexisme	408
6.3.3 Les personnages du DDG : homme soumis et femmes fortes	409
6.3.4 Moments de révélation : en majorité dès le début.....	409
6.3.5 Un public qui ne connaît pas la version détournée avant sa projection, mais la version originale.....	410
6.3.6 Ce qui reste en mémoire une semaine après.....	410
6.3.7 Les actions et perceptions depuis la projection	411

CHAPITRE 4. Résultats en réponse à nos questions de recherche 412

1. Co-construction des sens et compréhension des sujets récepteur-trice-s 412

1.1 Co-construction sur la dimension collective des violences, les femmes, les hommes, les gens et l'enseignement	412
1.1.1 Les violences : une dimension collective plus qu'individuelle	412
1.1.2 Les violences et le sexisme, des histoires narrées en réception.....	413
1.1.3 Le sexisme et les hommes.....	413
1.1.4 L'éducation et la prévention des jeunes en réponse aux violences	414
1.1.5 Défiance de la loi et du féminisme : l'influence des minorités à l'œuvre ?.....	415
1.1.5.1 En réception, une relative opposition à la loi et au féminisme contemporain ...	415
1.1.5.2 Des sujets qui peuvent révéler, finalement, le processus d'influence des minorités..	416
1.1.6 Opinion sur le genre : entre condamnation de sa transgression et constat du poids du genre	417
1.1.7 Les femmes et les expressivités et perspectives de changement	418
1.1.8 Les buts attribués aux dispositifs.....	418
1.1.9 Des certitudes quant aux opinions données.....	419
1.1.10 Les femmes (et les hommes) aussi centraux dans la réception individuelle .	419
1.2 Les marqueurs dans les dispositifs : les personnages et les situations violentes....	419
1.2.1 De l'importance de la connaissance de l'hypotexte.....	419
1.2.2 Les marqueurs significatifs de genre sur les personnages	420
1.2.2.1 Marqueurs : les personnages masculins féminisés et zoomorphés.....	420
1.2.2.2 Marqueurs : les personnages féminins agresseuses et victimes	421
1.2.2.3 Des équilibres troublés quant à l'attention portée sur les personnages	421
1.2.2.4 Les bascules entre les personnages et la vie <i>réelle</i>	422

1.2.3 Les marqueurs de genre : les violences montrées réelles, mais.....	423
2. Co-construction des opinions et des rôles dans les interactions.....	424
2.1 Les discours : influence et ménagement de l'autre	424
2.1.1 Discours argumentatifs et pris en charge : recherche d'influence et confrontations d'opinions.....	424
2.1.2 Des discours qui ménagent l'autre.....	424
2.2 Influences : transversalités entre focus groups.....	424
2.2.1 Des femmes influentes sur les opinions et la dynamique du groupe	425
2.2.2 Des individus aux opinions féministes favorisant l'influence pro-message	425
2.2.3 Influence du groupe sur les individus.....	426
2.2.4 Présence des marginaux·ales.....	426
2.3 Invitation des <i>autres</i> et de <i>soi</i> dans les échanges	426
2.3.1 Invitation de « soi » dans les échanges, empathie et inconfort.....	426
2.3.1 Invitation des <i>autres</i> dans les échanges : les hommes, les jeunes, les « gens ».	428
3. Influences de la dissonance cognitive et de l'empathie virtuelle.....	429
3.1 L'inconfort psychologique dans le processus de réception.....	429
3.2 L'empathie virtuelle.....	430
4. Les effets sur les attitudes sexistes	431
Conclusion de la quatrième partie.....	433
 Conclusion générale	 437
 Bibliographie.....	 455
 Table des tableaux et graphes	 473
 Table des matières	 477
 Annexes	 Volume 2

UNIVERSITE D'AIX-MARSEILLE

ECOLE DOCTORALE 356 – COGNITION, LANGAGE, EDUCATION

Institut Méditerranéen des Sciences de l'Information

et de la Communication

Thèse présentée pour obtenir le grade universitaire de docteur en
Sciences de l'Information et de la Communication

Evi BASILE-COMMAILLE

**Communication contre les violences faites aux femmes.
De la création aux processus de réception des dispositifs
de détournement du genre.**

Volume 2 - Annexes

Soutenue publiquement le 13 décembre 2019 devant le jury :

Marlène COULOMB-GULLY, Professeure des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Toulouse 2-Jean Jaurès, Rapporteur

Béatrice FLEURY, Professeure des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Lorraine, Rapporteur

Denis BENOIT, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paul Valéry Montpellier 3, Examineur

Éric DACHEUX, Professeur des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Clermont Auvergne 2, Examineur

Marie-Pierre FOURQUET-COURBET, Professeure des Universités en Sciences de l'Information et de la Communication, Aix-Marseille Université, Directrice de thèse

TABLE DES ANNEXES

TABLE DES ANNEXES.....	3
A. Annexe Base de données des dispositifs de DDG	7
B. Annexe Dispositif, création et réception : court-métrage « Majorité Opprimée » Eléonore Pourriat (2010).....	28
C. Annexe Dispositif, création et réception : clip musical « C.L.I.T. » Elvire Duvelle- Charles et Sarah Constantin (2016).....	33
D. Annexe Dispositif, création et réception : planches de BD « Les Crocodiles » Thomas Mathieu (2012-).....	39
E. Annexe Créations-Créatifs : liste des créatifs enquêté·e·s, rôles dans la création, dispositifs de DDG discutés et les violences qui y sont dénoncées	58
F. Annexe Tableaux des catégories et métacatégories du logiciel Tropes.....	60
G. Annexe Programmes cognitivo-discursifs.....	62
H. Annexe Créatifs : mél type de demande d’entretien.....	66
I. Annexe Créatifs : grille d’entretien.....	67
J. Annexe Créatifs : tableaux synthétiques des styles, mises en scènes et catégories <i>occurrentes</i>	70
K. Annexe Créatifs : tableaux synthétiques des catégories <i>fréquentes*</i>	73
L. Annexe Créatifs : tableaux des connecteurs et modalisations <i>occurents</i> et <i>fréquents*</i>	75
M. Annexe Créatifs : comptage lexicométrique, programmes cognitivo-discursifs	76
N. Annexe Construction des scénarios et critiques	79
O. Annexe Créatifs : les scénarios construits avec Tropes	82
P. Annexe Créatifs : scénario 3	84
Q. Annexe Créatifs : tableaux des 15 premiers UDR1	85
R. Annexe Créatifs : tableaux des 15 premiers UDR2	86
S. Annexe Créatifs : relations (co-occurrences) des UDR2 analyse globale	87
T. Annexe Créatifs : tableaux des premières relations (co-occurrences) des UDR2, analyse par entretien	88

U. Annexe Créatifs : tableau de l'analyse thématique (résumé)	91
V. Annexe Créatifs : analyse thématique	92
W. Annexe Réception : liste des focus groups, des récepteur·trice·s enquêté·e·s et des dispositifs projetés	96
X. Annexe Réception : affiche et tract recrutement enquêté·e·s	97
Y. Annexe Réception : mél type envoyé à des contacts pour recrutement d'enquêté·e·s... ..	98
Z. Annexe Réception : grille d'entretien	99
AA. Annexe Réception : fiche d'information anonyme et non obligatoire post-focus groups.....	102
AB. Annexe Réception : tableaux synthétiques des styles, mises en scène et catégories occurrentes.....	103
AC. Annexe Réception : tableaux synthétiques des catégories <i>fréquentes*</i>	106
AD. Annexe Réception : adjectifs mobilisés dans les discours	108
AE. Annexe Réception : comptage lexicométrique, programmes cognitivo-discursifs	109
AF. Annexe Réception : les scénarios construits avec Tropes.....	114
AG. Annexe Réception : scénario sémantique 1	115
AH. Annexe Réception : scénario sémantique 2 (UDR2).....	116
AI. Annexe Réception : scénario sémantique 3.....	117
AJ. Annexe Réception : 15 premiers UDR2.....	119
AK. Annexe Réception : 5 premières classes sémantico-thématique par focus group.	120
AL. Annexe Réception : relations (co-occurrences) des UDR2, 20 premières	121
AM. Annexe Réception : tableau de l'analyse thématique tous les FG (résumé).....	122
AN. Annexe Réception : analyse thématique tous les FG	123
AO. Annexe Réception : analyse thématique FG1	133
AP. Annexe Réception : analyse thématique FG2	134
AQ. Annexe Réception : analyse thématique FG3	135
AR. Annexe Réception : analyse thématique des enquêté·e·s du FG1	136
AS. Annexe Réception : analyse thématique des enquêté·e·s du FG2.....	137
AT. Annexe Réception : analyse thématique des enquêté·e·s du FG3	138
AU. Annexe Réception : ECER, tableau des réactions concomitantes en réception.....	139
AV. Annexe Réception : interactions prises de paroles.....	140

AW. Annexe Réception : interactions regards	141
AX. Annexe Réception : interactions signes para-verbaux FG1	142
AY. Annexe Réception : interactions signes para-verbaux FG2.....	144
AZ. Annexe Réception : interactions signes para-verbaux FG3.....	146
BA. Annexe Réception : FG1, concentration et hiérarchisation des 5 thèmes les plus discutés par récepteur·trice	148
BB. Annexe Réception : FG2, concentration et hiérarchisation des 5 thèmes les plus discutés par récepteur·trice	149
BC. Annexe Réception : FG3, concentration et hiérarchisation des 5 thèmes les plus discutés par récepteur·trice	150
BD. Annexe Réception : interactions méta analyse du discours.....	151
BE. Annexe Réception : Portraits des participant·e·s du FG1	158
BF. Annexe Réception : Portraits des participant·e·s du FG2.....	170
BG. Annexe Réception : Portraits des participant·e·s du FG3	182
BH. Annexe Réception : Questionnaire Temps 1	193
BI. Annexe Réception : Questionnaire Temps 2	195
BJ. Annexe Réception : Questionnaire Temps 3.....	198
BK. Annexe Réception : changements d'attitudes et intentions d'agir	199
BL. Annexe Réception : Listage des pensées post exposition au dispositif « C.L.I.T. » (Questionnaire T2, Q1)	212
BM. Annexe Réception : Listage des idées compréhension des intentions post exposition "C.L.I.T." (Questionnaire T2, Q3)	213
BN. Annexe Réception : Qualification des personnages hommes / femmes (Questionnaire T2, Q5)	214
BO. Annexe Réception : Listage des pensées mémorisation (Questionnaire T3, Q1) ..	215

A. Annexe Base de données des dispositifs de DDG

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Post. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
Eléonore Pourriat	Réalisateur.trice	Majorité opprimée	court-métrage	10min 42	France	2010	Peu de vues en 2010 à la sortie du film, car il a été...	web + projection	Oui	Oui, ST multiples	13M de vue selon la vidéo YouTube VF 38 276 vues ; 63 partages	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ironique satirique	Victime de violences quotidiennes (harcèlement etc.), d'agression physique et prostitué qui enchaîne les passes avec des clientes	Sexistes inversées, agresseuses	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	INTERSECTIONNELLE POSITION BLANC	Genre / sexe	Non	Non	Languedoc Roussillon Cinéma : http://www.languedoc-roussillon-cinema.fr/?q=film-régional/majorite%20opp Sur LEF : http://www.womenlobby.org/about-the-campaign-?lang=fr Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Frédérique Pollet Rouyer et Patrick Jean	Réalisateur.trice Association	Chageons de point de vue / For a change of perspective Projet "Crocodiles" (pour le web)	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min16	UE / Belgique (localisation du LEF)	2011		web + projection	Oui	Oui, ST multiples (29 langues)	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux-polémique	Victimes de violences, prostitué qui enchaîne les passes avec des clientes	Clientes de la prostitution	hommes et hommes clients de la prostitution	Violences, inégalités, discriminations	Prostitution	Non	Genre / sexe	Non	Non	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Thomas Mathieu	Artiste Bdiste	"Les crocodiles" pour la version BD	BD		France	2013	Le harcèlement t'est un sujet qui...	web + édition + exposition	Oui	Oui, ST multiples	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux	Sexistes, agresseurs, mais aussi dessinés avec des comportements	Victimes de violences Parfois actrice du harcèlement	homme et femme. (extrait de la BD papier) :	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	INTERSECTIONnelles femmes lesbiennes +	Genre / sexe / sexualité +	Non	Oui des histoires envoyées par des	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Stop Harcèlement de rue	Association	"Relou Croco : la fausse affiche qui croque le rebou"	Affiche		France	2015	Le harcèlement t'est un sujet qui...	web	Oui	Non	Pas de mesure selon l'asso	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux satirique polémique	Agresseur zoomorphé	Victime de violence agression sexuelle	hommes RATP	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle dans les transports	Non	Genre / sexe	Oui, détournement des	Non	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Stop Harcèlement de rue, avec Marie-Pierre	Association	Hé, application qui reproduit le harcèlement de rue	Dispositif + vidéo : application mobile + vidéo		France	2015		web	Oui	Oui, ST en anglais	Pas de mesure 88 000 vues sur Semaine de sortie : peu d'antécédents	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et PIEGE	ludique sérieux	Auteur de violence Victime de violences harcèlement	Victime de violence harcèlement	homme (non nommé ainsi "les personnes")	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non	Genre / sexe	Oui détournement de	Non	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Riad Sattouf	Réalisateur.trice	Jacky au royaume des filles	Film long-métrage	1h34 min	France	29-janv-14		TV + ciné + DVD + VOD	Oui	Oui, ST multiples + Festival	Pas de mesure 500000 vues sur Semaine de sortie : peu d'antécédents	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	humoristique polémique	Acteur de prévention Dominé par la famille, par les femmes, par le pouvoir dévolu par les femmes, par la religion Dominé par sa compagne, les autres femmes, sujet au sexisme, au plafond de verre	Sexistes inversées, militaires, agresseuses	tout public	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	INTERSECTIONnelles personnes trans	Genre / sexe / sexualité / trans	Non	Oui, mais très éloigné, inspirati	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Michel Carré	Réalisateur.trice Entreprise média	Drôle de genre	Film long-métrage	1h30 min	France	2002	Lancement de l'idée de la Collection alors que la diffusion en France et en Italie Première La vidéo initial avant parodie de Rémi Gaillard	TV + DVD	Oui	Oui (chaine binational)	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique satirique	Victime de violence	Sexistes inversées, agresseuses	tout public	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	INTERSECTIONnelles personnes trans	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Louise Lemoine Torrès	Réalisateur.trice	No comment	court-métrage	7min51	France	1998	Après/Avant ? la diffusion du rapport	web + festival	Oui	Oui, festival	Sur Dailymotion : 41708 423 542 vues (05/01/2016) sur Dailymotion	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	Satirique Polémique	Victime de violence	Sexistes inversées, agresseuses	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	INTERSECTIONnelles femmes lesbiennes	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Les Effrontées	Association	Réponse à "DOG" de Rémi Gaillard	Courte vidéo divertissement hypertexte	1min40	France	22-juin-15	Après/Avant ? la diffusion du rapport	web	Oui	NON	129 210 vues sur Dailymotion	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ironique polémique satirique	Objet d'assaut de simulation de coit en Victime	Agresseuses	le public des vidéo de Rémi Gaillard	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle	Non	Genre / sexe / sexualité /	Oui Vidéo de Rémi Gaillard	Non	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com/watch?v=yfUfij74P4 Révisé à DDG de Rémi Gaillard : à réécouter sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x2n9ex6 sur FB France Inter : Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=tp-6j744pmw Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=8MG-9e7plqs Pour voir l'épisode en streaming : http://www.dpstream.net/serie-136-sliders-les-mondes-paralleles-saison-1-episode-07-FR.html Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=H4B2b1w52yE <i>Dans FB de Sarah</i> Info sur l'entreprise Buzzfeed : http://www.buzzfeed.com/about Vidéo is women's roles in ads were played by men : https://www.facebook.com/AlexandroPalombo-41468877953083?timeline/
Sophia Aram	Chroniqueur.se	"Avec un viol toute les 8 minutes, il serait temps de refuser d'être"	Chronique radio	3min25	France	20-avr-15	Après le vote des députés suite à la publication d'enquête sur les VEs	radio (France Inter)	Oui	Non	129 210 vues sur Dailymotion	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	satirique polémique	Cible des remarques sexistes et de harcèlement (Bruno Homme politique (secrétaire état au budget, Christian Fekete) dont le discours harceleurs et agresseurs, présenté comme des personnes sexistes et harceleurs Victime de violences, sexisme et discriminations	Agresseuses	France Inter tout public, audience France Inter du 7/9	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle, harcèlement, sexisme	NON	Genre / sexe	Non	Non	Tumblr : http://projetcrocodiles.tumblr.com/ Fabebok : http://www.facebook.com/pasepD page directe affiche : http://www.stopharcèlementderue.org/?p=978 <i>révisé : partenariat avec Thomas</i> Vidéo Case https://www.youtube.com/watch?v=H5SwfIdTV-U <i>Cité de l'association</i> vidéo mademoiselle : https://www.youtube.com/watch?v=50LCR8JA6k <i>des révisions pas et négligées à la</i> critique analytique et négative : http://lectures.revues.org/1174 arté présentation du film http://download.no-arte.tv/archives Vidéo sur DailyMotion : http://www.dailymotion.com/video/x62lww_no-comment_fun Privé CEI recu : Vidéo DDG de Rémi Gaillard : https://www.youtube.com

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	Typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	Ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens		
AleXandro Palombo	Artiste dessinateur .trice	What king of men are you ?	Affiche d'art dessin		Italie / International	mars-14	autour de la journée de la femme	web + exposition	Oui, RP en France	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux-satirique	Agresseur Violent dans sa relation conjugale sur sa partenaire	Victime de violence	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale physique	Non	Genre / sexe	Oui, les personnes	Non	sur son blog, la page des illustrations : http://humorchic.blogspot.fr/2014/03/humorchic-art-social-2/		
AleXandro Palombo	Artiste dessinateur .trice	#Breif a message Men for women "what kind of men are you ?"	Hashtag campagne + photographie participative		Italie / International	avr-15	Suite de la campagne "what king of men are you"	web	Oui, RP en France	Oui	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	satirique-polémique	Acteur de la lutte contre les VF	Actrice de la lutte contre les VF	homme et femme	Violences, inégalités, discriminations	Continuum transversales + masculinités	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Culottes	Non	sur son blog, la page de photos d'homme et culotte.caleçons : http://humorchic.blogspot.fr/2015/04/briefmessage-illustration-1/	
Jonas Åkerlund pour The Prodigy	Artiste musique	Smack my bitch up	Clip vidéo musical	4min38	UK	1997	Le clip a été censuré, qualifié de misogynne	web + TV	Oui, images mont	Oui	version non censurée sur YouTube	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique-polémique	Divers monde "normal" Serveur, dragueur victime d'agression (étrangement). DJ.	Etre supposéémt un homme	fans de musique électronique et bia beat tout public	Non	Représentation de genre, préjugés sexistes	INTERSECTION femmes lesbiennes	Genre / sexe / sexualité	Non	Oui, les soirées du	Non	Vidéo uncensored : https://www.youtube.com/watch?v=ZDPF_pWly3w Intégration dans le clip Åkerlund Sur YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=bjbiP2Ks2o	
Anita Drake Laurent Clément (réalisée)	Artiste musique et DA/REALISATION	Crawling on the ground	Clip vidéo musical	3min54	France	03-avr-13		web + TV	Oui, images mont	Oui	Sur YouTube : 127 191 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux-polémique	Victime de violences	Agresseuses Victime à la fin	Tout public les plus	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, agression. violence	Non	Genre / sexe	Non	Non	Non	Site officiel et art sur la vidéo : http://www.fckh8.com/blogs/news/15682604-little-girls-drop-f-bombs-for-feminism-in-holland-comedic-interviews-by-laura-akerlund	
FCKH8	Entreprise privée à but non lucratif	Little girls drop "F-Bombs for feminism"	Spot commercial et social, version longue	2min40	USA	21-oct-14		web + ?	Oui, s	Oui, RP + ST	Version sous-titrée fr (réalisateur)	DDG par déroutement des assignations	ironique satirique humoristique	Garçon habillé en princesse, interpelle les autres garçons sur "air comme une Homme blanc est souvent la figure "par défaut" qu'il est "socialement" attendu	Fillle habillées en princesse, contrastant	Tout public femme et homme société	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Genre / sexe	Non	Non	Non	Site officiel et art sur la vidéo : http://www.fckh8.com/blogs/news/15682604-little-girls-drop-f-bombs-for-feminism-in-holland-comedic-interviews-by-laura-akerlund	
Antidiscriminatiebureau	Organisation / Institution publique	Should you have to hide the real you to be accepted ?	Spot de prévention, sensibilisation + affiche	30sec	Pays-Bas	2009		web + affichage	non	Oui	Pas de mesure	DDG par SUBSTITUTION INTERSECTIONNELLE	sérieux-ironique	Cachées derrière un masque	tout public	Inégalités, Discriminations	Continuum, transversales + représentation de soi intersectionnel	INTERSECTION femmes racialisées + RACISME	Genre / sexe / sexualité / race	Non	Non	Non	Non	Aller voir l'ad agency imagine Nederland : http://www.imagine.nl/ Le site officiel de l'organisation qui a Retour sur les pubs d'Eram et suggestions d'autres articles (not. Sur le déroutement) : http://www.violentia.nl/leers-eram-2014/	
Eram	Entreprise grande distribution	Aucun corps de femme n'a été exploité dans cette publicité	Affiche commerciale		France	2001	Alors que la campagne sort début septembre	affichage	Oui	NON	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique-ironique	manequin nu pour vendre	Absente	femme	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Genre / sexe	Non	Non	Non	Sur YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=FSXAJXSpokk	
Eram	Entreprise grande distribution	Le linge sale	Spot commercial et social	30sec	France	2004		web + TV	Oui	NON	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	satirique ludique ironique	"un papa qui bricole"	Femme au foyer, qui s'occupe de son linge et	femme	Inégalités, Discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Genre / sexe	Non	Non	Non	Uui, nimportequelle pub de	
Eram	Entreprise grande distribution	"La famille, c'est sacré"	Affiche commerciale		France	2011		affichage	Oui	NON	Pas de mesure	DDG par déroutement des assignations	ludique	Père, absent en tant que père ou bien père dans une famille recomposée	Mère, qui peut être en couple Forte,	tout public, acheteur des chaussures dans la Audience	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes	INTERSECTION femmes lesbiennes et aïsme	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Non	Au-delà des liens précédents (à noter la campagne n'est pas sur le site de l'entreprise) : http://culturevielle.org/visuelart-social-2/	
Willaxxx	Artiste humoriste	Gradé - Ronda	Clip vidéo musical hypertexte	1min58	France	2015		web + radio	Oui	Non	Sur YouTube : 3736 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique-humoristique	Dominé, compagnon dominé et qui a "la corde au cou", c'est le chanteur	compagne, boxeuse, sportive	radio Le Mou, auditeur du	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes	NON	Genre / sexe	Oui, le clip et la musique	Non	Non	Non	Sur YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=BmVJcfsTH3c Willaxxx sur th -
hommes anonymes hollandais	Anonyme(s)	(perso) : les happening d'hommes pour lutter contre les VF	Action de rue hommes + support (manif)		Pays-Bas	2015-2016	Après le viol et le meurtre d'une étudiante	web + in situ rue	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	ludique sérieux satirique	Acteur contre VF, le sexisme	Absente	opinion public les hommes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	RACISME	Genre / sexe	Non	Non	Non	Pays bas : https://francais.rt.com/international/13662-pays-bas-hommes-defileront-mini-lince-entien-femmes-afghanes	
hommes anonymes afghans	Anonyme(s)	(perso) : les happening d'hommes pour lutter contre les VF	Action de rue hommes + support (manif)		Afghanistan	2015-2016	Après le viol et le meurtre d'une étudiante	web + in situ rue	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	ludique sérieux satirique	Acteur contre VF, le sexisme	Absente	opinion public les hommes	Violences, inégalités, discriminations	Discrimination droit politique, sexisme	Non	Genre / sexe	Non	Non	Non	Afghanistan : http://www.lemonde.fr/asiapacifique/video/2015/03/05/afghanes-de-hommes-defilant-en-burns-turquoise-les-hommes	
hommes anonymes turcs	Anonyme(s)	(perso) : les happening d'hommes pour lutter contre les VF	Action de rue hommes + support (manif)		Turquie	2015-2016	Après le viol et le meurtre d'une étudiante	web + in situ rue	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	ludique sérieux satirique	Acteur contre VF, le sexisme	Absente	opinion public les hommes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale, sexisme	Non	Genre / sexe	Non	Non	Non	Turquoise (les hommes) : http://www.huffpostmaghreb.com/2015/02/21/turquie-meurtre-etudiante-a-677614.html	
hommes anonymes allemands	Anonyme(s)	(perso) : les happening d'hommes pour lutter contre les VF	Action de rue hommes + support (manif)		Allemagne	2016	Après la nuit de la Saint-Sylvestre à Cologne en 2016, la boutique ferme	web + in situ rue	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	ludique sérieux satirique	des hommes engagé contre le sexisme et le viol	Absente	opinion public les hommes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non	Genre / sexe	Non	Non	Non	Allemands : https://www.rt.com/news/329221-netherlands-mini-skirts-rally/	
Colère : nom féminin	Entreprise privée à but non lucratif	"Et ta maman, tu la siffles ?" "Non, c'est non" "Les magasins U - Catalogue de Noel 2015." "Et si le plus beau cadeau à	Textile : message sur vêtement, sac		France	2014-2016		web	Oui	Non	19021ement la page sur Fr	sérieux-polémique	Absent graphiquement, harceleur dans le discours.	Absente graphiquement, Narratrice	homme, femme	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non	Genre / sexe	Oui, reprise pour certains	Non	Non	Non	Sur Fb : https://www.facebook.com/colerenomfeminin/?fref=ts Sur le site de votre association : Vidéo YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=GEIjqPgILY	
Super U	Entreprise grande distribution	Catalogue de Noel 2015." "Et si le plus beau cadeau à	Spot commercial et social, version longue	2min07	France	2015		web + TV ?	Oui	Non	Sur YouTube : 1532506 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique	Absent. Il est sit/présentés par une fillette comme "dada, lui il va au travail	Absente	parents femme et homme	Représentation de genre, préjugés sexistes	NON	Genre / sexe	Non	Non	Non	Non	Non	La publication sur FB (20-12-2015) :

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Précisions Violences...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas l'œuvre mais autre)	Liens
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Une étude confirme que chez les femmes, un "non" veut bien	Emission / Info TV FAUX	2min55	France	20/01/2015		web + TV (Canal +)	oui	Non	Pas de mesure	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	Faux journaliste Pablo Mira (qui présente cette information)	Absente, présente à travers le discours	Audience de Canal + hommes et Audience du Gorafi, femme et homme	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement Consentement	NON	Genre / sexe	Non	Oui, fausse étude scientifique	Sur Le Gorafi: http://www.legorafi.fr/2015/01/20/une-etude-confirme-que-chez-les-femmes-un-non-veut-bien
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Une application permet aux femmes de connaître les	Article de presse FAUX		France	08/04/2014		web (sur Le Gorafi)	oui	Non	sur le site, 23 176 partages	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	invités (qui rient et en Deux dirigeants de la société qui développe le collègue masculin	Discriminée	Gorafi, femme et homme	Inégalités	Discrimination professionnelle plafond de verre	NON	Genre / sexe	Non	Non	L'Article sur Le Gorafi : http://www.legorafi.fr/2014/04/08/une-application-permet-aux-femmes-de-connaître-les-netes-a-haute
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	Sondage : 89% des hommes pensent que le ditoris est un modèle de	Article de presse FAUX		France	23/09/2013	reprise dans média italiens qui ont écrit ???	web (sur Le Gorafi)	oui	Oui, RP	132 commentaires sur le site	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	Ignorants (ditors)	Enquêtrice de la fausse étude, femme et homme	Audience du Gorafi, femme et homme	Inégalités	Sexisme, plaisir et désir sexuel féminin	NON	Genre / sexe	Non	Fausse étude	Sur l'article et sa reprise dans les médias italiens : http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2013/09/28/faux-netes-ditors-est-
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Le gouvernement pourrait reculer désormais sur les 35h, l'IVG, et le	Article de presse FAUX		France	05/02/2014	Espagne des droits des femmes ???	web (sur Le Gorafi)	oui	non	12571 partages sur le site	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	Absent des (fausses) mesures rétrogrades contre l'ivg et le droit de vote.	Ministre de la Santé, Ministre de l'Abente.	Audience du Gorafi, femme et homme	Inégalités, Discriminations	Discrimination droit politique, sexisme	NON	Genre / sexe	Non	Non	L'Article du Gorafi : http://www.legorafi.fr/2014/02/05/le-gouvernement-pourrait-reculer-dormais-sur-les-35h-l-ivg-et-le
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Le gène de la lâcheté enfin identifié chez les hommes"	Article de presse FAUX		France	05/11/2014	Concomitance avec les autres ???	web (sur Le Gorafi)	oui	non	67 917 partages sur le site	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	il est lâche, c'est un tocard	Photo illustrant des femmes Secrétaire d'Etat des Droits des Femmes. La collègue, les femmes dans les transports.	Audience du Gorafi, femme et homme	Inégalités, Discriminations	Masculinité	MASCULINITES	Genre / sexe	Non	Fausse étude	L'Article du Gorafi : http://www.legorafi.fr/2014/11/05/le-gene-de-la-lachete-enfin-identifie-chez-les-hommes/
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Le gouvernement va tester la parité des salaires un jour par mois"	Article de presse FAUX		France	03/11/2014	Concomitance avec les autres ???	web (sur Le Gorafi)	oui	non	8 635 partages sur le site	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	journaliste polémiste (presse de droite de RMC) contre la mesure Un homme sexiste qui fait l'expérience de ne pas l'être un jour, et qui est déçu et ne	Personnes prostituées Nafissatou Diallo.	Audience du Gorafi, femme et homme	Violences, inégalités, discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, harcèlement au travail	NON	Genre / sexe	Non	Non	L'Article du Gorafi : http://www.legorafi.fr/2014/11/03/le-gouvernement-va-tester-la-parite-des-salaires-un-jour-par-mois/
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Il ne comprend pas pourquoi il n'a pas été félicité pour ne pas avoir DSK" / Ignorais que c'étaient des prostituées, je ne faisais que leur	Article de presse FAUX		France	30/10/2014	Concomitance avec les autres	web (sur Le Gorafi)	oui	non	13 305 partages sur le site	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	DSK, client de la prostitution et son avocat	Personnes prostituées Nafissatou Diallo.	Audience du Gorafi, femme et homme	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement, sexisme	NON	Genre / sexe	Non	Non	L'Article du Gorafi : http://www.legorafi.fr/2014/10/30/il-ne-comprend-pas-pourquoi-il-n-a-pas-ete-felicite-pour-ne-pas-avoir-dsk-ignorais-que-cetaient-des-prostituees-je-ne-faisais-que-leur
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Un groupe d'hommes âgés va décider de ce que Soohie. 21 ans. doit	Article de presse FAUX		France	25/05/2015	Après avoir supprimé le mot "genre", le gouvernement Transport : 5 chansons à écouter pendant que vous vous faites	web (sur Le Gorafi)	oui	Non	165 commentaires	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	Hommes (des cardinaux) en comité qui prennent les décisions à la place Président de la République, François Hollande et son gouvernement. oui absents, harceleurs, article sur la harcèlement Les musiciens du groupe sont habillé en femme, il ont 4 profils, not celui de la femme Faux savant (Trisotin), un père et frère (des femmes de la maison), un amoureux Cheffe d'entreprise position inversée	Privée de ses choix sur ses relations et Audience du Gorafi, femme et homme	Violences, inégalités, discriminations	Parité en politique, pouvoir masculin prenant des décisions en entre-soi sur les	Non	Genre / sexe	Non	Non	L'Article sur le Gorafi : http://www.legorafi.fr/2015/05/25/un-groupe-d-hommes-ages-va-decider-de-ce-que-soohie-21-ans-doit	
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Après avoir supprimé le mot "genre", le gouvernement Transport : 5 chansons à écouter pendant que vous vous faites	Article de presse FAUX		France	07/02/2014	Après avoir supprimé le mot "genre", le gouvernement Transport : 5 chansons à écouter pendant que vous vous faites	web (sur Le Gorafi)	oui	Non	79 commentaires	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoriste que-ironique	Hommes (des cardinaux) en comité qui prennent les décisions à la place Président de la République, François Hollande et son gouvernement. oui absents, harceleurs, article sur la harcèlement Les musiciens du groupe sont habillé en femme, il ont 4 profils, not celui de la femme Faux savant (Trisotin), un père et frère (des femmes de la maison), un amoureux Cheffe d'entreprise position inversée	Privée de ses choix sur ses relations et Audience du Gorafi, femme et homme	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme en politique	Non	Genre / sexe	Non	Non	L'Article sur le Gorafi : http://www.legorafi.fr/2014/02/07/apres-avoir-supprime-le-mot-genre-le-gouvernement-transport-5-chansons-a-ecouter-pendant-que-vous-vous-faites	
Madame Gorafi	Entreprise média privé pure player	"Après avoir supprimé le mot "genre", le gouvernement Transport : 5 chansons à écouter pendant que vous vous faites	Article de presse FAUX		France	10/02/2016	Après avoir supprimé le mot "genre", le gouvernement Transport : 5 chansons à écouter pendant que vous vous faites	web (sur Madame Le Gorafi)	oui	Non	le lendemain de sa publication TV ?	DDG par déroutement des assignations	ludique-satirique	Victime de harcèlement qu'il évite les	Victime de harcèlement qu'il évite les	Audience du Gorafi, femme	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement dans les transports	NON	Genre / sexe	Non	Non	L'Article sur Madame Gorafi : http://madame.legorafi.fr/2016/02/10/transports-5-chansons-a-ecouter-pendant-que-vous-vous-faites
Queen (groupe) Davis Mallet (réalisateur)	Artiste musique et DA/REALISATION	"I want to break free"	Clip vidéo musical	4min31	USA	1984		web + TV	Oui, s	Oui (censure...)	DDG par déroutement des assignations	ludique-satirique	Les musiciens du groupe sont habillé en femme, il ont 4 profils, not celui de la femme Faux savant (Trisotin), un père et frère (des femmes de la maison), un amoureux Cheffe d'entreprise position inversée	Absente.	tout public	Inégalités	Assignations de genre, le genre	INTERSECTION personnes trans ou	Genre / sexe / sexualité / trans	Non	Non	Non	Clip : https://www.youtube.com/watch?v=eMBSs28zjCE
Molière Macha Makeieff	Artiste théâtre	"Trisotin ou Les femmes savantes"	pièce de théâtre	2h15 min	France	1672-2016		édition + pièce théâtre + TV (France)	oui	Oui (pays francophone)	DDG par double renversement des rapports de pouvoir	ludique-polémique (minimisé)	Une mère (Philaminte), sa fille (Armande) Cheffe d'entreprise position inversée	tout public	tout public	Inégalités	Place et pouvoir des femmes	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur la page du théâtre de la Criée : http://www.theatre-lacriee.com/programmation/spectacle/trisotin-ou-les-femmes-savantes	
Florence Foresti	Artiste humoriste	"La chef d'entreprise"	one women show	0min20 (pour l'extrait)	France	2004		web + performance	oui	non	Plus disponible sur Youtube, et	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	humoriste que-satirique	Homme objetisé, secrétaire, postulant standardiste homme de ménage	position inversée	tout public	Inégalités, Discriminations	Harcèlement sexuel au travail	NON	Genre / sexe	Non	Non	vidéo plus dispo sur YouTube, (visualisation sur wat) : http://www.wat.tv/video/florence-foresti-la-chef-d-entreprise
Marivaux	Artiste théâtre	"La Colonie (comédie en prose d'un acte et 18 scènes. publiée en	pièce de théâtre		France	1750		édition + pièce théâtre	oui	Oui (pays francophone)	DDG par double renversement des rapports de pouvoir	ludique-polémique (minimisé)	Maitre renversé puis reprenant le pouvoir	prennent le pouvoir avant de se	tout public	Violences, inégalités, discriminations	Place et pouvoir des femmes	Non	Genre / sexe	Non	Non	Edition de l'œuvre chez Nathan, et disponible en ligne : http://www.theatre-lacriee.com/programmation/spectacle/la-colonie	
Guillemette Stevens	Bloggeuse	"24 heures de la vie d'un homme"	Article billet de blog		France	06/02/2014	les débats à ce moments portent sur les relations	web	oui	Non	Sur le site de l'Obs avec Rue 90 - 67000	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux-satirique	Victime de discrimination à son travail : harcèlement, travail de subalterne	Agresseuses	Tout public femme et homme société	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	non	Genre / sexe	Non	Non	Article 24h dans la ve d'un homme : http://tempsreel.nouvelobs.com/rubrique/2014/02/06/24-heures-de-la-vie-d-un-homme
Carol Diehl	Artiste auteur.e	"For the men who still don't get it"	Poème		USA	1994	L'auteur.e a produit ce poème une semaine	web + édition	Oui, s	Oui	Ouvrage d'origine récompensé par	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux-satirique	Inférieur physiquement et intellectuellement.	Agresseuses dominantes	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Genre / sexe	Non	Non	Poème original est explications de l'auteur : http://caroldiehl.com/art-vent/2combine-for-themen

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Pos. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DdG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénotées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens	
Jason Latour	Artiste Bdiste	Spider-Gwen	BD		USA	2016		édition	oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique	Secondaire	Héroïne, superpouvoir,	tout public	Non Violences, inégalités, discriminations LESBOPHOBES	Représentation de genre, préjugés sexistes	Non	Genre / sexe	Oui, Spider-Man suite	Non	Sur 9e art : http://www.9eart.fr/post/critique/comics/spider-gwen-tome-1-lacritique-002 Info sur IMDb : http://www.imdb.com/name/nm2704557/ Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Anne Renton	Réalisatrice	Love is love	court-métrage	6min52	USA	2007	homosexuel mariage ban 2007	web + projection	Oui, s	Oui, RP	Pas de mesure, 1317 vues sur	DDG par INVERSION DU GENRE, de l'HETERONORMATIVITE	sérieux-satirique	Homosexuels, majoritairement, sauf exception.	Lesbienne majoritairement, une femme qui Lesbienne majoritairement, une jeune fille Femmes portant une tenue de corps Chancellière allemande, Merkel.	tout public, personnes hétérosexuelles. tout public, personnes hétérosexuelles.	Non Violences, inégalités, discriminations LESBOPHOBES	HOMO-LESBOPHOBIE	INTERSECTION femmes lesbiennes	Genre / sexualité	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
K. Rocco Shields	Réalisatrice	Love is all we need ?	court-métrage	19min13	USA	2013		web + projection	non	NSP	4 300 000 sur Youtube	DDG par INVERSION DU GENRE, de l'HETERONORMATIVITE	sérieux-ironique	Un petit garçon dont la fille est amoureuse, les autres garçons à l'école.	Lesbienne majoritairement, une jeune fille Femmes portant une tenue de corps Chancellière allemande, Merkel.	tout public, personnes hétérosexuelles.	Non Violences, inégalités, discriminations LESBOPHOBES	HOMO-LESBOPHOBIE	INTERSECTION femmes lesbiennes	Genre / sexualité	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Peaches	Artiste musique	Dick in the air	Clip vidéo musical		Canada	2015		web	Oui, RP en France	Oui, RP	429 000 vues Youtube	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	satirique-polémique	Absent, secondaire	Femmes portant une tenue de corps Chancellière allemande, Merkel.	Adultes	Violences, inégalités, discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes	Non	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Straight Magazine	Entreprise média privé lesbien	"Paparazzi Fenster" ou "Moment volés"	Spot commercial et social		Allemagne	2015		web	Oui, RP en France	Oui, RP	151 000 vues (vidéo 1)	DDG par INVERSION DU GENRE, de l'HETERONORMATIVITE	polémique-satirique	Absent	Femmes portant une tenue de corps Chancellière allemande, Merkel.	Adultes, lesbiennes	Violences, inégalités, discriminations LESBOPHOBES	LESBOPHOBIE	INTERSECTION femmes lesbiennes	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Asa Johannesson	Artiste photographie	Looking Out, Looking In	Photographies d'art		UK	2015		web + exposition	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par exposition du trouble de la	sérieux	Féminin-masculin	Féminin-masculin	tout public	Violences, inégalités, discriminations CATEGORISATION	Représentation de genre, catégorisation	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Institut pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	Organisation / Institution publique	Les hommes osent dire non à la violence à l'égard des femmes	Spot de prévention, sensibilisation, version longue. Spot de prévention, sensibilisation, version longue	4min12	Belgique	2012		web + ?	Oui	NSP	20 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux-polémique	Agresseurs, hommes opposés aux VF	Victimes de violences	tout public, adultes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Allindiabackhod (AIB)	Comédien. ne.s	It's your fault	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	3min35	Inde	2013		web	non	Oui	6M vues Youtube	DDG par POUR L'IMAGE de l'absurdité de la culpabilisation des victimes	polémique-satirique-ironique	Rare, agresseurs, policier qui pose des questions culpabilisantes aux Parlementaires uniquement masculins, hommes dans le public, propos virulents envers Absent,	Narratrices présentes et tenant un discours Activistes qui portent une barbe, porte un Rendues visibles en mettant leur nom	tout public, adultes	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle, viol, culpabilisation des victimes + conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Oui, détournement des accusés	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
La Barbe	Association	En Europe aussi, l'homme est l'avenir de la femme	Action de rue femmes + support	3min14	France	2015	intervention lors de rencontres masculinistes	web + in situ lieu politique	Oui	NSP	12 000 vues	DDG par action directe en milieu politique masculin	polémique-ironique	Agresseurs, hommes dans le public, propos virulents envers Absent,	Narratrices présentes et tenant un discours Activistes qui portent une barbe, porte un Rendues visibles en mettant leur nom	tout public et milieu politique	Inégalités, Discriminations	Discrimination droit politique, sexisme	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Osez le féminisme	Association	Féminicité	Action de rue femmes + support		France	2015	Cadre des 45 ans de la création du MEF action	Action de rue (Paris)	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par action directe en milieu politique masculin	polémique-ludique	Agresseurs, hommes dans le public, propos virulents envers Absent,	Narratrices présentes et tenant un discours Activistes qui portent une barbe, porte un Rendues visibles en mettant leur nom	tout public, autorités locales : mairie de	Inégalités, Discriminations	Invisibilité des femmes (nom des rues)	Non	Genre / sexe	Oui, le nom des rues	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes
Zero Macho	Association	Pour la fête des mères, offrons l'égalité. Repasser pour l'égalité	Action de rue hommes + support		France	2015	Jour de la fête des mères	Action de rue (10 villes fr)	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par action directe en milieu politique masculin	ludique-sérieux	Agresseurs, hommes dans le public, propos virulents envers Absent,	Narratrices présentes et tenant un discours Activistes qui portent une barbe, porte un Rendues visibles en mettant leur nom	tout public, autorités locales : mairie de	Inégalités, Discriminations	Sexisme inégalité tâche domestique	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Thorn (ex-Demi & Ashton)	Association : Fondation	Real men don't buy girl	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	54sec	USA / International	2011	En 2014, enlèvement de 300 lesbiennes	web	Oui, s	NSP	Pas de mesure	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	ironique-satirique et humoristique	Agresseurs, hommes dans le public, propos virulents envers Absent,	Narratrices présentes et tenant un discours Activistes qui portent une barbe, porte un Rendues visibles en mettant leur nom	tout public, hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Prostitution	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Annette Messenger	Artiste plasticien. ne	Ma collection de proverbe	Textile : message broderie (art)		France	1974-2012		web + exposition	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironique	Agresseurs, hommes dans le public, propos virulents envers Absent,	Narratrices présentes et tenant un discours Activistes qui portent une barbe, porte un Rendues visibles en mettant leur nom	tout public, femme et homme	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme	Non	Genre / sexe	Oui, les proverbes	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Men can stop rape	Association	Where do you stand ?	Affiche et flyer		USA	2012		web + affichage université	non	Non	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Agresseurs, hommes dans le public, propos virulents envers Absent,	Narratrices présentes et tenant un discours Activistes qui portent une barbe, porte un Rendues visibles en mettant leur nom	jeune hommes étudiants	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle, harcèlement, sexisme	MASCULINITES	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Fédération nationale Solidarité Femmes	Association (réseau) Agence de communication	Le souffle	Spot de prévention, sensibilisation	1min	France	2012	20 ans du numéro 3919 des violences	web + ?	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et renvoie à la capacité d'agir des femmes	sérieux	Agresseurs, maris violents	Victimes de violences, et surtout actrice de sa	femmes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Fédération nationale Solidarité Femmes	Association (réseau) Agence de communication	Le téléphone est une arme	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	50sec	France	2013		web + ?	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et renvoie à la capacité d'agir des femmes	sérieux	Agresseurs, maris violents, en situation de violence ou en position "d'arrestation" face au	Victimes de violences, et surtout actrice de sa	femmes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	
Fédération nationale Solidarité Femmes	Association (réseau) Agence de communication	Un homme qui maltraite sa femme apprend la violence à ses	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min	France	2006		web + ?	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et renvoie à la capacité d'agir des femmes	sérieux	Agresseur, mari violent	Victime de violence	femme et homme	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le site <i>Foundation for Global Sur Youtube</i> : https://www.youtube.com/watch?v=3R0XTfKfco dernière vidéo 2017 : http://yagg.com/2015/09/10/dick-in-the-air-le-nouveau-clip-dejante-de-noah-bac-sars-marcel-berthel/ Sur Yagg : http://yagg.com/2015/07/22/pour-sa-promotion-un-magazine-lesbien-met-en-scene-spels-merkel-avec- Site de l'artiste et page du projet artistique : http://asajohannesson.com/work/exhibitions/looking-out-looking-in-2/ Clip : https://www.youtube.com/watch?v=IDNjTvgF40A Institue pour l'Égalité des Femmes et des Hommes	

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	type lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Prétensions... Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour la message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
ONG Care Norvège	Association	Dear Daddy	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	5min	Norvège	2015		web + ?	Oui, RP en France	Oui, RP	14M vues Youtube	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Amis, agresseurs, père...	Victime de violence, sexisme	hommes père	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression, violence	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Article sur les Inrock : http://www.lesinrocks.com/2015/12/news/le-clip-cho-c-de-la-norvege-nous-sensibiliser-les-norvegiens
Toy Planet	Entreprise grande distribution	Catalogue de Noël sans stéréotypes sexistes	Catalogue commercial + merchandising		Espagne	2009-2014-2015	Début 2009 avec photos sur RS puis catalogue	web + édition	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux ludique	Garçons qui jouent à des jouets de filles et de garçons	Filles qui jouent à des jouets de filles et de garçons	parents femme	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes et catégorisation	Non	Genre / sexe	Non	Non	Trouvé sur le site "sanscompromisféministe" : https://sanscompromisféministe.wordpress.com/2015/11/10/le-catalogue-de-noel-sans-stereotypes-sexistes/
Top Toys	Entreprise grande distribution	Catalogue de Noël sans stéréotypes sexistes	Catalogue commercial + merchandising		Suède	2012		web + édition	Oui, RP en France	Oui, RP		DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux ludique	Garçons qui jouent à des jouets de filles et de garçons	Filles qui jouent à des jouets de filles et de garçons	parents femme	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes et catégorisation	Non	Genre / sexe		Non	Depuis sanscompromis : https://sanscompromisféministe.wordpress.com/2015/11/10/le-catalogue-de-noel-sans-stereotypes-sexistes/
Let's toys be toys, bénévoles	Association	Let's toys be toys	Catalogue commercial + merchandising		UK	2013	Fait écho à la campagne en UK	web + édition	non	Non	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux	Absent	Absent	lieux de vente	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes et catégorisation	Non	Genre / sexe		Non	The Local, "Sweden inspires UK on gender neutral toys" : http://www.thelocal.se/20130911/50164
DAM UNFPA (United Nations CE SNCF NPDC (Comité d'Établissement d'Établissement Méilissa)	Artiste musique Fondation Oranisatio Comité d'Établissement	Who you R	Clip vidéo musical et de prévention, sensibilisation	4min34	Palestine	26/03/2015		web	non	Oui, ST multiples	Au 19/01/2016, sur Youtube	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués		Double, modèle positif qui dénonce modèle négatif. Cultivés des auteurs féministes. Il Cheminots, dont l'héritage est celui du "farwest". Ils sont internets : réveille-Acteur contre les violences : musicien sur scène	Double, elle est à la fois celle qui est "seule" Chemonottes, victimes de sexisme, harcèlement	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Discrimination professionnelle harcèlement au travail et sexisme	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=C2I1l0i3xg
Nichols filme un membre du Antoine Chereau pour Randstad	Anonyme(s)	Brad kicking a dude out of the show! Just another reason I'm proud C'est parce que je suis une femme que je suis moins bavée ou un #ItsMensTurn ("C'est à leur tour" [aux hommes] d'agir en Zizi et zezette ou en VO « Snoppen och snippan » (dessin animé "La chanson des règles" ou en VO "Mensläten" (dip musical ado)	Extrait concert de musique	1min10	USA	15/08/2015		web + concert	Oui, RP en France	Oui, ST en anglais NSP	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité DDG par RIDICULARISATION du rapport genre ou comportement masculin DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Violences : musicien sur scène Aeresseur : un homme DDG par RIDICULARISATION du rapport genre ou comportement masculin	Victime de violence Aeresseur : un homme DDG par RIDICULARISATION du rapport genre ou comportement masculin	spectateurs	Violences, inégalités, discriminations	Aggression physique	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube et la chaîne du groupe : https://www.youtube.com/watch?v=e60RiXa8vK8
hommes anonymes iraniens	Anonyme(s)	Hashtag + photographie participative			Iran	2015	"À la suite de la décision d'...	web	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Sexiste, discriminant, tenant des propos souvent absurdes	Victimes de discriminations ou inégalités	collaborateurs	Inégalités, Discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, sexisme	NON	Genre / sexe	Non	Non	site du Bdiste : http://www.antoinechereau.fr/les-planches-liées-à-l'égalité-professionnelle-femmes-hommes-RP
Barnkanalen	Entreprise média publique	en VO « Snoppen och snippan » (dessin animé "La chanson des règles" ou en VO "Mensläten" (dip musical ado)	court-métrage de prévention	1min07	Suède	2015		web + TV	Oui, RP en France	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par RIDICULARISATION du rapport genre ou comportement masculin	ludique	Absent, représentation du pénis	Victime de violence Absente, représentati on de la vulve	enfants filles et garçons	Inégalités	Education enfant	NON	Genre / sexe	Non	Non	Sur sanscompromis : https://sanscompromisféministe.wordpress.com/2015/10/17/une-video-educative-sur-le-genre-les-deux-clips-et-rp-cnews
L.E.J Leila Sy	Artiste musique et DA/REALISATION Prof. fe, chercheur. e et militant.e	La dalle	Clip vidéo musical	3min26	France	11-déc-15	date web, interprétation ou du morceau	web + TV	Oui	Oui, ST multiples	15M vues Youtube	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ironique	Agresseurs, les voix des chanteuses sont les dires des hommes. prendre le	Objet du désir, agressions des auteurs.	tout public	Violences, inégalités, discriminations	Agresion, violence sexuelle, harcèlement, sexisme	NON	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=Rak8HlQMPA8
Acclimatrix	Réalisateur pour Zero Macho	Don't be that dude: Handy tips for the male academic	Article billet de blog		Plusieurs pays : USA, France	26/09/2013		web	Oui	Oui, ST multiples	Sur le site original tenue, che vrété sur Vimeo sur la chaîne de art sur Vimeo, 31 000 vues	DDG par incitation et implication à réagir des hommes DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Universitaires, conscients mais sexistes	Victimes	hommes universitaires leur comportemente hommes et hommes clients de la prostitution	Violences, inégalités, discriminations	Discrimination professionnelle représentation	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Article sur Tenure she wrote : https://tenureshewrote.wordpress.com/2013/09/26/dont-be-that-dude-handytips-for-the-male-academic/
Frédérique Pollet Rouyer	Artiste photographe	L'homme enceint/Pregnant man : Patrick Jean photoarabhié par	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	2min09	France / Belgique	07/11/2015	Autour du 25 novembre III CVE	web + ?	Oui	NON		polémique	clients de la prostitution, aux discours sexiste, violent, raciste	Absente, victime de violences, personnes Absente, mais visuellement présente	hommes et femmes clients de la prostitution	Violences, inégalités, discriminations	Prostitution	INTERSECTION femmes racialisées +	Genre / sexe	Non	Oui, texte repris de forum	Vidéo sur la chaîne Black Moon Production : https://vimeo.com/78841327	
Madonna Badger (fondatrice de l'agence) Madonna Badger (fondatrice de l'agence)	Agence de communication	I stand up #WomenNotObject	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	2min41	USA	2016	Autour du 8 mars JIDF	web	Oui, s	Oui	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Absent, puis se lève contre ces violences pour les femmes	Objet des injonctions à la beauté, au	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	NON	Genre / sexe	Non	Non	Sur le Huff Po : http://www.huffingtonpost.fr/2016/03/11/campagne-anti-objectivation-women-not-object/
	Agence de communication	We Are #WomenNotObiects	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	2min21	USA	11/01/2016	Autour du 25 novembre III CVE	web	Oui, s	Oui, RP + ST	10 jours après sa diffusion sur	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironique sérieux	absent, interpellé	Objetisé dans la pub, des femmes prononcent	homme (message de fin : "don't talk to me	Violences, inégalités, discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	Non	Genre / sexe	Oui, les publicités	Non	Vidéo sur YouTube diffusé par le # : https://www.youtube.com/watch?v=5J31AT7w1qo

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Précisions...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
Aimee Davis	Comédien. ne.s, réalisateur. trice	Becoming the FEMALE Tony Toutouni: Sexperiment #22	court-métrage + photo	0min0	Canada	31/10/2015		web	Oui, RP en France	Oui, NSP	14 509 vues sur YouTube et la 367 961 vues sur YouTube et la	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique	objectisé, nu, lassif, sexualisé	Objetisée, objectisante	Adultes	Violences, inégalités, discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub + Violences	NON	Genre / sexe	Oui, les photos de Tonvoui,	Non	Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=raRyIcne2HA Article sur la Huff Po : Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=ITSLB0MEQ
Aimee Davis	Comédien. ne.s, réalisateur. trice	Becoming the FEMALE Dans Blizerian : Sexperimentation	court-métrage + photo	7min37	Canada	25/09/2015		web	non	NSP	367 961 vues sur YouTube et la	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique	objectisé, nu, lassif, sexualisé	Objetisée, objectisante	Adultes	Violences, inégalités, discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub + Violences	NON	Genre / sexe	les photos de Dan	Non	Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=ITSLB0MEQ
Insolente veggio (pseudonyme pour Rosa)	Bloggeuse	Harcèlement de rue moi aussi	BD		France	13/06/2014	(date du billet mais son auteure continue)	web	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSERMENT de la culpabilité	ludique satirique	Agresseur	Victime, actrice dans sa défense	hommes, les conseils (répétition et ton absurde)	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non	Genre / sexe	non	L'auteure explique que les histoires	La BD sur le blog de l'artiste : http://www.insolente-veggio.com/harcèlement-de-rue-moi-also/ Tumblr : http://still-notaskingforit.tumblr.com/about
Rory Banwell	Artiste photographie	Still Not Asking For It (or Blame the Raists not the	Photographies d'art		Australie	2014	"Banwell told HuffPost that the on-	web + exposition ?	non	Oui, RP	Sur FB, 2291 personnes aiment la	DDG par déroutement des assignations	sérieux	engagé contre le sexisme et le viol	Engagées contre le sexisme et le viol	femmes hommes société	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, sexisme	NON	Genre / sexe	Non	Non	HuffPo : http://www.huffingtonpost.com/entry/straight-celebrities-pose-as-gay-romantic-ic-556f422e2e2b72b4f0a Sur le HuffPo : http://www.huffingtonpost.fr/2016/01/25/video-trans-cam-clash-insultes-romant/
Olivier Ciappa, en lien avec Aids et	Artiste photographie	couples imaginaires	Photographies d'art + vidéo		France	2016	"Ciappa found inspiration for the	web + exposition	Oui	Oui, festival	Pas de mesure	DDG par INVERSION DU GENRE, de l'HETERO-NORMATIVITE	sérieux	couple homosexuel, personnalités connu	lesbiens, personnalité es connu	femmes hommes société	Inégalités, Discriminations	HOMO-LESBOPHOBIE	NON	Genre / sexualité	Non	Non	HuffPo : http://www.huffingtonpost.com/entry/straight-celebrities-pose-as-gay-romantic-ic-556f422e2e2b72b4f0a Sur le HuffPo : http://www.huffingtonpost.fr/2016/01/25/video-trans-cam-clash-insultes-romant/
Baptiste Etchegaray et France 4	Entreprise média publique	Cam Clash Ils insultent une trans	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	9min10	France	2016		web	Oui	Non	800 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSERMENT de la culpabilité	sérieux polémique	Complices de l'expérience, agresseurs	Intervient pour défendre la personne	femmes hommes société	Violences, inégalités, discriminations	Transphobie	INTERSECTION personnes trans	Genre / trans	Non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=bnBg8BkKw Sur le journaliste et la diffusion de Sur Terra Femina : http://www.femina.ch/societe/new-s-societe/georgette-sand-l-homme-feministe-romantique-parfum Sur FB : https://www.facebook.com/media/set/?set=a.356440697813664.1073741824.3082565026170758119623 Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=OFF-5mDmY Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=7a3kVh3YDc
Baptiste Etchegaray et France 4	Entreprise média publique	Cam Clash Il maltraite sa femme	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	6min4	France	2015		web	Oui	Non	2M vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSERMENT de la culpabilité	sérieux polémique	Complices de l'expérience, agresseurs	Complices, n'intervient	femmes hommes société	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale physique	NON	Genre / sexe	NON	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=bnBg8BkKw Sur le journaliste et la diffusion de Sur Terra Femina : http://www.femina.ch/societe/new-s-societe/georgette-sand-l-homme-feministe-romantique-parfum Sur FB : https://www.facebook.com/media/set/?set=a.356440697813664.1073741824.3082565026170758119623 Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=OFF-5mDmY Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=7a3kVh3YDc
Georgette Sand	Association	L'Homme féministe	Affiche hypertexte		France	2016		web + exposition (Paris 10e)	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux polémique	Modèle, dans le sens du féminisme, féministe	Absente	femmes hommes société	Inégalités	Sexisme	MASCULINITES	Genre / sexe	Oui, les publicités de Oui,	Non	Sur Terra Femina : http://www.femina.ch/societe/new-s-societe/georgette-sand-l-homme-feministe-romantique-parfum Sur FB : https://www.facebook.com/media/set/?set=a.356440697813664.1073741824.3082565026170758119623 Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=OFF-5mDmY Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=7a3kVh3YDc
ONU Femmes, campagne He For She	Organisation internationale	Equality matters!	Affiche		USA	2015	issu de HeForShe et adaptation d'une des	web + affichage université	non	Non	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	sérieux	Soumis aux injonctions générées sur le masculin. Photographié en portrait	Photographiée en portrait, soumise aux	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Injonctions aux femmes:	NON	Genre / sexe	Oui, campagne de LIN	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/media/set/?set=a.356440697813664.1073741824.3082565026170758119623 Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=OFF-5mDmY Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=7a3kVh3YDc
Buzzfeed	Entreprise média privé pure plaver	If Men Got Insulted Like Women	Courte vidéo divertissement	1min11	USA	26/12/2015		web	non	NSP	Sur Youtube : 547259 vues et	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique ironique	Soumis aux injonctions générées féminines	Celles qui sont dans les	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Injonctions aux femmes:	NON	Genre / sexe	NON	Non	Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=OFF-5mDmY Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=7a3kVh3YDc
Buzzfeed Yellow	Entreprise média privé pure plaver	If Men in Film were treated like women	Courte vidéo divertissement	2min18	USA	16/07/2015		web	non	NSP	Sur Youtube : 999 000 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique ironique	Discriminé dans le monde cinématographique	les hommes et celles qui soutiennent les hommes et celles qui Action punk et paillette contre les agresseurs	femmes hommes	Inégalités, Discriminations	Discrimination professionnelle harcèlement au travail et sexisme	NON	Genre / sexe	NON	Non	Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=OFF-5mDmY Sur Youtube, avec sous-titre en anglais : https://www.youtube.com/watch?v=7a3kVh3YDc
Las hijas de Violencia (les filles de la violence) Martine Zoer pour l'entreprise Quirkie Kids	Association	Sixista punk	Action de rue femmes + support	1min29	Mexique	27/01/2016		web + in situ rue	non	Oui, ST multiples	La vidéo de présentation on sur A1	DDG par action directe en milieu politique masculin	polémique	Agresseurs	Princesse, barbie, popstar, enfant, ados	femmes hommes parents	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	NON	Genre / sexe	NON	Non	Sur la page AJ video : https://www.facebook.com/ajplusenglish/videos/vb.407570359384477/679924785052110/?vtn=7&theater Sur Huff Po : http://www.huffingtonpost.com/entry/mom-combats-gender-sterotypes-with-ettikaw
Arte et Cécile Denjean	Entreprise (vêtement)	#still a boy	Hashtag campagne + photographie + Tshirt		USA	2014		web	Oui, RP en France	NSP	Pas de mesure	DDG par déroutement des assignations	sérieux	Petit garçon qui joue	Absente	femmes hommes parents	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes et catégorisation	NON	Genre / sexe	NON	Non	Sur Dailymotion : https://www.dailymotion.com/video/x6fd211 Site internet artiste : http://www.dinagoldstein.com/
Dina Goldstein	Réalisateur. trice	Princesse, pop star et Girl power	Film long-métrage documentaire	54min2 / Allema		04-oct-14	1ere diffusion	web + TV (Arte)	Oui	Oui (chaîne binational)	6000 vue Dailymotion	DDG par déroutement des assignations	sérieux, ironique	Quasi absent	Princesse, barbie, popstar, enfant, ados	femmes hommes public de la chaîne Arte	Violences, inégalités, discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes et catégorisation	INTERSECTION femmes racialisées	Genre / sexe	NON	Commentaires sur nombreux	Site internet artiste : http://www.dinagoldstein.com/
Dina Goldstein	Artiste photographie	Fallen princess	Photographies d'art		Israël	2007-2009		web + exposition	Oui, images mont	Oui	Pas de mesure	DDG par déroutement des assignations	sérieux polémique	Prince charmant devant la TV, hommes dans un bar	Princesses dans la vie réelle et contemporaines	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes	NON	Genre / sexe	Princess	Non	Site internet artiste : http://www.dinagoldstein.com/
Dina Goldstein	Artiste photographie	In the dollhouse	Photographies d'art		Israël	2012		web + exposition	Oui, images mont	Oui	Pas de mesure	DDG par déroutement des assignations	polémique	Ken, Marié de force à Barbie, se découvre homosexuel	représentation de la beauté, fait Ex de la TV	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes	MASCULINITES	Genre / sexualité	Barbie et Non	Site internet artiste : http://www.dinagoldstein.com/	
Jennifer L. Pozner adaptation du livre écrit	Prof. fe, chercheur. e et militant.e	Reality Rehab	web-série	entre 2min30 et 5min par	USA	mai-11		web	non	non	entre 2000 et 75000 vues sur Youtube	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	satirique	Ex de la TV réalité : le crétin, le gangster,	garce salope.	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes et autres	INTERSECTION femmes racialisées noires	Genre / sexe	Oui, les émissions de TV	Non	Sur Arte (à la min 31) : https://www.dailymotion.com/video/x6fd211 Sur la chaîne RealityBitesBackBook

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Couvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
The laws revu	étudiant.e.s	Robin Thicke - Blurred Lines [Feminist Parody] "Defined Lines"	Clip vidéo musical hypertexte	3min40	USA	30-août-13	Peu de temps après la sortie de la VO Robin	web	non	NSP	Sur la chaîne The Auckland Law Bureau	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	Satirique	objetsés, nu, lassif, sexualisé	Agresseuses / dominantes	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, harcèlement + Objectisation et sexualisation des	NON	Genre / sexe	Oui, la musique	Non	Sur la chaîne The Auckland University Law Revue : https://www.youtube.com/watch?v=4r3vniD10k4
Mod Carousel	Artiste, troupe boylesque	"Blurred Lines" Sexy Boys Parody by Mod Carousel	Clip vidéo musical hypertexte	4min26	USA	21/07/2013	Peu de temps après la sortie de la VO Robin	web	non	Oui	Sur la chaîne de Mod Carousel	DDG par déroutement des assignations DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	ludique	Dénudés, féminins, spectre de masculinité queer, objectivé chanteur rock du genre "les inconnus", fier de leur "bite", qu'ils violent partout et v pensent lascards qui s'embrouillent puis se roulent une pelle dans le "clash"	Dominatrices, spectre de féminin et masculin	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	INTERSECTION personnes trans	Genre / sexe / sexualité	Oui, la musique	Non	Sur la chaîne de Mod Carousel : https://www.youtube.com/watch?v=IKfwCjig1odg	
Yes	Comédiennes	Ma bite	Clip vidéo musical hypertexte	1min58	France	04-déc-15		web	oui	NSP	Sur la chaîne Yes : 315 339 vues		satirique	"les inconnus", fier de leur "bite", qu'ils violent partout et v pensent lascards qui s'embrouillent puis se roulent une pelle dans le "clash"	absente, veut chanter une	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Discriminations, représentation de soi	MASCULINITES	Genre / sexe	Non	Non	Vue par Arte reportage vers 45 min - Sur Youtube et la chaîne officielle : https://www.youtube.com/watch?v=V2fVwoaeShU
Yes	Comédiennes	Clash	Courte vidéo divertissement	3min06	France	28-mai-14		web	oui	Non	Sur Youtube et la chaîne YouTube	DDG par déroutement des assignations						Homophobie	MASCULINITES	Genre / sexe / sexualité	non	Non	Sur Youtube et la chaîne officielle : https://www.youtube.com/watch?v=5rJVTUAh7g
Le Monde à l'envers	Comédienne.s créateur.trice.s	Le Monde à l'Envers - Confessions Intimes (Parodie)	web-série	8min46	France	14-janv-12		web	oui	non	Sur Youtube page officielle	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	humoristique ludique	homme battu, humilié, dominé	Compagne violente	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Non	Vidéo Youtube sur la chaîne officielle : https://www.youtube.com/watch?v=84n7c9aMA
Paye ta schnek et Féministes par	Militant.e.s	Contre la suppression de l'article 14	Affiche		France	06-févr-16	suppression par les sénateurs de l'article 14	web + affichage	oui	oui, ST multiples	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux satirique	sénateur qui ne vit pas le harcèlement, harceleur à qui l'on dit que "tout est permis" /		sénateurs, opinion publique	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement et politique	Non	Genre / sexe	Non	Non	Série des affiches (téléchargées) : https://www.docdroid.net/xLM153u/ha-seriecomplete-republicain-off.html
Sophie Védrine	étudiant.e.s	Parodie "Face au harcèlement attendons pour réagir"	Affiche hypertexte + pétition		France	08-juil-05	Mobilisation contre le rejet de l'art 14 visant à	web	oui	non	65000 signatures	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	sérieux ironique	Agresseurs, sénateurs	Victimes de harcèlement	opinion public sénateurs	Violences, inégalités, discriminations	Politiquement et	Non	Genre / sexe	Oui, campagne nationale	Non	Détournement de la pub de l'état : face au harcèlement attendons pour réagir ? : http://www.facebook.com/payetashnektumblr
Paye Ta Shnek Anaïs Bourdet, créatrice et	Militant.e.s	Témoignages de harcèlement sexiste dans l'espace public	Tumblr témoignages		France	2012-2019	de août 2012 à juillet 2019	web (Tumblr)	oui	NSP	227 000 j'aime sur le Tumblr	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseurs	Victime, qui exprime la situation violente et	opinion public	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression, violence	INTERSECTION femmes lesbiennes + femmes	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur le Tumblr : http://payetashnektumblr.com/
Lille sans relou	Association	Et maintenant, on fait quoi ?	Spot de prévention, sensibilisation	47sec	France	2015		web + ?	oui	Non	84 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseurs, victimes	Victimes	opinion public	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement, sexisme	MASCULINITES	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur l'Express : http://www.lexpress.fr/actualite/societe/harcement-de-rue-ca-vous-choque-de-lentendre-imaginer_1409046.html
Anna Akana	Comédienne.s, réalisatrice	Racist Sexist Improv Class	court-métrage	3min08	USA	04/02/2016		web	non	NSP	1 246 000 vues Youtube	DDG par INVERSION du GENRE, INTERSECTIONNEL	satirique ironique	Victimes des stéréotypes médiatique sur les hommes blancs (oote.	Femmes asiatiques norme de ce groupe Femmes-	hommes femmes particuliers communiquant, publicitaire	Violences, inégalités, discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes et interactionnels	INTERSECTION femmes racialisées asiatiques	Genre / sexe / race	Non	Non	Article et vidéo sur le Huff Po US : http://www.huffingtonpost.com/entry/asian-women-take-on-white-male-privilege_in-role-reversing_60a11111-5611-11e1-920a-000119080000
Communication & entreprise Réseau	Association professionnelle	No more clichés	Spot de prévention, sensibilisation, version lonuee	2min14	France	2016		web + ?	oui	NSP	228 000 vues Youtube	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironique sérieux	Quasi absent, les maris qui se font servir	dichés dans les publicités	opinion Enfants filles et garçons école élémentaire	Inégalité	sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	Non	Genre / sexe	Oui, extraits de publicité	Non	Sur les Inrocks : http://www.slate.fr/story/113991/partite-femmes-gouvernement
TV5 Monde	Entreprise média publique	Inégalités femmes/hommes : détourner pour	Affiche		France	2013		web	oui	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ironique	Victimes d'inégalités, discriminations, n'ont pas accès à l'éducation, ...	Dirigeantes, ne font pas les tâches ménagères.	Enfants filles école élémentaire	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales + Politique	Non	Genre / sexe	Oui, les statistiques	Non	Qu'est ce que Enseigner avec TV5 Monde ? : http://enseigner.tv5monde.com/file/1406246212164/24me-28-theater
Radio Free Europe / Radio Liberty	Entreprise privée à but non lucratif	Bacha Bazi	Courte vidéo documentaire	3min17 1min11	Afghanistan	janv-16		web radio	non	Oui, RP	Sur AJ vidéo FB : 1 019 940 vues en NSP	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	violateur et kidnapper victime de violences sexuelles	Absente	femmes hommes	Inégalité genrées JEUNES	Agression, violence sexuelle, domination	MASCULINITES	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur FB AJ vidéo : https://www.facebook.com/ajplusenglish/videos/vb.407570359384477/67022467212164/24me-28-theater
Julia Kuntzle pour ce "projet de reportage et	Artiste photographe	Macho Mouchkil	Photographies d'art + témoignages		Maroc	2016		web	oui	oui		DDG par VISIBILISATION et ACCENTUATION des inégalités / auteurs de violences	sérieux	Subi les injonctions de genre, prise de position en faveur des femmes	Subi les injonctions, inégalités liées au Jeune fille	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression, violence sexuelle, machisme, culpabilisation des victimes	MASCULINITES	Genre / sexe / sexualité	Non	Oui, les témoignage sur	Info globale sur TV5 Monde + 8 portraits : http://information.tv5monde.com/tarjane/macho-mouchkil-les
Fabrice Roullif	Réalisateur.trice	Je suis le machisme ordinaire	court-métrage	2min20	France	2016		web + festival	oui	oui, ST en anglais	NSP	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Jeune homme à l'école, agresseur, son père qui le défend, le prof qui réagit positivement	Jeune fille agressée, sa mère qui la défend. la	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Non	Genre / sexe	Non	Non	Lien article et vidéo : http://positivr.fr/je-suis-le-machisme-ordinaire-court-metrage-fabrice-roullif-nikon-film-factual/	
Claiches	Association	Campagne d'affichage nationale contre le harcèlement	Affiche		France	2016		web + affichage	oui	Non	NSP	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	ironique sérieux	Harceleurs	Victime de violence		Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement sexuel, culpabilisation victime	Non	Genre / sexe	Non	Oui, reprise de maximes	Sur FB, depuis Les eFRONTÉ-e-s : https://www.facebook.com/efFRONTees/posts/991172377665308
Cécile Dorneau	Artiste dessinateur.trice	animations gifs (perso)	Visuels, image commentée		France	2015		web + ?	oui	Oui, festival	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et renvoie à la capacité d'agir des femmes	humoristique, satirique	Agresseur	Victime qui contre-attaque	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur son Tumblr (CF septembre 2015 2 illustrations gif) : http://cecile-dorneau.tumblr.com/post/104111111111

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
Secrétariat du gouvernement du Now This NT and Huff Po 5 activités transgenre	Organisation / Institution publique	"Empieza ahora, firma el pacto ! #NosotrosPorEllas	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min11	Mexique	2016		web + ?	non	Non	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Positif, rôle de père et de mari	Activités professionnelles, loisirs transgressa	hommes	Inégalités	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression, violence	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur Fb : https://www.facebook.com/gobmx/videos/vb.695267943936892/775837823545662/?type=2&theater
	Entreprise média privé pure player	We need more Trans representation in Media	Courte vidéo documentaire / information	2min10	UK	2016		web	non	NSP	Pas de mesure	DDG par exposition du trouble de la catégorisation DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Grand-père et son petit fils, le grand père porte un regard méta sur la situation. le mari se fait	Femme active qui doit gérer aussi sa	opinion public	Inégalités	Trans représentation	INTERSECTION personnes trans	Genre / Trans	non	Les exemples de représent	Sur le Huff Po : http://www.huffingtonpost.co.uk/2016/02/23/we-need-more-trans-representation-in-the-
Ariel	Entreprise grande distribution	"Dads #shareTheLoad"	Spot commercial et social, version longue	2min	Inde	2016		web + TV	Oui, s	Oui, ST en anglais	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Grand-père et son petit fils, le grand père porte un regard méta sur la situation. le mari se fait	Femme active qui doit gérer aussi sa	femmes hommes	Inégalités	Inégalité tâche domestique	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Fb : https://www.facebook.com/sheryl/videos/vb.717545176/10156510941810177/?type=2&theater
Colin Stokes	Anonyme(s)	Comment les films nous enseignent la virilité	vidéo Tedx	2min51	USA	2012		web + ?	Oui, s	Oui, ST multiples (37 langues)	5 000 000 vues Ted	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Père qui parle des représentations dans la production de film		femmes hommes	Inégalités	Masculinité	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur Ted : www.tedx.com/talks/colin_stokes_how_movies_teach_manhood?language=fr
des féministes connues	Militant.e.s	25 famous quotes that will make you even prouder to be a feminist	Article		USA	2014		web	non	NSP	Pas de mesure	DDG par déroutement des assignations	sérieux	Oppresseur, homme point de vue neutre, garçon, homme pour l'égalité	Femmes auteures, ... féministes. Des	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Féminisme	Non	Genre / sexe	non	oui, reprise de célèbres	Article encore lisible ici sur BuzzFeed : https://www.buzzfeed.com/juliapugarche/25-famous-quotes-that-will-make-you-even-prouder-to-be-a-feminist
Demetra Gregorakis	Artiste Poète, écrivaine et actrice	A love letter to men : i am a women, not a thing	Poème		USA	2016		web	non	Oui, RP	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Interlocuteur	Enonciatrice	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur le Huff Po : http://www.huffingtonpost.com/demetra-gregorakis/a-love-letter-to-men_i-am-a-woman-not-a-thing
AVFT Association européenne contre les	Association	Toute ressemblance avec des stratégies de défense réelles Salon de Genève : si les hommes aussi étaient des objets sexuels	Article billet d'humeur		France	02-mars-16		web	oui	Non	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironique satirique	Victime de harcèlement, Macron, alors ministre de l'Economie. avocat en	Agresseur, avocate en faveur de l'accusée	hommes femmes personnalités politique et	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement sexuel, justice, culpabilisation des victimes, décriminalisation des	Non	Genre / sexe	Non	oui, détournement d'une affiche	Sur le site de l'AVFT : http://www.avft.org/2016/03/02/toute-ressemblance-avec-des-strategies-de-defense-reelles-salon-de-geneve-si-les-hommes-aussi-etaient-des-objets-sexuels
Osez le femir	Association	Affiche hypertexte			France	mars-16		web	oui	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	satirique	Absente	Objetisé	Violences, inégalités, discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	Non	Genre / sexe	Non	oui, bannière de l'automobile de l'objet Google	Sur la page FB de Osez le féminisme 25 : https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=7891752311462	
Bonjo eyes films, idée de Luca Cortesiano gouvernement de l'Ontario	Agence de production /réalisation de film	"Woman's Day #throughglass"	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	2min26	UK	mars-14	Réalisé à l'occasion de la journée internationale autour de la journée internationale	web + ?	Oui, images mont	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseur	Victime	hommes femmes opinion publique	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale physique	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur spion : http://www.spion.com/journee-femme-google-glass-la-cite-official
	Organisation / Institution publique	#WhoWillYouHelp #qui aiderez-vous ?	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min	Canada	mars-15		web + ?	Oui	Oui	7 000 000 selon site en 1 semaine 1 677 000 vues Youtube	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux	Agresseurs, qui s'adressent à la caméra pendant l'acte	Victime	hommes femmes témoins	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle, harcèlement, sexisme	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=opPb2E3bkoo
Liam Engle	acteur, réalisateur, scénariste	Mecs Meufs	court-métrage	3min21	France	06-mars-16		web + ?	Oui	Oui, ST en anglais	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique ironique	Initialement hommes lourds ou hommes se plaignant des rôles dans la draue. ouis	Victime, agresseuses, amoureuses	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle, harcèlement, sexisme	MASCULINITE HETEROSEXUALITE	Genre / sexe / sexualité	non	Non	Sur le Nouvel Obs : http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1494014-video-du-soir-drague-videos-qui-seront-les-les-femmes	
Démotivateur	Entreprise média privé pure player	Voilà ce qui se passerait si on parlait aux hommes de la Pour le 8 mars, j'ai offert des fleurs à ma femme, et elle n'est toujours pas	Article infotainment		France	2016		web	oui	NSP	25 723 partages	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	satirique	Objetisé, soumis à des injonctions féminines	Absente	hommes femmes	Inégalités	Sexisme	Non	Genre / sexe	non	oui, "écrit par des gens" et journée internationale	Sur Démotivateur : http://www.demotivateur.fr/article-buzz/34-chose-que-les-hommes-ne-voient-faire-pour-les-entrepreneurs
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	Pour le 8 mars, j'ai offert des fleurs à ma femme, et elle n'est toujours pas	Article de presse FAUX		France	08/03/2016	journée internationale des droits des femmes Autour de la JDF 8 mars	web (sur Le Gorafi)	oui	non	Pas de mesure	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoristique-ironique	Conjoint, qui arrête de "dragner sa meilleure amie" ou offre "une casserole" et se plaint	Absente, compagne ingrate des "efforts" de	Audience du Gorafi, femme et homme	Inégalités	Masculinité	MASCULINITES	Genre / sexe	non	internationale des	Sur Madame Le Gorafi : http://madame.legorafi.fr/2016/03/08/pour-le-8-mars-jai-offert-des-fleurs-a-ma-femme-et-elle-net
Sarah Constantin et Elvire Duvelle-	Militant.e.s	Suce mon clit pour la Saint Valentin	Clip vidéo musical hypertexte	3min35	France	08-mars-16		web	oui	NSP	293 000 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	satirique sérieux	Objetisé	Dominantes	hommes jeunes industrie	Violences, inégalités, discriminations	Continuum transversales + Culture du viol + Discrimination +	INTERSECTION femmes racialisées noires	Genre / sexe	Oui, vidéo de Orelsan.	Non	Sur Sans compromis féministe : https://sanscompromisfeministe.wordpress.com/2016/03/09/deux-femmes-remettent-en-cause
Blue seats studios	Agence de production /réalisation de film	Tea Consent	court-métrage de sensibilisation animé	2min50	Rhode Isl	2015		web + ?	oui	Oui	7 574 000 vues Youtube	DDG par SUBSTITUTION DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	ludique	Agresseur, victime	Victime, agresseuse	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Consentement	NON	Genre / sexe	Non	analogie du consentement	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=0Obel5IGIT8
Siavash Zohoori et Victor Rios	étudiant.e.s	Why do mass shooting happen ?	Courte vidéo documentaire	5min59	USA Californi	2016		web	non	NSP	15 000 vues Youtube	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Auteur de violence, être viril, déconstruire la virilité, victimes	Victimes	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Masculinité	MASCULINITES	Genre / sexe	Non	attaque C	Sur Huff Po : http://www.huffingtonpost.com/entry/masculinity-campus-violence-should-be-deconstructed
Laurence Arné	Comédien.e.s créateur.trice.s	Filles d'aujourd'hui, Ann De Benef, 40 ans, "Executive	série (épisode)	4min01	France	20/02/2016		web + TV (Canal +)	oui	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	humoristique	Homme au foyer	Femme d'affaire caricaturée	hommes femmes audience Canal +	Inégalités	Place et pouvoir des femmes	NON	Genre / sexe	non	TedX	Sur Canal + : http://www.canalplus.fr/c-divertissement/pid7908-c-filles-d-aujourd-hui.html?pid=1364315

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
Jade Mendouga puis certaines	Anonyme(s)	#sile noirs parlaient comme les blancs	Hashtag		France	févr-16		web	oui	NSP	NSP	DDG par INVERSION DU GENRE, du RACISME	ludique polémique			tout public	Violences, inégalités, discriminations	Racisme	RACISME	Genre / race	non	Oui, détournement de propos	Sur Twitter : voir le hashtag Sur Lebonbon : voir le hashtag http://www.lebonbon.fr/actu/siles-noirs-parlaient-comme-les-blancs Sur Twitter : voir le hashtag
anonymes	Anonyme(s)	#siles hommes parlaient comme les hétéros	Hashtag		France	févr-16		web	oui	NSP	NSP	DDG par INVERSION DU GENRE, de l'HETERONORMATIVITE	ludique polémique			tout public	Violences, inégalités, discriminations	HOMO-LESBOPHOBIE	INTERSECTION femmes lesbiennes	Genre / sexualité	non	Oui, détournement de propos	Sur Twitter : voir le hashtag
anonymes	Anonyme(s)	#siles femmes parlaient comme les hommes	Hashtag		France	févr-16		web	oui	NSP	NSP	DDG par INVERSION DU GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique polémique	Victime	Agresses	tout public	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme	Non	Genre / sexe	non	Oui, détournement de propos	Sur Twitter : voir le hashtag Pour la chronologie de ces trois hashtags : https://www.lebonbon.fr/actu/siles-femmes-parlaient-comme-les-hommes Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=36WUKSf19M
Etat de Québec	Organisation / Institution publique	Pub - Violence conjugale QC	Spot de prévention, sensibilisation	30sec	Québec	nov-10	Autour du 25 novembre	web + ?	oui	NSP	57 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseur, policier qui se lève à la place de la victime	Victime	femmes victimes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=36WUKSf19M
Refuge	Association	Home Sweet Home - Domestic Violence - The Crocket Monsieur Des voix	Clip vidéo musical et de prévention, sensibilisation	4min43	UK	nov-13	Autour du 25 novembre	web + ?	Oui, images mont	NSP	255 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseur, policier qui arrête l'auteur	Victime, amie témoin, policière	femmes victimes témoins	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=LgKvPOwBSXU
Catherine Cabrole	Artiste photographe	d'hommes sur des blessures de femmes	Lecture événementielle		France	nov-14	Autour du 25 novembre	web + in situ Université Sorbonne	oui	non	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Auteurs de violence, alliés à la cause, des personnalités connus lisent les témoignages	Victimes de violence	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle + conjugale	Non	Genre / sexe	non	Oui, lectures de témoignage	Sur Madame Le Figaro : http://madame.lefigaro.fr/societe/blessures-de-femmes-dans-la-voix-abbas-mac-2011-11-07724 Sur L'Orient le jour : http://www.lorientlejour.com/article/958292/le-mariage-de-la-honte-a-la-corniche.html
Léo Burnett pour Kafa	Association Agence de communication	Liban : Le mariage de la honte sur la Corniche	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	2min07	Liban	2015		web	oui	Oui, RP	3 841 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux polémique	Enfant mariée, femmes réaissant à la violence	Enfant mariée, femmes réaissant à la violence	autorités poli	Violences, inégalités, discriminations	Mariage forcé	Non	Genre / sexe	non	Législation, Oui, détournement de propos	Sur Stratégies : http://www.strategies.fr/actualites/marques/1028643W/une-campagne-anti-racisme-contre-la-racisme.html
Pour : Licra, Mrap, Ligue des droits de l'homme.	Association Agence de communication	"Debout contre le racisme" Je suis de la couleur de ce que j'on persécuté "Shane et Maggie", série de photos de violences	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min	France	nov-15	"Alors que François Hollande a déclaré sa détermination	web + TV	oui	NSP	61 000 vue Youtube (page SOS Racisme)	DDG par INVERSION DU GENRE, du RACISME	sérieux	victimés de racisme, xénophobie	Victime de racisme, xénophobie	tout public	Violences, inégalités, discriminations RACISME	Racisme	RACISME	Genre / race	non	Non	Sur France Inter : https://www.franceinter.fr/societe/en-quatre-murs-la-violence-domestique
Sara Naomi L	Artiste photographe	Every religion protects women, protecting women is religion	Photographies d'art in situ		USA	2012		web + presse + expo	Oui, images mont	non	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	compagnon, homme violent, homme avec enfant	Victime de violence	femmes opinion public	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	non	violence s sont capturée	Sur Fb page de Idiatimes : https://www.facebook.com/video.php?v=885630071488960&ref=fb-video
Shiv Parkash (direction et édition) et étudiant	étudiant.e.s	Are men going to help ? (première phrase de la vidéo)	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	0min4	Espagne	2017		web + ?	non	Oui, ST multiples	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux polémique	Agresseurs, profite de la situation	Victime, proie	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum transversales + masculinités	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur CNews : https://www.cnews.fr/divertissement/2017-07-03/video-quand-une-femme-sev-fait-comblat-datre
Paye ta shes	Militant.e.s	Les hommes parlent du harcèlement de rue	Tumblr témoignages		France	2017		web	oui	Non	Sur FB, 233 likes et 625 partages	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Témoigne des lectures du Tumblr PTS ou Projet Crocodile, d'expériences de	Absente, victime	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	MASCULINITES	Genre / sexe		Témoignage	Sur Facebook, sur la page paye ta schneck, un album qui s'appelle "les hommes parlent du harcèlement de rue"
Project Consent	Association Agence de communication	Consent is simple. If it's not, yet, it's no.	Spot de prévention, sensibilisation (3)	20sec	Canada	mars-16		web + ?	Oui, images mont	NSP	Sur Youtube, une des vidéos	DDG par SUBSTITUTION	humoristique	Agresseur ou tente sa change, puis respecte le non consentement	Visée par l'agression ou la tentative	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Consentement	MASCULINITES	Genre / sexe	Non	Non	Sur le Huff Po : http://www.huffingtonpost.com/entry/let-this-cheerful-dancing-vagina-teach-you-about
Humour Féministe (page FB tenue oas)	Militant.e.s	Félicitation !! Tu as gagné un point "Journée de la femme" avec ta Stop objectifying Young women. "If the media obiectified middle-	Visuels, image commentée		France	mars-16		web	oui	Non	Sur FB, page Humour Féministe	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironique polémique	Eric Zemor, représentation du masculiniste, homme visé absent mais hommes d'âge moyen qui reproduit une publicité avec les performances de	Absente, mais visuellement présente	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme	Non	Genre / sexe	Oui, une photo de	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/HumourFeministe/posts/517070115138998 Info sur les pages FB ou blog tenue : http://aplus.com/a/sam-kalidi-objectify-men-instead-women-la-vidéo
Sam Kalidi	Comédien.e.s créateur.trice.s	Les remarques sexistes - France Télévisions casse les clichés !	Clip vidéo musical hypertexte	50sec	USA LA	févr-16		web	Oui, images mont	Oui	135 000 vue Youtube	DDG par INVERSION DU GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique	Victime de remarques sexiste, inégalités dans les tâches ménagères, mais aussi homme qui Lecteur de situation	Agresseurs femmes exerçant un	public France TV opinion publique	Inégalités	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur FB, vidéo 1 : https://www.facebook.com/FranceTV/videos/vb.179086202130933/1088084278076712/?type=2&theater
France TV	Entreprise média publique	Take the lead	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min56	USA	mars-16		web + affichage	non	NSP	Pas de mesure (vidéo sponsorisé)	DDG par INVERSION DU GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux	sexiste et discriminante faites à des femmes dans le monde pro de la	Victimes	hommes	Inégalités, Discriminations	Sexisme	Non	Genre / sexe	non	Oui, ce que des internautes	Sur Huff Po US : http://www.huffingtonpost.com/entry/men-recite-sexist-things-women-have-to-deal-with-at

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
ANZ (sport pour ANZ : Australia and New	Entrepise (banque) Agence de communica	ANZ #Equalfutur	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	1min30	Australie	avr-16		web	non	NSP	FB 5900 vues, 1100 commentaires	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ludique satirique	Garçon payé plus que les filles pour la même tâche	Filles payées moins que garçon pour	hommes femmes	Inégalités, Discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, sexisme	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/ANZAustralia/videos/vb.208091002641679/9640456270063727000-281theater
Mc Donald	Entrepise (fast food)	Mc Café	Spot commercial et social, version longue	1min30	Taiwan	mars-16	Autour de la JIDF 8 mars	web + ?	oui	NSP	V sous-titrée anglais 776 mm	DDG par exposition du trouble de la catégorisation	sérieux	Père et fils au McCafé, le fils annonce son homosexualité, le père "l'accepte"	absente	clients / proctests McCafé personnes	Homophobie	Homophobie	Genre / sexualité	non	Non	Sur Youtube (version thai) : https://www.youtube.com/watch?v=4CfG056C0I8	
L'empêcheuse de tourner en rond (reoris	Militant.e.s	Si les personnages masculins posaient comme les féminins	Visuels, image commentée		France	mars-16	Autour de la JIDF 8 mars	web	oui	NSP	Sur FB page L'empêcheuse 373	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux	satirique	Pose selon les modèles féminins	Pose selon les modèles masculins	femmes hommes	Inégalités	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	Non	Genre / sexe	oui, image de comics	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/lempecheuse/photos/a.1595744190691209.107271878.14065614770068.1467004
Y films	Agence de production /réalisation de film	Man's World	web-série	6min3	Inde	2015	"The series supports Goal 5 of the United Nations Sustainable Development Goals" Autour de la JIDF 8 mars	web + ?	non	NSP	Youtube épisode 1 : 7 735 000 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux	satirique	Dans un monde généré normalement, lourd, masculiniste, projeté dans un monde inversé	Dans un monde généré normalement	hommes tout public	Violences, inégalités, discriminations	transversales, harcèlement, insultes, agression, violence	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube, full episode 1 : https://www.youtube.com/watch?v=8NgvN9RJ5g
Terre des Femmes Theresa Wlokka et	Association	Ne juger pas une femme en fonction de ce qu'elle porte Don't measure a	Affiche		Suisse	mars-15	Autour de la JIDF 8 mars	web + affichage	oui	Oui, RP	NSP	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux ironique	Absent mais juge de la tenu des femmes	Représenté e par son décolleté, sa juque et	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur les producteurs : http://www.aufeminin.com/news-societe/ne-jugez-pas-une-femme-en-fonction-de-ce-que-elle-porte-les-campagnes
terre des Fem	Association Artiste	Rollen rollen, stéréotypes de genre	Carte postale		Suisse	2012		web + distribution	oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux	humoristique ironique	Postures féminines lassives, secondaires, etc.	Dominatrice s, ...	femmes hommes	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur les producteurs : http://www.terre-des-femmes.ch/fr/publications/materiel-campagnes/rollen-rollen-masculinite
terre des Fem	Association Artiste	Rollen rollen la masculinité	Carte postale		Suisse	2014		web + distribution	oui	Oui	Pas de mesure	DDG par déroulement des assignations	humoristique ironique	Mix des rôles masculins et féminin	Absentes	hommes	Inégalités	Représentation de genre, préjugés sexistes	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur les producteurs : http://www.terre-des-femmes.ch/fr/publications/materiel-campagnes/rollen-rollen-masculinite
Marion Seclin et Ivan	Comédien.ne.s créateur.trice.s	Si tu crois une meuf trop bonne dans la rue...	Clip vidéo musical et de prévention, sensibilisation	50sec	France	mars-16	Autour de la JIDF 8 mars	web	oui	Non	1 651 000 vues Facebook	DDG par RIGIDICULARISATION du rapport généré ou comportement masculin	humoristique satirique	S'abstient de commentaire quand il voit passer une femme dans la rue	Femme dans la rue	homme	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de Mademoiselle : https://www.facebook.com/madmoizelle/videos/vb.5832536599/10154062627766007?h=281theater
Yes Vous Aime	Comédien.ne.s créateur.trice.s	La journée de la femme, c'est surtout une histoire d'homme	Emission / Info TV FAUX	3min	France	08-mars-16	Autour de la JIDF 8 mars	web	oui	Non	FB 989 likes, 118 commentaires	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	humoristique satirique	Journaliste qui coupe la parole à sa collègue ; ministre qui fait des blagues sexistes ; Absent, mais raconté à travers ses réactions sexistes, puis inversé manœuvrant un abricot et	Journaliste qui fait couper la parole puis Humoriste, raconte des histoires de femmes. où	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Représentations des femmes dans les médias, discriminations et	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de Yes Vous Aime : https://www.facebook.com/yesyoes.guys/videos/vb.766312786753184/1076140680100717?h=281theater
Bérandère Kri	Artiste humoriste	Le concombre	one women show	2min16	France	17-mars-16		web + performance	oui	NSP	FB 3 819 000 vues, 3 700 commentaires	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	humoristique satirique			hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de l'artiste : https://www.facebook.com/373785262591/videos/vb.373785262591/1015245614682507?h=281theater
L'empêcheuse de tourner en rond	Militant.e.s	Cause.s d'un viol - le seul responsable d'un viol, c'est le violeur	Visuels, image commentée		France	23-mars-16		web	oui	NSP	FB 388 likes	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux ironique	le violeur	la victime	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, viol	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de l'empêcheuse : https://www.facebook.com/lempecheuse/photos/a.1595744190691209.107271878.14065614770068.1467004
Mens line	Organisation / Institution oubliée	Family Violence in the Workplace	Flyer		Australie	23-mars-16		édition	non	Non	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Agresseur	Victime	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de make the link : https://www.facebook.com/makethelink/photos/a.1645385519065684.107271878.14065614770068.1467004
Maïa Mazaur	Chroniqueur.se	APRÈS LE SLUT-SHAMING, LE MANSHAMING	BD		France	16-mai-15		web + ?	oui	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux	sérieux ironique	Victime	Agresseur	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme, plaisir et désir sexuel féminin	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur GD mag : http://www.gdmagazine.fr/sexactu/articles/aprs-le-slut-shaming-le-manshaming/2820
Breanne Fahs et étudiant en études du Claire	Prof.f.e, chercheur.e et militant.e	Filles poilues et garçon épilés	Expérience sociale université		USA Arizona	juil-14		Université + RP	Oui, RP en France	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux	sérieux	S'épile	Ne s'épile plus	hommes femmes	Inégalités	Injonction beauté, épilation	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur Madame Le Figaro : http://madame.lefigaro.fr/societe/filles-poilues-garcons-epiles-lavneriens-inclite-étudiant.e
Bataille, Victor Dulon.	étudiant.e.s	Hé mademoiselle	Spot de prévention, sensibilisation, version longue.	5min38	France	mars-16		web + festival	oui	ST multiples + Factual Non	Youtube 4 123 000 vues	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et renvoie à la capacité d'agir des femmes	sérieux	Agresseurs dans la rue et compagnon qui se fait servir	Femme dans la rue, proie, fini par se	hommes femmes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Mademoiselle : http://www.madmoizelle.com/hemademoiselle-film-animation-pma
Marelee Brad	Bloggeuse	This mom's letter to her sons about porn is something all our boys need	Article billet de blog		USA Nebraska	oct-15		web	non	Non	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Fils à qui la mère décide de parler de pornographie	Mère qui veut éduquer et communiou	hommes femmes parents	Violences, inégalités, discriminations	Sexualité, pornographie	Non	Genre / sexe / sexualité	non	Non	Sur Forever mom : http://www.forevermom.com/thismoms-letter-to-her-sons-about-porn-is-something-all-our-boys-need-to
La Castor	Youtubeur.se, vidéaste	Episode 3 : l'Historienne du Futur	web-série (épisode)	5min	France	15-déc-15		web	oui	NSP	19 000 vues	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironique	Absent	Fausse guide de musée, elle présente.	femmes	Violences, inégalités, discriminations	Injonction beauté	Non	Genre / sexe	non	Non	Les injonctions à la beauté, https://www.youtube.com/watch?v=BXI0mEKeE4&feature=youtu.be

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens	
Juliette Tresanini et Paul Labierre	Comédien. ne.s créateur.trice.s	Martin, sexe faible (L'allumeur / La paternité ect.)	web-série	3min	France	2016		web	oui	NSP	Youtube ep 1, saison 1 : anc non Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux ironique	Vit dans un monde inversé, vit le sexisme, harcèlement et violences	Agressives, ... et comae Dans la relation, celles qui peuvent Femme qui exprime son ras le bol des Mère de la victime, ex épouse de l'auteur	femmes hommes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=d80vDUC0g Sur Pamela Clark (juin) : https://pamelac Clark.tumblr.com/post/90299280044/faq-35-practical-tools-for-men-to-further Sur le site de Lionel Davoust : http://lioneldavoust.com/2014/not-all-men-ou-oui-mais-pas-moi/	
Pamela Clark	Prof. fe, chercheur. e et militant.e	35 practical steps men can take to support feminism	Article billet de blog		USA NY	01-juin-14		web	non	Oui		DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Visé par les conseils féministes		hommes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum transversales + masculinités	MASCULINITES	Genre / sexe	non	version arrangé d'une version		
Matt Lubchan	Artiste Bdiste	Not all man	BD		USA NY	2014		web	Oui, RP en France	Non	Pas de mesure	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	satirique	Avocat de la cause masculine contre le misandre, l'homme masou" "not all men"		femmes hommes	Inégalités	Machisme	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de la créatrice et diffuseur de la vidéo Catherine St. Germain : http://www.facebook.com/catherinestgermain/	
Catherine St. Germain	Anonyme(s)	(description de la vidéo publiée par la maman) : " Many of you know what	court-métrage de prévention	3min26	SA Colorad	2016		web		NSP	65 M sur FB	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Violence		mères	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de l'organisation : https://www.facebook.com/saudepre	
secrétariat municipal de la santé des femmes Star Tonner, Serge Beynaud, Pat Sacko et	Organisation / Institution oubliée	O machismo faz mal à saúde	Affiche		Brésil, sao paulo	2016		web + affichage	non	Non	2500 vues FB	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	père, avec celui qui s'occupe de son enfant, à l'option de la vasectomie		parents femm	Inégalités	Machisme	INTERSECTION femmes racialisées	Genre / sexe	non	Non		
	Association Artiste	Saigner le tonton	Clip vidéo musical hypertexte	3min08	ôte d'Ivo	mars-16		web	oui	Oui	1 900 000 vues Youtube	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	satirique	Le tonton qui va saigner	Les femmes qui ne vont pas se laisser faire	les hommes, l	Inégalités	Place et pouvoir des femmes	Non	Genre / sexe	oui, la musique colle	Non	Vidéo sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=JWeusMgdvSw Sur la page FB de Osez le Féminisme I : https://www.facebook.com/osezlefe	
Osez le Féminisme	Association	#jeusfeministe	Hashtag + photographie participative		France	avr-16		web	oui	NSP	6400 vues FB	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Agressions, soutiens à la cause	Féministes	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Genre / sexe	non	Non		
L'empêcheur	Militant.e.s	#stopHarcèlement Sexiste	Visuels, image commentée		France	avr-16		web	oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agrèsseur	Victime qui contre-attaque	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non	Genre / sexe	oui, des propos entendus	Non	Sur la page FB : https://www.facebook.com/lempecheuse/photos/a.1595744190691209.1 Sur FB, depuis la page Buzzfeed video : https://www.facebook.com/BuzzFeedVideo/videos/1318207026700	
Buzzfeed	Entreprise média privé pure player	Weird questions gay couples get	Courte vidéo divertissement	3min12	USA	20-janv-16		web	non	NSP	115 000 vues FB	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	ludique satirique	Couple homosexuel, qui se prend tous les clichés et questions bizarres oosées aux	Des femmes qui font ces remarques : clichés et	gays et hétéro	Inégalités	Homophobie	Genre / sexualité	non	les remarques types	Non		
Les eFRONTÉ	Association	Fondamentaliste du monde entier, caresez-vous	Visuels, image commentée		France	13-avr-16		web	oui	NSP	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ludique	détourné, salafiste gay	absente	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Homophobie	Genre / sexualité	oui, une photo d'un	Non			
Jiyo Hong	étudiant.e.s	Putting Feet together makes for a happier subway	Dispositif + vidéo : installation + vidéo	1min54	e du Sud, S	avr-16		web + in situ métro	non	Oui	15 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Menstreaders, homme qui conçoit le dispositif, soutien à la lutte	Subissent le menspreading	hommes	Inégalités	Manspreading	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur FB, la page AI+ : https://www.facebook.com/ajpluse	
Chaz Harris et	Artistes auteurs	Promised land kickstarter	BD		Nouvelle Zelande	avr-16		web + édition	non	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux ludique	prince charmant homo	personnages secondaires	enfants	Inégalités	Homophobie	Genre / sexualité	non	directement les contes	Non	Sur MIC : https://mic.com/articles/140454/the-new-gay-children-s-book-promised-land-will-feature-two-princes-falling	
Donna Ferrato	Artiste photograph	Conflict (six-part series called Conflict)	Photographies d'art in situ		USA NY	2015		web + exposition	Oui, images mont	NSP	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agrèsseur, mari violent	Victimes de violences conjugales	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	non	scènes ré	Non	Sur The Atlantic : http://www.theatlantic.com/video/index/419652/photographing-the-evolution-of-domestic-violence/
Calixte Prononce, Marion LB et co.	étudiant.e.s	"Ma façon de m'habiller mérite t-elle de me faire agresser?"	Expérience sociale vidéo	3min	France	avr-16		web + in situ rue	oui	Non	271 000 vues	DDG par action directe en milieu politique masculin	sérieux, ironique	Absent, indirectement les agresseurs	Potentielle cible d'agression	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/Marine.LBars/videos/vb.10000649606142/1	
Mouvement du Nid, réaliste par l'aérence	Association	Dans la vie d'une prostituée, seuls ses bourreaux prennent du plaisir	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	50sec	France	avr-16	suite à la loi votée sur la dépenalisation	web	oui	NSP	16 vues Youtube page MDN	DDG par ACCENTUATION des inégalités / auteurs de violences	sérieux	Clients, complices, proxénètes	Prostituée	opinion public	Violences, inégalités, discriminations	Prostitution	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Le Figaro : http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2016/04/15/01016-20160415ARTI000011-serie-les-les	
Le Gorafi	Entreprise média privé pure player	Un tueur en série assassiné par une joggeuse	Article de presse FAUX		France	15-avr-15		web (sur Le Gorafi)	oui	non	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	humoristique-ironique	Victime, assassiné par une joggeuse	Auteure de violence, une joggeuse	tout public	Violences, inégalités, discriminations	Féminicide	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur le site : http://www.legorafi.fr/2015/04/15/un-tueur-en-serie-assassine-par-une-joggeuse/	
Everyday sexism project (initiateur)	Militant.e.s	#whenwas	Hashtag campagne		UK	avr-16		web	Oui, RP en France	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	agresseur	Victimes	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Genre / sexe	non	Les histor	Sur Huff Po US : http://www.huffpost.com/entry/17-tweets-show-how-everyday-sexism-works	

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées: suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens	
William Henry	Entreprise (bijouterie)	What's a man ? - AN Anthem (un hymne)	Clip vidéo musical commercial et social		USA	2016		web + ?	non	non	Pas de mesure	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	ironique ludiques	Trois performeurs qui passe des clichés sur "être un homme" à des valeurs et activités	Absente	hommes	Inégalités	Masculinité	MASCULINITES	Genre / sexe	non	Non	Sur Vimeo : https://vimeo.com/165341355 Le site de l'entreprise : http://www.williamhenry.com/what Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=ZkEjPYSWn0 Site récent sur le site : https://www.youtube.com/watch?v=-rLvuka4BO4	
Les petites bourettes + Délinquantes	Artiste musique	Qu'est ce que tu comprends pas	Clip vidéo musical et de prévention, sensibilisation		France	12-mai-16		web	oui	Non	25 000 vues Youtube	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux ludique	Soutien à la cause, agresseurs absent mais interpellé	Des femmes qui disent non	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement Consentement	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=ZkEjPYSWn0	
Georgette Sai	Association	C'est la chatte	Clip vidéo musical hypertexte	3min07	France	30-juin-16	Suite aux affaires de harcèlement + agression	web	oui	non	43 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux ironique	Agresseurs	Victimes	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle, machisme	Non	Genre / sexe	oui, la musique e c'est oui,	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=-rLvuka4BO4	
Olympe de G	personnalité politique	Déclaration universelle des droits des Femmes	Proposition de loi / Constitution		France	1791		édition	oui	Oui	Pas de mesure	DDG par déroulement des assignations	sérieux	Egal à la femme, mais aussi tyran "l'exercice des droits naturels de la femme n'a de bornes	Egales aux hommes mais surtout "le sexe femmes politiques changeant de sexe	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Place et pouvoir des femmes	Non	Genre / sexe	la déclaration oui, les cartes d'identi	Non	Sur la LDH : http://www.ldh-france.org/1791-DECLARATION-DES-DROITS-DE-LA/	
Association Nationale Transgenre	Association	Le changement d'état civil libre et gratuit en mairie, pour les personnes The men in the high heels for a dav. It's still lezal Swedish handyman wears high heels to work in solidarity with women	Affiche		France	mai-17	Programme de travail politique, non censé	web + affichage	oui	NSP	Pas de mesure	DDG par exposition du trouble de la catégorisation	sérieux polémique	hommes politiques changeant de sexe	politiques changeant de sexe	milieu politi	Inégalités, Discriminations	Transphobie	INTERSECTION personnes trans	Genre / Trans	oui, les cartes d'identi	Non	Sur la page FB de l'ANT : https://www.facebook.com/asso.ant/photos/?tab=album&album_id=819570140451110 Sur la page FB de Stylist Magazine : https://www.facebook.com/StylistMagazine/videos/vb.180822799571/1015275620610277/?type=2&theater Sur la page FB de Sweden local : https://www.facebook.com/TheLocalSweden/videos/vb.220353389618/10152562071674501/?type=2&theater Sur la page FB de l'artiste : https://www.facebook.com/EmmaFnc/photos/?tab=album&album_id=2501271450000010	
Stylist magazine	Entreprise média privé en ligne et	The men in the high heels for a dav. It's still lezal Swedish handyman wears high heels to work in solidarity with women	Expérience sociale vidéo	2min11	UK	18-mai-16		web	Oui, images	NSP	143 000 vues	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ludique	Porte des talons au travail, car au RU c'est toujours légal de les imposer aux femmes	Absente	tout public	Inégalités, Discriminations	Injonction beauté	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de Stylist Magazine : https://www.facebook.com/StylistMagazine/videos/vb.180822799571/1015275620610277/?type=2&theater Sur la page FB de Sweden local : https://www.facebook.com/TheLocalSweden/videos/vb.220353389618/10152562071674501/?type=2&theater Sur la page FB de l'artiste : https://www.facebook.com/EmmaFnc/photos/?tab=album&album_id=2501271450000010	
Emil Anderso	Anonyme(s)	wears high heels to work in solidarity with women	Expérience sociale vidéo	1min26	Suède	25-mai-16		web	Oui, images	Non	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ludique	Porte des talons au travail, pour illustrer les inégalités d'egre	Absente	tout public	Inégalités, Discriminations	Injonction beauté	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de l'artiste : https://www.facebook.com/EmmaFnc/photos/?tab=album&album_id=2501271450000010	
Emma	Artiste dessinateur, trice	La violence des opprimé.e.s	BD		France	25-mai-16		web + édition ?	Oui	NSP	4 400 partages FB	DDG par POINTE de l'absurdité de la culpabilisation des victimes	sérieux	Oppresseur, état, poli, et hommes violents, complexité des dominants	Violentes, revendiquent leurs droits de 12 ans qui se marie à cet homme de Pas des mauvaises conductrices	hommes et fe	Violences, inégalités, discriminations	Gaslighting	CLASSISME	Genre / sexe	non	Non	Sur la page FB de l'artiste : https://www.facebook.com/EmmaFnc/photos/?tab=album&album_id=2501271450000010	
Coby Persin, Damn.com et pranksters.c	Youtubeur, se, vidéaste	65 Year Old Man Marries 12 Year Old Girl (Child Marriage Social "Femmes au volant, mort au tournant" Vraiment ? Vous êtes Inadmissibles ! (Parodie Pub DIM / F. Beibeder)	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	4min27	USA	21-févr-16		web	non	NSP	23 000 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux polémique	Mari de 65 ans à une jeune fille de 12 ans ; hommes qui réagissent face à la situation :	hommes et fe	Violences, inégalités, discriminations	mariage forcé	Non	Genre / sexe	Une vidéo (non citée) oui,	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=KIdFgUQtKA		
Panneaux éducatifs, bienveillants, positifs et	Militant.e.s	"Femmes au volant, mort au tournant" Vraiment ? Vous êtes Inadmissibles ! (Parodie Pub DIM / F. Beibeder)	Visuels, image commentée		France	mai-16		web	oui	non	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	sérieux ironique	Mauvais conducteurs	Intellectuelle et dont le regard est distrait par	hommes	Inégalités, Discriminations	Représentation de genre, préjugés sexistes	Non	Genre / sexe	chiffres donnés comme Oui, la pub de beibeder	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/1122190301135792/photos/a.1122190301135792/1015275620610277/?type=2&theater Sur Cheek : http://cheekmagazine.fr/societe/parodie-pub-sexiste-dim/ Sur les réseaux : http://www.packsotmag.com/films/elles-imaginent-je-ne-supporte-pas-laccluse/	
La compagnie	Comédien.ne.s créateur.trice.s	Vous êtes Inadmissibles ! (Parodie Pub DIM / F. Beibeder)	Spot commercial hypertexte	37sec	France	mai-16		web	oui	Non	179 000 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexés	satirique	léger, en culotte, distrait une femme intellectuelle	Intellectuelle et dont le regard est distrait par	hommes femm	Inégalités, Discriminations	Sexisme	Non	Genre / sexe	Une vidéo	Non	Sur Cheek : http://cheekmagazine.fr/societe/parodie-pub-sexiste-dim/ Sur les réseaux : http://www.packsotmag.com/films/elles-imaginent-je-ne-supporte-pas-laccluse/	
Elle's imagine'nt, participation de The Flama, avec Joanna Hausmann and Lee Chin	Association Personnalités connues	Je ne supporte pas les Bleus	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	55sec	France	mai-16	Lancement de l'Euro 2016 de football de été 2016 : FLAMA annonce "d'urgence"	web + TV	oui	NSP	234 000 vues Youtube	DDG par SUBSTITUTION	sérieux ludique	Ne supporte pas les bleus, jeu de mots entre l'équipe nationale de foot et les chanteur de raggaeton, exacerbation des propos, attitudes et comportements.	Ne supporte pas les bleus, jeu de mots sur ce qu'elle doit dire et	hommes et fe	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur le Huff Po : http://www.huffingtonpost.com/entry/parody-video-nails-reggaetons-nails_	
Sexy sushi	Entreprise média privé pure player	Ass, ass ass - Honest Reggaeton	Clip vidéo musical hypertexte	2min24	SA Californi	20-juil-16		web	non	NSP	57302 vues, 44200 clics Youtube	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	satirique	exacerbation des propos, attitudes et comportements.	discours sur ce qu'elle doit dire et	tout public, amateur de musique raggaeton	Inégalités, Discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	Non	Genre / sexe	Non	Oui, reprise de l'ensemble	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=Z1dPPXtWlVA
Sexy sushi	Artiste musique	Toutes comme moi	Clip vidéo musical	2min25	France	2009		web + concert	oui	NSP	303 786 vue Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux satirique	Absent physiquement mais s'adresse à lui : Sexiste, discriminant, aresseur	Epouse victime de violence	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Aggression, violence sexuelle, harcèlement, sexisme	Non	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=Z1dPPXtWlVA	
Sexy sushi	Artiste musique	La Tarte	Clip vidéo musical	3min43	France	2010		web + concert	oui	NSP	131 478 vues Youtube (411 411)	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux satirique	Absent physiquement, le fait parler : Epoux violent	Epouse victime de violence	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=RcWCV4QL1o	
Mansfield Tya	Artiste musique	Pour oublier je dors	Clip vidéo musical	3min24	France	2005		web + concert + TV	oui	NSP	58 825 vues (France 0 2012 270 000 vue Youtube)	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux satirique	Absent physiquement, le fait parler : Epoux violent	Epouse victime de violence tuée	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Féminicide	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube (France Ô) : https://www.youtube.com/watch?v=EHqNhgVr30 Sur Youtube (du monde) : https://www.youtube.com/watch?v=F0boofui3yk	
Mansfield Tya	Artiste musique	Sur le plafond	Clip vidéo musical	2min18	France	2009		web + concert	oui	NSP	270 000 vue Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux satirique	Absent physiquement, le fait parler : Epoux violent	Epouse victime de violence tuée	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale	Non	Genre / sexe	non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=F0boofui3yk	

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Post. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faite aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Ouvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
Emmanuelle Schick Garcia	Réalisateur.trice	Le monde selon les homophobes	Film long-métrage documentaire		France	2016		web + projection	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseur homophobe, homophobe, homosexuel	Homophobe	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Homophobie	INTERSECTION femmes lesbiennes	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur Vimeo bande annonce : https://vimeo.com/148140917?ref=fb-share&1
Emma	Artiste Bdiste	Le fond et la forme	BD		France	2017		web	Oui	NSP	342 réactions FB	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Moralisateur, tone policing	Explique la situation, revendique des droits et	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Tone policing	INTERSECTION femmes racialisées	Genre / sexe	Non	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/EmmaFnc/photos/?tab=album&album_id=35451514862926
Justine Framboise	Artiste Bdiste	Toutes des méchantes !	BD		France	2016		web	Oui	Non	275 réactions FB	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux satirique	Sexistes	Féministes	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme	Non	Genre / sexe	Non	Non	https://www.facebook.com/justine.framboise/media_set?set=a.141201387214540.1072711824.1000011058270
Aurélié Dubois	Artiste dessinateur.trice	"Confusion" (titre repris d'un article : http://sexes.blogs	Visuels, image commentée		France	2017		web + exposition	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par exposition du trouble de la catégorisation	polémique	Mélange des corps	Mélange des corps	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Représentation de genre, catégorisation	Non	Genre / sexe	Non	Non	Article : http://sexes.blogs.liberation.fr/2017/03/15/pourquoi-nous-avons-peur-de-la-motivati/
Anne-Cécile Mailfert	Militant.e.s Association	Les blagues sexistes, ça tue!	vidéo Tedx	0min14	France	2015		web + performance	Oui	Oui	277 457 vues Youtube	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux	Cible des violences, puis individus, représentations	Dominantes, puis féministe, puis cible	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales + Publicité + Sexisme	Non	Genre / sexe	Non	Non	Sur Youtube, chaîne Teds Talks : https://www.youtube.com/watch?v=ew7F-iudnV0
Act up Sud Ouest	Association	Homophobe complice du sida	Affiche		France	2016	Censure d'une campagne de	web + affichage ?	Oui	NSP	470 réactions FB	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux polémique	Censeurs homophobe, homosexuels victimes des censeurs	absente	opinion public	Homophobie	Non	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur FB : https://www.facebook.com/ActUpSudOuest/posts/1854335314785901	
Université de San Francisco	Organisation publique, université	If you don't have to think about it, it's a privilege	Affiche		USA San Francisco	2016		affichage université	Non	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, INTERSECTIONNEL	sérieux	Privilegié	Absente	étudiant.e.s	Inégalités, Discriminations	Privilège et intersectionnalité	PRIVILEGES (Hom cis, blanc, valide...)	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur FB, partagé par L'empêcheuse : https://www.facebook.com/lempecheuse/photos/a.1595744190691209.1072711824.100054247400495.1176731
réalisateur : Gonçalo FRANCO pour Festival David	Réalisateur.trice	Festival Política : The World is Filled With People Like That	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min10	Portugal	2017		web + projection + TV ?	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux polémique	raciste, misogyne et homophobe, victime de racisme et homophobie	Représentante politique mentionnée	opinion public	Violences, inégalités, discriminations	Misogynie, homophobie, racisme	Genre / sexe / sexualité	Non	Non	Sur Culture Pub : http://www.culturepub.fr/videos/festival-politica-the-world-is-filled-with-people-like-that/	
Schwimmer (instagateur)	Réalisateur.trice	That's harassment	court-métrage (6)	3min39	USA	2017		web + projection + TV ?	Non	Oui	3 892 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	harceleurs, agresseurs	victimes de violences	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, harcèlement sexuel	Non	Certaines histoires sont	Non	Non	Un article : http://www.lesoir.be/1478036/article/soirmag/actu-stars/2017-04-08/voiture-vidéo-schwimmer-lance-
Lean in	Association : Fondation	20 per cent less / counts	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	58sec	USA	2017		web	Non	NSP	78 000 réactions FB	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironique	Serveur, dient, qui sert et reçoit son café chaud et plein	Cliente d'un bar, d'un salon de coiffure. oui	femmes et ho	Inégalités, discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, sexisme	INTERSECTION femmes racialisées	Non	Non	Non	Sur FB, partagé par Emma Watson : https://www.facebook.com/emmawatson/videos/1564777120207839/?autoplay_reason=all_page_creator_all
Marie Beauch	Entreprise (vêtement)	Le féminisme, les hommes, la liberté et moi	Vidéo Tedx	2min5	France	2017		web + performance	Oui	NSP	83 000 vues Youtube	DDG par déroulement des assignations	sérieux	absent, mentionné	Féministes	femmes et ho	Inégalités, discriminations	Représentation de genre, catégorisation	BISEXUALITÉ	Non	Non	Non	Sur Youtube : https://www.youtube.com/watch?v=TgDeFctWYQw
hommes politique ou anonymes néerlandais	personnalité politique	(perso) : les initiatives d'hommes pour lutter contre	Action de rue hommes + support + hashtag		Pays-Bas	2017	Un couple gay attaqué, des hommes	web + in situ rue	Non	NSP	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Se tiennent la main en solidarité à un couple gay agressé	Absente	homophobes	Violences, inégalités, discriminations	Homophobie	Non	Non	Non	Non	Article : http://attitude.co.uk/article/men-all-over-the-netherlands-are-holding-hands-in-solidarity-with-g
De Priestler Zs	étudiant.e.s	Dites non à l'amour par effraction	Affiche		France	oct-15	Projet scolaire affiché par le Ministère	Affichage	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseur, sexe en forme de pied de biche	Absente, victime	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, viol	Non	Non	Non	Dans ta pub : http://www.danstapub.com/galerie/portfolio/amour-par-effraction/	
Métro de Mexico	Organisation / Institution publique	Le siège pénis à Mexico	Dispositif + vidéo : installation + vidéo		Mexique	2017		Installation métro	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par action directe en milieu politique masculin	sérieux, ludique	Dans le métro, invité à s'asseoir sur le siège où est moulé un pénis	dans le métro, habituellement celles dans le métro,	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, harcèlement, sexisme	Non	Non	Non	Article + vidéo : http://www.huffingtonpost.fr/2017/03/29/un-corps-dhomme-avec-un-penis-moule-sur-un-siege-du-metro/	
Métro de Mex	Organisation / Institution publique	No es hombre	Dispositif + vidéo : installation + vidéo		Mexique	2017		Installation métro	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux, ludique	Filmé et projeté, mais uniquement leur fesses, devant les voies de métro	Collègue habituellement celles dans le métro,	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement dans les transports	Non	Non	Non	Article + vidéo : http://www.huffingtonpost.fr/2017/03/29/un-corps-dhomme-avec-un-penis-moule-sur-un-siege-du-metro/	
Parité salariale	Association	Anti exclusion : Executive cow	Spot de prévention, sensibilisation	40sec	Belgique	2006		web + TV ?	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	satirique, polémique	Au travail, discours et insulte misogynne normalisée	Collègue visé par les insultes, inscrites	hommes et fe	Violences, inégalités, discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, sexisme	Non	Non	Non	Culture Pub : http://www.culturepub.fr/videos/anti-exclusion-discrimination-sexuelle-executive-cow/	
Saint Hoax	Artiste photographe	(perso) America misogynistic again ?	Affiche hypertexte		USA	2017		web + exposition	Non	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	satirique polémique	Celui des affiches pub des années 1960, misogynnes, dont les textes sont rem placés	Celles des affiches des années 1960, malmenées	opinion public	Violences, inégalités, discriminations	Misogynie	Non	Oui, affiches des années	Non	Non	FB : https://www.facebook.com/ajpluenGLISH/videos/928808820593959/?autoplay_reason=all_page_creator_all

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Précisions...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens	
Alexandre Orrico BuzzFeed	Entreprise média privé pure player	9 images choquantes d'hommes qui ont été victimes	Article de presse FAUX		Brésil	2017		web	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION DU GENRE, de l'HETERNORMATIVITE	humoristique, satirique	hétérosexuel victime d'hétérophobie, et donc absent des images	Absente	hommes et femmes	violences, inégalités, discriminations HOMOPHOBIE	Homophobie			Non	Non	Buzzfeed : https://www.buzzfeed.com/alexandrorrico/10-images-choquantes-d-hommes-qui-ont-ete-victimes	
Anik Salas	Réalisateur	Monde parallèle	web-série		Québec	2017		web	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique	victimes d'inégalités, discriminations	Dominante, comportement décalé	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Sexisme	Non		Non	Non	FB : https://www.facebook.com/MONDEPARALLELEwebserie/?fref=fb	
Judith Siboni et Olivia Côte.	Actrice et créatrice de la série à sketches	Vous les femmes Une banane et deux kiwis	série (épisode)	1min30	France	2016		web + TV	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ludique, ironique	patron qui a augmenté un autre homme	Discriminée sur son salaire par rapport à Femme	hommes et femmes	Inégalités, discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, sexisme	Non		Non	Non	FB : https://www.facebook.com/teva.fr/videos/1427056507352793/?autoplay_reason=all_page_content_allowed	
Jessica Farrar	personnalité politique	loi rendant la masturbation masculine possible d'une amende	Proposition de loi / Constitution		Texas	2017		web + in situ lieu politique	Oui, RP en France	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	satirique, polémique	hommes ciblé par des mesures restrictives notamment sur la masturbation homme victime de vol, à qui les policières posent des questions le culpabilisant	parlementaire qui fait la proposition Policières qui n'écoute pas la victime	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Grossesse : avortement, contraception, suivi médical	Non		Texte de lois limitant les	Non	Sur L'OBES, députée texanne propose une loi rendant la masturbation masculine possible d'une amende : http://temperal.nouvelobs.com/les-metro-uk-precision-contextuelle-affaire-judiciale-choquante-ou-la-juge-remet-en-quest-un-témoignage-sur-tribunal-Page-FB-de-France-Inter- https://www.facebook.com/franceinter/videos/1288818437819940/?autoplay_reason=all_page_content_allowed	
Tracey Ullman	Comédienne	It gets the point across	Courte vidéo de divertissement	1min51	UK	2017		web + TV (BBC)	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique, satirique	Journaliste qui tourne en dérision les propos sexistes des hommes sexistes interviewés en Signe ses méls pro par un prénom féminin et voit les retours différents : client de la prostitution, secrétaire du Mouvement du Nid, journaliste	Cible des discours sexistes	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non		Non	Discours d'hommes interviewés	Non	Metro UK (précision contextuelle, affaire juridique choquante où la juge remet en question un témoignage sur tribunal) - Page FB de France Inter : https://www.facebook.com/franceinter/videos/1288818437819940/?autoplay_reason=all_page_content_allowed
Guillaume Meurice	Chronicqueur	Le droit des femmes	Chronique radio	5min	France	08-mars-17	Autour de la JIDF Peu de temps après le 8 mars	web + radio	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	satirique	sexistes des hommes sexistes interviewés en	Cible des discours sexistes	hommes et femmes	Inégalités, Discriminations	Sexisme	Non		Non	Discours d'hommes interviewés	Non	Article RTBF : https://www.rtbf.be/info/societe/detail_sexisme-deux-employes-acheminent-leurs-noms-dans-des-différents-affaires-de
Martin R. Scheinder et Nicole Knacks	Anonyme(s)	Deux employés changent leur signature	Expérience sociale commentée écrite		USA	2017		web	Oui, RP en France	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux	Signe ses méls pro par un prénom féminin et voit les retours différents : client de la prostitution, secrétaire du Mouvement du Nid, journaliste	Collègue	hommes	Inégalités, Discriminations	Discrimination professionnelle représentation	Non		Méls reg	Non	Vidéo Case : https://www.youtube.com/watch?v=d0dQhQbnX4	
Mouvement du Nid	Association	Girls of Paradise	Dispositif + vidéo : site web + vidéo case		France	2016	Loi sur la pénalisation des clients 6 avril 2016	web + in situ lieu prostitution	Oui	Oui	Youtube 68 000 vues page Mouvement du Nid	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et PIÈGE	sérieux	agresseurs sexuels, rappers qui dénoncent	Personnes prostituées	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Prostitution	Non		Non	Histoires	Mouvement du Nid - Sur FB : https://www.facebook.com/vins.wa.za/videos/833837596777275/	
Vin's	Artiste musicale	#MeeToo de Vin's	Clip vidéo musical		France	nov-17	Evenement metoo	web	Oui	NSP	Youtube 300 000 vues FB 43 000	sérieux	agresseurs sexuels, rappers qui dénoncent	Victimes de violences	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression, violence	MASCULINITES		Non		Différentes affaires de	Sur le site de l'auteur : http://www.mirionmalle.com/2016/09/limpunite-des-hommes-célebres.html	
Mirion Malle	Artiste Bdiste	L'impunité des hommes célèbres	BD		France	sept-16	Evenement Amber Heard et Johnny Depp	web + édition ?	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseurs, connus, souvent impunis et continue dans leur profession culture. Personnalités connues	Victimes de violences	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Impunité des agresseurs, célèbres	PRIVILEGES	Non		Non		Sur Facebook : https://www.facebook.com/JusticeGouv/videos/2095456437136073/
Secrétariat d'Etat chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes	Organisation / Institution publique	Ne rien laisser passer	Spot de prévention, sensibilisation	30sec	France	nov-17	Autour de la JICVF 25 novembre	web + TV	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Personnalités connues, hommes qui tiennent des propos culpabilisants les	Absente, victimes de violence	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle + conjugale	Non		Non	Non	Cheek Magazine : http://cheekmagazine.fr/societe/bande-son-vie-femme-sexisme-articles/	
Agence de communication Madame	Agence de communication	La bande son de la vie d'une femme	court-métrage sensibilisation	1min43	France	nov-17	Autour de la JICVF 25 novembre	web + ?	Oui	NSP	90 000 vues Youtube	sérieux	Présent par les voix : injonctions, pub, culpabilisation, discours d'agresseurs	Desinée, cible des inégalités et violences	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression, violence	Non		Non	Non	Sur Facebook : https://www.facebook.com/SebastiengirayOfficiel/videos/13261361041986670-126132101986670/		
Sébastien Giray	Artiste humoriste	Harcèlement et éducation	Clip vidéo musical hypertexte	2min21	France	nov-17		web	Oui	Non	10 000 réactions FG	satirique	différence entre séduction et harcèlement et	Absente, cible du harcèlement	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	Sur Facebook : https://www.facebook.com/SebastiengirayOfficiel/videos/13261361041986670-126132101986670/		
Caroline de Haas	personnalité politique	Alerte le gouvernement déclenche un plan d'urgence contre OnSexprime	Emission / Info TV FAUX	1min41	France	nov-17		web	Oui	Non	1260 vues Youtube	polémique	Hommes politique qui se mobilisent pour le plan d'urgence contre les violences sexuelles	Femmes qui témoignent des violences. Celle qui culpabilise l'autre qui annonce sa	milieu politique	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non		Non	Non	Sur Facebook : https://www.facebook.com/carolinedehaas/videos/355903628204695/		
INPES	Organisation / Institution publique	Hommes enceintes : l'annonce, le scoop.	Spot de prévention, sensibilisation	33sec	France	oct-12		web + ?	Oui	Non	1300 vues Sailymotion	ludique sérieux	la responsabilité de la contraception, ... et critique des femmes	Celle qui culpabilise l'autre qui annonce sa	jeunes, adultes	Inégalités, Discriminations	Grossesse : contraception	Non		Non	Non	Episodes 1, 2 et 3 : http://www.dailymotion.com/video/xusbu		
anonyme, néerlandaise	Anonyme(s)	#dearcaller	Hashag + photographie		Pays-Bas	oct-17		web	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et renvoie à la capacité d'agir des femmes	sérieux	Harcelée dans la rue	Harceleurs	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/brutofield/videos/1915647065351598/	
It's on us et agence 101 North Marketing	Association	This is the logic used to excuse sexual assault.	Spot de prévention, sensibilisation (3)	2min05	USA	oct-17		web	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ironie	Accusé d'avoir provoqué, de dire non mais c'est oui, de ne pas envoyer des	Celles qui se respectent pas les	hommes et femmes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non		Non	Non	Huff Po : http://www.huffingtonpost.fr/2017/09/22/cette-campagne-contre-les-agressions-sexuelles-metoo/	

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	Lieu de diffusion	Post. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	Typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	Ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Prédictions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas à ouvrir mais autre)	Liens
Associação Contra a Violência e Justice for My Sister Gloria Moran	Association de communication	Worldwide, violence against women kills more women between	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min	Portugal	2016		web + ?	Non	Oui	8200 vues Youtube	DDG par SUBSTITUTION	Sérieux	Père, médecin	Mère, bébé à naître, fille, laouelle a	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/strategies.fr/videos/1015439253614601/
	Association	Boys will be boys	court-métrage	2min07	Guatemala	2016		web + ?	Non	NSP	20 000 vues Facebook	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Enfant puis père	Sœur puis fille	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Education enfant	MASCULINITES		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/conejoprod/videos/1308400093232045/
Theamat	Artiste Bdiste	Si les super-héros étaient dessinés comme les super-héroïnes	BD		USA Floride	2012		web + ?	Non	NSP	692 000 vues Site artiste	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ludique	superhéros en costume sans pantalon	Wonder women qui n'a pas de pantalon. et Corps féminin dénudés inscrits des	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans les comics	Non		Superhé	Non	Facebook : https://www.facebook.com/efFRONTage/posts/1177032770719767/
Aria Watson	Artiste photographe	Grab em' by the pussy	Photographies d'art		USA	2016		web + exposition ?	Non	NSP	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	sérieux	Absent, Trump présent à travers les citations et son nom		femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Misogynie	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/lempecheuse/posts/1786754138256879/
Gus Worland	Entreprise média privé pure plaver	Man up. It takes balls to cry	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min	USA NY	2016		web	Non	NSP	163 000 vues Youtube	DDG par déroutement des assignations	sérieux	Bébé, enfant, adulte, qui pleurent	Absente	hommes	Inégalités, Discriminations	Injonctions aux hommes de ne pas pleurer, suicides	MASCULINITES		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/MicMedia/videos/1277071985648922/
Julie Bargeton et Sophie Garric	Actrices, auteures, réalisatrice	Basique	Clip vidéo musical hypertexte	3min03	France	mars-18	Autour de la JIDF	web	Oui	NSP	640 000 vues Youtube	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	ludique	Ils n'ont pas les bases, et des figures connus Weinstein, polanski, ...	Performees et victimes de violences	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non		Orelsan	Non	YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=9SaxUV1KHAc&t=98s
HandsAway TBWA	Association Agence de communication Organisation	Bande de bites	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min30	France	2017		web + projection	Oui	Oui	9000 vue Youtube	DDG par SUBSTITUTION	sérieux	Agresseurs et leurs bites qui se séparent de leurs corps et courent partout	Présente par les témoignages	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, harcèlement sexuel	Non		Non	Non	France TV Info : https://www.francetvinfo.fr/societe/harcèlement-sexuel/vidéo-bande-de-bites-une-publitexte-phoc
Marie de Paris	Association / Institution publique	Ma jupe n'est pas une invitation	Affiche		France	nov-18	Autour de la JICVF 25 novembre	web + affichage	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Absent, agresseur, cible du propos	Présente, partie du corps	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	Mademoiselle : http://www.madmoiselle.com/campagne-harcèlement-de-rue-paris-27100
Stop harcèlement de rue, des effrontés	Agence de communication	#Noncestnon	Dispositif + vidéo : bannière publicitaire +		France	2018	Autour de la JIDF	web	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et PIEGE	sérieux	Harcèleur et cible du harcèlement	Absente	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	CB News : http://www.cbnews.fr/marques/noncestnon-quand-le-harcèlement-publicitaire-est-la-lutte-contre
Aix-Marseille Université	Organisation publique, université	Campagne de sensibilisation contre le harcèlement	Affiche et flyer		France	2016		affichage université	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Harcèleur	Cible du harcèlement	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle, harcèlement sexuel	Non		Non	Non	AMU : https://dircom.univ-amu.fr/aix-marseille-universite-lance-sa-campagne-sensibilisation-contre
Jackson Katz	Prof. fe, chercheur. e et militant.e	Violence faite aux femmes - C'est un problème d'homme	Vidéo Tedx		USA Californie	nov-12		web + performance	Oui, s	Oui	2 155 000 vues	DDG par incitation et implication à réagir des hommes	sérieux	Agresseur et homme qui doit prendre position entre pairs contre comportements	Victimes de violences, féministes, personnage	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	RACISME HOMOPHOBIE		Non	Non	TED : https://www.tedx.com/talks/jackson_katz_violence_against_women_it_s_a_men_s_issue/un-pov120m180-fr
osez le féminisme	Association	stop agresseur	Affiche et flyer		France	2017		web + ?	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Agresseur	Victimes	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	Osez le féminisme : http://osezlefeeminisme.fr/stopagresseurs-le-harcèlement/
HAVAS Melbourne pour SBS	Entreprise média privé Aence de	The real you matters	Spot commercial et social, version longue	1min40	Australie	2018		web + TV	Oui, s	Oui	13 000 vues FB	DDG par SUBSTITUTION INTERSECTIONNELLE	ironique	Collègues de travail : musulman qui dit faire du yoga, homme qui enaee la conversation	Collègue de travail : enceinte qui rentre le	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Discriminations, représentation de soi +	INTERSECTION femmes lesbiennes		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/Creapills/videos/19171376809560330/
France Info	Entreprise média publique	1975 : "Est-ce que vous battez votre femme ?"	Courte vidéo documentaire / information	2min25	France	mars-18	Mise en perspective des répercuss	web + TV	Oui	NSP	871 000 vues	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Dans les archives 1975, discours explicite de violences conjugales. Micro trottiroire 2018	Femmes 2018 micro trottiroire	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Conjugale physique	Non		Non	Archives I	Facebook : https://www.facebook.com/franceinfo/videos/1835943066449183/
Brigade anti-sexiste Agence féministe	Association Agence de communication	Pour un Paris dans pub sexiste	Visuels, image commentée		France	2018		web + affichage ?	Oui	Non	Pas de mesure	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	sérieux ironique	A la salle de sport, dans la rue ou en soirée, objet de harcèlement	6 fois plus dans la pub, passe l'aspirateur que s'il est divorcé	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/pg/BrigadeAntiSexiste/photos/?tab=album&album_id=2088760278300000
BuzzFeed Meufs	Entreprise média privé pure plaver	Si les meufs "draguaient" comme les mecs	Courte vidéo divertissement	1min15	USA	2018		web	Oui, s	Oui	378 000 vues	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique, sérieux	A la salle de sport, dans la rue ou en soirée, objet de harcèlement	Harceleuses	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/BuzzFeedMeufs/videos/2059846627672033/
Fondation des Femmes	Association : Fondation	Tu seras un homme mon fils	Spot de prévention, sensibilisation	45sec	France	mai-18		web + ?	Oui	NSP	151 000 vues Youtube	DDG par déroutement des assignations	sérieux	Père qui parle à son fils "si... + condition masculinité positive et non violente. tu seras	Rient, sœurs, copines	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Education enfant	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/FondationDesFemmes/videos/1539456479512752/

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	lieu de diffusion	Post. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	typo lecture flottante, supprimer ou remplacer par DDG principal	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Précisions Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre ?	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens
ViralFox France	Entreprise média privé pure plaver	Femme enceinte	Courte vidéo divertissement	31sec	France	déc-17		web	Oui	NSP	4 400 000 vues Youtube	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoristique, satirique	Manspreader qui occupe un siège, ne laissant pas sa place à une femme enceinte.	Femme enceinte objet de sexisme.	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Manspreading	MASCULINITES	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/viralfox.fr/videos/383750355381623/	
College Humor	Entreprise média privé pure plaver	When you work with a sex demon	Courte vidéo divertissement	3min35	USA NY	10-mars-18		web	Non	NSP	1 916 000 vues Youtube	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoristique, satirique	Hommes qui ne orient pas ou remettent en question les témoignages des Collègues de travail qui touchent le ventre de leur collègue enceinte sans brévenir et en Guide et visiteur venant "découvrir" au musée le harcèlement de rue. Représentation Compagnon qui se prend pour un "prince", disney dans les couples.	Femme qui exprime son ras le bol des collègues surprise de la familiarité des Visiteuses du musée, victimes de violences Princesse	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement sexuel au travail	Non	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/CollegeHumor/videos/1015560683742807/ YouTube : https://www.facebook.com/ciciradiocanadatele/videos/193070706969059	
ICI télé (Quebec)	Entreprise média publique	Les magnifiques - Flatter la bêdaine	Courte vidéo de divertissement	56sec	Canada	mai-18		web + TV (ICI Télé)	Oui	NSP	25 000 réactions FB	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoristique, satirique	sans brévenir et en Guide et visiteur venant "découvrir" au musée le harcèlement de rue. Représentation Compagnon qui se prend pour un "prince", disney dans les couples.	Prostituée, victimes de violences dans sa vie	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Grossesse : femme enceinte	Non	Non	Oui, comédie, citations d'anonymes ou	Facebook : https://www.facebook.com/villedelausanne/videos/1700202720056257/ Site web : https://www.facebook.com/sacreamamanbis/videos/943592169147432/ YouTube : https://www.facebook.com/nordicmodelnow/videos/573707889675097/	
Ville de Lausanne	Organisation / Institution oubliée	MdHR : ouverture au plus vite le Musée du Harcèlement de rue	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min58	Suisse	30-avr-18		web	Oui	NSP	786 000 vues FB	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	ludique	venant "découvrir" au musée le harcèlement de rue. Représentation Compagnon qui se prend pour un "prince", disney dans les couples.	Prostituée, victimes de violences dans sa vie	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Harcèlement de rue, sexisme	ORIENTATION SEXUELLE	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/villedelausanne/videos/1700202720056257/ Site web : https://www.facebook.com/sacreamamanbis/videos/943592169147432/ YouTube : https://www.facebook.com/nordicmodelnow/videos/573707889675097/	
Mademoiselle Serge (Muriel Maneol)	Artiste humoriste	La surcharge débile mental	Clip vidéo musical	4min03	France	12-avr-18		web	Oui	Non	3900 vues Facebook	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	humoristique, satirique	Client de la prostitution (et proxénètes mentionnés)	Prostituée, victimes de violences dans sa vie	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Inégalité tâche domestique	Non	Non	Princesse	Facebook : https://www.facebook.com/sacreamamanbis/videos/943592169147432/ YouTube : https://www.facebook.com/nordicmodelnow/videos/573707889675097/	
Nordic Model Now	Association	If men didn't buy her, pimps couldn't sell her	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	1min	UK	20-févr-18		web + ?	Non	NSP	55 000 vues Facebook	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Client de la prostitution (et proxénètes mentionnés)	Prostituée, victimes de violences dans sa vie	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Prostitution	Non	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/nordicmodelnow/videos/573707889675097/ YouTube : https://www.facebook.com/nordicmodelnow/videos/573707889675097/	
Sabine Aussenac	Artiste auteur.e	Free d'hommes	Littérature : roman, essai		France	nov-13		édition	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexuels	satirique	Dominants, agressés	Dominantes, agresseuses	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Non	Résumé	Le Monde blog : http://sabineausсенac.blog.lemonde.fr/2015/03/07/journee-de-la-femme-les-hommes-la-roman-de-	
Eddy de Pretto	Artiste musique	Kid	Clip vidéo musical	3min05	France	27-sept-17		web + TV	Oui	NSP	16 894 000 vues Youtube	DDG par RIDICULARISATION du rapport genré ou comportement masculin	ironique	Enfant, "tu seras viril mon kid", chanteur dénonce les injonctions à la virilité	Absente	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Injonctions aux hommes, virilité	MASCULINITES	Non	Non	YouTube : https://www.youtube.com/watch?v=xfbM3LD0D9Q	
BuzzFeed Meufs	Entreprise média privé pure plaver	Des femmes essayent de faire du manspreading pendant 1 semaine	Expérience sociale vidéo	4min33	USA	mars-18		web	Oui, s	Oui	715 000 vues	DDG par action directe en milieu politique masculin	ludique, sérieux	Individus au quotidien dans les transports dont manspreaders	Femmes qui font du manspreading pendant	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Manspreading	Non	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/BuzzFeedMeufs/videos/2021229418200421/	
Assignée Garçon BD, Sophie Labelle	Artiste Bdiste	Victime de cisphobie anonyme	BD		Canada	13-mars-18		web + édition ?	Oui	Oui	660 réactions FB	DDG par INVERSION DU GENRE, CISGENRE	satirique	Se plaint à une rencontre victime de cisphobie sa transphobie	Se plaint à une rencontre de victime	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Transphobie	INTERSECTION personnes trans	Non	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/assigneegarcon/posts/2060326444256405 Tumblr de l'auteur : https://www.lemonde.fr/big-browser/article/2017/11/28/inverse-les-roles-pour-faire-resortir-les-
Plusieurs titre de presse, not. en France	Entreprise média privé informatio	Inverser les genres pour pointer les tendances sexistes de la presse	Article de presse hypertexte		Plusieurs pays : France, USA, UK	2017		web	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexuels	ludique polémique	Devient le sujet du titre, valorisée.	Devient le sujet du titre, valorisée.	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Représentations des femmes dans les médias, discriminations et Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Non	Non	Le Monde blog : https://www.lemonde.fr/big-browser/article/2017/11/28/inverse-les-roles-pour-faire-resortir-les-	
Simon Puech	Youtubeur, se, vidéaste	Je te viole	Clip vidéo musical slam	3min15	France	23-nov-17		web	Oui	NSP	239 000 vues Youtube	DDG par dénonciation par des hommes des VF et renversement de la culpabilité	sérieux	Agresseur, commentateur	Victime des violences	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Non	Événement	Facebook : https://www.facebook.com/SimoneMedia/videos/266940443964840/UzpfCTE7M7VND9-10FEW3M4M0TIKMT	
Simone Media	Entreprise média privé pure plaver	Caméra Cachée Simone Media	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	6min46	France	nov-18		web	Oui	NSP	3 100 000 vues Facebook	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	polémique	Est servi 25% de moins, pour compenser les inégalités de salaires	Serveuses payée 25% de moins que les Absentes, présente par transparent	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, sexisme	Non	Non	Chiffre de	Facebook : https://www.facebook.com/MadAndWomen/videos/208200353414750/UzpfCTE7M7VND9-10FEW3M4M0TIKMT Chef Grasset : https://www.grasset.fr/king-kong-theorie-9782246686118	
Woman safe- Institut en santé gynésiaque	Association Agence de communication	Imaginez - Un coup dans les couilles #NousTousStes	Spot de prévention, sensibilisation, version longue	2min29	France	nov-18		web	Oui	NSP	6500 vues Youtube	DDG par SUBSTITUTION	satirique polémique	En caméra amateur, des personnalités utilise l'analogie du coup dans les couilles avec	Absente, présente par transparent	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/MadAndWomen/videos/208200353414750/UzpfCTE7M7VND9-10FEW3M4M0TIKMT Chef Grasset : https://www.grasset.fr/king-kong-theorie-9782246686118	
Virginie Despentès	Artiste auteur.e	King Kong Théorie	Littérature : roman, essai		France	2006		édition + adaptation théâtre	Oui	NSP		DDG par déroutement des assignations	sérieux	Renversement des hommes	Renversement du sexe faible	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression. violence	Non	Non	Non	Positiv : https://positiv.fr/farah-sketch-humour-regles-femisme/	
Farah	Artiste humoriste	Tampax et féminisme, what else ?	one women show	4min45	Belgique	2018		web + performance	Oui	NSP	2 800 000 vues PositivR	DDG par IRONISATION d'une situation discriminante / misogynie	humoristique, satirique, polémique	Absent, mentionnés tels que Bigard, les couilles, ... et deviennent ceux qui	Performeuses et féministe	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Règles, menstruations	Non	Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/ChillaOficiel/videos/198228085867859/ YouTube : https://www.facebook.com/ChillaOficiel/videos/198228085867859/	
chilla	Artiste musique	#BalanceTonPorc	Clip vidéo musical	4min33	France	2018		web + performance	Oui	NSP	2 415 000 vues Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux polémique	Absent, mais agresseurs pointés	Performeuses et victimes de violences et	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Agression, violence sexuelle	Non	Non	référence	Facebook : https://www.facebook.com/ChillaOficiel/videos/198228085867859/ YouTube : https://www.facebook.com/ChillaOficiel/videos/198228085867859/	

Créatif (principal)	Statut créatif	Titre	Support	Durée	Pays	Année	Note sur le(s) contexte(s)	lieu de diffusion	Poss. lecture en FR	Internationalisation	Nombre de vues, clics, partages...	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	ton régime	Rôle des personnages hommes	Rôle des personnages femmes	Cible construite	Sujet central violence faites aux femmes	Thème principal Prédéfini Violence...	Violences dénoncées suppl. ou intersect.	Pour le message, asso. du genre à	Œuvre de base ?	Objet de base (pas 1 œuvre mais autre)	Liens	
Chilla	Artiste musique	Sale chienne	Clip vidéo musical	3min17	France	2017		web + performance	Oui	NSP	4 418 000 vue Youtube	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	ironique polémique	Absent, mais misogynie dans la culture du rap	Performeuses et victimes de violences	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Misogynie, insulte	Non		Non	Non	RTBF BE : https://www.rtbf.be/info/societe/detail_sale-chienne-une-campagne-contre-la-civiltac-civiltac-civiltac	
France 2, France Info Et Sarah Kaddour	Chroniqueur.se	vidéo France info	Expérience sociale vidéo, caméra cachée	1min18	France	2019		web + TV (France Info)	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux satirique	Harcelé	Harceleuses	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Harçèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	France TV info : https://mobile.francetvinfo.fr/societe/harcelement-sexuel/vidéo-test-charmant-tac-nac-un-06-une-	
Non citées (19)	Artistes plasticien.ne	Art Gap exposition. 50% du salaire, 50% du tableau	Peinture		Dubai 11 pays d'origine des	2019		web + exposition	Non	Oui	Pas de mesure	DDG par action directe en milieu politique masculin	sérieux polémique	Absent, matérialisé par le reste de toile blanche	Peintres, payées moins que leur Font du manspreading, sont	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	Discrimination professionnelle inégalité salariale, sexisme	Non		Non	Non	Non illustre une étude de l'universi	Facebook : https://www.facebook.com/kapawmedia/posts/2698196990196008
Mamamia	Entreprise média privé pure player	If a men lived like a women for a day	Expérience sociale vidéo	3min20	Australie	2019		web	Non	NSP	27 000 000 vues FB Mamamia Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	ludique, satirique	Doit se préparer, faire attention à son apparence, est harcelé, aadressé. développe des	Font du manspreading, sont sexistes.	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Continuum, transversales, harcèlement, insultes, agression violence	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/watch/?v=2127448593990833	
Alexandra Rubinstein	artiste plasticien.ne	Série Dream Come True, Thirsty	Peinture		USA NY	2015-2016		web + exposition	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	sérieux polémique	Objet du désir, objectification	Sujet du désir	femmes et ho	Inégalités, Discriminations	sexualisation des femmes, sexisme dans la pub + plaisir et désir	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/watch/?v=764394700593987	
Et Yasmeen Mjalli Baby fist	Artiste Entreprise	Not Your Habibt, la veste anti-harcèlement	Textile : message sur vêtement		Palestine	2019		vêtement	Non	Oui	Pas de msure	DDG par action directe en milieu politique masculin	sérieux	Harceleurs	Cible des harceleurs qui répond	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Harçèlement de rue, sexisme	Non		Non	Non	Facebook : https://www.facebook.com/watch/?v=640216453058156	
Juliette Boutant et Thomas Mathieu	Artiste Bdiste	"Quand on voit le bébé, on oublie tout":	BD		France	2018		web + édition ?	Oui	NSP	Pas de mesure	DDG par VISIBILISATION de l'AUTEUR de violences et RENVERSEMENT de la culpabilité	sérieux	Médecins qui pratique des violences obstétricale	Sage-femme pas toujours à l'écoute.	femmes et ho	Violences, inégalités, discriminations	Grossesse : violences obstétricale	Non		Non	Non	Cheek Magazine : http://cheekmagazine.fr/societe/projet-crocodiles-bd-violences-obstetricales/28444-lw4811967-07	
Eli Rezkallah	Artiste photographie	"In A Parallel Universe"	Affiche hypertexte		Liban	2018		web + exposition	Oui	Oui	Pas de mesure	DDG par INVERSION du GENRE, des rôles sociaux sexués	humoristique polémique	"Goutent à leur propre poison", en étant diminué, frappé, ridiculisé à l'instar des	Deviennent dominante, celles qui fraquent.	hommes	Violences, inégalités, discriminations	Objetisation et sexualisation des femmes, sexisme dans la pub + Violences	Non		Publicité	Non	Fem positive : https://www.fempositive.com/photographer-switched-gender-roles-notraved-coviet-vintno-afcs-chnu	

B. Annexe Dispositif, création et réception : court-métrage « Majorité Opprimée » Eléonore Pourriat (2010)

Lien vers YouTube VOFRstEN : <https://www.youtube.com/watch?v=V4UWxlVvT1A> ;
et VOFR : <https://www.youtube.com/watch?v=kpfaza-Mw4I>

Séquence 1 : des femmes uniquement dans l'espace public



Musique « Comme un garçon » interprétée par Stéréo Total « Comme un garçon j'ai les cheveux longs, comme un garçon je porte un blouson, un médaillon, un gros ceinturon comme un garçon. Comme un garçon je suis têtue et bien souvent je distribue des corrections faut faire attention comme un garçon. Pourtant, je ne suis qu'une fille, et quand je suis dans tes bras, je ne suis qu'une toute petite fille, perdue quand tu n'es pas là »

Séquences 2 : Pierre et sa poussette, le sexisme latent de sa voisine et de la joggeuse torse nu



Extrait : « Je vous dis ça à vous, mais c'est à votre femme que je devrais parler »



Extrait : « Et attendez je vais vous aider. Vous n'allez pas vous en sortir »



Extrait : « Elle en a de la chance d'avoir un joli papa. Perdez pas le sourire surtout ! »

Séquence 3 : Pierre, sifflé dans la rue, femme torse nu, puis chez le nounou Nissar, « cagoulé », discours féministe Blanc moralisateur





Extrait Pierre à Nissar : « Vous n’êtes pas un objet, vous n’appartenez à personne »

Séquence 4 : Pierre, intériorisation des normes (chemise) et l’agression verbale par une femme sans-abris, par la répétition illustration du harcèlement



Extrait : « Des petites pipes à la chaîne, ça te dit mon gars ? (...) Tu t’es vu dandiner ton petit cul (...) Tu sais quoi, t’es moche (...) Vas-y pédale, connard ! »

Séquence 5 : Pierre et l’agression verbale, physique et sexuelle dans la rue par un groupe d’agresseuses



Extrait : Les agresseuses « Et il a un bon ptit boul (...) Il aime pas les compliments on dirait. Mal baisé. » Pierre : « Non j’aime qu’on me foute la paix (...) De quel droit vous me parlez comme ça ? » Les agresseuses : « Tu sais que tu m’excites. Tu me sucés ! » Pierre : « (...) Pauvres connes »



Extrait : Les agresseuses « Oh pourquoi tu nous insultes ? Maintenant tu t'excuses ok ! Sinon je te fais sauter ce que t'as de plus précieux espèce de chien » Pierre : « Laissez moi partir » Les agresseurs : « Regarde il sue. T'as chaud ma poule ? Il a les tétons qui pointent. Je suis sûre que t'as une toute petite bite » Pierre : « Laissez-moi partir. »

Séquence 6 : Pierre au commissariat face à la policière misogyne avec son collègue et avec Pierre, remettant en doute son témoignage d'agression



Extrait : la policière à Pierre : « C'est fou quand même. En plein jour, pas un seul témoin. Pierre : « Qu'est-ce que vous insinuez ? » La policière : « Rien. Je pose des questions. Sois pas agressif. Ça serait dommage que je te colle un outrage tu crois pas ? A quoi tu joues là ? »

Séquence 7: Pierre et sa femme, disponible tardivement, peu empathique, le culpabilisant, à l'hôpital puis dans la rue



Extrait : La compagne de Pierre, Marion, à celui-ci : « Oh je suis désolée chaton, mais c'était impossible de s'échapper de la réunion. Cela dit, je crois que j'ai bien assuré »



Extrait : Pierre : « J'en peux plus de cette société féministe de merde. J'ai l'impression que nos pères se sont battu pour rien. (...) Tu dis rien. Marion ? » Marion : « Tu me fais marrer là avec tes discours de chien de garde. T'as vu comment t'es habillé, bah comme un petit allumeur voilà. Ta chemisette, tes tongs, ton bermuda au ras du genoux » Pierre : « T'as péte les plombs je m'habille comme je veux » Marion : « Bah t'étonne pas qu'on vienne t'emmerder alors. (...) Je vais chercher la bagnole, ça va me détendre. »

C. Annexe Dispositif, création et réception : clip musical « C.L.I.T. » Elvire Duvelle-Charles et Sarah Constantin (2016)

Lien vers YouTube « C.L.I.T. » : <https://www.youtube.com/watch?v=P7jnvgnX-ao>

Lien vers YouTube « St Valentin » Orelsan : <https://www.youtube.com/watch?v=PRzKsliOVkE>

Travail sur les détournements des paroles	
« C.L.I.T. » E. Duvelle-Charles et S. Constantin	« Saint-Valentin » Orelsan et Gringe
<p>Laisse la lumière allumée et garde tes chaussettes [les filles lui répondent/changement de sujet]</p> <p>Je vais m'asseoir sur ton visage jusqu'à ce que tu vois des clochettes [même sujet/changement position domination]</p> <p>J'adore les petits morveux avec des mimi coucougnettes</p> <p>T'es tellement accro vas-y je te prends comme une carpetto [changement de sujet/changement position de domination]</p> <p>J'espère que tu as prévu tout un tas d'anti douleur</p> <p>On va dépucler ta petite bite de soi-disant rappeur</p> <p>Tu vas goûter et savourer ma boîte de tampons usager</p> <p>Mais ferme ta gueule ou tu vas te faire Jacqueline Sauvager</p>	<p>Je laisse la lumière allumée et je garde mes chaussettes</p> <p>Je vais la limer jusqu'à ce qu'elle soit couchée et qu'elle voit des clochettes</p> <p>J'adore les petites coquines avec des couettes et des fossettes</p> <p>Je te rends misérable, tes copines vont t'appeler Causette</p> <p>J'ai des positions inconnues pour que tu goûte au vrai bonheur</p> <p>Parce que je me branle sur Canal + et j'ai jamais eu le décodeur</p> <p>Et le lendemain matin elles en redemandent et se mettent à trépigner</p> <p>Mais ferme ta gueule ou tu vas te faire Marie Trintigner</p>
<p>Je te le dis gentiment je ne suis pas là pour faire de sentiment</p> <p>Je suis là pour te couper tes 10 cm [changement de verbe pour changement de domination ; taille pénis réajustée, infériorisante]</p> <p>Tu seras mon petit chien et je serai là pour te soumettre [féminisation, renversement f.h]</p> <p>J'ai un pied sur ta bite un sur ta face et je deviens ambidextre [changement de main à pied : sexualité -> violence]</p> <p>Lèche mes fesses en finesse, je t'offre une pilule antistress</p> <p>Excuse-moi mignon laisse-moi dégrader ton faciès</p> <p>J'ai mon business anti discrétion t'inquiète je n'en parlerai pas</p> <p>Je te jure qu'on ne te verra pas à la caméra</p> <p>Je jouerai à l'ingénue et je t'emmènerai dans les bois</p> <p>Avant l'amour je serai romantique et je te mettrai des doigts</p> <p>Bois, lèche jusqu'à ce que tu sois mal en point</p> <p>Je t'aime suce mon clit pour la saint valentin</p>	<p>Je te le dis gentiment je ne suis pas là pour faire de sentiment</p> <p>Je suis là pour te mettre 21 cm</p> <p>Tu seras ma petite chienne et je serai ton gentil maitre</p> <p>J'ai une main sur la chatte une sur un sein et je deviens ambidextre</p> <p>En vitesse, en finesse, je t'offre une pilule anti-stress</p> <p>Excuse-moi miss, laisse-moi dégrader tes p'tites fesses</p> <p>On fait notre business en toute discrétion, je n'en parlerai pas</p> <p>Je te jure qu'on ne te verra pas à la caméra...</p> <p>Je te ferai le coup de la panne et j't'emmènerai dans les bois</p> <p>Avant l'amour je serai romantique et je te mettrai des doigts</p> <p>Je bois, baise, jusqu'à ce que tu en sois mal en point</p> <p>Je t'aime, suce ma bite pour la Saint-Valentin</p>
<p>REFRAIN X2 [typo non plus comics sans ms mais cursive]</p> <p>J'aime pas trop les 14 février,</p> <p>Les bouquets moi je te les fais bouffer</p> <p>Je te tej la veille et je te rebaise le lendemain</p> <p>Suce mon clit pour la saint valentin</p>	<p>REFRAIN X2</p> <p>J'aime pas trop les 14 février,</p> <p>Tout le temps seul à force de me faire griller</p> <p>Je te tej la veille et je te rebaise le lendemain</p> <p>Suce ma bite pour la saint valentin</p>
<p>Appelle-moi maitresse Madame la grande féministe [Pas de rime syncho] [renversement pouvoir]</p> <p>Je crache dans ta gorge ouverte sois content que je ne te mette pas fist [Pas de rime synchro]</p> <p>Mets-toi sur Messenger je t'envoie ma chatte en émoticône</p> <p>J'aime ta beauté intérieure quand tu remues ta queue en forme de cône.</p> <p>Jeune homme en chien respecte enfin les meufs mortelles</p> <p>Si tu deviens moins crétin promis je te file mon phone-tél</p>	<p>Appelle-moi Démonte-Pneus, Monsieur Le Déménageur</p> <p>J'crache dans ta femme enceinte et j'te fais un bébé nageur</p> <p>Mets-toi sur Messenger, je t'envoie ma bite en émoticône</p> <p>J'aime ta beauté intérieure quand tu remues tes seins en silicone</p> <p>Jeune homme en chien recherche le boule d'une meuf mortelle</p> <p>Si j'oublie ton prénom, j'oublierai pas ton numéro de phone-tél</p>

<p>Toujours du crédit pour aller baiser ton père En matière d'abstinence on sait que tu sais y faire ----</p>	<p>Toujours du crédit sur mon forfait tass-pé, ma belle Mets-toi à genoux et t'auras mon portrait craché Si t'es gourmande, j'te fais la rondelle à la margarine J'aime pas celles qu'avalent, j'aime celles qui font des gargarismes Et celles qu'ont su rester enfants, j'les soutiens dans leur combat d'femme Vit le sexe comme un conte de fées, depuis qu'j'ai mon BAFA J'respecte les shneks avec un QI en déficit Celles qui encaissent jusqu'à finir handicapées physiques Le courant passe avec un doigt dans ta prise électrique Moi d'abord je clèje et j'te tèje, puis tu pars au tri sélectif</p>
	<p>REFRAIN X2</p>
<p>---</p> <p>J'aime Kaaris car sa couleur fait ressortir le sperme Seth Gueko parce qu'il fait trop bien ma vaisselle J'aime Booba quand il est bâillonné Mon préféré c'est Vald ce mec est trop en chien ---</p> <p>Voilà ce qu'on répond à votre liberté de création [rajout] On vous fait bouffer les égouts comme ça on partage l'addition Je suis romantique, suce mon clit pendant que je te ratatine Et tape un rail de mouille avec ma cyprine</p>	<p>J'aime les chattes de gouttière, et les aristochattes Quand j'ai bu beaucoup d'bières, j'vais direct au contact J'aime les chattes qui datent pas d'hier et celles qui ont pas le bac Après rapport, tes lèvres seront nettement moins compactes J'aime les peaux mates, car leur couleur fait ressortir le sperme J'aime les moches parce que j'ai pas besoin de leur dire « je t'aime » J'aime les blondes quand elles sont bâillonnées Je conclus toujours une pénétration comme Rooney avec la balle au pied On va s'ambiancer sur du Beyoncé ou sur fond de musique électro J'aime pas les chattes percées, j'aime les chattes rasées en ticket d'métro Quand tu s'ras loin de moi, je te prendrai dans tes rêves Quelques fois dans le mois, j'te ferai l'amour pendant tes règles Parce que l'amour rend aveugle, tu vois trouble après l'éjac faciale Branlette espagnole jusqu'à c'que tu gueules « muchas gracias » J'te mets l'estocade et j'te porte le coup fatal Sens-moi dans ton estomac, t'es belle comme une double-anale On fera ça dans un parc, dans un appart ou dans ton lit Jusqu'à en perdre haleine, jusqu'à ce que tu prennes de la Ventoline Je suis romantique, sucés ma bite pendant que je regarde le foot Et tape un rail de sperme avec mon foutre</p> <p>Viens bébé on va tester mes nouvelles MST !</p>
<p>REFRAIN X2</p>	<p>REFRAIN X2</p>

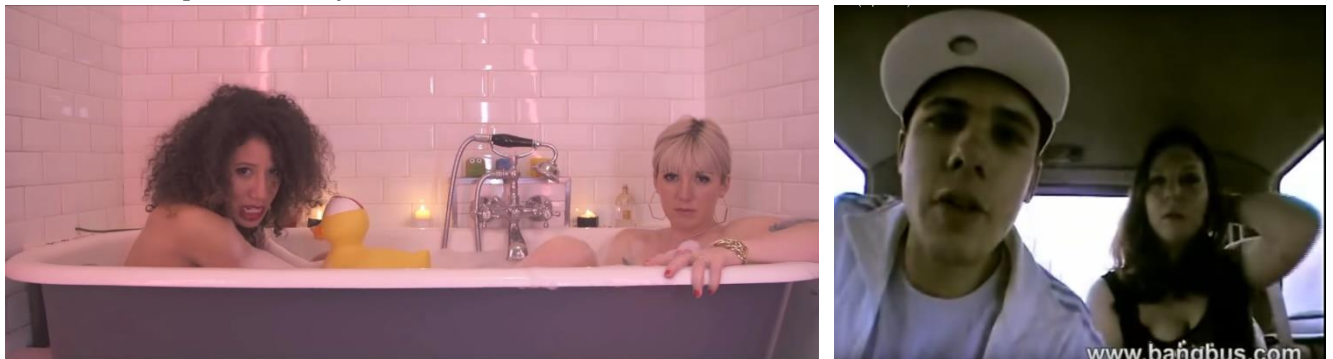
Introduction acoustique C.L.I.T reprise d'Orelsan et Gringe



Seconde introduction acoustique ajoutée après la précédente dans C.L.I.T.



Premier couplet C.L.I.T / Saint-Valentin



Extrait : « Je vais m'asseoir sur ton visage jusqu'à ce que tu vois des clochettes »

Extrait : « Je vais la limer jusqu'à ce qu'elle soit couchée et qu'elle voit des clochettes »



Extrait : « J'espère que tu as prévu tout un tas d'anti douleur ; On va dépuceler ta petite bite de soi-disant rappeur »



Extrait : « J'ai des positions inconnues pour que tu goûte au vrai bonheur ; Parce que je me branle sur Canal + et j'ai jamais eu le décodeur »



Extrait : « Tu seras mon petit chien et je serai là pour te soumettre »



Extrait : « Tu seras ma petite chienne et je serai ton gentil maitre »

Refrain C.L.I.T / Saint-Valentin



Second couplet C.L.I.T / Saint-Valentin



Extrait : « Appelle-moi maitresse Madame la grande féministe ; Je crache dans ta gorge ouverte sois content que je ne te mette pas fist »



Extrait : « Appelle-moi Démonte-Pneus, Monsieur Le Déménageur ; J'crache dans ta femme enceinte et j'te fais un bébé nageur »

Second couplet C.L.I.T / (3^e couplet) Saint-Valentin



Extrait : « J'aime Kaaris car sa couleur fait ressortir le sperme »



Extrait : « J'aime les peaux mates, car leur couleur fait ressortir le sperme »



Extrait : « Voilà ce qu'on répond à votre liberté de création ; On vous fait bouffer les égouts comme ça on partage l'addition »



Extrait : « Je suis romantique, suce mon clit pendant que je te ratatine Et tape un rail de mouille avec ma cyprine »



Extrait : « Je suis romantique, sucés ma bite pendant que je regarde le foot Et tape un rail de sperme avec mon foutre »



Epilogue C.L.I.T (apparition progressive)



63% DES FRANCAIS-E-S CONSIDERENT QU'IL EST PLUS DIFFICILE POUR LES HOMMES QUE POUR LES FEMMES DE MAITRISER LEUR DESIR SEXUEL.

UN TIERS DES 18-24 ANS PENSENT QUE LES FEMMES PEUVENT PRENDRE DU PLAISIR A ETRE FORCEES LORS D'UNE RELATION SEXUELLE.

POUR 4 FRANCAIS SUR 10, LA RESPONSABILITE DES VIOLEURS EST ATTENUÉE SI LA VICTIME A EU UNE ATTITUDE PROVOCANTE EN PUBLIC.

C.L.I.T - "SAINT-VALENTIN"

INSTRU : B.D.V.
PAROLES : SARAH CONSTANTIN ET ELVIRE D. CHARLES (SUR UNE IDÉE ORIGINALE D'ORELSAN)

REALISATION : ELVIRE D. CHARLES
CADRE : LES SIMONES
MAQUILLAGE : MATHILDE FROON
COSTUMES : LANA DELCROIX
VIXEN : G.O.L.
MONTAGE : SOPHIA ANTOINE

D. Annexe Dispositif, création et réception : planches de BD « Les Crocodiles » Thomas Mathieu (2012-)

Lien vers le Tumblr : <https://projetcrocodiles.tumblr.com/>

« Les Crocodiles », Thomas Mathieu, 2014, Editions Le Lombard

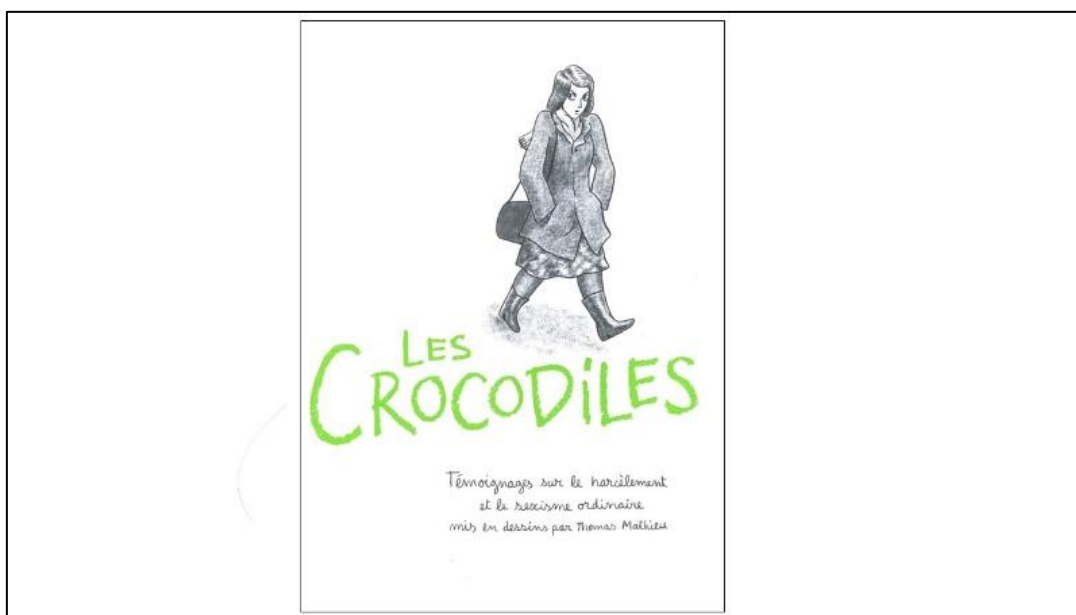
Le tome 2 ne s'inclut pas dans notre projection, mais nous le mentionnons :

« Les crocodiles sont de retour » (tome 2), Juliette Boutant, 2019, Editions Casterman

Lors du focus group, les dispositives, images inanimées, s'enchaînent selon une dynamique pré-testée. Les planches sont présentées par diapositif projeté sur un mur via vidéo projecteur. Les planches sont celles de Thomas Mathieu, disponibles sur le Tumblr.

Nous présentons les deux premières diapositives (1 et 2) sous le format de la projection (à l'italienne). Puis, par soucis de clarté et de lisibilité, nous les reproduisons ici en portrait. Elles sont cependant sous le même format que les diapositives 1 et 2 lors de la projection. Les dispositives 11, 15, 17, 21 et 23 comprennent deux planches, chacune d'une même histoire. Les diapositives 25 et 26 découpent une même histoire sur deux diapositives, composées de trois planches chacune. Chaque histoire est coupée par une diapositive pleine et grise lors de l'exposition, que nous matérialisons ici en petit en bas de page.

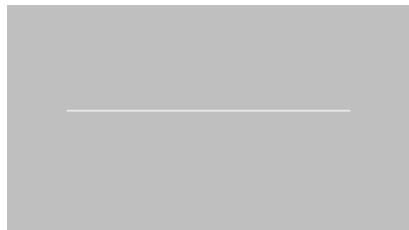
Diapositive 1 : Planche « couverture » issue du Tumblr de « Les Crocodiles ».



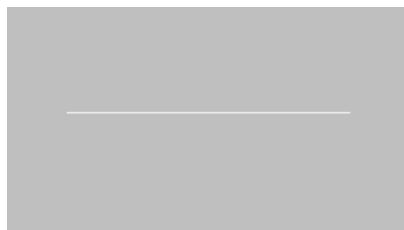
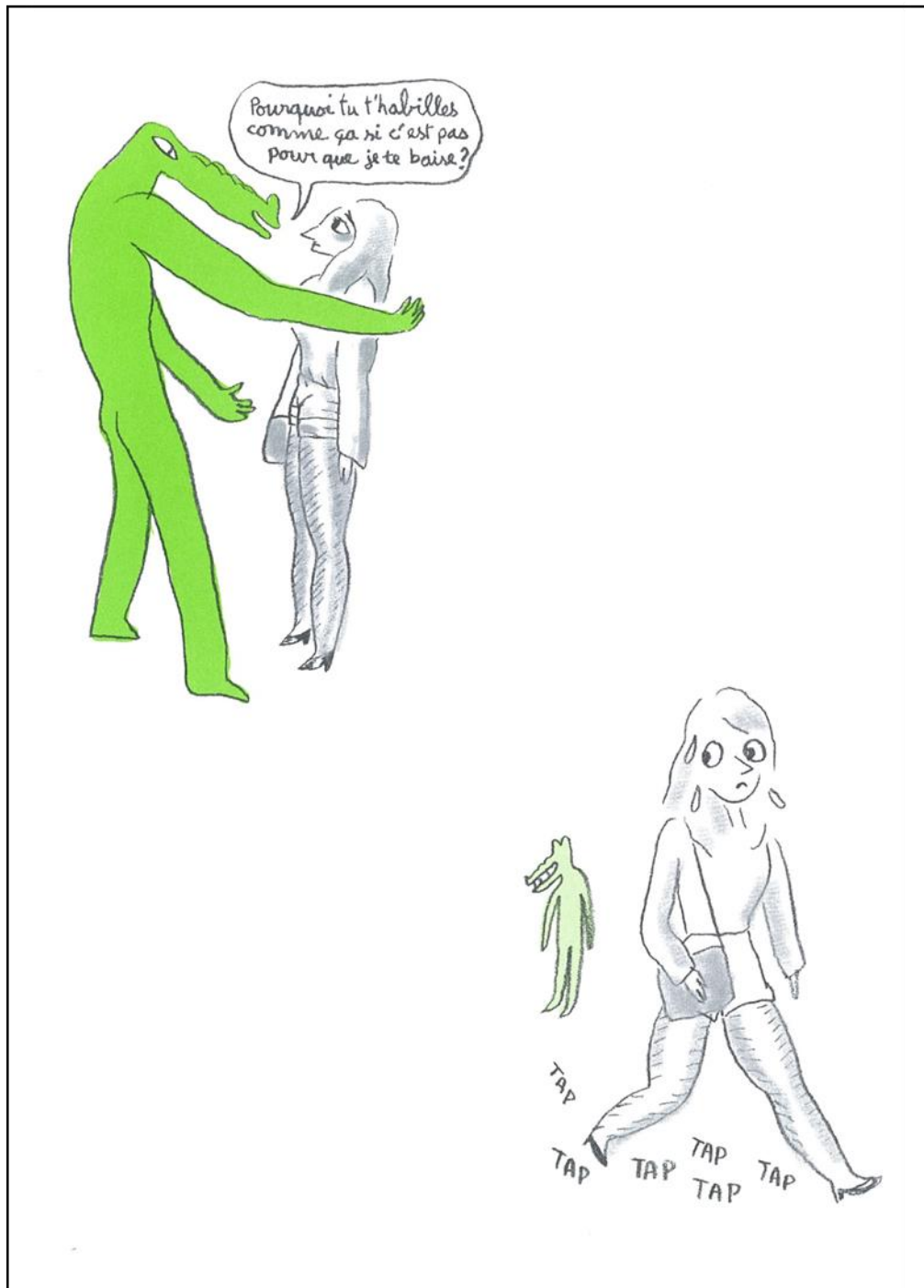
Diapositive 2 : section Témoignages respectant le sens de l'ouvrage (hors avant-propos) puis série respectant la courbe gaussienne des dispositifs projetés



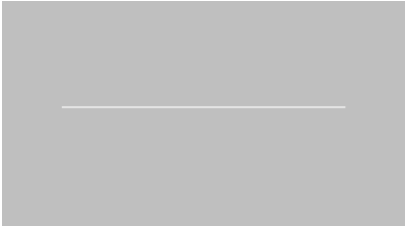
Diapositive 3 Histoire 1: T-shirt, regards masculins, intériorisation, capacité d'agir, problème dans l'espace public



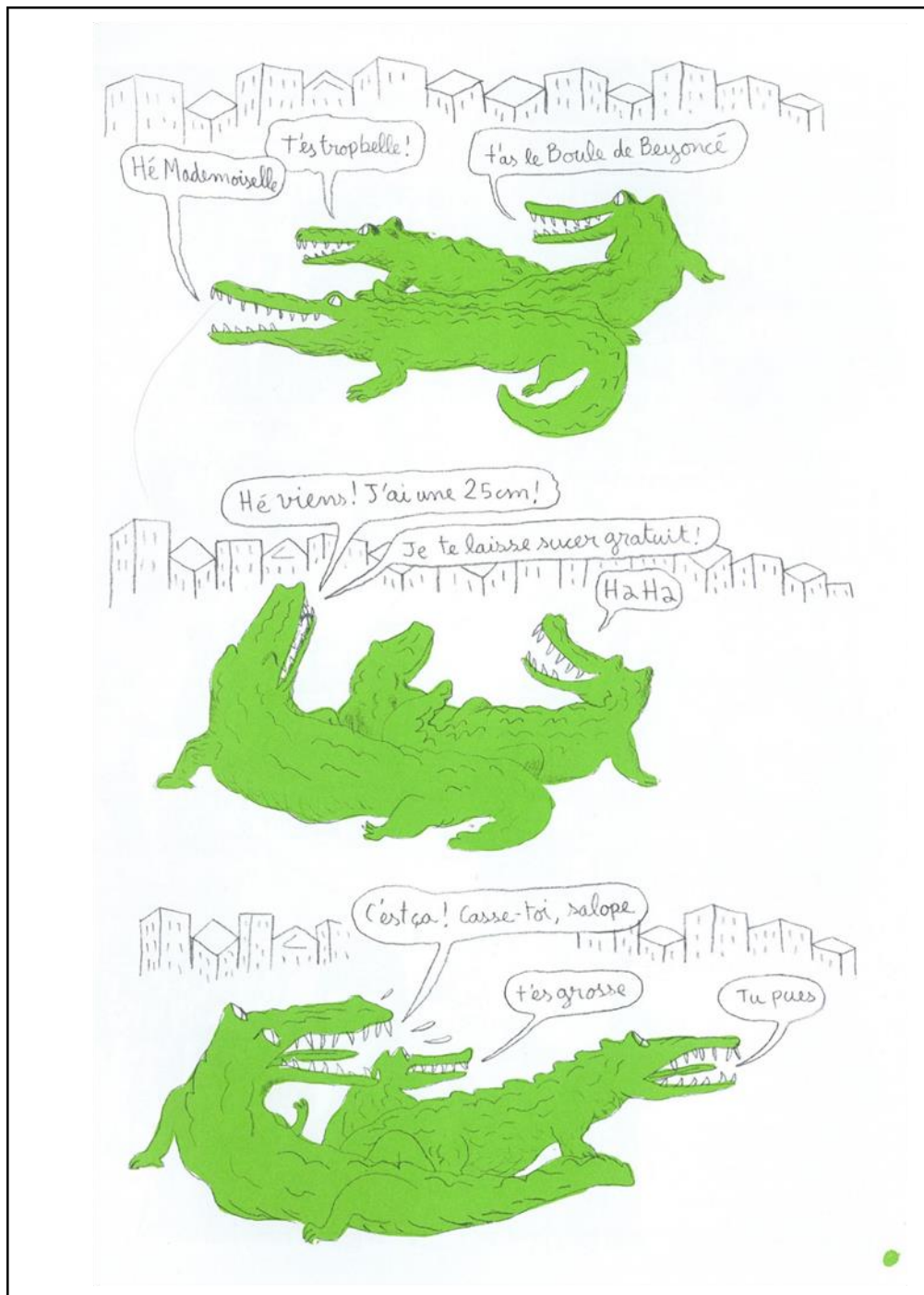
Diapositive 4 Histoire 2 : Vêtements, discours et comportements masculins et harcèlement de rue, problème dans l'espace public



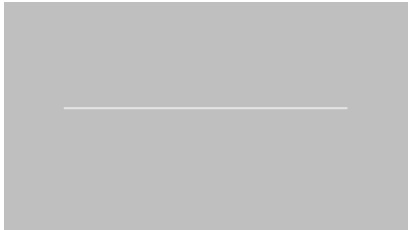
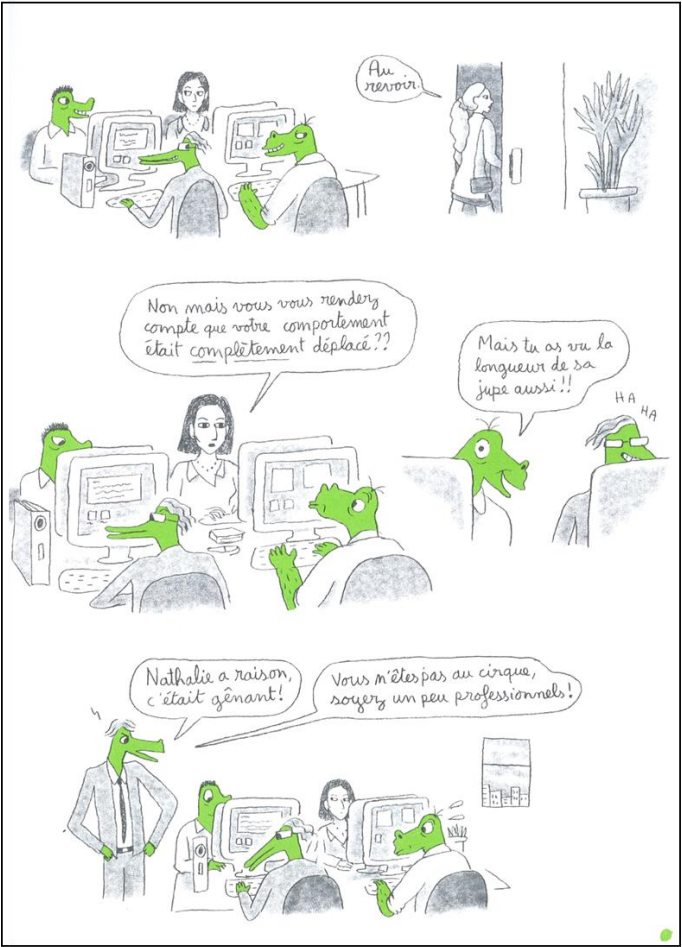
Diapositive 5 Histoire 3 : Vêtements, discours et comportements masculins et harcèlement de rue, problème dans l'espace public



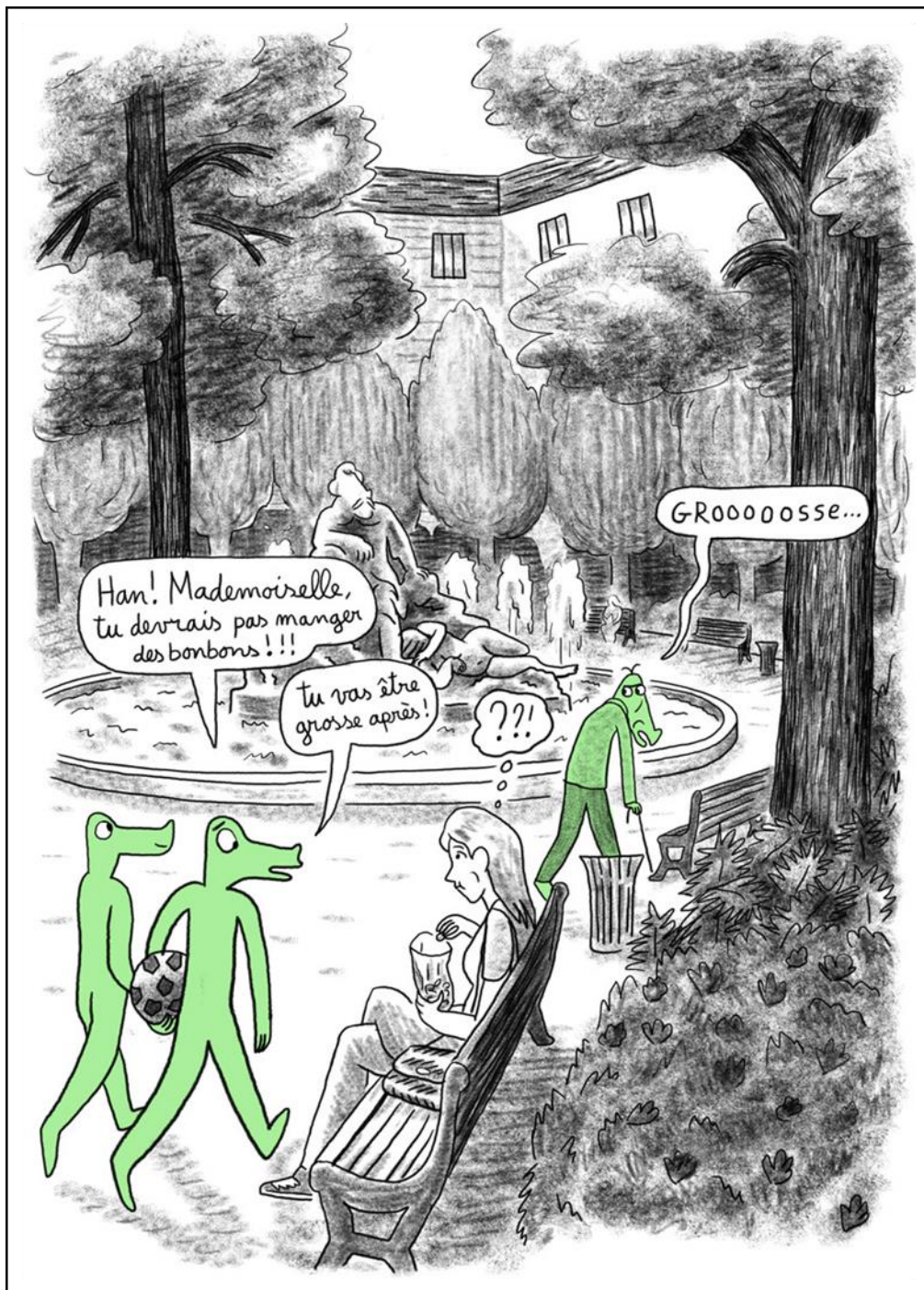
Diapositive 6 Histoire 4 : Discours et comportements masculins, intimidations, insultes et harcèlement de rue, problème dans l'espace public



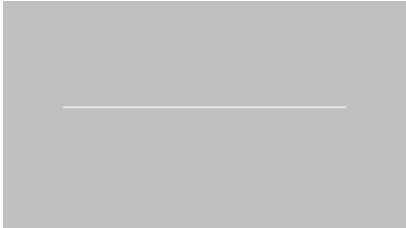
Diapositive 7 Histoire 5 : Discours et comportements masculins, entre-soi masculin, intervention contre le sexisme mixte, problème complicité masculine et milieu professionnel



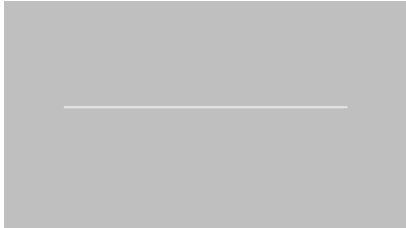
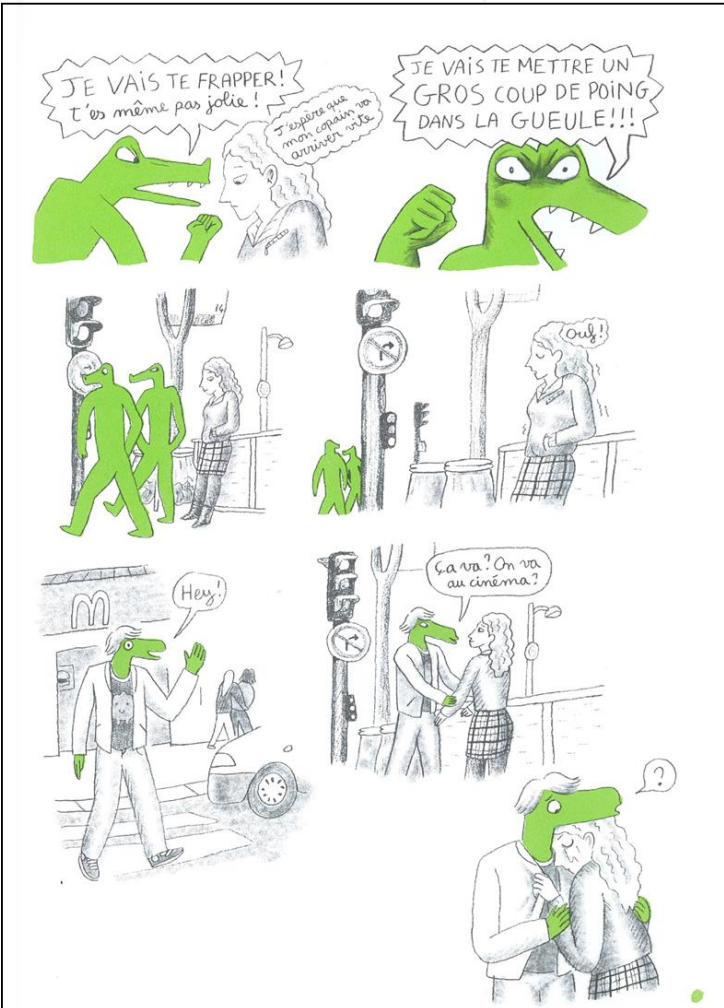
Diapositive 8 Histoire 6: Discours et comportements masculins, injonctions, problème espace public



Diapositive 9 Histoire 7 : Discours et comportements masculins, injonctions, problème espace public



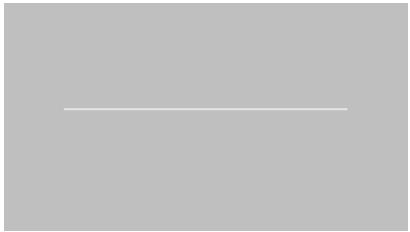
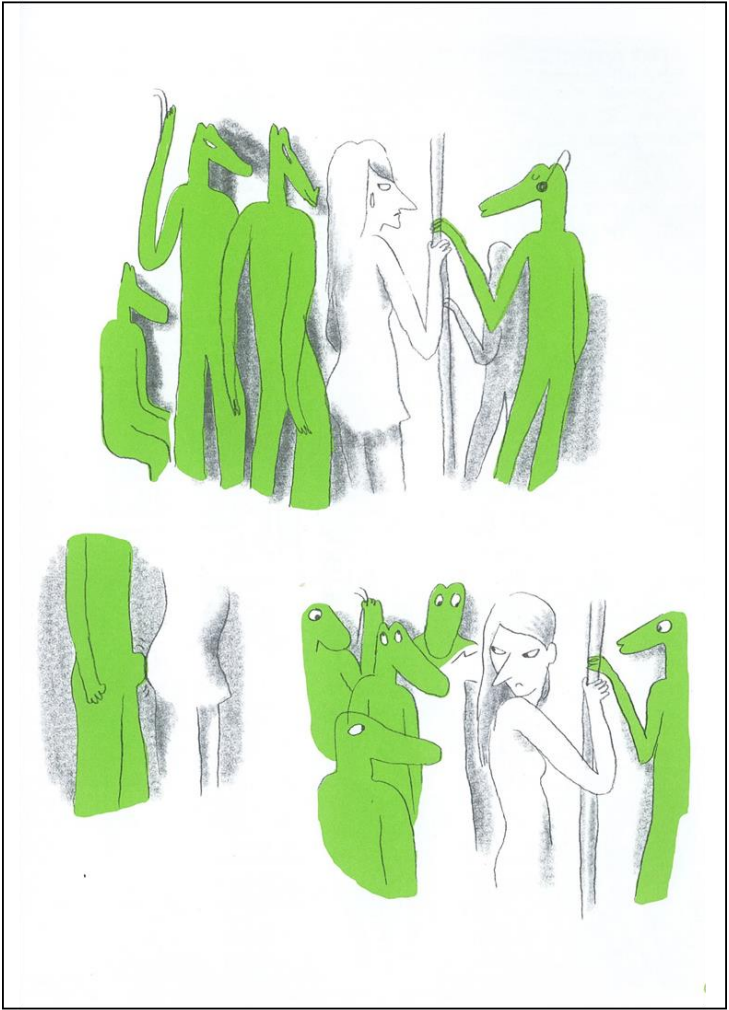
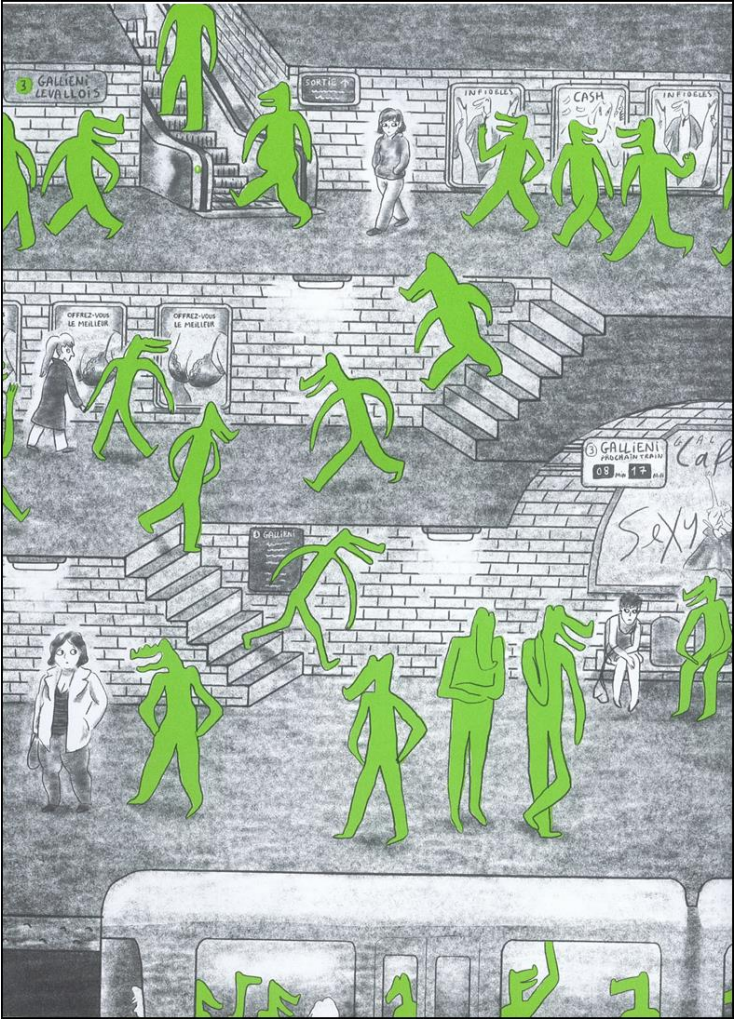
Diapositive 10 Histoire 8 : Discours et comportements masculins, intimidations, menaces et peur, problème espace public



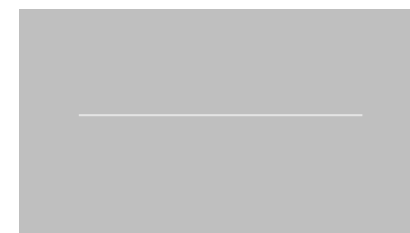
Diapositive 11 Histoire 9 : Agression sexuelle et capacité d'agir, problème espace public



Diapositive 12 Histoire 10 : Occupation de l'espace public par les hommes, agression sexuelle (frottement), problème espace public et transports



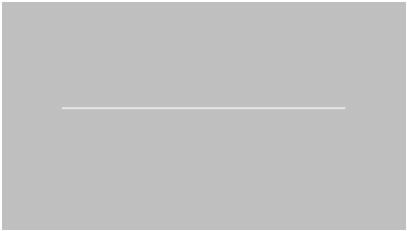
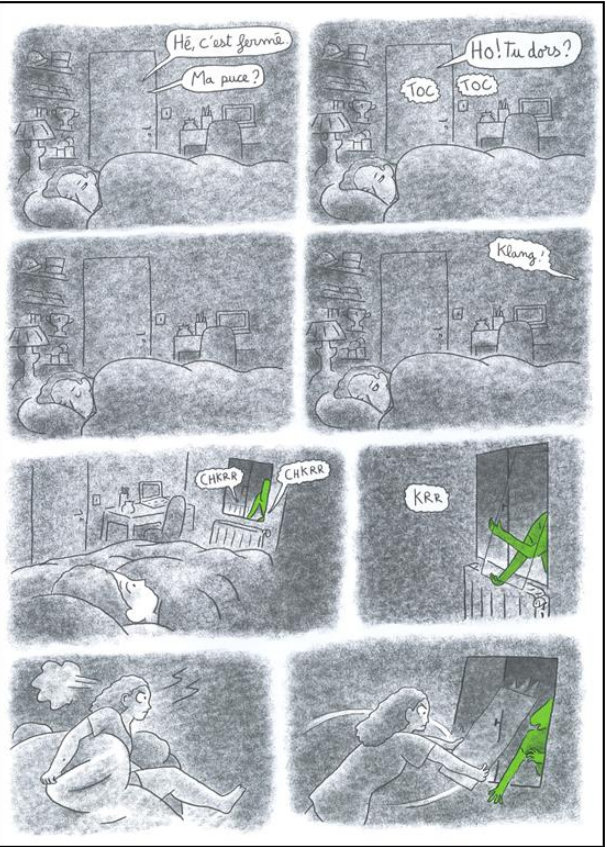
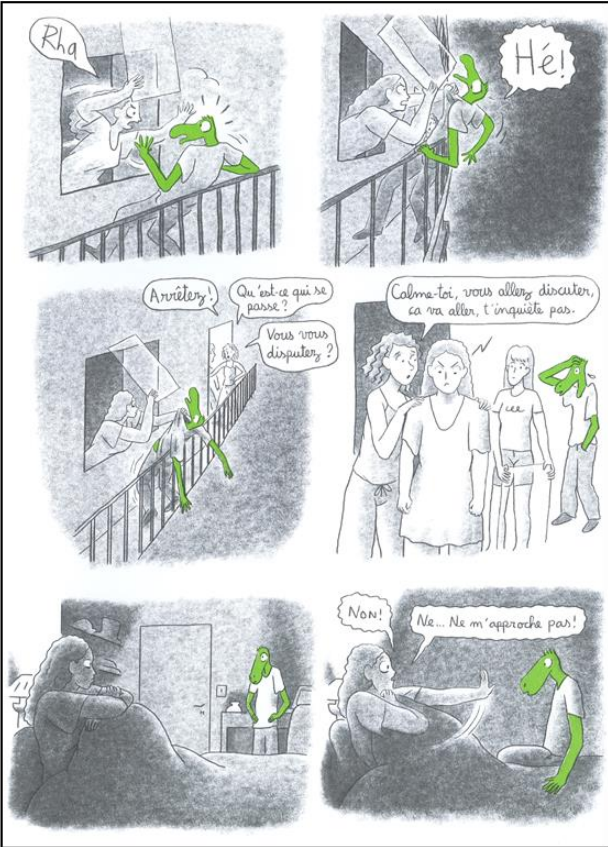
Diapositive 13 Histoire 11 : Sexisme latent et humour



Diapositive 14 Histoire 12 : Viol conjugal (1/2)



Diapositive 15 Histoire 12 : Viol conjugal (2/2)



Diapositive 16 : Fin des témoignages

Fin des témoignages

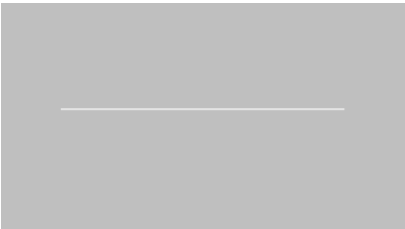


Diapositive 18 Conseils et Regard méta 2 : La loi



La Loi

Insulte publique	AMENDE jusqu'à 12000€	
Insulte publique Raciste/Sexiste/Homophobe	AMENDE jusqu'à 22500€	+ PRISON jusqu'à 6 MOIS
Exhibition Sexuelle	AMENDE jusqu'à 15000€	+ PRISON jusqu'à 1 AN
Attouchements, frotteurs, agressions sexuelles.	AMENDE jusqu'à 75000€	+ PRISON jusqu'à 5 ANS



E. Annexe Créations-Créatifs : liste des créatifs enquêté·e·s, rôles dans la création, dispositifs de DDG discutés et les violences qui y sont dénoncées

N° ent.	Personnes enquêtées	Rôles dans la création (autres activités connues)	Dispositifs discutés classés par type et chronologie	Principales violences dénoncées
1	Patrick Jean	Réalisateur (Documentariste, ex membre du Collectif Zero Macho)	Clips de sensibilisation : Changeons de point de vue (2011) Les clients (2013)	Prostitution (x2)
2	Eléonore Pourriat	Réalisatrice (actrice)	Court et long métrages : MAJORITE OPPRIMEE (2010) Je ne suis pas un homme facile (2018)	Continuum (x2)
3	Marie-Pierre Carbonnet	Coordinatrice de campagne (militante SHDR, étudiante)	Application : Hé ! (2015) Affiche : Relou Croco (2015)	Harcèlement de rue (x2)
4	Cie Avant l'Aube : Vincent, Macha, Lucie, Agathe	Réalisation et acteur·trice·s (comédien·ne·s)	Publicité parodique : Vous êtes inadmissibles (2016)	Sexisme dans la publicité
5	Louise Lemoine Torres	Réalisatrice (comédienne, naturopathe)	Court-métrage : No Comment (1998) Court-métrage animé : La Chair (2014)	Continuum Asservissement des corps des F.
6	Clara Tellier Savary	Créatrice (journaliste, éditrice)	Revue photographique : Porntoshop N°2 (2016)	Misogyne en politique
7	Sophie Barel	Graphiste (doctorante)	Affiche : Relou Croco Graphisme : Et ta maman, tu la siffles ? (2015)	Harcèlement de rue (x2)
8	Emmanuelle Piet	Coordinatrice de campagne (Présidente CFCV, gynécologue)	Affiches : Les hommes s'engagent contre les VF (2005 ; 2009) Rien ne devrait innocenter un violeur (2012) Spot long de sensibilisation : Kan C non, c'est NON ! (2009) Clip de sensibilisation : Ne laissez pas votre mari s'exprimer à votre place (2011) Proches (2015)	Continuum (x2) Viol (x2) Violences conjugales Viol
9	Dorothee Pierson	Directrice artistique (artiste)	Clip musical : Crawling on the ground, Anita Drake (2013)	Continuum

10	Leila Sy	Réalisatrice Conceptrice	Clip musical : La Dalle, LEJ (2015)	Harcèlement de rue
11	Marie-Anne Bernard	Scénariste (Directrice RSE France TV)	Clips de sensibilisation : France TV casse les clichés, Les remarques sexistes ; Les tâches ménagères ; La mixité (2016)	Discours sexistes Représentations et rôles
12	Sarah Constantin et Elvire Duvelle Charles	Créatrices (journaliste, réalisatrice, militante FEMEN)	Clip musical parodique : <u>C.L.I.T (2016)</u>	Sexisme dans la culture, violences sexuelles et ses représentations
13	Christophe Rambaux et Gilles Ollier	Directeur artistique et Concepteur rédacteur	Site internet, vidéo case et spots radio : <u>Girls of Paradise (2016)</u>	Prostitution
14	Thomas Mathieu	BDiste (artiste)	Bande dessinée Tumblr puis album : <u>PROJET CROCODILES (2013)</u> Les Crocodiles (2014)	Continuum
15	Gilles Lazimi	Coordinateur de campagne (médecin)	Affiches : Les hommes s'engagent contre les VF (2005 ; 2009) Rien ne devrait innocenter un violet (2012) Spot long de sensibilisation : Kan C non, c'est NON ! (2009) Clip de sensibilisation : Ne laissez pas votre mari s'exprimer à votre place (2011) Proches (2015)	Continuum Viol Viol Violences conjugales Viol
16	Agathe Riedinger	Réalisatrice (artiste)	Clip de sensibilisation : <u>Les bourreaux (2016)</u>	Prostitution
17	Grégoire Théry	Annonceur, coordinateur de campagne (Secrétaire général Mouvement du Nid, membre du HCE f- h)	Site internet, vidéo case et spots radio : <u>Girls of Paradise (2016)</u> Clip de sensibilisation : <u>Les bourreaux (2016)</u>	Prostitution (x2)
18	Frédérique Pollet Rouyer	Réalisatrice (artiste, documentariste)	Série photographique : L'homme enceint (2009) Clips de sensibilisation : <u>Changeons de point de vue (2011)</u> Court-métrage : La prostitution, un métier ? (2013)	Représentations et rôles genrés dans la parentalité Prostitution (x2)

Dispositif surligné : ce même dispositif est discuté dans plusieurs entretiens indiqués de couleur identique.

DISPOSITIFS (majuscule et souligné) : dispositifs projetés en focus group, dont « C.L.I.T. » également projeté avec la méthodologie des questionnaires.

F. Annexe Tableaux des catégories et métacatégories du logiciel Tropes

Styles	Explications
Argumentatif	Le sujet s'engage, argumente, explique ou critique pour essayer de persuader l'interlocuteur
Narratif	Un narrateur expose une succession d'événements, qui se déroulent à un moment donné, en un certain lieu
Enonciatif	Le locuteur et l'interlocuteur établissent un rapport d'influence, révèlent leurs points de vue
Descriptif	Un narrateur décrit, identifie ou classe quelque chose ou quelqu'un

Le logiciel Tropes distingue quatre styles de discours, Manuel de Tropes, V8

Style	Principaux indicateurs langagiers	Explication
Argumentatif	verbes statifs modalisations : négation ; intensité connecteurs : but ; addition	Le locuteur argumente, explique ou critique pour essayer d'agir sur son interlocuteur.
Enonciatif	verbes déclaratifs ; statifs utilisation du JE modalisations : affirmation ; intensité connecteurs : addition ; cause	Le locuteur établit un rapport d'influence par rapport à son interlocuteur, révélant son point de vue.
Narratif	verbes factifs modalisations : temps ; lieu ; manière ; affirmation connecteurs : addition ; disjonction ; comparaison	Le locuteur expose une succession d'événements qui se déroulent à un moment donné, en un lieu donné.
Descriptif	verbes factifs modalisations : temps ; lieu ; temps connecteurs : lieu adjectifs objectifs	Le locuteur identifie, décrit ou classe des choses ou des personnes.

Reproduction du tableau de Wolff et Visser (2005 à partir de Ghiglione et al., 1998)

Mises en scène	Explications
Dynamique, action	Des verbes d'action
Ancrée dans le réel	Des verbes de la famille d'être et avoir
Prise en charge par le narrateur	Des verbes qui permettent de réaliser une déclaration sur un état, une action, ...
Prise en charge à l'aide du « je »	De nombreux pronoms à la première personne du singulier (« je », « moi », « me », ...)

Le logiciel Tropes distingue quatre mises en scène, Manuel de Tropes, V8

Verbes	Explications
Factifs	Expriment des actions (« travailler », « marcher », ...)
Statifs	Expriment des états ou des notions de possession (« être », « rester », ...)
Déclaratifs	Expriment une déclaration sur un état, un être, un objet (« dire », « croire », ...)
Performatifs	Expriment un acte par et dans le langage (« promettre », « exiger », ...)

Le logiciel Tropes distingue quatre métacatégories de verbes, Manuel de Tropes, V8

Adjectifs	Explications
Objectifs	Permettent de caractériser des êtres ou des objets, indépendamment du point de vue du locuteur (par exemple les adjectifs de couleur)
Subjectifs	Indiquent une appréciation sur quelque chose ou quelqu'un, ils permettent d'exprimer le point de vue du locuteur (« intéressant », « gentil », « agréable », ...)
Numériques	Regroupent les nombres (en lettres ou en chiffres) et les adjectifs ordinaux et cardinaux

Le logiciel Tropes distingue trois métacatégories d'adjectifs, Manuel de Tropes, V8

Connecteurs	conjonctions de coordination et de subordination, locutions conjonctives : relie des parties de discours
Condition	« si », « dans l'hypothèse », « au cas où », ...
Cause	« parce que », « puisque », « car », « donc », ...
But	« pour que », « afin de », ...
Addition	« et », « ensuite », « puis », ...
Disjonction	« ou ... ou », « soit ... soit », ...
Opposition	« mais », « cependant », « toutefois », ...
Comparaison	« comme », « tel que », « ainsi que », ...
Temps	« quand », « lorsque », « avant que », ...
Lieu	« où », « jusqu'où », ...

Le logiciel Tropes distingue plusieurs métacatégories de connecteurs, Manuel de Tropes, V8

Modalisations	adverbes ou locutions adverbiales : permettent à celui qui parle de s'impliquer dans ce qu'il dit, ou de situer ce qu'il dit dans le temps et dans l'espace
Temps	« maintenant », « hier », « demain », ...
Lieu	« là-bas », « en haut », « ici », ...
Manière	« directement », « ensemble », ...
Affirmation	« tout à fait », « certainement », ...
Doute	« peut-être », « probablement », ...
Négation	« ne...pas », « ne...guère », « ne...jamais », ...
Intensité	« très », « beaucoup », « fortement », ...
Temps	« quand », « lorsque », « avant que », ...
Lieu	« où », « jusqu'où », ...

Le logiciel Tropes distingue plusieurs métacatégories de modalisation, Manuel de Tropes, V8

G. Annexe Programmes cognitivo-discursifs

	Traces langagières		
	Programme 1	Programme 2	Programme 3
Opérations	Réalité à affirmer	Réalité à construire	Réalité comme univers possible
A. Construction de la référence	<ul style="list-style-type: none"> • Déterminants définis du substantif • Verbes statifs, factifs 	<ul style="list-style-type: none"> • Déterminants définis et indéfinis • Verbes statifs, déclaratifs, factifs 	<ul style="list-style-type: none"> • Déterminants de type indéfini • Verbes déclaratifs
B. Construction du monde où s'inscrit la référence	<ul style="list-style-type: none"> • Mode indicatif • Modalisations : affirmatives, intensives fortes 	<ul style="list-style-type: none"> • Modes indicatif et conditionnel • Modalisations intensives fortes et médianes 	<ul style="list-style-type: none"> • Modes indicatif et conditionnel • Modalisation de doute et intensives médianes
C. Relation de l'interlocuteur au monde construit	<ul style="list-style-type: none"> • Modalité : savoir, nécessité • Joncteurs : additif ou absence de joncteurs (structure « monolithe ») 	<ul style="list-style-type: none"> • Modalités : savoir, nécessité • Joncteurs : causal et concessif (structure « entonnoir ») 	<ul style="list-style-type: none"> • Modalités : possibilité, croyance • Joncteurs comparaison et d'opposition (structure par « blocs »)

« Les traces langagières de ces programmes sont supposées se distribuer de la façon suivante » (Trognon & Ghiglione, 1993, p. 67)

Précisions sur les modalités savoir, nécessité et possibilité, croyance.

Ne disposant pas d'information sur les modalités présentées dans le tableau de Ghiglione et Trognon, nous avons investigué dans ce champ pour déceler ce qui relève des modalités savoir, nécessité, qui deviennent les modalités savoir/ignorance et assertion obligatoire ; les modalités possibilité, croyance, qui deviennent les modalités possibilité et opinion. Notre analyse et les correspondances reposent sur une lecture du travail de Charaudeau (1992).

Ce qui est entendu ici par Modalité « se compose d'un certain nombre d'actes énonciatifs de base qui correspondent à une position particulière -et donc à un comportement particulier- du locuteur dans son acte de locution. Ces actes seront appelés : *Actes locutifs*, et les spécifications de ces actes (sous-catégories) : *Modalités énonciatives*. » (Charaudeau, 1992, p. 574)

Charaudeau explicite les actes locutifs, au nombre de trois : « allocutif », dans lequel « le locuteur implique l'interlocuteur dans son acte d'énonciation et lui *impose* le contenu

de son propos » ; « élocutif » où « le locuteur *situe son Propos par rapport à lui-même*, dans son acte d'énonciation. Il *révèle* sa propre position quant à ce qu'il dit. » ; « délocutif » reposant sur le fait que « le locuteur *laisse s'imposer le Propos* en tant que tel, comme s'il n'en était nullement responsable. Locuteur et interlocuteur *sont absents* de cet acte d'énonciation. »

A chacun de ces actes locutifs (allocutif, élocutif et délocutif) correspondent des modalités énonciatives. « Une même modalité peut être configurée de plusieurs façons : [1] par des marques formelles explicites : des verbes (...), des adverbes et locutions adverbiales (...), des adjectifs dans des constructions personnelles (...); des noms dans les constructions périphrastiques (...), des statuts de phrases (...); [2] par l'organisation particulière du contexte en rapport avec la situation de communication. »

Pour opérationnaliser la catégorisation des modalités et faire émerger des correspondances, nous nous sommes donc basée sur une lecture assidue des modalités chez Charaudeau, et nous avons pris comme indicateur langagier discriminant les verbes. En effet, Ghiglione et Trognon ne fournissent pas d'indicateur langagier clair pour conduire l'analyse des modalités : il faut dès lors lire les quelques pistes qu'ils dessinent pour ensuite les faire correspondre aux modalisations telles que Charaudeau les constitue, auteur auquel se réfèrent Ghiglione et Trognon. Bien que Charaudeau nous rappelle que davantage de granularité dans l'analyse des modalités seraient à considérer, nous en restons ici considérant la complexité à analyser en contexte et au cas par cas l'ensemble des verbes concernés dans les discours.

La modalité savoir nécessité devient, chez Charaudeau, les modalités savoir/ignorance et obligation. La modalité possibilité, croyance devient, chez Charaudeau, les modalités opinion et probabilité.

Les modalités sont des indicateurs chez Ghiglione et Trognon permettant de déterminer, à côté des connecteurs, la « relation de l'interlocuteur au monde construit » (Trognon & Ghiglione, 1993, p. 67). Dans la « **modalité du croire** : « Je pense que » » le locuteur exprime un « monde possible ». « Mais ce monde est incertain, c'est-à-dire dire qu'il accepte un autre monde ou quelqu'un dirait « je ne pense pas que (...) » Ce monde laisse donc une porte ouverte, pour le récepteur, la possibilité de proposer un monde alternatif, sans qu'il puisse imaginer encourir une quelconque sanction sociale ». **Dans la « modalité du savoir**, « toute personne... sait » [le locuteur construit, par ses propos] un « monde avéré » qui ne laisse aucune place à un monde alternatif. » (Trognon & Ghiglione, 1993, p. 40-41)

Sur le premier couple de modalité savoir / nécessité :

- **La modalité savoir trouve sa correspondance chez Charaudeau par celle du savoir/ignorance** (ex. je sais que... je ne sais pas). Cette modalité est élocutive, elle « n'implique pas l'interlocuteur dans l'acte locutif et précise la manière dont le locuteur *révèle* sa position vis-à-vis du propos qu'il énonce. » (Charaudeau, 1992, p. 599) Ensuite,

il s'agit pour le locuteur de donner « une information [qui] est *présupposée*, à propos de laquelle le locuteur *dit* s'il en a connaissance ou non. » Quant à l'interlocuteur, « il n'est pas *impliqué*, il est le *témoin* d'un « savoir » ou d'une « ignorance » ». (Charaudeau, 1992, p. 600). Le verbe correspondant à la modalité est « savoir ».

- La modalité **nécessité** nommée en tant que telle est absente des modalités énonciatives référencées chez Charaudeau. La nécessité peut cependant se rapprocher, selon nous, de la modalité énonciative « obligation » (« je dois »). Elle est aussi une forme élocutive. Cette fois, le locuteur « *pose*, dans son énoncé, une action à faire dont la réalisation dépend de lui seul (...) et il *dit* qu'il doit accomplir cette action. » (Charaudeau, 1992, p. 607). Le locuteur reste non impliqué et témoin. Mais la modalité « **nécessité** » **peut aussi recouvrir, encore plus dans notre cas, la modalité « assertion obligatoire »** (ex. il faut que, il est nécessaire de...). Celle-ci fait partie des modalités délocutives, qui sont « *déliées* du locuteur et de l'interlocuteur. Le propos émis *existe* en soi, et *s'impose* aux interlocuteurs dans son mode de dire : « assertion » ou « discours rapporté » « L'assertion obligatoire » (comme l'assertion évidence ou probabilité) a donc « fait disparaître la responsabilité du locuteur » (Charaudeau, 1992, p. 619). Les verbes correspondant à la modalité sont « falloir » et « devoir ».

Sur le premier couple de modalité possibilité / croyance :

- La modalité **possibilité** se lie chez Charaudeau à travers la modalité possibilité (ex. je peux). Elle est aussi élocutive (comme nous l'avons dit plus haut : « qui *n'implique pas* l'interlocuteur dans l'acte locutif. Elles précisent la manière dont le locuteur *révèle* sa position vis-à-vis du propos qu'il énonce. ») Le locuteur avec la modalité possibilité « *pose*, dans son énoncé, une action à faire dont la réalisation dépend de lui seul (...) et il *dit* qu'il a une *aptitude* (ou une disposition d'esprit) qui lui permet de réaliser cette action. » L'interlocuteur, lui, « n'est pas impliqué et est le témoin de la « possibilité » ». La possibilité prend elle aussi la forme délocutive (ex. il est possible de, il peut, ça peut, ces deux dernières se rapprochant de « l'opinion – supposition : probabilité), il s'agit alors d'assertion de possibilité. Le verbe correspondant à la modalité est le verbe pouvoir.

- La modalité **croyance** devient selon nous chez Charaudeau la modalité opinion (1992, p. 601-603) (ex. je crois/pense que). Elle est aussi élocutive. Elle expose pour le locuteur qu'un fait est « *présupposé* (ou une information) à propos duquel le locuteur *explicite* la place que celui-ci (ou celle-ci) occupe dans son *univers de croyance*. Le locuteur *évalue* donc la vérité de son propos et *révèle* du même coup ce qu'est son point de vue. Ce point de vue est d'ordre *intellectif*, c'est-à-dire que, tout en gardant le propos à distance (point de vue externe), le locuteur exprime une *attitude de croyance* plus ou moins certaine qui relève de la raison (« je pense, je crois, je doute »). L'interlocuteur, toujours « n'est pas *impliqué* et est le *témoin* de l'« opinion » ».

Modalités chez Ghiglione et Trognon	Correspondance modalités chez Charaudeau	Acte locutif correspondant aux modalités	Exemples	Verbes comme indicateurs langagiers
Savoir, nécessité (prog. 1 et 2 construction du monde où s'inscrit la référence : à affirmer ou à construire)	Savoir / ignorance	Elocutif	Je sais que, je ne sais pas	savoir
	Obligation		Je dois	Devoir
	ou assertion obligatoire	Délocutif	Il faut que, il est nécessaire	Devoir, falloir
Possibilité, croyance (prog. 3 réalité comme univers possible)	Possibilité	Elocutif	Je peux	Pouvoir
		Délocutif	Ça peut	Pouvoir
	Opinion	Elocutif	Je pense, je crois	Penser, croire

Tableau des correspondances entre les modalités relatives aux programmes cognitivo-discursifs de Ghiglione et Trognon (1993) et celles de Charaudeau (1992), Evi Basile-Commaille

H. Annexe Créatifs : mél type de demande d'entretien

Répondre | Supprimer | Courriel indésirable | ...

Demande RDV entretien - Thèse lutte contre les violences faites aux femmes - Sciences de l'information et de la communication



BASILE Evi

Jeu, 11/05/2017, 17:55

Répondre |

Éléments envoyés

☐ Catégorie Orange | OK pour un RDV à organiser

Bonjour Thomas Mathieu,

Je conduis une thèse sur la lutte contre les violences faites aux femmes, en sciences de l'information et de la communication. La recherche porte en particulier sur la réception du public face à de tels messages et au processus créatif de celles et ceux qui les imaginent, les dessinent, les réalisent.

Je souhaiterai m'entretenir avec vous : votre bande dessinée *Le projet Crocodiles* a retenu mon attention. C'est un élément fort dans mon corpus. J'ai suivi la diffusion de vos planches de BD sur Tumblr, l'affaire de la censure de l'exposition à Toulouse, puis la sortie de l'album papier.

Grâce à une rencontre, je pourrai affiner davantage mon analyse du style créatif que vous initiez, que vous mobilisez, et la réception. Cette recherche serait enrichie de nos échanges. Je serai par la suite ravie de partager mes résultats avec ses contributeurs.trices.

Cette recherche, initiée en Master 2, est prolongée par cette présente thèse, pour laquelle je bénéficie d'un financement public de 3 ans d'Aix-Marseille Université. Le sujet a suscité un intérêt très positif par les institutions scientifiques liées.

Rencontrons-nous, si vous le voulez bien, pour un entretien. Je suis disponible quand vous le souhaitez.

Merci d'avance de votre retour.
Salutations.

Evi Basile-Commaille

Monitrice et doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication - 2015 / 2018
06 49 95 61 17 - evi.basile@univ-amu.fr

Aix Marseille Université - [EJCAM - AMU](#)
[Institut de Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication - IRSIC](#)
[Ecole Doctorale 356 - Cognition, Langage, Education](#)

I. Annexe Créatifs : grille d'entretien

Grille d'entretien producteurs : le DDG comme procédé créatif et persuasif dans la lutte contre les violences faites aux femmes, visant à influencer des récepteurs hommes (notamment).

Bonjour, je m'appelle Evi Basile, je suis doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication. Je vais vous poser quelques questions dans le cadre mon travail de thèse, qui porte sur l'égalité femmes-hommes et la lutte contre les violences faites aux femmes.

Toutes vos réponses sont intéressantes, répondez le plus sincèrement possible. Ne vous censurez pas et dites ce que vous avez en tête. L'enquête est anonyme et les réponses sont mêlées à d'autres entretiens. Je vous demanderai, à la fin, si vous m'autorisez à vous citer. L'entretien est enregistré pour que je puisse être plus attentive à ce que vous allez me dire et ne pas prendre trop de notes pendant notre conversation. Je pourrai travailler plus tard à partir du fichier audio.

Qu'est-ce-que c'est pour vous LA LUTTE contre les violences faites aux femmes ?

> RELANCES / REFORMULATIONS / PRECISIONS / REBONDS (SI BESOIN SEULEMENT) :

LES VIOLENCES :

- Qu'est-ce qui **relève de la violence** envers les femmes **ou non** ? Quelles sont ses principales **origines** ?
- Est-ce qu'il y a des « **degrés** » de violences et si oui lesquels ?
- Qu'est-ce que c'est pour vous **l'égalité femmes-hommes** ?
- Qu'est-ce que le féminisme ? Pensez-vous que votre dispositif **XXX** est féministe ? En quoi est-il féministe ?

LA LUTTE CONTRE LES VIOLENCES :

- Quelles sont les **violences contre lesquelles lutter** ?
- **Comment percevez-vous les messages** de lutte contre les violences ?
- Dans quelle mesure la **lutte** est-elle liée à une **mobilisation sociale, au féminisme** ?

Pourquoi vous-êtes-vous vous-même lancé sur cette thématique de lutte contre des VF, avec par ex. avec votre dispositif XXX ?

- Quelles sont précisément les **violences** ou les **inégalités** que vous avez intégrées ? Pourquoi celles-ci ? Est-ce qu'elles ont un **degré élevé ou faible de violence** ?

----- **Entretien d'explicitation**-----

Je vais vous montrer **XXX** un extrait du dispositif sélectionné, le dispositif **XXX**. Je vais vous demander de vous remettre dans la situation quand vous avez créé **XXX** cette scène, ce dessin... ce personnage, cette action **XXX** si vous le voulez bien. Montrer le dispositif/extrait.

A quel moment l'idée vous vient de créer **XXX** ? Où est-ce que vous êtes quand vous avez cette idée ?

Comment l'idée vous vient de créer **XXX** ?

Qu'est-ce qui vous guide à ce moment ? Et comment vous faites pour **-propos à approfondir-** ?

Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit ? Comment vous le matérialisez ? **A quoi / à qui pensez-vous quand vous – propos-** ? Qu'est-ce-que vous vous dite en l'imaginant ? Comment vous imaginez la réaction de ceux et celles qui le verrait ?

Je reviens un peu en arrière, au moment où vous avez l'idée, avant de **tourner/dessiner/écrire**. **Quelles sont les différentes options que vous envisager pour montrer XXX cas précis XXX ? Comment vous décidez de faire ce choix de style ?** Qu'est-ce que vous vous dites à cet instant ?

En montrant **XXX**, en quoi est-ce un élément fort ou faible ? Quand vous **tournez/dessinez/écrivez** ce passage, comment vous imaginez celui ou celle qui le verra/lira ? Comment cela peut-il produire un effet ?

Comment vous composez sur le moment de création ? Quelles sont les difficultés que vous rencontrez ?

A qui pensez-vous d'autre lors de cette action créative ? Comment vous vous les projetez ?

Et quand vous créez ce que vous créez comme vous le faites, par quoi commencez-vous ?

Est-ce qu'un événement, un support ou une autre source vous a inspiré/influencé (lecture, observation, expérience, événement marquant, médiatisé...) ? Quelque chose dans le même genre ? Quels effets cela vous avez fait ?

On revient maintenant sur tout le XXX votre dispositif entier XXX. Je vais aborder plus précisément le style créatif de XXX DDG mais selon les propos de l'enquête XXX.

Dans XXX votre dispositif entier XXX, et précisément le style créatif XXX, qu'avez-vous voulu montrer ?

> RELANCES / REFORMULATIONS / PRECISIONS / REBONDS (SI BESOIN SEULEMENT) :

- **Pourquoi avoir créé/choisi/mobilisé ce style de création ?** / Quels sont les **objectifs du message en utilisant ce style** ? (*Est-il transgressif/si oui qu'est-ce qu'il transgresse ?*)
- Quelles sont les **caractéristiques de ce style** (vous inversez, discutez, dépassez... quoi les rôles, les normes...) ? Comment est-ce que vous qualifiez/nommer ce style ? Quel est le **ton**, le **registre** ? Pourquoi ? Comment le faites-vous résonner ?
- Quels sont les **rôles donnés aux hommes ? Aux femmes** ? Pourquoi les représenter et les faire jouer ainsi ?
- **Qu'est-ce que ce style permet de montrer**, de rendre visible et qu'est-ce qu'il ne permet pas ?
- **A quels styles particuliers, artistiques ou militants fait-il référence** ?
- Même si le style « **déforme** » volontairement l'action, est-ce un scénario **proche de la réalité**, basé sur des faits qui arrivent/représentatifs des VF ?
- Est-ce qu'il y a **des éléments que vous avez pu réaliser ou montrer et d'autres non avec ce style** ?
- Quels sont les **éléments** que vous pensez être les plus **forts/marquants** dans XXX grâce au XXX style XXX ?
- Est-ce que c'est un **style que vous utilisez dans d'autres créations** ? Si oui/non, pourquoi ?
- Avez-vous réalisé XXX le **dispositif XXX** en **collaboration** avec d'autres personnes ou avec une organisation ?
- Est-ce une **critique des comportements** ou une **critique plus générale** ? / **Est-ce que le style XXX permet d'élever la question des VF à un niveau supérieur selon vous** ?
- **SI C'EST LE CAS** : pourquoi avez-vous repris une œuvre existante et la détourner ? **SI C'EST LE CAS** : pourquoi avoir créé une œuvre originale plutôt qu'une parodie d'une œuvre déjà existante ?

A qui s'adresse XXX dispositif XXX votre message et ce style en particulier ?

> RELANCES / REFORMULATIONS / PRECISIONS / REBONDS (SI BESOIN SEULEMENT) :

- Est-ce que c'est un message **destiné à tous** ? Ou à **des individus en particuliers** ?
- Quelle est **votre cible** ? **Pourquoi** vous adressez-vous à elle ? **Comment pensez-vous l'atteindre**, capter son attention ? Comment voyez-vous ce type de personnes ?

Quel type d'impact/effet peut avoir le style du message sur ce public (sur d'autres) ? / Quelles sont les réactions du public que vous voulez susciter avec ce style ?

> RELANCES / REFORMULATIONS / PRECISIONS / REBONDS (SI BESOIN SEULEMENT) :

- **Quels effets pensez-vous que le style a sur ce public** ?
- Quel est **l'intérêt d'utiliser ce style et ce ton pour dénoncer/lutter** contre les violences faites aux femmes auprès de XXX ce public XXX ?
- Quels sont les **atouts de ce style** ? Quels peuvent être **ses limites** (et en particulier sur ce public) ?
- Quels sont les **éléments, les marqueurs les plus forts** de ce style dans votre support qui peuvent avoir un impact ?
- Est-ce que vous pensez que cela peut avoir une **influence sur ces récepteurs**, et si oui laquelle ? (*Si propos proche de l'empathie/dissonance cognitive : pensez-vous que **faire vivre une expérience** (par procuration et par l'intermédiaire d'un média) /ou **donner à voir depuis ce nouveau point de vue est efficace** (pour faire réfléchir not. sur les privilèges masculins, faire évoluer les mentalités, les RS, voire inciter à l'engagement des hommes) ?*)
- Pensez-vous que **le public verra une part de violences interpersonnelles et une de violence collective** ?

- Quels **retours avez-vous** eu suite à la publication/diffusion de votre création (commentaires, méls, articles, critiques, acceptation/refus etc.) ?
- **Si c'était à refaire, que changeriez-vous, que garderiez-vous ?**
- Pensez-vous que votre création et le style utilisé soient « **internationalisable** » ?

QUESTION EN PLUS, MAIS DISPENSABLES

Pensez-vous que le public ciblé est sensible à ce support (BD, court-métrage) ? *(En sous-entendu Pourquoi avoir choisi ce support XXX une BD, un clip etc. ?)*

Pensez-vous que ce public peut y être exposé (internet libre accès, lieux de diffusion/partage/retombées média) ? *(En sous-entendu Où et comment a été diffusé le message ? Pourquoi et comment avoir fait ce choix ? Pensez-vous que les individus auxquels vous vous adressez peuvent trouver et voir/lire votre création ? L'avez-vous mis en libre accès sur internet ensuite par exemple ?)*

Comment avez-vous financé ce projet ?

FIN. Avez-vous quelque chose à rajouter que l'on n'aurait pas abordé ?

J. Annexe Créatifs : tableaux synthétiques des styles, mises en scènes et catégories *occurrentes*

Enquêté·e-s	STYLE du DISCOURS	MISE EN SCENE du DISCOURS	N° doute détectées	CAT OCC VERBES %
TOUS LES ENTRETIENS	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 43,2% (13908)
Patrick Jean	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 45,9% (566)
Eléonore Pourriat	énonciatif	ancrée dans le réel; prise en charge à l'aide du Je	Non	Statif 46,9% (530)
Marie-Pierre C.	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 40,1% (774) ; Déclaratif 21,6% (416)
Cie Avant l'Aube	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 45,3% (874) ; Factifs 32,6% (629)
Louise L. T.	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 40,7% (658) ; Factifs 36,5% (590)
Clara	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 40,2% (705) ; Factif 37,8% (664)
Sophie Barel	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 39,4% (885) ; Factif 33,9% (762)
Emmanuelle Piet	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 44,2% (745)
Dorothee Pierson	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 40,7% (861)
Leïla Sy	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 41% (627)
Marie-Anne Bernard	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 44,9% (579)
Sarah C. et Elvire D. C.	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 38,8% (841) ; Factifs 34,3% (744)
Gilles Ollier et Christophe R.	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 46,6% (1030)
Thomas Mathieu	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 45,4% (498)
Gilles Lazimi	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 44,5% (974)
Agathe Riedinger	argumentatif	ancrée dans le réel; prise en charge à l'aide du Je	Non	Statif 49,5% (687)
Grégoire Théry	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 42,7% (1179)
Frédérique P.R	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 42,5% (895)

Enquêté-e-s	CAT OCCURRENTES CONNECTEURS %	CAT OCCURRENTES MODALISATIONS %
TOUS LES ENTRETIENS	Addition 33,8% (4509) ; Cause 21% (2801) ; Opposition 18,6% (2482)	Intensité 33,4% (5997) ; Affirmation 15,7% (2821) ; Négation 20,4% (3666)
Patrick Jean	Addition 31,3% (174) ; Cause 25,4% (144)	Intensité 30% (202) ; Affirmation 18,5% (125) ; Négation 19,9% (134)
Eléonore Pourriat	Addition 38,3% (187) ; Cause 21,3% (104)	Intensité 35,6% (257) ; Affirmation 26,6% (192)
Marie-Pierre C.	Addition 29% (219) ; Temps 24,4% (184)	Intensité 34,1% (341) ; Affirmation 17% (170)
Cie Avant l'Aube	Addition 32,5% (264) ; Opposition 27,1% (220)	Intensité 30,4% (342) ; Négation 21,2% (238)
Louise L. T.	Addition 31,3% (188) ; Cause 21,2% (127) ; Opposition 21,2% (127)	Intensité 30,3% (234) ; Négation 22,9% (177)
Clara	Addition 34% (277) ; Opposition 19,7% (160) ; Temps 16,8% (137) ; Cause 18,3% (149)	Intensité 34,3% (378) ; Affirmation 18,7% (206) ; Négation 18,6% (185)
Sophie Barel	Addition 31,6% (279) ; Opposition 18,7% (165) ; Temps 19,2% (169)	Intensité 33,4% (432) ; Négation 22,2% (287)
Emmanuelle Piet	Addition 28,2% (194) ; Cause 25,9% (178) ; Opposition 20,6% (142)	Intensité 31,8% (330) ; Négation 23% (239)
Dorothee Pierson	Addition 35,3% (279) ; Cause 24,2% (194) ; Opposition 19,1% (151)	Intensité 34,7% (437) ; Négation 20,5% (258)
Leïla Sy	Addition 35,5% (141) ; Cause 25,9% (143) ; Opposition 21,7% (120)	Intensité 39,8% (287) ; Temps 15,5% (112)
Marie-Anne Bernard	Cause 29% (168) ; Addition 26,9% (156)	Intensité 36,4% (318) ; Négation 16,8% (147) ; Affirmation 16,5% (144)
Sarah C. et Elvire D. C.	Addition 39,7% (397) ; Opposition 19,5% (195)	Intensité 31,3% (358) ; Négation 20,5% (235)
Gilles Ollier et Christophe R.	Addition 27,1% (221) ; Opposition 25,4% (207)	Intensité 29,5% (384) ; Négation 23,4% (304)
Thomas Mathieu	Addition 44,3% (255) ; Opposition 19% (109)	Intensité 36,7% (255) ; Affirmation 16,7% (116) ; Négation 16,5% (115)
Gilles Lazimi	Addition 35,8% (285) ; Cause 24,4% (194)	Intensité 27,9% (319) ; Négation 28,3% (324)
Agathe Riedinger	Addition 44,8% (299) ; Cause 20,1% (134)	Intensité 39,9% (329) ; Négation 19% (157)
Grégoire Théry	Addition 38,2% (448) ; Cause 19,1% (224) ; Opposition 17,8% (209)	Intensité 37,8% (528) ; Négation 21% (294)
Frédérique P.R	Addition 28,7% (290) ; Cause 27,6% (279)	Intensité 33,5% (405) ; Négation 19,4% (234) ; Affirmation 16,9% (204)

Enquêté·e·s	CAT OCC ADJ %	Nb dét définis	Nb dét indéfinis	Art définis %	Pronoms personnels %
TOUS LES ENTRETIENS	Subjectif 55,1% (3469)	9535	5934	61	Je 34,3% (5976)
Patrick Jean	Subjectif 54,1% (144)	424	260	62	Je 36,1% (215)
Eléonore Pourriat	Subjectif 61% (136)	366	221	62	Je 57,3% (307)
Marie-Pierre C.	Subjectif 56,2% (155)	587	275	68	On 21% (220); Je 19,6% (205)
Cie Avant l'Aube	Subjectif 55,8% (240)	583	468	55	Je 29% (306) ; On 24% (253)
Louise L. T.	Subjectif 59,3% (166)	487	327	60	Je 39,1% (416) ; Il 21% (223)
Clara	Subjectif 58,8% (200)	464	222	68	Je 51% (468)
Sophie Barel	Subjectif 59% (219)	505	359	58	Je 56,4% (794)
Emmanuelle Piet	Subjectif 48,7% (204)	534	283	65	Je 27,2% (279) ; Il 22,2% (228)
Dorothee Pierson	Subjectif 64,2% (269)	525	318	62	Je 35,7% (405)
Leïla Sy	Subjectif 57,4% (148)	422	314	57	Je 41,5% (380)
Marie-Anne Bernard	Subjectif 45,8% (137)	498	284	64	Je 23,5% (141) ; On 28% (168)
Sarah C. et Elvire D. C.	Subjectif 53,3% (214)	644	402	62	Je 22,7% (264) ; Tu 20,6% (240) ; On 25,6% (298)
Gilles Ollier et Christophe R.	Subjectif 60,4% (238)	592	371	61	Je 23,2% (264) ; On 28,5% (324)
Thomas Mathieu	Subjectif 53,7% (87) ; Objectif 42,6% (69)	301	229	56	Je 56,4% (316)
Gilles Lazimi	Subjectif 48,2% (243)	665	438	60	Je 20,7% (245) ; On 28,6% (338) ; Il 23,5% (278) ;
Agathe Riedinger	Subjectif 63,1% (164)	449	301	6	Je 40,6% (260)
Grégoire Théry	Subjectif 52,5% (291)	793	397	67	Je 26,4% (376) ; On 26,7% (381)
Frédérique P.R	Subjectif 50% (226) ; Objectif 46,9% (212)	696	465	60	Je 33,3% (335) ; On 23,3% (234)

K. Annexe Créatifs : tableaux synthétiques des catégories *fréquentes**

Enquêté-e-s	CAT FREQUENTES* VERBES %	CAT FREQUENTES* CONNECTEURS %
TOUS LES ENTRETIENS	Statif 43% (13908) ; Déclaratif 23,3% (7529)	Cause 20,6% (2794) ; Opposition 18,5% (2512) ; Temps 14,2% (1921)
Patrick Jean	Statif 45,9% (566) ; Déclaratif 23,3% (287)	Cause 25,9% (144) ; Opposition 16,5% (92) ; Temps 11,2% (62)
Eléonore Pourriat	Statif 46,9% (530)	Cause 21,3% (104) ; Temps 18,9% (92)
Marie-Pierre C.	Statif 40,1% (774) ; Déclaratif 21,6% (416)	Cause 18,2% (137) ; Disjonction 5,8% (44) ; Opposition 16,2% (122) ; Temps 24,4% (184)
Cie Avant l'Aube	Statif 45,3% (874) ; Déclaratif 22% (424)	Cause 13,2% (170) ; Opposition 27,1% (220) ; Temps 15,4% (125)
Louise L. T.	Statif 40,7% (658) ; Déclaratif 21,6% (349) ; Performatif 1,2% (19)	Cause 21,2% (127) ; Opposition 21,2% (127) ; Temps 14,8% (89)
Clara	Statif 40,2% (705) ; Déclaratif 21,4% (375)	Cause 18,3% (149) ; Opposition 19,7% (160) ; Temps 16,8% (137)
Sophie Barel	Statif 39,4% (885) ; Déclaratif 26,3% (592)	Cause 15,8% (139) ; Disjonction 5,8% (51) ; Opposition 18,7% (165) ; Temps 19,2% (169)
Emmanuelle Piet	Statif 44,2% (745) ; Déclaratif 22,9% (385)	Condition 5,8% (40) ; Cause 25,9% (178) ; Opposition 20,6% (142) ; Temps 13,1% (90)
Dorothee Pierson	Statif 40,7% (861) ; Déclaratif 24,3% (514)	Cause 24,2% (194) ; Disjonction 5,2% (41) ; Opposition 19,1% (151) ; Temps 8,5% (67)
Leïla Sy	Statif 41% (627) ; Déclaratif 23,2% (355)	Cause 25,9% (143) ; But 1,1% (6) ; Opposition 21,7% (120) ; Temps 14,3% (79)
Marie-Anne Bernard	Statif 44,9% (579) ; Déclaratif 20,7% (267)	Condition 5,2% (30) ; Cause 29% (168) ; Disjonction 5% (29) ; Opposition 17,6% (102) ; Temps 11,2% (65)
Sarah C. et Elvire D. C.	Statif 38,8% (841) ; Déclaratif 26,3% (570)	Cause 13,1% (131) ; Opposition 19,5% (195) ; Temps 16,3% (163)
Gilles O. et Christophe R.	Statif 46,6% (1030) ; Déclaratif 23,1% (510)	Cause 21,2% (173) ; Opposition 25,4% (207) ; Temps 16,3% (133)
Thomas Mathieu	Statif 45,4% (498) ; Déclaratif 20,5% (225)	Cause 12,5% (72) ; Opposition 19% (109) ; Temps 14,1% (81)
Gilles Lazimi	Statif 44,5% (974) ; Déclaratif 23% (504)	Condition 7,2% (57) ; Cause 24,4% (194) ; Disjonction 5,2% (42) ; Temps 10,8% (86)
Agathe Riedinger	Statif 49,5% (687)	Cause 20,1% (134) ; Disjonction 6,1% (41) ; Temps 8,8% (59)
Grégoire Théry	Statif 42,7% (1179) ; Déclaratif 25,8% (711)	Condition 5,5% (64) ; Cause 19,1% (224) ; Disjonction 7,3% (86) ; Opposition 17,8% (209) ; Temps 8,6% (101)
Frédérique P.R	Statif 42,5% (895) ; Déclaratif 26,9% (566)	Condition 6% (61) ; Cause 27,6% (279) ; Disjonction 7,3% (74) ; Temps 13,7% (139)

Enquêté·e·s	CAT FREQUENTES* MODALISATION %	CAT FREQUENTES* ADJECTIFS %	CAT FEQUENTES* PRONOMS PERSO %
TOUS LES ENTRETIENS	Affirmation 15,7% (2867) ; Doute 1,2% (217) ; Négation 20,2% (3704)	Subjectif 55,2% (3481)	Je 34,3% (5976) ; Tu 9,2% (1610) ; Vous 3,3% (580) ; Ils 7,2% (1258) ; On 19,5% (3400)
Patrick Jean	Affirmation 18,5% (125) ; Négation 19,9% (134)	Subjectif 54,1% (144)	Je 36,1% (215) ; Vous 3% (18) ; Ils 14,1% (84) ; On 20,3% (121)
Eléonore Pourriat	Affirmation 26,6% (192)	Subjectif 61% (136)	Je 57,3% (307) ; On 14,9% (80)
Marie-Pierre C.	Affirmation 17% (170)	Subjectif 56,2% (155)	Je 19,6% (205) ; Tu 17,2% (180) ; Nous 6,7% (70) ; Ils 11,6% (121) ; On 21% (220)
Cie Avant l'Aube	Affirmation 16,2% (182) ; Négation 21,2% (238)	Subjectif 55,8% (240)	Je 29% (306) ; Tu 13,1% (138) ; Nous 5,4% (57) ; Ils 7,3% (77) ; On 24% (253)
Louise L. T.	Affirmation 10,5% (81) ; Doute 1,4% (11) ; Négation 22,9% (177)	Subjectif 59,3% (166)	Je 39,1% (416) ; Tu 7,1% (75) ; Ils 5,6% (59) ; On 15,8% (168)
Clara	Affirmation 18,7% (206)	Subjectif 58,8% (200)	Je 51% (468) ; Tu 19,2% (176) Ils 5% (46) ; On 8,5% (78)
Sophie Barel	Affirmation 13,7% (178) ; Doute 3,4% (44) ; Négation 22,2% (287)	Subjectif 59% (219)	Je 56,4% (794) ; Tu 7,8 (110) ; Ils 5,6% (79) ; On 9,5% (133)
Emmanuelle Piet	Affirmation 17,7% (184) ; Négation 23% (239)	Subjectif 48,7% (204) ; Numérique 25,3% (106)	Je 27,2% (279) ; Tu 13,9% (143) ; Ils 8,4% (86) ; On 18,7% (192)
Dorothee Pierson	Affirmation 14,3% (180) ; Doute 2% (25) ; Négation 20,5% (258)	Subjectif 64,2% (269)	Je 35,7% (405) ; Tu 19,1% (217) ; On 11% (125)
Leila Sy	Affirmation 12,9% (93) ; Intensité 39,8% (287)	Subjectif 57,4% (148)	Je 41,5% (380) ; Tu 18,3% (168) ; Ils 11,9% (109) ; On 12,2% (112)
Marie-Anne Bernard	Affirmation 16,5% (144)	Numérique 16,7% (50)	Je 23,5% (141) ; Vous 18,2% (109) ; On 28% (168)
Sarah C. et Elvire D. C.	Affirmation 16,9% (171) ; Négation 20,5% (235)	Subjectif 53,3% (214)	Je 22,7% (264) ; Tu 20,6% (240) ; Nous 4% (47) ; On 25,6% (298)
Gilles O. et Christophe R.	Affirmation 18,6% (242) ; Doute 1,3% (17) ; Négation 23,4% (304)	Subjectif 60,4% (238)	Je 23,2% (264) ; Tu 8% (91) ; Vous 3,6% (41) ; Ils 9,1% (103) ; On 28,5% (324)
Thomas Mathieu	Affirmation 16,7% (116) ; Doute 1,7% (12)	Objectif 42,6% (69) ; Subjectif 53,7% (87)	Je 56,4% (316) ; Tu 4,5% (25) ; On 9,3% (52)
Gilles Lazimi	Affirmation 11,6% (133) ; Doute 2,1% (24) ; Négation 28,3% (324)	Subjectif 48,2% (243) ; Numérique 23,2% (117)	Je 20,7% (245) ; Vous 7,2% (85) ; Ils 8,2% (97) ; On 28,6% (338)
Agathe Riedinger	Affirmation 14,1% (116) ; Négation 19% (157) ; Intensité 39,9% (329)	Subjectif 63,1% (164)	Je 40,6% (260) ; Tu 2,8% (18) ; Ils 8,3% (53) ; On 19,2% (123)
Grégoire Théry	Affirmation 10,7% (150) ; Doute 1,6% (22) ; Négation 21% (294)	Subjectif 52,5% (291)	Je 26,4% (376) ; Nous 7,7% (110) ; Vous 4,5% (64) ; Ils 10,4% (149) ; On 26,7% (381)
Frédérique P.R	Affirmation 16,9% (204) ; Négation 19,4% (234)	Subjectif 50% (226) ; Objectif 46,9% (212)	Je 33,3% (335) ; Vous 13,7% (138) ; Ils 5,8% (58) ; On 23,3% (234)

L. Annexe Créatifs : tableaux des connecteurs et modalisations occurrents et fréquents*

	Conn. occurrents ADDITION	Dont :	Dont :
18 entretiens prod-créa	18	12 + CAUSE (soit 6 CAUSE)	5+ OPPOSITION 1+ OPPOSITION + TEMPS
		4 + OPPOSITION	1 + TEMPS
		1 + TEMPS	
	Moda. occurrentes INTENSITE	Dont :	Dont :
	18	10 + NEGATION uniquement	
		7 + AFFIRMATION (soit 2 AFFIRMATION)	5 + NEGATION
1 + TEMPS			

Connecteurs et modalisations les plus occurrents des 18 entretiens en production-création

	Conn. fréquents* CAUSE	Dont :	Dont :
18 entretiens prod-créa	18	13 + OPPOSITION, TEMPS + (soit 7 CAUSE, OPPOSITION, TEMPS)	2 + DIJONCTION 1 + CONDITION 2 + CONDITION, DISJONCTION 1 + BUT
		2 + CONDITION, DISJONCTION, TEMPS	
		1 + TEMPS	
		1 + DIJONCTION, OPPOSITION	
		1+ DISJONCTION, TEMPS	
	Moda. fréquentes* AFFIRMA.	Dont :	Dont :
	18	4 AFFIRMATION uniquement	
		12 + AFFIRMATION, NEGATION + (soit 5 AFFIRMATION, NEGATION)	6 + DOUTE 1 + INTENSITE
		1 + INTENSITE	
1 + DOUTE			

Connecteurs et modalisations fréquents* des 18 entretiens en production-création

M. Annexe Créatifs : comptage lexicométrique, programmes cognitivo-discursifs

Construction de la référence	Déterminants 15 469 : - définis : 9535 (61,6%) ; - indéfinis : 5934 (38,4%)	Art. définis : prog. 1
	Verbes 31685 : - statifs : 43,2% (13700) - factifs : 33,0% (10451) - déclaratifs : 23,4% (7400) - performatifs : 134 (0,4%)	V. statifs et factifs : prog. 1 + V. déclaratifs fréquents* : ambivalence : prog. 2
Construction du monde où s'inscrit la référence	Modes (mobilisés dans le logiciel mais inaccessibles en termes de résultats) - Indicatif - Conditionnel Indicateurs connecteurs de condition, non fréquents* sur le global mais fréquents* dans 5/18 + disjonction dans 8/18. (410 a ces 2 connecteurs fréquents*) Mobilisation du verbe « imaginer » (57) (17/18)	Indicatif premier : prog. 1 Indicatif + conditionnel (indicateurs suppl.) : ambivalence prog. 2 ou 3
	Modalisations 17971 Temps : 11.0% (1979) Lieu : 11.7% (2098) Manière : 1199 (6.7%) Affirmation : 15.7% (2821) Doute : 1.2% (211) Négation : 20.4% (3666) Intensité : 33.4% (5997)	Affirmation et intensité (forte) : prog.1 Avec doute (et intensité médiane) : prog. 3 <i>VOIR tableau modalisations d'intensité ci-dessous</i>
Relation de l'interlocuteur au monde construit	Modalités (non signifiées par le logiciel mais inspirées de Charaudeau (1992) - 1065 verbes relatifs aux « savoir/ignorance et obligation ». - 1562 verbes « opinion et probabilité »	Modalités « opinion et probabilité » (possibilité et croyance) : prog. 3 <i>VOIR tableau verbes et modalités ci-dessous</i>
	Connecteurs 13357 Condition : 4.2% (563) Cause : 21.0% (2801) But : 0.5% (65) Addition : 33.8% (4509) Disjonction : 4.6% (621) Opposition : 18.6% (2482) Comparaison : 3.9% (517) Temps : 13.5% (1799) Lieu : 0% (0)	Addition : prog. 1 Cause (et temps, composé de « enfin » protéiforme : concessif, atténuateur ou accentuateur, temporel, conclusif, argumentatif) : prog. 2 Opposition : prog. 3

Les indicateurs langagiers du corpus des entretiens production-crédation, pour le rapprochement vers un programme cognitivo-discursif. En rouge les indicateurs langagiers les plus occurrents, en jaune les fréquents*.

Modalisations intensité forte	Modalisations intensité faible	Modalisations neutres	Modalisations inclassables
3691 (41,7%)	1649 (18,6%)	2275 (25,7%)	1241 (14%)
Très (625), extrêmement (50), fortement (1), complètement (101), forcément (142), énormément (32), beaucoup (266), bien (469), trop (96), beaucoup plus (54), plus (702 ¹), tou(te)s les (194), tout ça (128), tout le (176), toute une (13), autant (35), mieux (54), surtout (71), encore (218), telle (19), tellement (90), hyper (113), super (42)...	Très peu (8), peu (1284), pas trop (44), moins (144), pas très (26), quelques (44), certain(e)s (54), en particulier (22), pas assez (9), pas beaucoup (14)	Plusieurs (43), Assez (145) des (2086) (sans compter « de + article »)	Même (915), comme ça (229), chaque (65), presque (33)

Classification des modalisations d'intensité du corpus des entretiens production-crédation, construite à l'aide des indications de Charaudeau (1992, p. 249-258)

Les verbes dans le corps du texte et dans l'ordre et catégorisé :

STATIFS être (8879) et avoir (3328)

FACTIFS faire (2379)

DECLARATIFS dire (1595) et voir (0993)

FACTIF aller (0925)

DECLARATIFS pouvoir (0790), penser (0636), savoir (0497), falloir (0425),

DECLARATIFS vouloir (0400), parler (0352)

FACTIF mettre (0309)

DECLARATIF trouver (0269)

FACTIFS passer (0236), prendre (0207) et arriver (0155)

DECLARATIFS devoir (0143) et croire (0136)

STATIF venir (0135)

¹ Exclusion de « ne sont plus, n'ont plus, peux plus, peut plus, plus ou moins, beaucoup plus, un peu plus, ne sais plus, non plus » pour les formes négatives, les formes répétitives et les expressions n'exprimant pas l'intensité forte.

Sur les modalités savoir et nécessité versus possibilité et croyance.

Les verbes en vert entrent dans les modalités énonciatives élocutives de « savoir/ignorance et obligation » : 1065 verbes y sont relatifs, proche des modalités signifiées par les auteurs « savoir et nécessité ».

Les verbes en bleu sont propres aux modalités énonciatives élocutives « opinion et probabilité » : 1562 verbes y sont relatifs, proches des modalités signifiées « possibilité et croyance ».

Comptage indicateurs langagiers relatifs à ceux des programmes cognitivo-discursifs :

	Dét. définis	Verbes Factifs	Verbes Statifs	Verbes Déclaratifs	Nb de verbes	Nb V. au cond.	%	MODA affirm.	MODA intensive	MODA Doute	MODA. possibilité, croyance	CONN. Addition	CONN. Cause	CONN. opposition
01. P.J.	62%	30.3%	46.0%	23.4%	1233	14	1,14	18.5%	30.0%	0.1%	54,1	31.3%	25.9%	16.5%
02. E.P.	62%	33.8%	46.9%	18.8%	1130	10	0,88	26.6%	35.6%	0.6%	71,6	38.3%	21.3%	13.7%
03. M.P.C.	68%	37.7%	40.2%	21.6%	1928	12	0,62	17.0%	34.1%	0.7%	67,5	29.0%	18.2%	16.2%
04. Cie A.A.	55%	32.5%	45.3%	22.0%	1931	24	1,24	16.1%	30.5%	0.8%	68,5	32.6%	13.1%	27.0%
05. L.L.T.	60%	36.5%	40.7%	21.6%	1616	17	1,05	10.5%	30.3%	1.4%	54,5	31.3%	21.2%	21.2%
06. C.	68%	37.9%	40.1%	21.4%	1755	16	0,91	18.7%	34.3%	0.4%	62,2	34.0%	18.3%	19.7%
07. S.B.	58%	33.9%	39.4%	26.4%	2247	26	1,16	13.7%	33.4%	3.4%	51,5	31.6%	15.8%	18.7%
08. E.P.	65%	32.0%	44.2%	22.9%	1684	30	1,78	17.7%	31.8%	1.0%	59,0	28.2%	25.9%	20.6%
09. D.P.	62%	34.5%	40.7%	24.3%	2115	30	1,42	14.3%	34.7%	2.0%	54,9	35.3%	24.2%	19.1%
10. L.S.	57%	35.6%	41.0%	23.2%	1529	6	0,39	12.9%	39.8%	0.4%	50,0	25.5%	25.9%	21.7%
11. M.A.B.	64%	34.3%	44.9%	20.7%	1290	11	0,85	16.5%	36.4%	0.8%	53,3	26.9%	29.0%	17.6%
12. S. C. et E.D.C.	62%	34.3%	38.8%	26.3%	2170	29	1,34	14.9%	31.3%	0.3%	67,3	39.7%	13.1%	19.5%
13. G. O. et C.R.	61%	30.2%	46.6%	23.1%	2212	34	1,54	18.6%	29.5%	1.3%	54,9	27.1%	21.2%	25.4%
14.T.M.	56%	33.9%	45.4%	20.5%	1096	15	1,37	16.7%	36.7%	1.7%	71,7	44.3%	12.5%	19.0%
15. G.L.	60%	32.5%	44.4%	23.0%	2191	12	0,55	11.6%	27.8%	2.1%	56,9	35.8%	24.4%	13.2%
16. A.R.	60%	30.8%	49.5%	19.2%	1388	10	0,72	14.1%	39.9%	0.4%	55,5	44.8%	20.1%	13.3%
17. G.T.	67%	31.0%	42.8%	25.8%	2760	29	1,05	10.7%	37.8%	1.6%	60,8	38.2%	19.1%	17.8%
18.F.P.R.	60%	30.3%	42.6%	26.9%	2104	59	2,80	16.9%	33.5%	0.8%	68,0	28.7%	27.6%	12.9%
Tous les entretiens	62,00%	33.3%	43.0%	23.3%	31685	384	0,00	15.7%	33.5%	1.2%	59,5	33.6%	20.6%	18.5%

Tableau pour la construction des programmes cognitivo-discursifs. En jaune, les catégories fréquentes*. En orange (versus bleu), catégories (peu) significatives et élevées comparativement à la moyenne observée.

N. Annexe Construction des scénarios et critiques

Dans une logique d'appropriation de l'outil et afin de satisfaire nos objectifs de recherche, nous utilisons l'outil scénario dont Tropes dispose. Les scénarios constituent un outil pour « enrichir et filtrer les classes d'équivalence en fonction d'une stratégie d'analyse ». Par défaut, Tropes offre un scénario qui « regroupe les références par grands thèmes ». La recommandation est « d'utiliser des classifications adaptées à [nos] objectifs d'analyse », et de « retravailler ces classifications, corriger d'éventuels contresens et personnaliser [nos] analyses.² » Nous suivons les conseils de Ghiglione et al. « **d'analyser en premier lieu l'intégralité du corpus traité, de construire a posteriori un outil d'interprétation, appelé « scénario sémantique** », en examinant les indicateurs proposés par le logiciel, puis d'utiliser le scénario pour analyser chaque document de façon détaillée. » (Ghiglione, Landré, Bromberg, & Molette, 1998, p. 76).

Nous réalisons une première analyse avec le scénario de base de Tropes pour y apprécier et nous laisser « surprendre » par les résultats (Scénario Concept V8 fourni avec le logiciel, que nous appelons **scénario 0**). Bien qu'il comporte des biais, il illustre les données que nous n'aurions peut-être pas envisagées sans cette visualisation. Par ex., la classe « changement ».

Puis, nous effectuons quelques corrections sémantiques, par ailleurs recommandées par ses créateurs, et des regroupements, ajouts ou suppressions de catégories, pour proposer un **scénario 1**. Nous gardons le plus possible les classifications de base, l'enjeu est de bénéficier de la pertinence du logiciel et d'en corriger les erreurs ou biais majeurs. Nécessaires, ces corrections nous fournissent un scénario qui correspond davantage à nos attentes herméneutiques.

Nous poursuivons en nous basant sur les UDR2 (plus fines que les UDR1 après analyse comparative des deux niveaux) pour établir un **scénario 2**, inductif, nous aidant à garder une distance avec le corpus.

Enfin, nous proposons un scénario sémantico-thématique, **scénario 3**, construit à l'aide des scénarios précédents, par et pour l'analyse du corpus des producteurs-créatifs, puis ajusté à nouveau avec le corpus de la réception. **Nous avons donc un outil transversal aux deux pôles création-production et réception, compréhensif, qui est le scénario 3**. Nous acceptons ici pleinement la visée compréhensive des questions posées aux enquêté·e·s. Nous intégrons ici les sens donnés par les enquêté·e·s et nous adoptons une approche interprétative. Il s'agit de la version la plus aboutie et compréhensive des scénarios.

Deux sources principales nous aident à construire notre scénario 3 final correspondant à notre stratégie d'analyse compréhensive sur les formes de violences et leur lutte, sur la création, ses processus et intentions, et sur les formes DDG. La première est la

² (Manuel de Tropes V8, 2013)

construction progressive par les scénarios : le scénario 0 nous apporte la hiérarchisation générale des catégories -classement brut sans intervention de la chercheuse, le scénario 1 ses corrections sémantiques -une passerelle entre la version initiale du scénario 0 et 3, le scénario 2 un rappel inductif des catégories discutées. La seconde source repose sur une lecture flottante des entretiens et les notes de off, dans une approche compréhensive, empathique avec les enquêté·e·s en création. Puis, le même processus est à l'œuvre en réception, nous y reprenons le scénario 3 pour l'affiner.

Les passages entre les scénarios sont progressifs. Un travail sur la sémantique est effectué, puis sur une approche compréhensive et théorique. Par ex. les lemmes :

- « **client** » est initialement dans « économie et commerce » et plus généralement dans « Finance, commerce et entreprise » (scénario 0). Il reste dans « économie et commerce », mais se place dans « politique et société » dans le thème plus général de « Violences et politique et société » (scénario 1). Puis, continuant son voyage, cette fois à travers un travail compréhensif et théorique, « client » se trouvera dans les catégories « auteurs de violence », et plus généralement « Violence(s) faite(s) aux femmes », à côté des autres qualificatifs déterminants les hommes ayant des comportements violents.

- « **prostitution** » est sous-catégorisé dans « sexualité », « sexe et sexualité », « corps » dans le scénario 0. « Prostitution » s'inclut dans « comportements de violences faites aux femmes », et plus largement « violences et politique et société » dans le scénario 1. Enfin, « prostitution » se trouve dans « actes violents (et leurs répétition) constituant les violences de... », elle-même dans la catégorie « Violence(s) faite(s) aux femmes » dans le scénario 3.

- « **harcèlement sexuel** » suit lui aussi ce chemin, il ne peut pas rester dans « sexualité », alors qu'il est un délit puni de 2 ans d'emprisonnement et 30 000€ d'amende.

Une précision concernant les clients et la prostitution et l'ancrage théorique et compréhensif. Les enquêté·e·s discutant de la prostitution en création l'envisagent sous la position abolitionniste, considérant la prostitution comme une violence faite aux femmes. Ce positionnement éthique est celui adopté en France depuis la loi Marthe Richard en 1946. Il ne s'agit pas pour nous de constituer un nouveau biais dans le logiciel -nos détracteurs pourraient y voir un parti pris, une idéologie, mais de réduire les possibles biais et de s'accorder à la fois avec le discours des enquêtés, dans une visée compréhensive, et de refléter les positionnements politiques pris par ailleurs depuis plusieurs décennies et en cohérence avec l'évolution législative en ce sens (loi avril 2016 et la pénalisation des clients). Enfin, d'un point de vue théorique, l'abolition de la prostitution est l'une des trois options politiques d'approche de la prostitution, à côté du prohibitionnisme et du réglementarisme. Notre corpus ne comprenant que des enquêté·e·s aux positions abolitionnistes -lorsque le sujet prostitution est abordé- et aucune position dite « réglementariste » ou « de prohibition ». Sur ce versant compréhensif, si le corpus avait été mixtes de ces positions, alors le lemme « prostitution »

aurait nécessité, par exemple, un codage textuel-sémantique propre préalable à Tropes, avec des délimitateurs (ex. prostitution_A ; prostitution_R ; prostitution_P) signifiant les différentes positions afin d'en extraire le conflit définitionnel dans l'analyse.

Enfin, le troisième aménagement, cette fois plus cognitif qu'opérationnel, consiste à porter un regard critique sur la constitution par défaut des catégories sémantiques du logiciel Tropes. Nous lui trouvons, dans une perspective de recherche engageant le genre au sens de *gender studies*, de nombreuses erreurs. Etant une technologie portant sur le social et créée par des sujets sociaux, il revête des traces sociales.

En effet, dans son scénario de base, la catégorisation « Politique et société > Ségrégation et discrimination » comportent les items « censure ; discrimination ; esclavage ; négationnisme ; racisme et xénophobie ; ségrégation ». D'une part, selon les approches théoriques, ces formes pourraient être encore divisées ou classées dans d'autres catégories. Par exemple « discriminations » dans « violences » considérant qu'elles relèvent elles-mêmes de la violence, bien qu'une telle catégorie n'existe pas dans le scénario de base (la violence est classée sous le prisme de « l'agressivité »). De plus, le sexisme n'apparaît pas dans la liste. L'item « sexisme » est ainsi dans la catégorie « Comportement ». Pour autant, « sexiste » serait un comportement, que « sexisme » pourrait être, au même titre que le racisme, une discrimination. Il y a, semble-t-il, dans ces exemples pour le logiciel, une forme de différence faite entre ce qui pourrait relever de l'individu plutôt que du collectif, en ajoutant aux lemmes cette caractéristique à la fois implicite (n'est pas mentionnée) et située (qui ou quelle théorie détermine ce qui tient de l'un ou de l'autre ?).

Cette classification, reflétant par ailleurs une conceptualisation et une hiérarchisation, donne à voir deux poids différenciés à deux formes d'inégalité, discrimination ou violence, entre sexisme et racisme par exemple. Cette offre classificatoire par défaut du sexisme dans « comportement » et non dans « politique et société » renvoie l'acte ou la pensée sexiste aux seuls individus, éludant son caractère politique et collectif, à l'instar du racisme. Cette échelle de considération nous pose alors problème. D'une part, nous étudions la capacité des dispositifs et leur procédé de détournement du genre à lier l'acte interpersonnel violent genré (comportement, action individuelle) à sa dimension collective (travail politique critique du sexisme et processus de changement sociétal). D'autre part, cette estimation de catégorisation initiale nous semble illustrer un biais conceptuel, voire appréciatif, de relais du sexisme à un plan second. Nous procédons, comme nous l'exposons, à ces corrections.

O. Annexe Créatifs : les scénarios construits avec Tropes

Scénario 0 Tropes Concept V8		Scénario 1 Corrections sémantiques		Scénario 2 Par UDR2		Scénario 3 Sémantico- thématique	
Méthode de construction : Classification de base offerte par le logiciel, sans intervention ni correction sémantique.		Méthode de construction : Classification depuis scénario 0, corrections sémantiques et classes ajoutées, groupées ou supprimées.		Méthode de construction : Classification par UDR2, automatisés à partir du corpus des UDR2.		Méthode de construction : Classification depuis les scénarios précédents et lecture flottante des entretiens. Approche compréhensive. (nombre total : 16 982 occ.)	
10 classifications principales		5 classifications principales		70 UDR2 principaux		18 classifications principales	
comportements et sentiments - jugements, appréciations - sentiments - cognition et conn. - agressivité, brutalité - comportements - perception - (dés)accords	4088 1121 813 687 544 474 162 97	comportements et sentiments - actions et cap. agir - cognition et conn. - jugements, appréciations - sentiments - perception - comportements - rapport, relation, rencontre et échang.	5007 1142 942 929 927 692 252 121	Femme Gens Homme Agressivité (1) Temps Discours Prostitution (1) Pensée Sexualité Lieu Cinéma Enfant Publicité Délit Travail Famille Client Problème Voie Féminisme Télévision Musique Combat Opinion Amitié Campagne Entreprise Système Tête Corps Vêtement Comédien Jour Accord Vidéo Littérature Catastrophe Cognition Image Photographie Internet Enseignement Moyen de paiement	1174 847 722 464 329 290 280 258 217 197 193 181 171 149 141 140 136 127 118 117 116 114 105 103 100 98 94 92 91 88 86 83 82 82 81 80 80 79 76 76 75 74 74	Violence(s) f. aux F - actes violents - dimension collective des V. - violence - auteurs de violences - violences : autres lieux et analogies - victimes Cognition, émotion attitude et comp. - cognition et émotions - pensée, idée, réflexion - att. et comportement Dispo, camp., orga. - dispo., film, tv - Créa. enquêtées - association - msg et propos - dispositif-projet - public cible, ... - agence com, mé - institutions, pdt, - circulation - jeu et rôle Marqueurs dispo. - m. précis ds dispo - corps (m. genre) - m. ds dispo : mat. brut, anc. réel - m. habit ds/hors - Voix parole reg. - G, fém. masc. - m. discours - animal, animalité	2253 791 507 362 301 198 94 1975 1549 257 127 1973 402 386 158 149 133 109 119 115 96 77 1573 393 379 154 144 127 118 114 99
Personnes, grp socx - femmes - gens - hommes - famille et hérédité - groupes sociaux - enfants - public	3756 813 843 769 232 196 182 46	communication et médias + art et culture - communication et médias - art et culture	4459 2996 1463				
autres concepts - changement et réorganisation - problèmes - offre et demande - cause et effet - projet - usage et utilisation	3625 214 160 103 102 86 78	Violences et politique et société - Politique et société - Comportements VF - Crise et conflits - Sciences - Libertés et contraintes	3852 2183 1107 336 109 87				
caractéristiques - dimensions - qualités - apparence et beauté - certitude et vérité - position - (imp)possibilité - couleurs, coloration - réel et virtuel	3608 403 221 160 133 110 110 106 90	Personnes et groupes sociaux - femmes - gens - hommes - groupes sociaux - famille et hérédité - enfants et ados	3721 1216 877 769 450 213 196				
communication et médias - communication - média et presse - langue et langage - radio-télévision - réseaux et internet	2414 1398 325 189 156 155	autres concepts et caractéristiques - corps - contexte, environnement, réalité - dimensions	3472 1018 628				

- information	60	- problèmes		Transport par rail	70	- art et artiste	61
politique et société	1750	- apparence et beauté	403	Asociabilité	70	Action, chx, cap. agir, lutte, justice	1328
- droit et justice	449	- animaux et végétaux	160	Durée	67	- action, choix, cap. d'agir, changement	726
- pol. et syndicalisme	363	- différence	148	Grammaire	64	- lutte	324
- travail et emploi	294	- simplicité et complexité	119	Association	63	- travail	151
- (in)sécurité	132	- humour, dérision et ironie, normal et a normal	111	Conversation	63	- loi et justice	121
- organisation	125	- couleurs, coloration	107	Dirigeant	62	Gens	1086
- ville et urbanisme	119	- offre et demande	106	Âge	61	- gens	776
arts et culture	1313	- formes	103	Vie	60	- enfants	176
- cinéma et spectacle	449	- base et départ	89	Sensibilité	59	- jeunes gens, ados	52
- textes et écrits	175	- importance	87	Parole	58		
- musique	148	- seul	83	Peine	58		
- arts	111	- qualités	69	Spectacle	54		
- audio et vidéo	95	- fonctionnement	50	Réseaux-	53	Chose, truc, ça	1083
- image	79		31	sociaux		Femmes (2)	1037
corps	1282			Pouvoir	53	Hommes (2)	762
- sexe et sexualité	796			Texte	51	Temps et durée	712
- visage et tête	136			Politique	51	Lieux	544
- membres	73			Art	50	Constat : mde, situ (3), soit :	525
- corps	68			Île-de-France	47	Subj et pt de vue (3), soit :	3,09%
forces et quantités	908			Ville	45	Discours	481
temps	656			Relation	45	Sexualité	2,83%
				Standard	44	Qui relève de la perturbation**	413
				Ennemi	44	Entourage	333
				Ressentiment	44		290
				Quantité	44		
				Média	44		
				Journal	43		
				Théâtre	43		
				Choix	43		

Tableau synthétique des scénarios et des classifications hiérarchisées.

Dans le scénario 2, les UDR2 (1) pourraient être réunis, « prostitution » étant une des formes dans « agressivité ». Dans le scénario 3, les classes (2) sont très significatives car elles sont équivalentes à un lemme. Les classes (3) sont importantes car en lien direct avec le DDG.

P. Annexe Créatifs : scénario 3

SOMME TOTALE	16982	% classe	%sous classe
Violence(s) f. aux F	2253	13,27	
- actes violents	791	4,66	35,11
- dimension collective des V.	507	2,99	22,50
- violence	362	2,13	16,07
- auteurs de violences	301	1,77	13,36
- violences : autres lieux et analogies	198	1,17	8,79
- victimes	94	0,55	4,17
Cognition, émotion attitude et comp.	1975	11,63	
- cognition et émotions	1549	9,12	78,43
- pensée, idée, réflexion	257	1,51	13,01
- att. et comportement	127	0,75	6,43
Dispo, camp., orga.	1973	11,62	
- dispo., film, tv	402	2,37	20,38
- Créa. enquêtées	386	2,27	19,56
- association	158	0,93	8,01
- msg et propos	149	0,88	7,55
- dispositif-projet	133	0,78	6,74
- public cible, ...	109	0,64	5,52
- agence com, mé	119	0,70	6,03
- institutions, pdt,	115	0,68	5,83
- circulation	96	0,57	4,87
- jeu et rôle	77	0,45	3,90
Marqueurs dispo.	1573	9,26	
- m. précis ds dispo	393	2,31	24,98
- corps (m. genre)	379	2,23	24,09
- m. ds dispo : mat. brut, anc. réel	154	0,91	9,79
- m. habit ds/hors	144	0,85	9,15
- Voix parole reg.	127	0,75	8,07
- G, fém. masc.	118	0,69	7,50
- m. discours	114	0,67	7,25
- animal, animalité	99	0,58	6,29
Médias et arts	1442	8,49	
- images animées	224	1,32	15,53
- images inanimées	336	1,98	23,30
- en ligne	223	1,31	15,46
- performance	160	0,94	11,10
- audio	110	0,65	7,63
- communication	61	0,36	4,23
- art et artiste	61	0,36	4,23
Action, chx, cap. agir, lutte, justice	1328	7,82	
- action, choix, cap. d'agir, changement	726	4,28	54,67
- lutte	324	1,91	24,40
- travail	151	0,89	11,37
- loi et justice	121	0,71	9,11
Gens	1086	6,40	
- gens	776	4,57	71,45
- enfants	176	1,04	16,21
- jeunes gens, ados	52	0,31	4,79
Chose, truc, ça	1083	6,38	
Femmes (2)	1037	6,11	
Hommes (2)	762	4,49	
Temps et durée	712	4,19	
Lieux	544	3,20	
Constat : mde, situ (3)	525	3,09	
Subj et pt de vue (3)	481	2,83	
Discours	413	2,43	
Sexualité	333	1,96	
Qui relève de la perturbation**	290	1,71	
Entourage	258	1,52	

Q. Annexe Créatifs : tableaux des 15 premiers UDR1

UDR1	Nb	UDR1 1. Patrick Jean	Nb	UDR1 2. Eléonore Pourriat	Nb	UDR1 3. Marie Pierre Carbonnet	Nb	UDR1 4. Cie Avant l'Aube	Nb	UDR1 5. Louise Lemoine Torrès	Nb
Tous les entretiens											
FEMME	986	FEMME	57	spectacle	76	HOMME	82	FEMME	102	FEMME	89
GENS	754	GENS	50	FEMME	43	FEMME	74	HOMME	101	GENS	52
HOMME	661	sexualité	47	HOMME	36	cognition	53	spectacle	70	corps	47
communication	632	HOMME	35	GENS	29	transport	38	sexualité	51	HOMME	46
sexualité	524	communic	31	cognition	20	GENS	35	GENS	48	enfant	43
cognition	414	droit	31	communic	15	sentiment	34	sentiment	39	sentiment	33
média	410	cognition	24	comporter	14	communic	33	corps	36	média	31
corps	387	temps	15	vêtement	13	temps	30	comporter	32	famille	27
spectacle	379	agressivité	15	corps	10	langue	29	média	32	sexualité	22
sentiment	379	commerce	15	enfant	10	média	27	communic	30	spectacle	20
Temps	386	corps	14	temps	9	agressivité	20	temps	26	musique	19
Droit	294	nation	12	télécommi	9	campagne	19	cognition	25	communic	19
Agressivité	274	sentiment	12	lieu	7	corps	18	politique	23	comporter	19
Comportement	246	emploi	11	sentiment	7	organisatic	12	vêtement	16	vie	14
Politique	229	entreprise	10	apparence	7	voie	11	art	13	transport	11

UDR1 6. Clara Porntoshop	Nb	UDR1 7. Sophie Barel	Nb	UDR1 8. Emmanuelle Piet	Nb	UDR1 9. Dorothée Pierson	Nb	UDR1 10. Leila Sy	Nb	UDR1 11. Marie Anne Bernard	Nb	UDR1 12. Sarah C. et Elvire D.C.	Nb
FEMME	85	GENS	93	droit	54	FEMME	71	GENS	54	FEMME	55	musique	74
politique	46	temps	43	FEMME	50	HOMME	57	FEMME	47	média	36	FEMME	71
corps	37	corps	34	HOMME	43	GENS	43	HOMME	29	temps	34	GENS	39
communic	32	communic	31	enfant	42	sentiment	38	musique	25	communic	29	HOMME	36
GENS	31	transport	30	temps	30	agressivité	35	art	25	spectacle	23	communic	35
média	28	sentiment	30	communic	25	sexualité	34	temps	22	habitat	21	corps	33
cognition	26	famille	29	média	23	temps	28	cognition	21	HOMME	20	média	29
HOMME	22	comporter	24	santé	22	corps	27	communic	20	GENS	19	cognition	26
lieu	20	télécommi	22	corps	21	politique	23	écrit	16	écrit	19	sexualité	25
photograp	19	HOMME	21	sentiment	21	cognition	19	spectacle	16	emploi	18	comporter	23
sexualité	19	france	18	conflit	19	communic	19	corps	15	cognition	15	temps	21
comporter	19	FEMME	15	agressivité	16	droit	18	sentiment	12	agressivité	14	sentiment	19
catégorie	16	langue	14	GENS	16	média	18	restauratic	11	conflit	12	télécommi	16
sentiment	14	média	14	campagne	16	spectacle	12	lieu	9	lieu	12	quantité	16
vêtement	14	photograp	14	cognition	14	comporter	11	groupe_so	8	politique	11	agressivité	15

UDR1 13. Gilles O. et Christophe R.	Nb	UDR1 14. Thomas Mathieu	Nb	UDR1 15. Gilles Lazimi	Nb	UDR1 16. Agathe Riedinger	Nb	UDR1 17. Grégoire Théry	Nb	UDR1 18. Frédérique Pollet Rouyer	Nb
FEMME	69	GENS	52	communic	105	spectacle	61	GENS	100	sexualité	115
communic	57	communic	50	droit	83	GENS	42	sexualité	90	FEMME	84
GENS	56	écrit	25	HOMME	67	sentiment	41	commerce	73	cognition	58
commerce	38	reptiles	19	FEMME	66	média	22	communic	61	HOMME	48
temps	36	HOMME	16	santé	50	droit	22	cognition	57	spectacle	46
média	28	FEMME	16	média	47	sexualité	21	média	51	corps	38
sexualité	27	télécommi	16	campagne	41	cognition	19	lieu	44	sentiment	34
photograp	22	politique	14	agressivité	35	communic	15	agressivité	31	enfant	32
finance	21	mammifèr	14	conflit	32	corps	13	droit	30	comporter	31
lieu	20	agressivité	14	catastroph	31	FEMME	12	spectacle	27	agressivité	30
télécommi	20	cognition	10	temps	28	finance	12	télécommi	26	politique	26
comporter	20	art	10	GENS	26	système	12	temps	24	famille	26
cognition	20	sentiment	9	sexualité	23	commerce	10	finance	21	GENS	23
HOMME	19	système	8	sentiment	21	agressivité	10	électroniq	21	emploi	23
corps	14	droit	7	famille	20	comporter	9	système	21	jugement	20

R. Annexe Créatifs : tableaux des 15 premiers

UDR2

UDR2 Tous les entretiens	Nb	UDR2 1. Patrick Jean	Nb	UDR2 2. Eléonore Pourriat	Nb	UDR2 3. Marie Pierre Carbonnet	Nb	UDR2 4. Cie Avant l'Aube	Nb	UDR2 5. Louise Lemoine Torrès	Nb
femme	1033	femme	57	femme	43	homme	82	femme	102	femme	89
gens	808	gens	50	homme	36	femme	74	homme	101	gens	52
homme	690	homme	35	cinéma	34	gens	35	gens	48	homme	46
discours	275	prostitution	35	gens	29	transport_pa	26	sexualité	19	enfant	43
agressivité	269	pensée	22	comédien	17	pensée	23	comédien	18	famille	26
pensée	256	agressivité	14	film	13	agressivité	20	spectacle	17	publicité	25
temps	231	client	13	vêtement	12	campagne	19	théâtre	17	amour	21
prostitution	218	nation	12	enfant	10	grammaire	18	temps	16	problème	17
sexualité	192	travail	11	pensée	9	amitié	17	discours	16	musique	13
lieu	185	entreprise	10	discours	8	publicité	16	cinéma	15	vie	13
cinéma	176	sexualité	9	théâtre	8	cognition	15	publicité	14	sexualité	12
enfant	176	littérature	8	travail	7	média	11	art	13	discours	11
publicité	160	discours	8	temps	7	jour	11	sexisme	13	asociabilité	11
travail	143	conversation	8	attrait	6	mot	11	pensée	12	humain	9
famille	141	télévision	7	pauvreté	6	transport	11	objet	12	corps	9

UDR2 6. Clara Porntoshop	Nb	UDR2 7. Sophie Barel	Nb	UDR2 8. Emmanuelle Piet	Nb	UDR2 9. Dorothée Pierson	Nb	UDR2 10. Leila Sy	Nb	UDR2 11. Marie Anne Bernard	Nb
femme	85	gens	93	femme	50	femme	71	gens	54	femme	55
gens	31	famille	29	homme	43	homme	57	femme	47	temps	26
homme	22	temps	28	enfant	42	gens	43	homme	29	homme	20
image	20	transport_pa	25	temps	20	agressivité	34	musique	22	gens	19
lieu	20	homme	21	délit	19	sexualité	16	art	20	chaîne_de_r	19
photographi	19	femme	15	discours	16	délit	16	image	19	travail	18
féminisme	18	photographi	14	agressivité	16	télévision	15	temps	15	agressivité	14
dirigeant	16	plaisanterie	13	campagne	16	pensée	15	pensée	10	littérature	13
journal	15	lieu	13	gens	16	amitié	14	littérature	9	lieu	12
pensée	15	agressivité	13	publicité	11	temps	14	lieu	8	théâtre	11
tête	13	féminisme	12	pensée	10	sensibilité	13	famille	7	combat	11
homme_poli	13	problème	11	médecine	10	enseigne	11	tête	7	cinéma	11
asociabilité	11	voie	11	combat	8	prostitution	10	énergie	6	partie_d_im	10
temps	11	réseaux_soc	11	jour	8	féminisme	10	jour	6	publicité	9
pornographi	11	tête	11	peur	8	travail	10	texte	6	dirigeant	9

UDR2 12. Sarah C. et Elvire D.C.	Nb	UDR2 13. Gilles O. et Christophe R.	Nb	UDR2 14. Thomas Mathieu	Nb	UDR2 15. Gilles Lazimi	Nb	UDR2 16. Agathe Riedinger	Nb	UDR2 17. Grégoire Théry	Nb	UDR2 18. Frédérique Polllet Rouyer	Nb
femme	71	femme	69	gens	52	homme	67	gens	42	gens	100	femme	84
musique	64	gens	56	discours	36	femme	66	cinéma	41	client	60	sexualité	59
gens	39	discours	33	littérature	19	délit	53	prostitution	17	prostitution	56	pensée	56
homme	36	client	31	crocodiliens	19	discours	48	publicité	16	lieu	43	homme	48
télévision	20	prostitution	26	homme	16	campagne	41	spectacle	13	agressivité	31	prostitution	42
pensée	18	photographi	22	femme	16	agressivité	33	peine	13	sexualité	28	enfant	31
agressivité	15	moyen_de_r	21	agressivité	14	ennemi	32	femme	12	vidéo	21	agressivité	29
amitié	14	lieu	20	internet	11	catastrophe	31	système	12	système	21	cinéma	29
parole	14	homme	19	système	8	publicité	28	pensée	11	pensée	18	famille	25
sexualité	12	temps	16	pensée	7	maladie	27	tristesse	10	dirigeant	18	gens	23
lieu	12	télécommun	15	lieu	7	gens	26	satisfaction	10	communicat	17	travail	23
temps	12	publicité	14	opinion	7	temps	20	agressivité	10	cinéma	16	opinion	20
vêtement	11	système	13	féminisme	7	accord	18	moyen_de_r	10	internet	16	corps	16
problème	9	durée	11	amitié	6	famille	15	client	8	discours	15	pouvoir	15
réseaux_soc	9	pensée	11	texte	6	enfant	13	relation	8	temps	15	féminisme	15

S. Annexe Créatifs : relations (co-occurrences) des UDR2 analyse globale

Relations Tous les entretiens	Relations
(homme > femme)	62
(agressivité > femme)	56
(femme > homme)	51
(agressivité > voie)	45
(gens > prostitution)	25
(combat > agressivité)	18
(catastrophe > agressivité)	18
(corps > femme)	15
(femme > sexualité)	12
(femme > prostitution)	12
(client > prostitution)	12
(sexualité > femme)	11
(combat > femme)	11
(protection > femme)	11
(agressivité > enfant)	10
(femme > temps)	10
(enfant > femme)	10
(homme > crocodiliens)	9
(achat > sexualité)	9
(prostitution > agressivité)	9
(discours > homme)	9
(femme > cheveux_et_poils)	9
(femme > vêtement)	9
(main > corps)	9
(femme > enfant)	9
(discours > femme)	9
(lieu > femme)	9
(discours > gens)	8
(pensée > femme)	8
(femme > agressivité)	8
(pensée > sexualité)	8
(homme > temps)	7

Les relations sont construites depuis le scénario 2.

En texte rouge, les relations faisant apparaître « femme » ; surligné jaune, celles faisant apparaître « homme » ; en gris, celles faisant apparaître « agressivité » ; et en barré celles faisant apparaître « gens ».

T. Annexe Créatifs : tableaux des premières relations (co-occurrences) des UDR2, analyse par entretien

En jaune et orange, les relations femme-homme (et inversement) ; en rouge la relation agressivité-femme ; en violet la relation gens-prostitution, en vert celles homme-crocodilien, discours-homme et homme-temps.

Relations 1. Patrick Jean	Nb	Relations 2. Éléonore Pourriat	Nb	Relations 3. Marie Pierre Carbonnet	Nb
(femme > prostitution)	8	(femme > homme)	4	(agressivité > voie)	23
(homme > femme)	4	(cinéma > durée)	3	(femme > homme)	7
(homme > client)	3	(travail > homme)	3	(temps > prison)	4
(conversation > législation)	3	(temps > cinéma)	3	(homme > femme)	4
(homme > voie)	2	(temps > vie)	3	(parole > femme)	4
(femme > durée)	2	(jeu > comédien)	2	(homme > transport_par_rail)	3
(télévision > prostitution)	2	(troisième_âge > conformisme)	2	(homme > ville)	3
(europe_de_l_ouest > influence)	2	(homme > travail)	2	(cognition > piège)	3
(homme > prostitution)	2	(enseignement > homme)	2	(publicité > transport_par_rail)	3
(gens > prostitution)	2	(cinéma > femme)	2	(voie > homme)	3
(agressivité > prostitution)	2	(homme > vêtement)	2	(femme > jour)	3
(temps > conversation)	2	(troisième_âge > doctrine_polit)	2	(pensée > homme)	3
(temps > prostitution)	2	(femme > vêtement)	2	(temps > transport_par_rail)	3
(client > homme)	2	(travail > femme)	2	(voie > bistrot)	2
(agressivité > femme)	2	(homme > femme)	2	(femme > publicité)	2
(système > transport_terrestre)	2	(comédien > théâtre)	2	(campagne > transport_par_ra)	2
(femme > entreprise)	2	(cinéma > cognition)	2	(homme > temps)	2
(combat > agressivité)	2	(femme > cinéma)	2	(campagne > temps)	2
(femme > homme)	2	(gens > cinéma)	2	(jour > voie)	2
		(agressivité > voie)	2	(jour > homme)	2

Relations 4. Cie Avant l'Aube	Nb	Relations 5. Louise Lemoine Torrès	Nb	Relations 6. Clara Porntoshop	Nb
(homme > femme)	6	(femme > homme)	7	(dirigeant > nation)	6
(femme > homme)	4	(famille > bourgeoisie)	5	(homme > femme)	4
(corps > femme)	4	(enfant > femme)	5	(asociabilité > dirigeant)	3
(homme > sexualité)	3	(homme > femme)	4	(femme > politique)	3
(femme > comédien)	3	(bourgeoisie > famille)	4	(femme > sous-vêtement)	3
(spectacle > féminisme)	3	(problème > famille)	3	(femme > lieu)	2
(europe_de_l_ouest > france)	2	(publicité > femme)	2	(tête > homme_politique)	2
(homme > objet)	2	(sexe > femme)	2	(femme > féminisme)	2
(féminisme > femme)	2	(cheveux_et_poils > sous-v)	2	(pouvoir > femme)	2
(femme > théâtre)	2	(peine > logement)	2	(voie > femme)	2
(publicité > prêt-à-porter)	2	(femme > cheveux_et_poil)	2	(lieu_de_soins > femme)	2
(sexisme > femme)	2	(islam > religion)	2	(corps > femme)	2
(sexualité > femme)	2	(publicité > arme)	2	(femme > corps)	2
(théâtre > lieu)	2	(gens > voie)	2	(pensée > corps)	2
(théâtre > homme)	2	(femme > amour)	2	(voie > publicité)	2
(tête > homme)	2	(saison > homme)	2	(lieu > sous-vêtement)	2
(théâtre > homosexualité)	2	(agressivité > perversion)	2	(lieu > journal)	2
(caractéristique_sexuelle > pros)	2			(femme > cheveux_et_poils)	2
(publicité > temps)	2			(publicité > voie)	2
(femme > publicité)	2			(tête > pouvoir)	2

Relations 7. Sophie Barel	Nb	Relations 8. Emmanuelle Piet	Nb	Relations 9. Dorothée Pierson	Nb
(agressivité > voie)	10	(agressivité > femme)	3	(homme > femme)	10
(main > corps)	5	(enfant > temps)	3	(main > corps)	4
(main > tête)	4	(campagne > crime_sexue)	3	(femme > homme)	3
(campagne > transport_par_rail)	4	(femme > homme)	3	(culture > enseignement)	3
(corps > main)	3	(force > délit)	2	(inégalité > homme)	3
(association > féminisme)	3	(ministère > droits_des_p)	2	(discours > femme)	2
(homme > transport_par_rail)	2	(homme > oeil)	2	(inégalité > femme)	2
(art_du_corps > famille)	2	(homme > combat)	2	(temps > sexualité)	2
(agressivité > science_physique)	2	(discours > délit)	2	(temps > famille)	2
(femme > voie)	2	(ennemi > délit)	2	(agressivité > femme)	2
(gens > réseaux_sociaux)	2	(homme_de_loi > police)	2	(caractéristique_sexuelle >	2
(coeur > famille)	2	(vie > enfant)	2	(agressivité > voie)	2
(famille > coeur)	2	(femme > peur)	2	(homme > féminisme)	2
(féminisme > gens)	2	(insécurité > amitié)	2	(enseignement > sensibilit	2
(lieu > coeur)	2	(cheveux_et_poils > voix)	2	(pensée > gens)	2
(gens > enfant)	2	(enfant > ennemi)	2	(agressivité > société)	2
(travail > temps)	2	(homme > travail)	2	(temps > infériorité)	2
(moralité > problème)	2	(agressivité > enfant)	2	(temps > agressivité)	2
(association > île-de-france)	2	(publicité > agressivité)	2	(inégalité > agressivité)	2
				(problème > cinéma)	2

Relations 10. Leila Sy	Nb	Relations 11. Marie Anne Bernard	Nb	Relations 12. Sarah C. et Elvire D.C.	Nb
(femme > homme)	7	(femme > apparence)	4	(agressivité > femme)	10
(homme > femme)	5	(agressivité > femme)	3	(homme > femme)	7
(âge > femme)	4	(réseau > femme)	3	(homosexualité > temps)	6
(troisième_âge > femme)	4	(famille > logement)	2	(temps > homosexualité)	5
(troisième_âge > âge)	3	(femme > travail)	2	(bouche > femme)	4
(femme > âge)	2	(sexisme > réseau)	2	(politique > agressivité)	3
(pensée > femme)	2	(responsabilité > création)	2	(lieu > femme)	2
(agressivité > voie)	2	(femme > homme)	2	(musique > culture)	2
(ameublement > troisième_âg	2	(cinéma > femme)	2	(joie > gens)	2
(femme > troisième_âg	2	(sexisme > chaîne_de_radio-télé	2	(culture > délit)	2
(homme > troisième_âg	2	(discours > chaîne_de_radio-télé	2	(réseaux_sociaux > internet)	2
(homme > âge)	2	(art > chaîne_de_radio-télévisio	2	(gens > télévision)	2
(femme > musique)	2	(femme > logement)	2	(problème > canidés)	2
(peau > homme)	2	(femme > problème)	2	(femme > vêtement)	2
(art > musique)	2	(femme > standard)	2	(agressivité > voie)	2
		(cinéma > littérature)	2	(télévision > musique)	2
		(homme > temps)	2	(musique > féminisme)	2
		(travail > femme)	2	(musique > usa)	2
		(famille > ursidés)	2		
		(homme > femme)	2		

Relations 13. Gilles O. et Christophe R.	Nb	Relations 14. Thomas Mathieu	Nb	Relations 15. Gilles Lazimi	Nb
(protection > femme)	9	(homme > crocodiliens)	8	(agressivité > femme)	13
(lieu > protection)	6	(littérature > enfant)	3	(catastrophe > agressivité)	11
(client > complicité)	5	(système > homme)	3	(agressivité > enfant)	7
(client > prostitution)	4	(littérature > féminisme)	2	(homme > ennemi)	6
(gens > client)	3	(fascisme > felidés)	2	(femme > catastrophe)	5
(combat > inégalité)	3	(gens > âge)	2	(opinion > société)	5
(agressivité > femme)	2	(homme > femme)	2	(homme > femme)	5
(discours > femme)	2	(discours > délit)	2	(discours > homme)	5
(client > femme)	2	(cognition > privilège)	2	(femme > agressivité)	5
(opinion > réseau)	2			(voix > homme)	4
(moyen_de_paiement > vente)	2			(campagne > enfant)	4
(gens > télécommunication)	2			(femme > homme)	4
(femme > homme)	2			(homme > sociabilité)	3
(moyen_de_paiement > système)	2			(force > délit)	3
(gens > lieu)	2			(campagne > délit)	3
(corps > femme)	2			(jour > durée)	3
(télécommunication > femme)	2			(agressivité > société)	3
(femme > photographie)	2			(maladie > toxicomanie)	3
				(femme > temps)	3
				(discours > femme)	3

Relations 16. Agathe Riedinger	Nb	Relations 17. Grégoire Théry	Nb	Relations 18. Frédérique Pollet Rouyer	Nb
(agressivité > femme)	5	(gens > prostitution)	22	(sexualité > femme)	9
(confiance > intelligence)	3	(agressivité > femme)	10	(pensée > sexualité)	6
(tristesse > satisfaction)	3	(achat > sexualité)	9	(femme > sexualité)	5
(politique > agressivité)	2	(prostitution > agressivité)	8	(homme > femme)	4
(prostitution > homme)	2	(client > prostitution)	7	(prostitution > travail)	4
(publicité > cinéma)	2	(combat > agressivité)	6	(volonté > main)	3
(femme > homme)	2	(prostitution > sexualité)	5	(main > homme)	3
(gens > bêtise)	2	(dirigeant > création)	5	(combat > femme)	3
(agressivité > voie)	2	(peine > sexualité)	5	(agressivité > femme)	3
(prostitution > femme)	2	(sexualité > agressivité)	5	(sexualité > infériorité)	3
(gens > publicité)	2	(lieu > prostitution)	5	(corps > femme)	3
		(responsabilité > client)	4	(pensée > corps)	3
		(prostitution > ville)	3	(femme > enfant)	3
		(prostitution > client)	3	(opinion > femme)	3
		(majorité > gens)	3	(reproduction > agressivité)	3
		(agressivité > prostitution)	3	(jeu > comédien)	3
		(sexualité > prostitution)	3	(féminisme > doctrine_politique)	3
		(prostitution > lieu)	3	(prostitution > gens)	2
		(prostitution > système)	3	(femme > prostitution)	2
		(client > sexe)	3	(famille > prostitution)	2

U. Annexe Créatifs : tableau de l'analyse thématique (résumé)

THEMES Nb assertions total : 3776 / Nb mots total : 171367	Ent. /18	Références	% assertion globale	Mots par thème	% Mots par thème
PROCESSUS CREATIF TRANSFORMATION OPEREE ET INTENTIONS EFFETS	18	1247	33,02	42511	24,81
LES VF et LA LUTTE	18	600	15,89	41468	24,20
A L'ORIGINE DE L'IDEE, SOURCE D'INSPIRATION, RESSOURCES et EVE CONCOMITANTS	18	490	12,98	23293	13,59
FEEDBACKS	16	333	8,82	12379	7,22
PARLER D'AUTRES DISPOSITIFS en lien avec les créatifs et leur créa	16	284	7,52	15216	8,88
DIFFICULTES LIMITES rencontrées (limites, critiques, risques, conséquences)	18	243	6,44	10297	6,01
CIBLES	16	140	3,71	2764	1,61
PROCESS CREA Différence entre CREA et COM	17	128	3,39	7793	4,55
EVALUATION + DU PROCEDE PAR SES CREATIFS	18	110	2,91	4423	2,58
TON, ESTHETISME ET DEGRE DE FINITION	16	86	2,28	5055	2,95
STRATEGIE DE CIRCULATION	12	61	1,62	2270	1,32
THEORIES INFLUENCE	14	54	1,43	3898	2,27

V. Annexe Créatifs : analyse thématique

THEMES	Ent. /18	Ass.	% ass. globale	% ass. du ss-th	Mots/ thème	% Mots
Nb assertions total : 3776 / Nb mots total : 171 367						
PROCESSUS CREATIF TRANSFORMATION OPEREE ET INTENTIONS EFFETS	18	1247	33,02		42511	24,81
Reprises	16	238	6,30	19,09		
Lire, récolter des témoignages (et citations) et les retranscrire ce sont des histoires vraies, réelles	6	74	1,96	5,93		
Issu du terrain, Reprendre les clichés, représentations, stéréotypes, discours sexistes, justifiant les violences	12	68	1,80	5,45		
Reprendre à l'identique, plagier, imiter traits pour trait	9	52	1,38	4,17		
La réalité (h. vraies) semble fausse, caricaturale, dépasse la fiction, l'entendement, et que ce n'est pas croyable	6	29	0,77	2,33		
Reprendre les codes de la VO pour la parodie	3	10	0,26	0,80		
Documenté (socio)	2	5	0,13	0,40		
Pointer, montrer et renverser	17	183	4,85	14,68		
Les hommes violents, complices, responsables qui tapent, agressent, colonisent l'esprit (et parfois à travers l'h. la société)	6	65	1,72	5,21		
Transformation homme-bête (répugnant, menaçant, en trop) et renvoi à l'expéditeur (miroir)	9	36	0,95	2,89		
Renvoi la responsabilité sur les hommes, le système	6	19	0,50	1,52		
Faire quelque chose de frontal, regard dans celui du spectateur, brise 4e mur, regard d'appel, lien	4	13	0,34	1,04		
Les excuses, stratégie pour rester impuni	2	10	0,26	0,80		
Inverser/superposer n'est pas féminiser ou masculiniser ms jouer consignes aux actrices ou mise en scène obscène de la politique	2	8	0,21	0,64		
La responsabilité individuelle dans les violences de tous	4	8	0,21	0,64		
Créateurs de représentations, responsabilité, réfléchir en termes d'impact	1	8	0,21	0,64		
Se repasser le film après	3	6	0,16	0,48		
Changer la norme, aux hommes de se positionner par rapport aux femmes	4	5	0,13	0,40		
Se moquer du système en place	4	5	0,13	0,40		
Mise en suspens, puis choc	14	160	4,24	12,83		
Jouer sur les attentes, déstabiliser pour surprendre au moment de la révélation	11	75	1,99	6,01		
Piéger (et faire irruption dans un lieu)	9	35	0,93	2,81		
Embarquer (nécessaire de), aspirer, tube	10	24	0,64	1,92		
DEGRE FORT DE CLARETE DU MESSAGE A REVELATION, PLUS DE CONFUSION POSSIBLE	10	18	0,48	1,44		
Prendre en otage	2	6	0,16	0,48		
Résultats INTENTION EFFETS interpellé, contraindre à penser, se poser des Q, prendre conscience, et ne pas être ds injonction	16	122	3,23	9,78		
Faire sentir et ressentir	17	117	3,10	9,38		
Faire éprouver aux hommes les VF, identification	10	32	0,85	2,57		
Faire ressentir un trouble pas forcément définissable, deux niveaux de lecture	7	24	0,64	1,92		
Mettre mal, gêner, DESAGREABLE, sidérer, pas possible	9	22	0,58	1,76		
Monter crescendo, nécess. mal à l'aise, passer du (sou)rire au grinçant, horreur, grave, i.e. interpellé ce n'est pas drôle au final	7	17	0,45	1,36		
Monter crescendo sur le rythme, jauger ce qui est montré, un juste avant ou juste après	4	15	0,40	1,20		
Jouer sur plusieurs sens (goût, ouïe, image)	3	4	0,11	0,32		
Monter crescendo, du trouble vers un rassemblement, dépassement des clivages	1	3	0,08	0,24		
Résultats, INTENTION EFFET révéler ... de ce qui semble normal avant détournement	16	115	3,05	9,22		
La violence, le sexisme	16	57	1,51	4,57		
L'absurdité, le surréalisme, l'irréel, caricature, ridicule	6	23	0,61	1,84		
Le rapport d'inégalité, de force, d'exploitation	6	15	0,40	1,20		
La culture du viol et l'impact sur les jeunes	3	15	0,40	1,20		
Fausse neutralité du point de vue et privilège	1	5	0,13	0,40		
Défaire	14	75	1,99	6,01		
Déconstruire, réinvestir, brouiller les limites	8	23	0,61	1,84		
Les hommes non violents, modèle masculinité positive	3	17	0,45	1,36		
DDG Il faut un décalage, recul (et pas reproduire) pour garder le 2nd degré, mettre une distance et que ce soit efficace (effet)	7	15	0,40	1,20		
LIMITE ETAPE (rester dans la) Binarité du DDG (voire l'exagère)	2	8	0,21	0,64		
Anonymat, pas signé, pas de visage	2	7	0,19	0,56		
PERSONNAGE Dégenrer les personnages	3	5	0,13	0,40		
Réappropriation	6	43	1,14	3,45		
Se réapproprié, femme double position (bonne et insoumise), les codes féminins attribués aux femmes pour affirmer une puissance du féminin, capacité d'agir	5	40	1,06	3,21		
Se réapproprié des espaces masculins	2	3	0,08	0,24		
ProjectionS	13	40	1,06	3,21		
Être dans la pensée, jouer les hommes ou concentrer depuis ces hommes (complices, machistes, harceleurs)	5	14	0,37	1,12		
Projection dans un monde comme ça pas envie (et pas forcément identification)	6	10	0,26	0,80		
Être entièrement du point de vue de la victime	4	7	0,19	0,56		
Reprise avant de catapulté, passer d'un monde à un autre	2	6	0,16	0,48		
Projection dans un autre monde possible avec homme objet sexuel	2	3	0,08	0,24		
Extrémiser	8	37	0,98	2,97		
Grossir, jouer le contraste extrême, supprimer comme avec une loupe, grand écart	5	21	0,56	1,68		
Utiliser l'absurde, le style polémiste	2	14	0,37	1,12		

THEMES	Ent. /18	Ass.	% ass. globale	% ass. du ss-th	Mots/ thème	% Mots
Nb assertions total : 3776 / Nb mots total : 171 367						
Prendre l'ex. extrême, si c'est valable dans ce cas, donc valable dans tous les cas	2	2	0,05	0,16		
Résultats INTENTION EFFETS, la parole	8	36	0,95	2,89		
Les femmes victimes de V penser les violences commencent à penser les violences, qu'elles ne sont pas coupables, et libérer la parole	4	25	0,66	2,00		
Créer un débat public	6	11	0,29	0,88		
Dédoubler	6	35	0,93	2,81		
Photomontage, superposition, dédoublement de la personne	3	19	0,50	1,52		
Deux perceptions (caméra subjective des deux, conditionnel)	2	10	0,26	0,80		
Personnage Homme double sexiste dominant et homme enfant OU sympathique, archétype	3	6	0,16	0,48		
Rapprochement	9	22	0,58	1,76		
Promiscuité, rapprocher ce qui est loin vers le récepteur-trice	6	14	0,37	1,12		
Rapprocher les mondes apparemment opposés, éloignés (oppressions aux femmes voilées, politique, porno)	2	6	0,16	0,48		
Complicité entre homme (dominant) et femme dans le système patriarcal en séduction	1	2	0,05	0,16		
Résultats INTENTION Proposer une alternative, des solutions, des options	3	10	0,26	0,80		
Répétition	3	8	0,21	0,64		
La répétition, succession pose le côté système, collectif	3	8	0,21	0,64		
Résultats INTENTION CIBLE EFFET Que les hommes se désolidarisent, joue un rôle sur leurs proches hommes	3	6	0,16	0,48		
LES VF et LA LUTTE	18	600	15,89		41468	24,20
CE QUE SONT LES VIOLENCES, SEXISME	18	400	10,59	66,67		
<u>Etendu des violences</u>	18	254	6,73	42,33		
Les nombreuses formes de violences (non HIERARCHISEES)	9	47	1,24	7,83		
Apprentissage et conditionnement des femmes, injonctions explicites et implicites, intériorisation sexisme et dévalorisation, dépréciation	8	37	0,98	6,17		
Être l'objet de violence harcèlement, agressions et la solitude dans la situation et mort	11	30	0,79	5,00		
Difficulté au désir et sexualité des femmes (en être le sujet désirant) ou à le faire comprendre (et asymétrie de l'inversion) et sexualité dominée par le phallus	3	27	0,72	4,50		
Patriarcat, domination, ... un système partagé, universel, historique	12	22	0,58	3,67		
Être estampillé féministe parce que femmes qui parlent de désir et féminisme à la mode	1	17	0,45	2,83		
Faute de la victime, devoir conjugal...	4	14	0,37	2,33		
Les représentations des femmes et leur corps PBL	7	13	0,34	2,17		
Banalité et acceptation des violences	7	12	0,32	2,00		
Sexisme en politique (plafond de verre, misogynie comme trait d'esprit) et asymétrie f-h	3	11	0,29	1,83		
Parallèle violence milieu homo lesbien	1	8	0,21	1,33		
C'est partout et n'importe quel 'type' (quartier, classe, ...)	5	6	0,16	1,00		
Fortes sexualité des personnages et des personnes, (rare) y compris dans posture trans, PBL	4	4	0,11	0,67		
Les nombreuses formes de violence et HIERARCHIE	2	3	0,08	0,50		
Relativisme culturel et éducation conduisant à la violence	2	3	0,08	0,50		
<u>Les hommes</u>	14	51	1,35	8,50		
Suprématie, privilège des hommes, non condamnation, aucune empathie ou compréhension	7	19	0,50	3,17		
Les hommes n'ont pas conscience du sexisme, violence	5	15	0,40	2,50		
Position ambivalente des hommes (père en demande mais violent, engagé mais doivent laisser parole aux membres femmes, h féministe mais..., contraception compliquée)	3	5	0,13	0,83		
Pas d'image (ou injonction aux) hommes avec d'autres masculinités (sauf milieux gai) ou images sanctionnées	3	5	0,13	0,83		
Objetifier, réduire au physique, les hommes PBL	2	4	0,11	0,67		
Ne pas s'exprimer sur ce qui relèvent des VF en tant qu'homme	2	3	0,08	0,50		
<u>La violence des femmes participation à leur domination</u>	7	36	0,95	6,00		
Les non-choix aux femmes et leur participation à leur subordination	6	27	0,72	4,50		
La violence sexiste des femmes envers les femmes	3	9	0,24	1,50		
<u>Violence et enfant, violence et capitalisme</u>	6	25	0,66	4,17		
Violence, sexisme et critique capitalisme, libéralisme, classisme	5	15	0,40	2,50		
Les violences faites aux enfants (et lien avec femmes victimes)	2	10	0,26	1,67		
<u>La prostitution</u>	6	20	0,53	3,33		
Prostitution (rare porno) comme non choix, enfer, syst. exploitation, X violences des clients et proxénètes et lieu de racisme	5	15	0,40	2,50		
Pas de désir mais argent égal domination et violence	4	5	0,13	0,83		
<u>Inégalité et violence</u>	7	14	0,37	2,33		
Le sexisme et les inégalités sont une violence	6	9	0,24	1,50		
Les inégalités créent de la violence	4	5	0,13	0,83		
LA LUTTE CONTRE LES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES	18	184	4,87	30,67		
PRO ou non-pro MIXITE	6	16	0,42	2,67		
PRO Non mixité	4	12	0,32	75		
Pas Pro Non Mixité, mixité mais réfléchi	2	4	0,11	25		
A L'ORIGINE DE L'IDEE, SOURCE D'INSPIRATION, RESSOURCES et EVE CONCOMITANTS, PROCESS CREA	18	490	12,98		23293	13,59
Éléments, création pris en charge par l'agence (ou créatif déjà sur projet), pro bono et prix de com	9	75	1,99	15,31		
REFERENCES CITEES PROCHES EXTERNES DES INTENTIONS et PARTICIPANT A L'IDEE, REALISATION DU PROCEDE	10	62	1,64	12,65		
Rajout.suppression dernière minute, émergente en cours au fur et à mesure	14	55	1,46	11,22		
Besoins, appels des proches pour participer bénévolement (acteur-trice-s, technicien-ne-s, lieux tournage)	7	36	0,95	7,35		

THEMES	Ent. /18	Ass.	% ass. globale	% ass. du ss-th	Mots/ thème	% Mots
Nb assertions total : 3776 / Nb mots total : 171 367						
Rapide, simple, bout de table (et intuition)	8	32	0,85	6,53		
Être remonté-e-s, élément déclencheur	8	30	0,79	6,12		
Et IDEE CONDUITE INITIATIVE en propre (seul-e ou à plusieurs à l'origine)	10	28	0,74	5,71		
Être enthousiaste au projet	5	27	0,72	5,51		
AUTRES EVENEMENTS MEDIA, POLITIQUE CONCOMMITANTS	10	23	0,61	4,69		
SOURCE INSPI PROPRE INTERNE (autre activité, créa) BD loup, FEMEN, action.com SHDR, Pts n1	5	23	0,61	4,69		
AGENCE Brief gén. à l'ag. sur les violences	5	20	0,53	4,08		
Bénévoles acteur-trice-s professionnel-le-s ou fans, ou perso connu	7	19	0,50	3,88		
IMPERATIF à l'adr. de l'ag. pas de camp victime coupable, responsa parler plus tôt (plus rare pas de camp 'agresseur')	3	17	0,45	3,47		
Budget 0€ ou presque	7	13	0,34	2,65		
IMPERATIF à l'ad. de l'ag. (ou créa auto) de ne pas STIGMATISER classe sociale ou origine	5	11	0,29	2,24		
ETRE FORMEE, LIRE, ECOUTER DES PROCHES FEMMES et.ou FEMINISTES	4	10	0,26	2,04		
IMPERATIF Pas les clichés 'pornifiant' ou 'de base' (sur la prostitution), idem avec intro du porno dans msg	2	9	0,24	1,84		
FEEDBACKS	16	333	8,82		12379	7,22
NEGATIFS	15	124	3,28	37,24		
Des hommes	4	26	0,69	7,81		
Commentaires négatifs, violents, racistes, surprenants, ou culpabilisants, et montrent que la créa a une utilité	6	23	0,61	6,91		
Appel des clients avant révélation (pas chat) la prostitution c'est comme commander n'importe quoi, c'est un bien de conso, déshumanisé, ou client demande après une presta (choc durée limitée)	2	19	0,50	5,71		
Campagne non efficace FAUTE diffusion faible	3	15	0,40	4,50		
Confusion interprétation questionnée qui pose problème	4	11	0,29	3,30		
C'est violent, vulgaire	3	7	0,19	2,10		
Campagne 'lourde' où l'intention débouche résultats contraires	1	6	0,16	1,80		
CONSEQUENCES pour les hommes sanctions public.pairs	2	5	0,13	1,50		
Adhérer à l'inversion, trouver ça 'super' ou 'drôle' ou 'je me la ferai bien gratuit'	3	4	0,11	1,20		
Détournement c'est sexiste aussi ou c'est emmerdant, déjà vu, ou on ne peut rien dire,	3	4	0,11	1,20		
Prendre des femmes 'belles', 'canon', ou 'jeune' (cliché)	2	3	0,08	0,90		
Ça n'existe pas	1	1	0,03	0,30		
POSITIFS	16	95	2,52	28,53		
Vives réactions ou dans le sens du msg face dispositif (rare P.J, pas de réaction camps pol. adverse)	14	52	1,38	15,62		
Nb vues, relais, Appels (CFCV, GoP et téléchargement Hé) femmes expriment des violences et clients qui discutent	7	25	0,66	7,51		
Dispositif qui dérange, affect ou compréhension, piège, empathique, fait parler, discuter	7	18	0,48	5,41		
Ne pas avoir anticipé	6	48	1,27	14,41		
CIRCULATION Ne pas avoir anticipé les retentissements, le nb de vue	6	29	0,77	8,71		
FEEDBACK Décalage entre feedback anticipés et réels	2	19	0,50	5,71		
Difficile réception des commentaires violents des gens	3	19	0,50	5,71		
Pas de mesure d'impact (connue) et LIMITE impossible d'évaluer effets ou circulation	5	18	0,48	5,41		
Avoir déconnecté, pas suivi, ou prendre de la distance avec commentaires violents	3	16	0,42	4,80		
Ouvrir les feedbacks (commentaires ouverts, discussion dans la rue)	4	11	0,29	3,30		
Commentaires fermés	1	2	0,05	0,60		
PARLER D'AUTRES DISPOSITIFS en lien avec les créatifs et leur créa	16	284	7,52		15216	8,88
Parler d'autres supports non inclus MAIS crée par créatif et liés au VF ou causes proches	14	130	3,44	45,77		
D'autres actions sur le terrain, performance et empowerment, plus forts	5	101	2,67	35,56		
AUTRES actions, comm. autour, en plus, du support	11	42	1,11	14,79		
Parler d'un support autre et qui est dans notre BDD	5	11	0,29	3,87		
DIFFICULTES LIMITES rencontrées (limites, critiques, risques, conséquences)	18	243	6,44		10297	6,01
LIMITE CRITIQUE Ces campagne ne font pas la révolution, pas de proposition nouvelle, pas radicale, ponctuelles, ne faire que rire, ne pas faire que ça, court (en fonction de l'objet) pour être efficace, limitée dans la circulation	7	34	0,90	13,99		
PROBLEME issu d'un tiers CENSURE	5	27	0,72	11,11		
LIMITE CRITIQUE RISQUE DIFFICULTE Renversement violence sur soi par réappropriation, appropriation par cause adverse, faire qq chose homophobe, réinférioriser en féminisant, enlever sa virilité à l'homme	4	23	0,61	9,47		
PERSONNAGE DIFFICULTE à trouver un.des hommes	3	22	0,58	9,05		
PROCESS CREA DIFFICULTES PERSONNAGE HOMME à le coacher, le faire jouer une femme, mal à l'aise, pas d'expé VF dans lesquelles puiser ou questions technique victime violence sexuelle	4	21	0,56	8,64		
DIFFICULTES LIMITES THEORIE NAIVE Trop violent, pas possible de tout mettre, tout détourner, ou ça m'a couté de le faire	5	20	0,53	8,23		
DIFFICULTE PERSONNAGE FEMME A trouver une femme rôle (ou img, msg) dégueulasse, complice, violente (et moins violentée, et crit. physique, femme confiance dans leur corps) même pour pro	5	19	0,50	7,82		
PERSONNAGE TROUVER un.des homme.s (et des femmes) qui acceptent et investi-e-s	7	19	0,50	7,82		
LIMITE RISQUE Faire quelque chose de trop subtil, esthétique et donc problème compréhension ou identification	5	18	0,48	7,41		
LIMITE ETAPE Vu position féministe et celles des hommes, ne pas (plus) les mettre aux centre et situation où les hommes ne se désolidarisent pas encore ou ne peuvent pas être féministe	2	16	0,42	6,58		
DIFFICULTES LIMITES Ne pas savoir ce qu'il se passe dans la tête des clients	4	8	0,21	3,29		
LIMITE ETAPE Société Perception sexisme latent	3	7	0,19	2,88		
LIMITE Un homme se projette toujours en homme	3	6	0,16	2,47		
DIFFICULTE PERSONNAGE femme gommer le jeu genré	1	3	0,08	1,23		
CIBLES	16	140	3,71		2764	1,61


THEMES	Ent. /18	Ass.	% ass. globale	% ass. du ss-th	Mots/ thème	% Mots
Nb assertions total : 3776 / Nb mots total : 171 367						
Hommes et femmes, la société, tout le monde	15	46	1,22	32,86		
Homme (tous)	5	24	0,64	17,14		
Hommes potentiellement coupables, agresseurs, clients de la prostitution	7	19	0,50	13,57		
Cible les jeunes	7	15	0,40	10,71		
Industrie de la pub, prostitution, musique, culture, entreprise RATP	5	14	0,37	10,00		
L'entourage, les témoins	2	10	0,26	7,14		
Les femmes	5	8	0,21	5,71		
Magistrat, flics, milieu politique...	2	4	0,11	2,86		
PROCESS CREA Différence entre CREA et COM	17	128	3,39		7793	4,55
Rapprochements et différence entre com militante et créa art	4	40	1,06	31,25		
Posture être dans le faire (art), puis (poss.) dans le dire (discours, politique) Msg vient a posteriori	3	12	0,32	9,38		
META REGARD Une position de militant-e (msg usant d'art, parcours interprétatif fléché) VS une position d'artiste (art, complexité et liberté aux gens, émotions, appropriation public) différence mais questionne les frontières art et MS	2	10	0,26	7,81		
Position art et opposition claire entre militant (marketé, politique) et art (démarche, non universel)	1	6	0,16	4,69		
Possible nuance com (pédagogique) et art (interrogation et postuler un point de vue d'auteur)	1	4	0,11	3,13		
Ne pas surinterpréter, car parfois basique, pragmatique (du moment, ressource dispo)	1	3	0,08	2,34		
W art parle à l'inconscient, l'intime, est aussi hors champ, l'autre pédago est une démonstration, ne dit pas plus que ce qu'il dit	1	3	0,08	2,34		
Posture il est possible de mélanger film art et pédagogique	1	2	0,05	1,56		
CAPACITE de LIER ACTE IND et DIM COLL par le DDG	17	32	0,85	25,00		
CAPACITE COLLECTIF Individuel positif (lier acte, cas, à un ensemble)	13	20	0,53	15,63		
CAPACITE COLLECTIF-Individuel DDG conditionné (autre prod. à côté, discours, env. média, pol.)	5	10	0,26	7,81		
INCAPACITE lien COLLECTIF-IND	1	2	0,05	1,56		
LE PUBLIC en tête ou non ET la liberté laissée au public	9	27	0,72	21,09		
Posture Ouverture des significations, interprétations, ne pas dénouer le complexe	5	11	0,29	8,59		
Ne pas se poser la question du public pendant la création	2	4	0,11	3,13		
Travail d'artiste ET MAIS intention de compréhension, interprétation dans le sens visé	1	4	0,11	3,13		
Posture de conceptrice (pas artiste) en art parce que recherche d'être comprise, recherche d'une réponse singulière	1	4	0,11	3,13		
Se poser la question du public en création orientée art	2	2	0,05	1,56		
Difficile projection du public dans la création (com art) angoisse	1	2	0,05	1,56		
LA LIBERTE DE CREATION	6	25	0,66	19,53		
Posture Liberté de création (posture artiste) (rare esthétique) même si projet commandé	4	15	0,40	11,72		
Posture Pas une prod artistique mais pub avec un msg qui dénonce, prise de parole dans une pub réalisé par des artistes	2	4	0,11	3,13		
Création en com ou institutionnelle cerner la demande (commande) et liberté créative réduite	2	3	0,08	2,34		
Posture conceptrice avec démarche créative et esthétique fort	1	3	0,08	2,34		
Critiques négative monde de la pub, des médias ou appel d'offre créa et s'en éloigner dans sa posture	3	4	0,11	3,13		
EVALUATION + DU PROCEDE PAR SES CREATIFS	18	110	2,91		4423	2,58
Utiliser le procédé (inversion, histoires) dans la vraie vie, comme arme ou argument pour se défendre	6	27	0,72	24,55		
Procédé qui fonctionne, efficace	12	26	0,69	23,64		
TRANSFERABILITE, ETENDRE, METTRE AU MEME NV discriminations racisme et LGBTiphobie	4	19	0,50	17,27		
Et THEO INFLUENCE Détourner permet d'avoir l'attention (une attention qui peut même se reporter ensuite)	6	17	0,45	15,45		
POUR SOI, LES AUTRES, INVERSER, ça fait du BIEN	5	11	0,29	10,00		
PAS DE LIMITE AU PROCEDE	4	8	0,21	7,27		
EVAL POSITIVE DDG procédé, idée 'couillue'	2	2	0,05	1,82		
TON, ESTHETISME ET DEGRE DE FINITION	16	86	2,28		5055	2,95
CHOIX CREA être très vigilante, soucis du détail, travail très préparé en amont et soigné	7	23	0,61	26,74		
IDEE Faire quelque chose d'esthétique	8	18	0,48	20,93		
IDEE faire quelque chose de drôle	5	12	0,32	13,95		
Dramatique, sérieux, froid, satire	5	8	0,21	9,30		
Réaliste, coller le plus à la réalité	3	7	0,19	8,14		
Comédie (romantique) réaliste	1	5	0,13	5,81		
Doux, intimiste	2	5	0,13	5,81		
Faire quelque chose de pérav, à l'arrache, grossier, sale	2	4	0,11	4,65		
Faire quelque chose de trempé, racé, piquant (fort caractère)	1	4	0,11	4,65		
STRATEGIE DE CIRCULATION	12	61	1,62		2270	1,32
INTENTION Faire quelque chose qui se voit médiatiquement, qui circule, touche un large public	11	49	1,30	80,33		
INTENTION Faire qq chose ayant la capacité de circuler, mainstream, culture pop	5	12	0,32	19,67		
THEORIES INFLUENCE	14	54	1,43		3898	2,27
Les gens s'habituent aux msg s'ils se ressemblent et donc ne sont plus efficaces, d'où besoin d'en trouver des nvx	7	15	0,40	27,78		
Plus il y a de moyens de parler des VF et de diversité, et plus il y aura d'influence, de dynamique	7	11	0,29	20,37		
INFLUENCE mettre de l'humour suscite l'adhésion et désarme	4	9	0,24	16,67		
DET et INFLUENCE en 2 temps VO et VD	1	6	0,16	11,11		
DET et INFLUENCE réception différente quand on est déjà conscientisé, femme, mobilisé, VS le grand public	5	6	0,16	11,11		
Les gens ne regardent pas la source, le logo, mais effet crédibilité par piège	1	3	0,08	5,56		
Fort entre soi sur internet (personnes concernées par ds causes) jamais confrontées à d'autres points de vue	1	2	0,05	3,70		
Particularité d'internet	1	2	0,05	3,70		

W. Annexe Réception : liste des focus groups, des récepteur·trice·s enquêté·e·s et des dispositifs projetés

Focus groups	1	2	3
Projection	Court-métrage « Majorité opprimée » (2011) Eléonore Pourriat	Clip musical « C.L.I.T » (2) (2016) Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles « Saint-Valentin » (1) (2007) Orelsan	(sélection) Planches de la BD « Les Crocodiles » (2014) Thomas Mathieu
Nombres de participant·e·s	6	6	5
Prénoms anonymisés des participant·e·s et codification	1_Jules 2_Julie 3_Younès 4_Monique 5_Jane 6_Ahmed	7_Marc 8_Anais 9_Sophie 10_Michael 11_Pauline 12_Ibrahim	13_Brigitte 14_Bernard 15_Claude 16_Manon 17_Audrey
Durée du focus group (enregistrement)	1:09:43	1:34:24	1:23:14
Temps d'exposition aux dispositifs	10:43	11:48 (clip C.L.I.T à deux reprises et version originale entre les deux)	12:35
Nombres de mots	10 220	15 124	10 568
Nombres d'assertions	598	716	426
Moyenne de la longueur des assertions	17 mots par assertion	21 mots par assertion	24 mots par assertions
Poids de chaque focus group relativement à l'ensemble	28,46% (mots) 34,37% (assertions)	42,11% (mots) 41,15% (assertions)	29,42% (mots) 24,48% (assertions)

X. Annexe Réception : affiche et tract recrutement enquêté·e·s

EXPERIENCE SCIENTIFIQUE EN SCIENCES DE LA COMMUNICATION
RECHERCHE DE PARTICIPANTS, FEMMES ET HOMMES



PROJECTION COURTE + DISCUSSION
A MARSEILLE, PRES DE SAINT-CHARLES
BOISSONS ET PIZZAS OFFERTES

Bonjour,

Dans le cadre d'une **recherche universitaire, à but non lucratif et anonyme**, je cherche des **personnes majeures de tout âge**, origine, religion, sexe, sexualité, profession, orientation politique etc.

L'étude dure **1h30 maximum**, elle se déroule avec à une projection (courte) suivie d'une discussion avec d'autres personnes. **Aucune connaissance particulière n'est nécessaire.**

La recherche porte sur les médias, la communication et la vie réelle.

Pas de rémunération, mais l'occasion de participer à une recherche d'Aix-Marseille Université !

CONTACTEZ-MOI POUR VOUS INSCRIRE A L'UNE DES SESSIONS
→ **AU 06 49 95 61 17** ←

JEUDI 22 MARS de 19h à 20h30
MARDI 27 MARS de 18h à 19h30
VENDREDI 30 MARS de 17h à 18h30

Y. Annexe Réception : mél type envoyé à des contacts pour recrutement d'enquêté·e·s

De : BASILE Evi

Envoyé : vendredi 23 février 2018 15:40

À :

Objet : Relais pour le recrutement d'enquêté·e·s pour ma thèse

Bonjour à tou·t·e·s,

je suis à la recherche d'enquêté·e·s pour ma thèse.

Et comme je souhaite que les futures personnes que je vais interviewer NI ne me connaissent, NI ne connaissent le sujet de ma thèse, je fais appel à vous en tant que relais.

Est-il possible de recruter autour de vous des individus pour participer à des groupes de discussion ?

Pas de profil type, bien au contraire, je cherche à former des groupes d'individus (majeurs) les plus hétérogènes possibles (âges, origines, religions, CSP, sexes, sexualités, orientations politiques, politisés ou non etc.) Les focus groups ont lieu à Marseille, près de Saint-Charles, dans les semaines à venir.

Voici comment leur présenter :

"Une chercheure conduit une **étude en communication**. Est-ce que tu accepterais de **participer à une courte projection suivie d'une discussion avec quelques autres personnes** ? Il n'y a **aucune connaissance spécifique à avoir**. C'est une recherche à **but non lucratif et anonyme**. L'étude dure **1h30**, elle a lieu **près de Saint-Charles, un soir en semaine, à 19h**. Il y aura de quoi se restaurer sur place. **Je peux lui donner ton numéro de téléphone et ton adresse mél ?** "

Si l'on vous demande, vous ne savez pas de quoi ça parle, et vous ne me connaissez pas ou peu (pour éviter des biais).

Je vous remercie d'avance de votre aide !

Bonne journée.



Evi Basile-Commaille - Doctorante et monitrice - IRSIC
INSTITUT DE RECHERCHE EN SCIENCES DE L'INFO ET DE LA COMMUNICATION

Aix-Marseille Université - 21 RUE Virgile Marron - 13005

Marseille

Tél: +33(0)6 49 95 61 17

Site : <http://www.univ-amu.fr> - Email : evi.BASILE@univ-amu.fr

Intitulé (provisoire) de la thèse : "La communication persuasive et d'utilité publique contre les violences faites aux femmes. Comprendre le détournement du genre et son influence"

Afin de respecter l'environnement, merci de n'imprimer cet email que si nécessaire.

Z. Annexe Réception : grille d'entretien

Présentation et bris de glace

Merci pour votre participation à ce groupe. Je m'appelle Evi, j'anime la discussion de ce soir, qui est un support pour mon travail de thèse en sciences de l'information et communication.

Je vous présente Vincent, il est là pour m'aider en tant que technicien caméra et en tant qu'observateur. Il ne fait pas parti du groupe de discussion.

J'enregistre l'entretien pour pouvoir ensuite travailler sur le contenu de nos échanges. **Je serai la seule à visualiser la vidéo ensuite.** Comme il s'agit d'une recherche universitaire, elle est à but non commercial, non lucratif et anonyme. Vos prénoms seront changés pour la restitution des résultats. L'entretien durera 1h30, soit jusqu'à XXhXX.

Je ne vous ai volontairement pas précisé quel est le sujet pour garder la spontanéité de vos réactions et de la discussion.

Pour commencer, je vous propose de faire un bref tour de table pour vous présenter aux autres.

(...)

Merci.

Consigne initiale ECER

Voici le déroulé :

Je vais vous montrer un clip/un court-métrage/quelques planches de BD.

Ce que je vous demande c'est de **dire à voix haute tout ce qui vous passe par la tête**, en direct, face au clip/film/dessins. Dites tout ce que vous pensez au moment où vous le pensez, en direct pendant la diffusion.

Je sais, ce n'est pas un exercice facile. Mais il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réaction. Aussi, je vous demande de ne pas vous censurer.

Si vraiment vous ne vous sentez pas à l'aise, vous avez la possibilité d'écrire sur un papier tout ce qui vous passe par la tête. Et vous pourrez y revenir pendant la discussion. **Autrement, dites tout ce qui vous passe par la tête en direct et à voix haute.**

(...)

Si pas de verbalisation en réception, demander : « Vous n'avez rien dit pendant la diffusion. Ce n'est pas grave. J'aimerais simplement savoir pourquoi vous n'avez rien exprimer à voix haute ? »

(...)

Lancement de la discussion. Je vais vous posez une première question pour lancer la discussion. Juste une chose, éviter d'être plusieurs en parler en même temps pour que tout le monde puisse s'écouter.

Grille d'entretien non directive pour la conduite des discussions.

COGNITION ET SENSIBILITE

1. Qu'est-ce qui vous a fait réagir dans ce clip musical/ce court-métrage/ces planches de BD ?

→ Pourquoi ? Comment ?

→ Quels sont les éléments du clip/du film/de la BD qui vous ont marqué ? Est-ce que vous les jugez plutôt positifs, négatifs, neutres ?

→ Est-ce que quelqu'un l'avait déjà vu ?

2. Qu'est-ce que vous éprouvez/ressentez devant ce clip musical/ce court-métrage/ces planches de BD ?

→ Est-ce que ce sont des ressentis positifs, négatifs, neutres ?

→ En regardant ce clip/ce court-métrage/ces planches de BD, est ce que vous vous sentez /dans quelle mesure vous sentez-vous (pas-) joyeux / gêné / bien /mal à l'aise / optimiste / embarrassé ?

→ Est-ce que vous vous mettez à la place d'un personnage ? Des femmes victimes de violence ?

3. Qu'est-ce que vous pensez du clip/du film/de la BD ? Comment trouvez-vous le clip/film/BD ?

4. A quoi vous fait penser le clip/le film/la BD ? (comparaison de la forme)

→ Est-ce que le clip/le film/la BD vous fait penser à quelque chose que vous avez déjà vu sur internet ou à la télévision ?

INTENTIONS CREATIVES ET COMPREHENSION-INTERPRETATION DU MESSAGE : INTERACTIONS

5. Qu'est-ce que les artistes/la réalisatrice/le BDiste essayent de faire comprendre selon vous ?

→ Quel sens vous lui donnez ? (sens signification / sensibilité / direction)

→ Quels sont ses objectifs ?

6. Selon vous, à qui est destiné le message ?

→ A qui s'adresse le message ? A qui ça s'adresse ?

→ Est-ce que ça vous parle à vous ?

→ A qui d'autre ça parle selon vous ?

7. Dans quelle mesure le clip/le film/la BD peut atteindre ces objectifs / ces destinataires ?

→ Est-ce que le clip/le film/la BD peut faire évoluer les mentalités et les comportements ?

Pourquoi ? Comment ?

8. A quoi pouvez-vous comparer le clip/le film/la BD ? (comparaison du « fond »)

→ A quoi pouvez-vous comparer ces propos / ces violences ?

→ Pensez-vous qu'il est possible d'utiliser le même procédé pour les propos visant les personnes Noires, ou les personnes homosexuelles ?

→ Diriez-vous que c'est plus grave d'insulter ou de menacer une femme parce que c'est une femme, ou que c'est plus grave d'insulter ou de menacer un Noir parce qu'il est noir ou d'insulter ou de menacer une personne homosexuelle parce qu'elle est homosexuelle ?

→ Selon vous, dans les films, les séries, tout ce qu'on peut voir à la télé, sur internet, ou au cinéma, est ce que les acteurs peuvent faire des blagues sur les femmes, les Noirs ou les homosexuels, tant qu'elles sont au second degré ?

REPRESENTATION DES PERSONNAGES, DES ATTRIBUT(ION)S GENREES

9. Qu'est-ce que vous renvoient/évoquent les chanteuses et l'homme dans le clip / les acteurs et les actrices /les personnages femmes et les crocodiles ?

→ Gestes, comportements, paroles, voix, corps, actions ?

→ Comment trouvez-vous les personnages hommes / femmes ?

INCONFORT, REVELATION, EMPATHIE

10. Est-ce que le clip/le film/la BD vous a mis mal à l'aise, gêné, embarrassé ? Si oui / non à quel moment et pourquoi ?

11. Est-ce que vous vous êtes mis, à un moment, dans la peau d'un des personnages ?

→ Si oui / non pourquoi ? Qu'est-ce que ça vous a fait ? Qu'est-ce que vous avez compris ?

12. Est-ce que vous vous êtes mis, à un moment, à la place des femmes qui peuvent vivre ce genre de situations / à la place des femmes victimes de violences ?

→ Si oui / non pourquoi ? Qu'est-ce que ça vous a fait ? Qu'est-ce que vous avez compris ?

13. A quel moment du clip/film/BD vous avez réalisé l'inversion des rôles/le détournement/que tous les hommes étaient dessinés en crocodiles ?

14. Selon vous, est-ce que ce qui est dit/raconté est vrai/réel ? Dans quelle mesure ce sont vraiment des propos qui sont tenus, des faits vécus, des histoires vraies ?

→ Diriez-vous que cette histoire est vraie ? Pourquoi ?

→ Certaines personnes pourraient dire que la cause des hommes est aussi importante que la cause des femmes. Qu'en pensez-vous ?

LIMITES ET ATOUTS

15. Si vous aviez à faire un clip/un film court/une BD contre les VF (viol/harcèlement...) et le sexisme...

→ Qu'est-ce que vous garderiez de celui-là ?

→ Qu'est-ce que vous ne garderiez pas ?

Fin. Remerciement.

Invitation à remplir le questionnaire individuel. « Je vous invite à remplir ce court questionnaire. Les réponses sont anonymes, vous n'y mettez pas votre nom. Et vous n'êtes pas obligé de remplir toutes les informations. Il me sert simplement à savoir si l'ensemble des participants et des participants au trois groupes sont hétérogènes, s'ils ont des activités professionnelles différentes, des origines différentes, etc. en bref à avoir eu un panel d'auditeur / un public diversifié.

Avertissement. Certain-e-s d'entre vous avez des connaissances qui vont venir à l'une des prochaines projections. Il est impératif et capital pour la recherche qu'ils ne soient pas au courant de la thématique. Je vous demande, ne leur dites rien du sujet et rien qui peuvent les mettre sur la piste. Je vous remercie.

AA. Annexe Réception : fiche d'information anonyme et non obligatoire post-focus groups

Information anonyme. Réponses non obligatoires.

Année de naissance :

Religion :

Sexe :

Origines ethniques :

Nationalité :

Statut marital :

Ville de résidence :

Enfants :

Revenu net mensuel :

Orientation sexuelle :

Emploi :

Orientation politique

Niveau d'étude :

Un commentaire que vous souhaitez ajouter :

.....
.....

AB. Annexe Réception : tableaux synthétiques des styles, mises en scène et catégories occurrentes

Focus groups et enquêté-e-s	STYLE du DISCOURS	MISE EN SCENE du DISCOURS	N° doute détectées	CAT OCC VERBES %
TOUS LES FOCUS GROUPS	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 44,2% (2097) ; Factif 31% (1656)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 1	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 44,6% (871) ; Factifs 31% (606)
Enq. FG1 1_Jules	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 44,7% (223) ; Factif 29,8% (149)
Enq. FG1 2_Julie	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 49% (314) ; Factif 26,5% (170)
Enq. FG1 3_Younès	argumentatif	ancrée dans le réel	Non	Statif 50,7% (74)
Enq. FG1 4_Monique	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 40,7% (116) ; Factif 33% (94)
Enq. FG1 5_Jane	argumentatif	dynamique, action	Non	Factif 47,4% (18)
Enq. FG1 6_Ahmed	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 38,2% (131) ; Factif 37,3% (128)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 2	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 43,5% (1263) ; Factifs 30,5% (887)
Enq. FG2 7_Marc	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 50% (162) ; Factif 27,5% (89)
Enq. FG2 8_Anais	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 37,6% (249) ; Factif 36,8% (244)
Enq. FG2 9_Sophie	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 45,5% (335) ; Factif 27,7% (204)
Enq. FG2 10_Michael	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 42,9% (234) ; Déclaratif 30,8% (168)
Enq. FG2 11_Pauline	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 37,6% (140) ; Factif 35,5% (132)
Enq. FG2 12_Ibrahim	énonciatif	Ancrée dans le réel ; prise en charge à l'aide du je	Oui	Statif 54,2% (143)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 3	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 44,9% (856) ; Factifs 31,7% (604)
Enq. FG3 13_Brigitte	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 36,1% (192) ; Factif 35,5% (189)
Enq. FG3 14_Bernard	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 52,1% (182) ; Factif 27,6% (96)
Enq. FG3 15_Claude	argumentatif	ancrée dans le réel ; prise en charge à l'aide du je	Oui	Statif 47,9% (228) Factif 34% (162)
Enq. FG3 16_Manon	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Non	Statif 49,3% (133) ; Factif 27,8% (75)
Enq. FG3 17_Audrey	argumentatif	prise en charge à l'aide du Je; prise en charge par le narrateur	Oui	Statif 43,5% (121) ; Factifs % 29,5 (82)

Focus groups et enquêtés	CAT OCCURRENTES CONNECTEURS %	CAT OCCURRENTES MODALISATIONS %
TOUS LES FOCUS GROUPS	Addition 24,1% (624) ; Opposition 25,4% (658) ; Cause 13,3% (472)	Affirmation 21,9% (994) ; (111) ; Négation 22,1% (1001) ; Intensité 29,6% (1342)
TOUS les enquêtés/e/s du FOCUS GROUP 1	Cause 15% (106) ; Opposition 30,9% (218) ; Addition 22,7% (160)	Affirmation 24,3% (339) ; Intensité 28,9% (404)
Enq. FG1 1_Jules	Cause 22,9% (33) ; Opposition 28,5% (41) ; Addition 19,4% (28)	Affirmation 33,2% (132) ; (8) ; Négation 19,9% (79) ; Intensité 23,2% (92)
Enq. FG1 2_Julie	Opposition 34,8 (96) ; Addition 16,7% (46)	Affirmation 21,6% (108) ; Intensité 36,1% (181)
Enq. FG1 3_Younès	Opposition 35,5% (11) ; Addition 25,8% (8)	Négation 23% (14) ; Intensité 29,5% (18)
Enq. FG1 4_Monique	Opposition 31,2% (39) ; Addition 24,8% (31)	Négation 25,6% (60) ; Intensité 32,5% (76)
Enq. FG1 5_Jane	Opposition 27,8% (5) ; Addition 22,2% (4)	Affirmation 25,9% (7) ; Intensité 22,2% (6)
Enq. FG1 6_Ahmed	Opposition 23,2% (26) ; Addition 38,4% (43)	Lieu 19,3% (34) ; Négation 29,5% (52)
TOUS les enquêtés/e/s du FOCUS GROUP 2	Cause 20,6% (229) ; Opposition 24,1% (269) ; Addition 22,1% (446)	Affirmation 21,3% (412) ; Négation 24,7% (476) ; Intensité 28,9% (558)
Enq. FG2 7_Marc	Opposition 28,2% (24) ; Addition 28,2% (4)	Négation 24,2% (51) ; Intensité 30,8% (65)
Enq. FG2 8_Anais	Opposition 24,1% (67) ; Addition 21,9% (61)	Affirmation 22,1% (106) ; (16) ; Négation 25,7% (123) Intensité 26,3% (126)
Enq. FG2 9_Sophie	Cause 27,2% (93) ; Opposition 23,1% (79) ; Temps 22,8% (78)	Affirmation 22,2% (105) ; (18) ; Négation 29,9% (141) ; Intensité 28,4% (134)
Enq. FG2 10_Michael	Opposition 34,1% (62) ; Temps 24,2% (44)	Affirmation 23,8% (83) ; Négation 18,1% (63) ; Intensité 32,4% (113)
Enq. FG2 11_Pauline	Cause 20,6% (26) ; Opposition 21,4% (27) ; Addition 23,8% (30)	Affirmation 19,9% (55) ; Négation 24,3% (67) ; Intensité 26,9% (74)
Enq. FG2 12_Ibrahim	Addition 62,4% (63)	Négation 21,5% (31) ; Intensité 31,9% (46)
TOUS les enquêtés/e/s du FOCUS GROUP 3	Cause 17,9% (137) ; Opposition 22,3% (171) ; Addition 28,5% (218)	Affirmation 20,1 (243) ; Négation 19,1% (231) ; Intensité 31,4% (480)
Enq. FG3 13_Brigitte	Cause 20,8% (35) ; Opposition 20,2% (34) ; Addition 25,6% (43)	Négation 21,2% (56) ; Intensité 30,3% (80)
Enq. FG3 14_Bernard	Cause 20,6% (32) ; Opposition 22,6% (35) ; Addition 31% (48)	Affirmation 29,3% (79) ; Intensité 25,9% (70)
Enq. FG3 15_Claude	Opposition 23,4% (45) ; Addition 32,8% (63)	Intensité 38,4% (114)
Enq. FG3 16_Manon	Opposition 20,7% (28) ; Temps 31,1% (42)	Affirmation 25,2% (52) Intensité 28,2% (58)
Enq. FG3 17_Audrey	Opposition 25% (29) ; Addition 32,8% (38)	Négation 24,1% (42) ; Intensité 33,3% (58)

Focus groups et enquêté·e·s	CAT OCCURRENTES ADJECTIFS %	Nb dét définis	Nb dét indéfinis	Art. définis %	Pronoms personnels %
TOUS LES FOCUS GROUPS	Subjectif 57% (625)	2137	1230	63,49%	Je 39,1% (1416)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 1	Subjectif 55,2% (179)	581	366	61,35%	Je 43,7% (428)
Enq. FG1 1_Jules	Subjectif 64,9% (50)	144	100	59,0%	Je 49,4% (128)
Enq. FG1 2_Julie	Subjectif 49,1% (56)	153	116	56,9%	Je 47,3% (138)
Enq. FG1 3_Younès	Subjectif 63,2% (12) ;	54	36	60,0%	Je 16,7% (10) ; Il 28,3% (17)
Enq. FG1 4_Monique	Subjectif 63,3% (38)	116	55	67,8%	Je 41,1% (51)
Enq. FG1 5_Jane	Subjectif 36,5% (4) Numérique 36,4% (4)	8	4	50,0%	Je 20% (6) ; Il 30% (9)
Enq. FG1 6_Ahmed	Subjectif 44,2% (19)	115	62	65,0%	Je 44,2% (95)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 2	Subjectif 59,2% (255)	858	451	65,55%	Je 39,3% (650) ;
Enq. FG2 7_Marc	Subjectif 82,7% (43)	84	55	60,4%	Je 50% (65)
Enq. FG2 8_Anais	Subjectif 50,8% (61)	187	106	63,8%	Je 27,2% (101) ; Il 21,2% (79)
Enq. FG2 9_Sophie	Subjectif 64,9% (74) ;	200	75	72,7%	Je 45,7% (232)
Enq. FG2 10_Michael	Subjectif 67,2% (39)	162	112	59,1%	Je 53,6% (156)
Enq. FG2 11_Pauline	Objectif 45,6%% (26)	119	57	67,6%	Je 28,6% (64) ; On 21,4% (54)
Enq. FG2 12_Ibrahim	Subjectif 48,3% (14)	103	51	66,9%	Je 24,8% (32) ; Ils 29,5% (38) ; IL 22,5% (29)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 3	Subjectif 55,8% (191)	698	413	62,83%	Je 24,3% (338) ; Il 26,4% (260)
Enq. FG3 13_Brigitte	Subjectif 62,4% (58)	215	101	68,0%	Je 26,5% (80) ; Il 29,8% (90)
Enq. FG3 14_Bernard	Subjectif 57,5% (42)	113	88	56,2%	Je 33,1% (49) ; Il 31,1% (46)
Enq. FG3 15_Claude	Subjectif 51,6% (48)	210	131	61,6%	Je 24,1% (48) ; On 25,1% (50) ; Il 24,6% (49)
Enq. FG3 16_Manon	Subjectif 42,9% (18)	87	56	60,8%	Je 52,4% (66)
Enq. FG3 17_Audrey	Subjectif 65,8% (25)	85	41	67,5%	Je 45,2% (95) ; Vous 4,8% (10) ; On 15,7% (33)

AC. Annexe Réception : tableaux synthétiques des catégories *fréquentes**

Focus groups et enquêté·e·s	CAT FREQUENTES* VERBES %	CAT FREQUENTES* CONNECTEURS %
TOUS LES FOCUS GROUPS	Statif 44,2% (2990) ; Déclaratif 24,5% (1656)	Condition 5,8% (150) ; Cause 18,3% (472) ; Opposition 25,4% (658) ; Temps 16,6% (429)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 1	Statif 44,6% (871) ; Déclaratif 23,8% (465)	Condition 5,9% (42) ; Cause 15% (106) ; Opposition 30,9% (218) ; Temps 14,9% (105)
Enq. FG1 1_Jules	Statif 44,7% (223) ; Déclaratif 24,6% (123)	Condition 7,6% (11) ; Cause 22,9% (33) ; Opposition 28,5% (41) ; Temps 12,5% (18)
Enq. FG1 2_Julie	Statif 49% (314) ; Déclaratif 24,2% (155)	Condition 6,2% (17) ; Cause 13,4% (37) ; Disjonction 5,8% (16) ; Opposition 34,8 (96) ; Temps 16,2% (45)
Enq. FG1 3_Younès	Statif 50,7% (74)	Disjonction 12,9% (4) ; Opposition 35,5% (11) ; Comparaison 12,9% (4) ; Temps 9,7% (3)
Enq. FG1 4_Monique	Statif 40,7% (116) ; Déclaratif 26% (74)	Cause 15,2% (19) ; Opposition 31,2% (39) ; Temps 19,2% (24)
Enq. FG1 5_Jane	Factif 47,4% (18)	Cause 16,7% (3) ; Opposition 27,8% (5) ; Temps 16,7% (3)
Enq. FG1 6_Ahmed	Statif 38,2% (131) ; Déclaratif 23,9% (82)	Condition 5,4% (6) ; Cause 11,6% (13) ; Opposition 23,2% (26) ; Temps 10,7% (12)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 2	Statif 43,5% (1263) ; Déclaratif 25,9% (751)	Condition 6,5% (72) ; Cause 20,6% (229) ; Opposition 24,1% (269) ; Temps 17,9% (199)
Enq. FG2 7_Marc	Statif 50% (162) ; Déclaratif 22,5% (73)	Cause 20% (17) ; Opposition 28,2% (24) ; Temps 14,1% (12)
Enq. FG2 8_Anais	Statif 37,6% (249) ; Déclaratif 25,5% (169)	Condition 5,4% (15) ; Cause 21,2% (59) ; Opposition 24,1% (67) ; Temps 17,3% (48)
Enq. FG2 9_Sophie	Statif 45,5% (335) ; Déclaratif 26,6% (196)	Condition 7,3% (25) ; Cause 27,2% (93) ; Opposition 23,1% (79) ; Temps 22,8% (78)
Enq. FG2 10_Michael	Statif 42,9% (234) ; Déclaratif 30,8% (168)	Condition 6% (11) ; Cause 14,8% (27) ; Opposition 34,1% (62) ; Temps 24,2% (44)
Enq. FG2 11_Pauline	Statif 37,6% (140) ; Déclaratif 26,9% (100)	Condition 9,5% (12) ; Cause 20,6% (26) ; Disjonction 7,9% (10) ; Opposition 21,4% (27) ; Temps 6,3% (8)
Enq. FG2 12_Ibrahim	Statif 54,2% (143)	Condition 5,9% (6) ; Addition 62,4% (63) ; Temps 8,9% (9)
TOUS les enquêté/e/s du FOCUS GROUP 3	Statif 44,9% (856) ; Déclaratif 23,1% (440)	Cause 17,9% (137) ; Disjonction 6,1% (47) ; Opposition 22,3% (171) ; Temps 16,3% (231)
Enq. FG3 13_Brigitte	Statif 36,1% (192) ; Déclaratif 27,8% (148)	Cause 20,8% (35) ; Opposition 20,2% (34) ; Temps 14,9% (25)
Enq. FG3 14_Bernard	Statif 52,1% (182) ; Déclaratif 20,1% (70)	Cause 20,6% (32) ; Disjonction 5,2% (8) ; Opposition 22,6% (35) ; Temps 14,8% (23)
Enq. FG3 15_Claude	Statif 47,9% (228)	Cause 18,8% (36) ; Disjonction 6,8% (13) ; Opposition 23,4% (45) ; Temps 9,9% (19)
Enq. FG3 16_Manon	Statif 49,3% (133) ; Déclaratif 23% (62)	Condition 5,9% (8) ; Cause 13,3% (18) ; Disjonction 8,9% (12) ; Opposition 20,7% (28) ; Temps 31,1% (42)
Enq. FG3 17_Audrey	Statif 43,5% (121) ; Déclaratif 26,6% (74)	Condition 7,8% (9) ; Cause 13,8% (16) ; Disjonction 5,2% (6) ; Opposition 25% (29) ; Temps 13,8% (16)

Focus groups et enquêtés	CAT FREQUENTES* MODALISATION %	CAT FREQUENTES* ADJECTIFS %	CAT FREQUENTES* PRONOMS PERSO %
TOUS LES FOCUS GROUPS	Affirmation 21,9% (994) ; Doute 2,4% (111) ; Négation 22,1% (1001)	Subjectif 57% (625)	Je 39,1% (1416) ; Tu 4% (145) ; Ils 10% (362) ; On 16,5% (596)
TOUS les enquêtés/e/s du FOCUS GROUP 1	Affirmation 24,3% (339) ; Doute 2,7% (37) ; Négation 21,1% (294)	Subjectif 55,2% (179)	Je 43,7% (428) ; Tu 4,9% (48) ; Ils 7,8% (76) ; On 16,6% (163)
Enq. FG1 1_Jules	Affirmation 33,2% (132) ; Doute 2% (8) ; Négation 19,9% (79)	Subjectif 64,9% (50)	Je 49,4% (128) ; Tu 2,3% (6) ; On 14,7% (38)
Enq. FG1 2_Julie	Affirmation 21,6% (108) ; Doute 4% (20)	Subjectif 49,1% (56)	Je 47,3% (138) ; Tu 5,1% (15) ; Ils 7,9% (23) ; On 15,8% (46)
Enq. FG1 3_Younès	Affirmation 18% (11) ; Négation 23% (14)	Subjectif 63,2% (12) ; Numérique 21,4% (14)	Je 16,7% (10) ; Tu 6,7% (4) ; Ils 18,3% (11) ; On 16,7% (10)
Enq. FG1 4_Monique	Affirmation 21,8% (51) ; Doute 3% (7) ; Négation 25,6% (60)	Subjectif 63,3% (38)	Je 41,1% (51) ; Vous 5,6% (7) ; Ils 14,5% (18) ; On 17,7% (22)
Enq. FG1 5_Jane	Temps 18,5% (5) ; Affirmation 25,9% (7)	Numérique 36,4% (4)	Je 20% (6) ; Ils 10% (3) ; On 13,3% (4)
Enq. FG1 6_Ahmed	Lieu 19,3% (34) ; Affirmation 17% (30) ; Négation 29,5% (52)	Numérique 20,9% (9)	Je 44,2% (95) ; Tu 9,3% (20) ; On 20% (43)
TOUS les enquêtés/e/s du FOCUS GROUP 2	Affirmation 21,3% (412) ; Doute 2,9% (56) ; Négation 24,7% (476)	Subjectif 59,2% (255)	Je 39,3% (650) ; Tu 3,9% (64) ; Ils 12,9% (214) ; On 15,9% (263)
Enq. FG2 7_Marc	Affirmation 21,3% (45) ; Doute 3,8% (8) ; Négation 24,2% (51)	Subjectif 82,7% (43)	Je 50% (65) ; Tu 2,3% (3) ; Vous 3,8% (5) ; On 22,3% (29)
Enq. FG2 8_Anais	Affirmation 22,1% (106) ; Doute 3,3% (16) ; Négation 25,7% (123)	Subjectif 50,8% (61)	Je 27,2% (101) ; Tu 6,2% (23) ; Nous 3,5% (13) ; Ils 17,2% (64) ; On 16,7% (62)
Enq. FG2 9_Sophie	Affirmation 22,2% (105) ; Doute 3,8% (18) ; Négation 29,9% (141)	Subjectif 64,9% (74) ; Numérique 17,5% (20)	Je 45,7% (232) ; Tu 2,2% (11) ; Ils 14,4% (73) ; On 11,8% (60)
Enq. FG2 10_Michael	Affirmation 23,8% (83) ; Doute 2,9% (10) ; Négation 18,1% (63)	Subjectif 67,2% (39)	Je 53,6% (156) ; Tu 2,7% (8) ; Ils 5,5% (16) ; On 16,2% (47)
Enq. FG2 11_Pauline	Affirmation 19,9% (55) ; Négation 24,3% (67)	Objectif 45,6% (26)	Je 28,6% (64) ; Tu 6,7% (15) ; Ils 9,4% (21) ; On 21,4% (54)
Enq. FG2 12_Ibrahim	Affirmation 12,5% (18) ; Négation 21,5% (31)	Subjectif 48,3% (14) ; Numérique 20,7% (6)	Je 24,8% (32) ; Tu 3,1% (4) ; Vous 3,1% (4) ; Ils 29,5% (38) ; On 8,5% (11)
TOUS les enquêtés/e/s du FOCUS GROUP 3	Affirmation 20,1 (243) ; Doute 1,5% (18) ; Négation 19,1% (231)	Subjectif 55,8% (191)	Je 24,3% (338) ; Tu 3,4% (33) ; Ils 7,3% (72) ; On 17,3% (170)
Enq. FG3 13_Brigitte	Affirmation 15,2% (40) ; Doute 2,3% (6) ; Négation 21,2% (56)	Subjectif 62,4% (58)	Je 26,5% (80) ; Ils 11,9% (36) ; On 15,6% (47)
Enq. FG3 14_Bernard	Affirmation 29,3% (79) ; Doute 1,1% (3) ; Négation 18,9% (51)	Subjectif 57,5% (42)	Je 33,1% (49) ; Ils 10,8% (16) ; On 15,5% (23)
Enq. FG3 15_Claude	Affirmation 15,8% (47) ; Doute 1,7% (5) ; Intensité 38,4% (114)	Subjectif 51,6% (48) ; Numérique 16,1% (15)	Je 24,1% (48) ; Tu 11,1% (22) ; Nous 3,5% (7) ; Ils 6% (12) ; On 25,1% (50)
Enq. FG3 16_Manon	Affirmation 25,2% (52)	Numérique 22,2% (10)	Je 52,4% (66) ; Tu 3,2% (4) ; On 13,5% (17)
Enq. FG3 17_Audrey	Affirmation 14,4% (25) ; Doute 2,3% (4) ; Négation 24,1% (42)	Subjectif 65,8% (25)	Je 45,2% (95) ; Vous 4,8% (10) ; On 15,7% (33)

AD. Annexe Réception : adjectifs mobilisés dans les discours

Analyse globale	FG1	FG2	FG3
Bon (81) Final (39) Petit (32) Pareil (24) Seul (20) Certain (15) Différent (14) Vulgaire (14) Simple (13) Intéressant (13) Fait (12) Vrai (12) Juste (11) Difficile (11) Long (11) Grand (10) Jeune (10) Compris (10) Violent (10) Sûr (10) Premier (9) Sexuel (9) Masculin (9) Plein (9) Gros (8) Normal (8)	Bon (25) Final (18) Petit (14) Pareil (07) Certain (7) Violent (6) Normal (6) Vrai (6) Seul (6) Inclusif (5) Sûr (5) Rare (5) Différent (5) Masculin (5) Productif (4) Caricatural (4) Grand (4) Difficile (4) Fait (3) Représentatif (3) Long (3) Médiatique (3) Juste (3) Féminin (3)	Bon (30) Final (20) Vulgaire (14) Simple (9) Jeune (8) Juste (8) Sexuel (8) Compris (8) Gros (7) Premier (7) Parodique (7) Pareil (7) Seul (6) Fait (6) Choquant (6) Différent (5) Plein (5) Long (5) Vrai (4) Nu (4) Petit (4) Responsable (4) Drôle (4) Certain (4) Super (3)	Bon (26) Petit (14) Intéressant (10) Pareil (10) Seul (8) Difficile (7) Respectueux (5) Différent (4) Certain (5) Dangereux (4) Masculin (4) Dominant (4) Insupportable (3) Dur (3) Social (3) Grand (3) Simple (3) Plein (3) Féminin (3) Educatif (3) Inconcevable (3) Nouveau (3) Fait (3) Impossible (3) Long (3)

Les adjectifs des focus groups, par ordre décroissant. En gras les adjectifs subjectifs, en gras et en couleur, ceux que l'on retrouve significativement depuis l'analyse globale jusque dans chaque focus group. En barré, ceux dont la pertinence de classement par le logiciel n'est pas approuvée par nos soins.

AE. Annexe Réception : comptage

lexicométrique, programmes cognitivo-discursifs

Construction de la référence	Déterminants Définis 63,5% (2137) ; Indéfinis 36,5% (1230)	Art. définis : prog. 1
	Verbes Statif : 44.2% (2987) Factif : 31.0% (2100) Déclaratif : 24.5% (1658) Performatif : 0.3% (20)	V. statifs et factifs : prog. 1 + V. déclaratifs fréquents* : ambivalence : prog. 2
Construction du monde où s'inscrit la référence	Mode (mobilisés dans le logiciel mais inaccessibles en termes de résultats) Indicatif Conditionnel (indice langagier catégorie fréquente* connecteur de condition 5,8%) : passé et présent imaginés	Indicatif premier : prog. 1 Indicatif + conditionnel (indicateurs suppl.) : ambivalence prog. 2 ou 3
	Modalisations Temps : 9.8% (444) Lieu : 9.2% (416) Manière : 5.0% (229) Affirmation : 21.9% (995) Doute : 2.4% (111) Négation : 22.0% (999) Intensité : 29.6% (1342)	Affirmation et intensité (forte) : prog.1 Avec doute (et intensité médiane) : prog. 3 <i>VOIR tableau modalisations d'intensité ci-dessous</i>
Relation de l'interlocuteur au monde construit	Modalités (non signifiées par le logiciel mais inspirées de Charaudeau (1992) - 274 verbes relatifs aux « Savoir, nécessité » → Savoir/ignorance et assertion obligatoire (savoir, falloir, devoir) : - 384 verbes relatifs aux « Possibilités, croyances » → Possibilité, opinion (croire, penser, pouvoir)	Modalités « opinion et probabilité » (possibilité et croyance) : prog. 3 <i>VOIR tableau verbes et modalités ci-dessous</i>
	Connecteurs Condition: 5.8% (150) Cause : 18.3% (472) But : 0.3% (7) Addition : 24.1% (623) Disjonction : 5.0% (128) Opposition : 25.5% (658) Comparaison : 4.6% (118) Temps : 16.6% (429) Lieu : 0.0% (0)	Addition : prog. 1 Cause (et temps, composé de « enfin » protéiforme : concessif, atténuateur ou accentueur, temporel, conclusif, argumentatif) : prog. 2 Opposition : prog. 3

Les indicateurs langagiers du corpus des focus groups de la réception, pour le rapprochement vers un programme cognitivo-discursif. En rouge les indicateurs langagiers les plus occurrents, en jaune les fréquents*.

Modalisation intensité forte	Modalisation intensité faible	Modalisation neutre	Modalisation inclassable
777 (44,68%)	239 (13,74%)	444 (25,53%)	279 (16,04%)
Très, extrêmement, fortement, complètement, forcément, énormément, beaucoup, bien, trop, plus, tous les, tout ça, tout le, toute une, autant, mieux, surtout, encore, telle, tellement, hyper, super...	Très peu, peu, pas trop, moins, pas très, quelques, certains, en particulier, pas assez, pas beaucoup	Plusieurs (11), Assez (41) des (433) (sans compter « de + article »)	Même, comme ça, chaque, presque

Classification des modalisations d'intensité des focus groups de la réception, construite à l'aide des indications de Charaudeau (1992, p. 249-258)

Les verbes dans le corps du texte et dans l'ordre et catégorisé :

STATIFS être (1948) et avoir (697)

DECLARATIFS dire (342)

FACTIFS faire (337) et aller (234)

DECLARATIFS **penser (211)**, voir (158), **pouvoir (144)**, **savoir (128)**, **falloir (122)**,

DECLARATIFS trouver (98) ; parler (79)

FACTIF mettre (76) ; prendre (65)

DECLARATIF vouloir (65)

FACTIFS arriver (61) ; choquer (54) ; passer (46) ; montrer (34) ; regarder (34)

STATIFS comprendre (34) ; exister (30)

DECLARATIFS **croire (29)**

FACTIFS compliquer (28) ; changer (28) ; habiller (27)

STATIFS venir (26)

DECLARATIFS **devoir (0143)** et entendre (22)

Sur les modalités savoir et nécessité versus possibilité et croyance.

Les verbes en vert entrent dans les modalités énonciatives élocutives de « savoir/ignorance et obligation » : 274 verbes y sont relatifs, proche des modalités signifiées par les auteurs « savoir et nécessité ».

Les verbes en bleu sont propres aux modalités énonciative élocutive « opinion et probabilité » : **384 verbes y sont relatifs**, proches des modalités signifiées « possibilité et croyance ».

Des disparités dans certains discours quant aux récepteur·trice·s et aux programmes cognitivo-discursifs.

Le principal marqueur qui fait basculer du programme 3 au programme 1 est celui des modalités. Ainsi, plusieurs récepteur·trice·s tiennent un discours s'écartant du modèle de « réalité comme univers possible ». Seuls les discours significatifs sont mentionnés (écartant les récepteur·trice·s s'étant peu exprimé·e·s et pouvant contrevenir au modèle dominant).

- aux modalités possibilité, croyance dont la fiabilité des résultats est faible³ : **Ahmed** (FG1, 58% possibilité, croyance) ; **Sophie** (FG2, 51% possibilité, croyance) ; **Pauline** (FG2, 61% possibilité, croyance) ; **Bernard** (FG3, 59% possibilité, croyance) ; **Claude** (FG3, 63% possibilité, croyance) ; **Manon** (FG3, 58% possibilité, croyance) ;

- aux modalités savoir/nécessité dont la fiabilité des résultats est forte⁴ : **Brigitte** (FG3, 36% possibilité, croyance) ; **Audrey** (FG3, 41% possibilité, croyance).

- aux notions de doute non détectées ou modalisations de doute non fréquentes* : **Ahmed** (FG1) ; **Pauline** (FG2) ; **Manon** (FG3).

- aux verbes déclaratifs non fréquents* : **Claude** (FG3)

- aux proportions d'articles définis les plus forts : **Monique** (FG1) ; **Ahmed** (FG1) ; **Marc** (FG2) ; **Anais** (FG2) ; **Sophie** (FG2) ; **Pauline** (FG2) ; **Brigitte** (FG3) ; **Claude** (FG3) ; **Audrey** (FG3)

- aux modalisations de condition non fréquentes* : **Monique** (FG1) ; **Marc** (FG2) ; **Brigitte** (FG3) ; **Bernard** (FG3) ; **Claude** (FG3)

- aux modalisation intensive les plus occurrentes : **Julie** (FG1) ; **Monique** (FG1) ; **Marc** (FG2) ; **Michael** (FG2) ; **Brigitte** (FG3) ; **Claude** (FG3) ; **Audrey** (FG3)

Ainsi, des profils récurrents s'inscrivent pleinement dans le **programme 1**, telles que **Brigitte et Audrey (FG3)**, lesquelles inscrivent leurs discours dans le savoir (plus que le

³ La fiabilité faible désigne que les discours relèvent plutôt des modalités possibilité, croyance, mais que le nombre de verbes pour le définir est étroit. Ex. pour Ahmed, les 58% sont calculés sur la base de 24 verbes, 14 relevant des modalités possibilité, croyance. Autre option, la différence entre les deux modalités est faible. Ex. Sophie : 51% représente 36 verbes relevant des modalités croyance, possibilité et 34 des modalités savoir, nécessité.

⁴ La fiabilité forte du résultat désigne un discours où le marquage vers l'autre modalité savoir, nécessité est clairement définie (pourcentage et nombre de verbes). Par exemple pour Brigitte : 36% de possibilité croyance sur 58 verbes inscrit clairement son discours dans les modalités savoir, nécessité.

croire), dans la détermination forte des références et de la dramatisation du discours par les modalisations d'intensité.

Deux autres profils sont ambigus : ceux de **Bernard et Claude (FG3)**, pour lesquels les modalités sont peu fiables et peu de connecteur de condition mais une proportion élevée d'addition.

C'est donc sur le FG3 que le registre semble se distinguer des autres focus groups, les récepteur·trice·s ici, majoritairement (4/5) ont un discours qui tend vers une « réalité à affirmer ». La 5^e réceptrice de ce focus group, **Manon**, avec la fiabilité peu élevée des modalités, l'absence de doute, des articles définis ainsi que les modalisations affirmatives et intensives peut s'en rapprocher.

A l'inverse, des récepteur·trice·s du FG1 et du FG2 s'inscrivent pleinement dans le grand écart entre programme 1 et programme 3, tel·le·s que **Monique (FG1)** ; **Ahmed (FG1)** **Marc (FG2)** et **Pauline (FG2)** : des articles clairement définis, des verbes statifs et factifs dominants, modalisation affirmatives et intensives, cause, opposition et temps significatives. Ils·elles s'insèrent en partie fortement dans les modalités possibilité, croyance et/ou du doute. **Sophie (FG2)**, bien que son discours soit mixte entre les deux modalités, a un profil discursifs proches de ceux mentionnés, si ce n'est qu'elle n'est pas dans le grand écart mais dans le mix des deux programme 1 et 3.

Dans le tableau du FG1, les récepteur·trice·s **Jules (FG1)** et **Julie (FG1)** s'inscrivent davantage dans le programme 3 : les modes indicatifs et imaginés, les modalités possibilité, croyance, les connecteurs d'opposition sont les plus importants et fréquents* (entre 28,5% et 34,8%), supérieurs aux additifs qui ne sont pas fréquents* par ailleurs. Ces deux enquêté·e·s ont des modalisations de doute fréquentes* et intensives non fréquentes* mais importantes (23,2% ; 36,1%). La part des articles définis est sous la moyenne générale (59% ; 56,9%) et les verbes déclaratifs demeurent fréquents* (environ 24%). Dans le FG2, les récepteur·trice·s **Anais (FG2)** et **Michael (FG2)** tendent à l'instar de **Jules** et **Julie** vers le programme 3.

Comptage indicateurs langagiers relatifs à ceux des programmes cognitivo-discursifs :

Enquêté·e·s	Articles définis	Verbes statifs	Verbes factifs	Verbes statifs + factifs	Verbes déclaratifs	Notions de doute	Modalisations affirmatives	Modalisations intensives	Modalisations de doute	Autres moda fréquentes*	Connecteurs additifs	Connecteurs de cause	Connecteurs comparaison	Connecteurs opposition	Connecteurs condition	Autres conn. fréquentes*	Modalisation	Modalité en fonction des V.	% V moda POSS CROY.	Modalités savoir nécessité	Modalité possible croyance
0 Tous les FG	63,5	44,2	31	75,2	24,5	oui	21,9	29,6	2,4	NEGATION	21,1	18,3	4,6	25,5	5,8	TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance	60	254	384
01_Jules	59	44,8	29,8	74,6	24,6	oui	32,2	23,2	2	NEGATION	19,4	22,9	5,6	28,5	7,6	TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance	76	16	50
02_Julie	56,9	49	26,5	75,5	24,1	oui	21,6	36,1	4		16,7	13,4	6,2	34,8	6,2	DIJON. ; TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance	66	20	38
03_Younès	60	50,7	32,2	82,9	16,4	non	18	29,5	0	NEGATION	25,8	3,2	12,9	35,5	0	DIJON. ; TEMPS	indicatif	NS (pas assez de v)	36	7	4
04_Monique	67,8	40,7	33	73,7	26	oui	21,8	32,5	3	NEGATION	24,8	15,2	2,4	31,2	4,8	TEMPS	indicatif	Possible/ croyance	87	4	26
05_Jane	50	34,2	47,4	81,6	18,4	non	25,9	22,2	0	TEMPS	22,2	16,7	5,8	27,8	11,1	TEMPS	indicatif	NS (pas assez de v)	0	2	0
06_Ahmed	65	38,2	37,3	75,5	23,9	oui	17	17,6	1,1	NEGATION ; TEMPS	38,4	11,6	7,6	23,2	5,4	TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance (F-)	58	10	14
07_Marc	60,4	50	27,5	77,5	22,5	oui	21,3	30,8	3,8	NEGATION	28,2	20	1,2	28,2	3,5	TEMPS	indicatif	Possible/ croyance	69	11	24
08_Anais	63,8	37,6	36,8	74,4	25,5	oui	22,1	26,3	3,3	NEGATION	21,9	21,2	4,7	24,1	5,4	TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance	72	21	54
09_Sophie	72,7	45,5	27,5	73	26,6	oui	22,2	28,4	3,8	NEGATION	11,4	27,2	4,4	23,1	7,3	TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance (F-)	51	34	36
10_Michael	59,1	42,9	26,1	69	30,8	oui	23,8	34,2	2,9	NEGATION	15,9	14,8	2,2	34,1	6	TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance	60	25	37
11_Pauline	67,6	37,6	35,5	73,1	26,9	non	20	26,9	0,7	NEGATION	23,8	20,6	9,5	21,4	9,5	DIJO<n ; TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance	61	13	20
12_Ibrahim	66,9	54,3	28,8	83,1	17	oui	12,5	31,9	1,4	NEGATION	62,4	6,9	1	9,9	5,9	TEMPS	Indicatif + imag.	NS (pas assez de v)	64	5	9
13_Brigitte	68	36,1	35,5	71,6	27,8	oui	15,2	30,3	2,3	NEGATION	25,6	20,8	9,5	20,2	3,6	TEMPS	indicatif	Savoir/ nécessité	36	37	21
14_Bernard	56,2	52	27,6	79,6	20,1	oui	29,3	25,9	1,1	NEGATION	31	20,6	3,2	22,6	2,6	DIJON ; TEMPS	indicatif	Possible/ croyance (F-)	59	11	16
15_Claude	61,6	47,9	34	81,9	18,1	oui	15,8	38,4	1,7	NEGATION	38,2	18,8	3,6	23,4	4,7	DIJON ; TEMPS	indicatif	Possible/ croyance (F-)	63	9	15
16_Manon	60,8	49,3	27,8	77,1	23	non	25,2	28	0		19,3	13,3	0,7	20,7	5,9	DIJON ; TEMPS	Indicatif + imag.	Possible/ croyance (F-)	58	14	19
17_Audrey	67,5	43,7	29	72,7	26,6	oui	14,4	33,3	2,3	NEGATION	32,8	13,8	1,7	25	7,8	DIJON ; TEMPS	Indicatif + imag.	Savoir/ nécessité (F-)	41	19	13

AF. Annexe Réception : les scénarios construits avec Tropes

Scénario 0 : scénario de base du logiciel sans correction Nb mots classés, tous thèmes et FG : 5106			Scénario 1 : scénario de base du logiciel corrigé Nb mots classés, tous thèmes et FG : 5106			Scénario 2 : UDR2 traitement automatique du logiciel Nb mots classés, tous thème et FG : 2937			Scénario 3 : scénario sémantico-thématique Nb mots classés, tous thèmes et FG : 4001		
Classifications	Mots	% mots	Classifications	Mots	% mots	Classifications	Mots	% mots	Classifications	Mots	% mots
Personnes et groupes sociaux dont femmes 302 ; homme 246 ; gens 122 ; famille et hérédité 76 ; enfants 74 ; ados 16	897	17,57	Comportements et sentiments dont enseignement et éducation 101 ; cause et effet 20 ; changement et réorganisation 69 ; rapport 30 ; action et capacité d'agir 193	1017	19,92	Femme	296	10,08	Cognition, émotion / att. et comp. dont enseign. 89 ; effet, impact, réaction, influence... 26 ; peur 19 ; prise de conscience 13 ; humour, blague, fait rire 9 ; contraintes et injonction 6 ; liberté 6	420	10,50
Comportements et sentiments dont cogn. et conn. 78 ; agressivité 73 ; dérision, ironie 10 ; humour 2	786	15,39	Personnes et groupes sociaux dont fem. 302 ; hom. 246 ; gens 134 ; enfants et ados 90 ; famille et hé. 82	916	17,94	Homme	237	8,07	Marqueurs dans les dispositifs dont scène 17 ; animal et animalité 56 ; corps 53, sexe 15 ; discours 33 ; genre 13	391	9,77
Caractéristiques dont genre 303 ; domination 23 ; égalité, inégalité 19 ; normal, anormal 13 ; liberté, contraintes 19	680	13,32	Communication et médias + art et culture dont but 16 ; discours 22 ; réaction 18 ; message 47 ; télévision 130 ; musique 68 ; rôle 23 ; texte et écrits 33	689	13,49	Télévision	129	4,39	Dispositifs, campagnes discutées et organisation et personnes dont télévision 101 ; message et propos 44 ; jeu et rôle 35	356	8,90
Autres concepts dont but 16 ; cause, effet 20 chang. et réorga. 69 ; génération 24 ; maintien 18 ; problème 39 ; rapport 30 réaction 18 ; rôle 23 ; scène 19	654	12,80	Autres concepts et caractéristiq. dont corps 106 ; animaux, végétaux 57 ; problème 33 ; humour, dérision et ironie, normal, anormal 32 ; genre 23	625	12,24	Gens	121	4,12	Femme	279	6,87
Communication et médias dont discours 21 ; message 47 ; télévision 130	396	7,76	Violence et politique et société dont domina. 23 ; droit justice 133 ; agressivité, violence 58 ; liberté, contraintes 19	572	11,20	Enseignement	89	3,03	Gens dont enfant 66 ; âge, adulte, jeunesse 25 ; jeunes gens, ados 44 ; génération 20	274	6,85
Politique et société dont	314	6,15	Caractéristiques dont genre 23 ; égalité et inégalité 19	242	4,74	Temps	80	2,72	VF : actes et dimension collective ; auteurs et victimes dont domination 15	271	6,77
Art et culture dont ;	191	3,74	Autres concepts dont génération 24 ; maintien 18	234	4,58	Enfant	69	2,35	Hommes	238	5,95
Temps	182	3,56	Temps	182	3,56	Musique	67	2,28	« chose, truc, quelque chose, ça »	227	5,67
Géographie, pays et territoires	161	3,15	Géographie, pays et territoires	161	3,15	Famille	62	2,11	Actions, choix, chang. et cap. d'agir, lutte, loi et justice dont égalité 20 ; but 6	221	5,52
Corps dont	122	2,39	Force et quantité	102	2	Age	55	1,87	Lieux : Fr., monde / espace int. ext.	170	4,25
Force et quantité	102	2	Transports, aéronautique et espace	86	1,68	Agressivité	51	1,74	Media et Art mobilisés et discutés dont musique 26 ; rap 41 ; texte, page, tract 19	157	3,92
Enseignement et éducation	101	2	Alimentation et vie pratique	79	1,55	Lieu	42	1,43	Temps et durée	105	3,37

AG. Annexe Réception : scénario sémantique 1

Tous les FG				FG1				FG2				FG3			
Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, tous FG	Nombre de mots total tous FG	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG1	Nombre de mots total FG1	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG2	Nombre de mots total FG2	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG3	Nombre de mots total FG3
14,54		5106	35120	14,84		1477	9952	13,71		2046	14924	16,22		1662	10244
Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total
comportements et sentiments	1017	19,92	2,90	comportements et sentiments	307	20,79	3,08	communication et média + art et culture	405	19,79	2,71	comportements et sentiments	355	21,36	3,47
personnes et groupes sociaux	916	17,94	2,61	personnes et groupes sociaux	272	18,42	2,73	comportements et sentiments	368	17,99	2,47	personnes et groupes sociaux	321	19,31	3,13
communication et média + art et culture	689	13,49	1,96	violences et politique et société	196	13,27	1,97	personnes et groupes sociaux	328	16,03	2,20	autres concepts et caractéristiques	249	14,98	2,43
autres concepts et caractéristiques	625	12,24	1,78	autres concepts et caractéristiques	183	12,39	1,84	autres concepts et caractéristiques	197	9,63	1,32	violences et politique et société	206	12,39	2,01
violences et politique et société	572	11,20	1,63	communication et média + art et culture	139	9,41	1,40	violences et politique et société	180	8,80	1,21	communication et média + art et culture	143	8,60	1,40
caractéristiques	242	4,74	0,69	caractéristiques	77	5,21	0,77	temps	84	4,11	0,56	autres concepts	79	4,75	0,77
autres concepts	234	4,58	0,67	autres concepts	75	5,08	0,75	autres concepts	80	3,91	0,54	caractéristiques	77	4,63	0,75
temps	182	3,56	0,52	géographie, pays et territoires	70	4,74	0,70	caractéristiques	77	3,76	0,52	temps	62	3,73	0,61
géographie, pays et territoires	161	3,15	0,46	temps	36	2,44	0,36	alimentation et vie pratique	63	3,08	0,42	géographie, pays et territoires	46	2,77	0,45
forces et quantités	102	2,00	0,29	transports, aéronautique et espace	26	1,76	0,26	forces et quantités	46	2,25	0,31	forces et quantités	35	2,11	0,34
transports, aéronautique et espace	86	1,68	0,24	finance, commerce et entreprises	24	1,62	0,24	géographie, pays et territoires	45	2,20	0,30	transports, aéronautique et espace	25	1,50	0,24
alimentation et vie pratique	79	1,55	0,22	forces et quantités	20	1,35	0,20	transports, aéronautique et espace	35	1,71	0,23	finance, commerce et entreprises	16	0,96	0,16
finance, commerce et entreprises	54	1,06	0,15	agriculture et environnement	14	0,95	0,14	objets et substances	15	0,73	0,10	alimentation et vie pratique	10	0,60	0,10
objets et substances	33	0,65	0,09	histoire et préhistoire	12	0,81	0,12	sports et loisirs	13	0,64	0,09	médecine et santé	9	0,54	0,09
agriculture et environnement	27	0,53	0,08	alimentation et vie pratique	7	0,47	0,07	agriculture et environnement	9	0,44	0,06	sports et loisirs	7	0,42	0,07
sports et loisirs	24	0,47	0,07	objets et substances	7	0,47	0,07	finance, commerce et entreprises	8	0,39	0,05	construction, immobilier et habitat	7	0,42	0,07
histoire et préhistoire	19	0,37	0,05	valeurs numériques	4	0,27	0,04	histoire et préhistoire	5	0,24	0,03	objets et substances	5	0,30	0,05
médecine et santé	16	0,31	0,05	construction, immobilier et habitat	4	0,27	0,04	médecine et santé	4	0,20	0,03	valeurs numériques	3	0,18	0,03
construction, immobilier et habitat	12	0,24	0,03	sports et loisirs	4	0,27	0,04	sciences et techniques	2	0,10	0,01	agriculture et environnement	3	0,18	0,03
sciences et techniques	9	0,18	0,03	médecine et santé	3	0,20	0,03	construction, immobilier et habitat	1	0,05	0,01	sciences et techniques	3	0,18	0,03
valeurs numériques	7	0,14	0,02	sciences et techniques	1	0,07	0,01					histoire et préhistoire	1	0,06	0,01

AH. Annexe Réception : scénario sémantique 2 (UDR2)

Tous les FG				FG1				FG2				FG3			
Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous univers, tous FG	Nombre de mots total tous FG	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous univers, FG1	Nombre de mots total FG1	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous univers, FG2	Nombre de mots total FG2	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous univers, FG3	Nombre de mots total FG3
8,36		2937	35120	8,18		814	9952	7,85		1171	14924	9,36		959	10244
Classification hiérarchisée UDR2	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée UDR2	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée UDR2	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée UDR2	Mots équivalents	%mots classés	% mots total
femme	296	10,08	0,84	homme	86	10,57	0,86	télévision	127	10,85	0,85	femme	89	9,28	0,87
homme	237	8,07	0,67	femme	84	10,32	0,84	femme	123	10,50	0,82	homme	68	7,09	0,66
télévision	129	4,39	0,37	gens	38	4,67	0,38	homme	83	7,09	0,56	gens	40	4,17	0,39
gens	121	4,12	0,34	enseignement	33	4,05	0,33	musique	65	5,55	0,44	enseignement	36	3,75	0,35
enseignement	89	3,03	0,25	agressivité	21	2,58	0,21	gens	43	3,67	0,29	temps	34	3,55	0,33
temps	80	2,72	0,23	entreprise	19	2,33	0,19	âge	33	2,82	0,22	enfant	34	3,55	0,33
enfant	69	2,35	0,20	famille	18	2,21	0,18	vêtement	32	2,73	0,21	famille	34	3,55	0,33
musique	67	2,28	0,19	temps	18	2,21	0,18	temps	27	2,31	0,18	législation	26	2,71	0,25
famille	62	2,11	0,18	nation	17	2,09	0,17	enseignement	20	1,71	0,13	crocodiliens	23	2,40	0,22
âge	55	1,87	0,16	lieu	16	1,97	0,16	enfant	20	1,71	0,13	âge	18	1,88	0,18
agressivité	51	1,74	0,15	enfant	15	1,84	0,15	accord	19	1,62	0,13	ville	18	1,88	0,18
lieu	42	1,43	0,12	problème	14	1,72	0,14	image	19	1,62	0,13	agressivité	17	1,77	0,17
législation	37	1,26	0,11	comportement	13	1,60	0,13	texte	17	1,45	0,11	police	13	1,36	0,13
vêtement	36	1,23	0,10	voie	12	1,47	0,12	pensée	16	1,37	0,11	travail	13	1,36	0,13
image	35	1,19	0,10	histoire	12	1,47	0,12	famille	15	1,28	0,10	comportement	12	1,25	0,12
entreprise	34	1,16	0,10	opinion	11	1,35	0,11	début_et_fin	15	1,28	0,10	lieu	12	1,25	0,12
problème	33	1,12	0,09	législation	11	1,35	0,11	lieu	14	1,20	0,09	respect	12	1,25	0,12
voie	30	1,02	0,09	mot	11	1,35	0,11	fête_nationale	14	1,20	0,09	image	12	1,25	0,12
accord	27	0,92	0,08	catastrophe	10	1,23	0,10	sexe	14	1,20	0,09	problème	12	1,25	0,12
comportement	27	0,92	0,08	dérision	9	1,11	0,09	agressivité	13	1,11	0,09	entreprise	11	1,15	0,11
respect	27	0,92	0,08	féminisme	9	1,11	0,09	parole	13	1,11	0,09	animal	11	1,15	0,11
ville	26	0,89	0,07	police	9	1,11	0,09	respect	12	1,02	0,08	peur	11	1,15	0,11
pensée	25	0,85	0,07	travail	8	0,98	0,08	droit	12	1,02	0,08	vie	10	1,04	0,10
nation	24	0,82	0,07	transport_terres	8	0,98	0,08	infériorité	11	0,94	0,07	discours	9	0,94	0,09
crocodiliens	23	0,78	0,07	peur	8	0,98	0,08	voie	10	0,85	0,07	attrait	9	0,94	0,09
travail	23	0,78	0,07	france	8	0,98	0,08	délit	10	0,85	0,07	mot	8	0,83	0,08
police	22	0,75	0,06	littérature	7	0,86	0,07	jeu	10	0,85	0,07	voie	8	0,83	0,08
vie	22	0,75	0,06	français	7	0,86	0,07	adolescent	8	0,68	0,05	adolescent	8	0,83	0,08
mot	20	0,68	0,06	vie	7	0,86	0,07	asie_du_sud-oue	8	0,68	0,05	plaisanterie	8	0,83	0,08
début_et_fin	20	0,68	0,06	ressentiment	7	0,86	0,07	sous-vêtement	8	0,68	0,05	moralité	7	0,73	0,07
délit	20	0,68	0,06	auteur	6	0,74	0,06	problème	7	0,60	0,05	cognition	7	0,73	0,07
peur	19	0,65	0,05	état	6	0,74	0,06	ameublement	7	0,60	0,05	accord	7	0,73	0,07
histoire	19	0,65	0,05	système	6	0,74	0,06	liberté	7	0,60	0,05	jour	6	0,63	0,06
transport_terres	19	0,65	0,05	relation	5	0,61	0,05	cognition	7	0,60	0,05	main	6	0,63	0,06
texte	19	0,65	0,05	vision	5	0,61	0,05	asociabilité	7	0,60	0,05	amitié	6	0,63	0,06
sexe	18	0,61	0,05	eau	5	0,61	0,05	transport_par_ra	7	0,60	0,05	début_et_fin	5	0,52	0,05
moralité	17	0,58	0,05	durée	5	0,61	0,05	internet	6	0,51	0,04	délit	5	0,52	0,05
animal	16	0,54	0,05	vidéo	5	0,61	0,05	aviation	6	0,51	0,04	contrainte	5	0,52	0,05

AI. Annexe Réception : scénario sémantique 3

Tous les FG				FG1			FG2			FG3					
Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, tous FG	Nombre de mots total tous FG	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG1	Nombre de mots total FG1	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG2	Nombre de mots total FG2	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG3	Nombre de mots total FG3
11,39		4001	35120	11,39		1166	9952	10,65		1590	14924	12,18		1248	10244
Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total
1. cognition et émotion / attitude et comportement	420	10,50	1,20	1. cognition et émotion / attitude et comportement	149	12,78	1,50	1. dispositifs, campagnes discutées et organisation et	248	15,60	1,66	1. cognition et émotion / attitude et comportement	163	13,06	1,59
1. marqueurs dans les dispof / hors dispof : genre habit - corps	391	9,77	1,11	1. violence(s) faite(s) aux femmes : actes et dim. collective ; auteurs et vict	93	7,98	0,93	1. marqueurs dans les dispof / hors dispof : genre habit - corps	177	11,13	1,19	1. marqueurs dans les dispof / hors dispof : genre habit - corps	121	9,70	1,18
1. dispositifs, campagnes discutées et organisation et personnes	356	8,90	1,01	1. marqueurs dans les dispof / hors dispof : genre habit - corps	91	7,80	0,91	1. femmes	120	7,55	0,80	1. actions, choix, chgt et cap d'agir + lutte + loi et justice	104	8,33	1,02
1. femmes	279	6,97	0,79	1. hommes	86	7,38	0,86	1. cognition et émotion / attitude et comportement	119	7,48	0,80	1. gens	103	8,25	1,01
1. gens	274	6,85	0,78	1. dispositifs, campagnes discutées et organisation et personnes	81	6,95	0,81	1. média et arts mobilisés et discutés classés	116	7,30	0,78	1. violence(s) faite(s) aux femmes : actes et dim. collective ; auteurs et vict	88	7,05	0,86
1. violence(s) faite(s) aux femmes : actes et dim.	271	6,77	0,77	1. femmes	79	6,78	0,79	1. gens	109	6,86	0,73	1. femmes	80	6,41	0,78
1. hommes	238	5,95	0,68	1. actions, choix, chgt et cap d'agir + lutte + loi et justice	76	6,52	0,76	0. "chose", "truc", "quelque chose", "ça"	94	5,91	0,63	1. hommes	64	5,13	0,62
0. "chose", "truc", "quelque chose", "ça"	227	5,67	0,65	0. "chose", "truc", "quelque chose", "ça"	70	6,00	0,70	1. violence(s) faite(s) aux femmes : actes et dim.	89	5,60	0,60	0. "chose", "truc", "quelque chose", "ça"	63	5,05	0,61
1. actions, choix, chgt et cap d'agir + lutte + loi et justice	221	5,52	0,63	1. lieux : france et monde / espace intérieurs, extérieur	66	5,66	0,66	1. hommes	88	5,53	0,59	1. temps et durée	57	4,57	0,56
1. lieux : france et monde / espace intérieurs, extérieur	170	4,25	0,48	1. gens	62	5,32	0,62	1. lieux : france et monde / espace intérieurs, extérieur	53	3,33	0,36	1. lieux : france et monde / espace intérieurs, extérieur	51	4,09	0,50
1. média et arts mobilisés et discutés classés	157	3,92	0,45	1. constat : état du monde, cas, situa", envt, cult + image codes etc.	52	4,46	0,52	1. actions, choix, chgt et cap d'agir + lutte + loi et justice	41	2,58	0,27	1. entourage, amis, famille, dimension proximité	44	3,53	0,43
1. temps et durée	135	3,37	0,38	1. temps et durée	37	3,17	0,37	1. temps et durée	40	2,52	0,27	1. constat : état du monde, cas, situa", envt, cult + image codes etc.	42	3,37	0,41
1. constat : état du monde, cas, situa", envt, cult + image codes etc.	127	3,17	0,36	1. subjectivités et poins de vue	34	2,92	0,34	1. qui relève de la perturbation	34	2,14	0,23	1. discours etc. conversation etc. échanges etc. rapport etc.	35	2,80	0,34
1. subjectivités et poins de vue	100	2,50	0,28	1. discours etc. conversation etc. échanges etc. rapport	24	2,06	0,24	1. constat : état du monde, cas, situa", envt, cult + image	33	2,08	0,22	1. subjectivités et poins de vue	28	2,24	0,27
1. entourage, amis, famille, dimension proximité	84	2,10	0,24	1. entourage, amis, famille, dimension proximité	22	1,89	0,22	1. subjectivités et poins de vue	30	1,89	0,20	1. dispositifs, campagnes discutées et organisation et personnes	27	2,16	0,26
1. discours etc. conversation etc. échanges etc. rapport	79	1,97	0,22	1. média et arts mobilisés et discutés classés	20	1,72	0,20	2. air, aspect, manière, façon, côté, tendance	27	1,70	0,18	1. média et arts mobilisés et discutés classés	22	1,76	0,21

Tous les FG				FG1				FG2				FG3			
Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, tous FG	Nombre de mots total tous FG	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG1	Nombre de mots total FG1	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG2	Nombre de mots total FG2	Pourcentage de codage		Nombre de mots classés tous thèmes, FG3	Nombre de mots total FG3
11,39		4001	35120	11,39		1166	9952	10,65		1590	14924	12,18		1248	10244
Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total	Classification hiérarchisée	Mots équivalents	%mots classés	% mots total
1. qui relève de la perturbation	62	1,55	0,18	1. qui relève de la perturbation	20	1,72	0,20	1. entourage, amis, famille, dimension proximité	23	1,45	0,15	0. ah onomatopée, expression	22	1,76	0,21
0. ah onomatopée, expression	62	1,55	0,18	0. ah onomatopée, expression	19	1,63	0,19	2. accord, désaccord, différence	21	1,32	0,14	2. air, aspect, manière, façon, côté, tendance	21	1,68	0,20
2. air, aspect, manière, façon, côté, tendance	61	1,52	0,17	2. problème, soucis / difficultés, limites	18	1,54	0,18	0. ah onomatopée, expression	21	1,32	0,14	2. problème, soucis / difficultés, limites	17	1,36	0,17
2. problème, soucis / difficultés, limites	48	1,20	0,14	2. air, aspect, manière, façon, côté, tendance	13	1,11	0,13	1. discours etc. conversation etc. échanges etc. rapport	20	1,26	0,13	1. sexualité	16	1,28	0,16
2. accord, désaccord, différence	34	0,85	0,10	2. fait	12	1,03	0,12	1. base, premier.e, source, départ, début et fin	16	1,01	0,11	2. accord, désaccord, différence	12	0,96	0,12
1. sexualité	28	0,70	0,08	0. pff onomatopée	10	0,86	0,10	2. problème, soucis /	13	0,82	0,09	0. question	11	0,88	0,11
2. fait	28	0,70	0,08	2. (une) espèce de... genre... forme... de l'ordre de...	7	0,60	0,07	0. pff onomatopée	12	0,75	0,08	2. fait	9	0,72	0,09
2. (une) espèce de... genre... forme... de l'ordre de...	25	0,62	0,07	entreprise	6	0,51	0,06	2. (une) espèce de... genre... forme... de l'ordre de...	12	0,75	0,08	1. qui relève de la perturbation	8	0,64	0,08
1. base, premier.e, source, départ, début et fin	24	0,60	0,07	0. question	4	0,34	0,04	0. question	7	0,44	0,05	0. évidemment et évidence	7	0,56	0,07
0. pff onomatopée	23	0,57	0,07	1. base, premier.e, source, départ, début et fin	2	0,17	0,02	2. fait	7	0,44	0,05	1. base, premier.e, source, départ, début et fin	6	0,48	0,06
0. question	22	0,55	0,06	1. sexualité	2	0,17	0,02	00. aliment	6	0,38	0,04	2. (une) espèce de... genre... forme... de l'ordre de...	6	0,48	0,06
0. évidemment et évidence	10	0,25	0,03	saison	1	0,09	0,01	1. sexualité	4	0,25	0,03	00. quantité et majorité	4	0,32	0,04
entreprise	8	0,20	0,02	maladie	1	0,09	0,01	00. transport	3	0,19	0,02	médecine	3	0,24	0,03
00. aliment	6	0,15	0,02	voyage	1	0,09	0,01	0. "hyper" et "super" et	2	0,13	0,01	entreprise	2	0,16	0,02
00. quantité et majorité	6	0,15	0,02	ustensile de cuisine	1	0,09	0,01	00. quantité et majorité	2	0,13	0,01	groupe social	2	0,16	0,02
0. "hyper" et "super" et "ultra"	4	0,10	0,01	supplice	1	0,09	0,01	0. évidemment et évidence	2	0,13	0,01	0. "hyper" et "super" et "ultra"	2	0,16	0,02
commerce	3	0,07	0,01	00. transport	1	0,09	0,01	technique	1	0,06	0,01	commerce	2	0,16	0,02
médecine	3	0,07	0,01	2. accord, désaccord, différence	1	0,09	0,01					science	1	0,08	0,01
saison	2	0,05	0,01	00. religion	1	0,09	0,01					verrerie	1	0,08	0,01
groupe social	2	0,05	0,01	commerce	1	0,09	0,01					voyage	1	0,08	0,01
voyage	2	0,05	0,01	bois	1	0,09	0,01					0. pff onomatopée	1	0,08	0,01
00. transport	2	0,05	0,01	0. évidemment et évidence	1	0,09	0,01					organisation	1	0,08	0,01
ustensile de cuisine	2	0,05	0,01									saison	1	0,08	0,01
technique	1	0,02	0,00												
science	1	0,02	0,00												
00. religion	1	0,02	0,00												
bois	1	0,02	0,00												
maladie	1	0,02	0,00												

AJ. Annexe Réception : 15 premiers UDR2

Tous les FG		FG1		FG2		FG3	
Nb de mots classés tous univers : 2937 soit 8,38%		Nb de mots classés tous univers : 814 soit 7,85%		Nombre de mots classés tous univers : 1171, soit 7,85%		Nombre de mots classés tous univers 959 : soit 9,36 %	
UDR2	%mots classés	UDR2	%mots classés	UDR2	%mots classés	UDR2	% mots classés
Femme	10,08	Homme	10,57	TELEVISION	10,85	Femme	9,28
Homme	8,07	Femme	10,32	Femme	10,50	Homme	7,09
TELEVISION	4,39	<i>Gens</i>	4,67	Homme	7,09	<i>Gens</i>	4,17
<i>Gens</i>	4,12	Enseignement	4,05	Musique	5,55	Enseignement	3,75
Enseignement	3,03	Agressivité	2,58	<i>Gens</i>	3,67	Temps	3,55
Temps	2,72	Entreprise	2,33	Age	2,82	Enfant	3,55
Enfant	2,35	Famille	2,21	Vêtement	2,73	Famille	3,55
Musique	2,28	Temps	2,21	Temps	2,31	Législation	2,71
Famille	2,11	Nation	2,09	Enseignement	1,71	Crocodiliens	2,40
Age	1,87	Lieu	1,97	Enfant	1,71	Age	1,88
Agressivité	1,74	Enfant	1,84	Accord	1,62	Ville	1,88
Lieu	1,43	Problème	1,72	Image	1,62	Age	1,88
Législation	1,56	Comportement	1,60	Texte	1,45	Agressivité	1,78
Vêtement	1,23	Histoire	1,47	Pensée	1,37	Travail	1,36
Image	1,19	Voie	1,47	Famille	1,37	Police	1,36

AK. Annexe Réception : 5 premières classes sémantico-thématique par focus group

Tous les FG		FG1		FG2		FG3	
Nb de mots classés tous univers : 4001 soit 11,39%		Nb de mots classés tous univers : 1166 soit 11,39%		Nombre de mots classés tous univers : 1590, soit 10,65%		Nombre de mots classés tous univers 1248 : soit 12,18 %	
Catégories	%mots classés	Catégories	%mots classés	Catégories	%mots classés	Catégories	% mots classés
Cogn. et émo. / att. et comport.	10,50	Cogn. et émo. / att. et comport.	12,78	<i>Dispo., camp. et orga. et pers.</i>	15,60	Cogn. et émo. / att. et comport.	13,06
Marq.dans/hors dispo : genre habit - corps	9,77	<i>VF : actes et dim. collective ; auteurs et vict</i>	7,98	Marq.dans/hors dispo : genre habit - corps	11,13	Marq.dans/hors dispo : genre habit - corps	9,70
<i>Dispo., camp. et orga. et pers.</i>	8,90	Marq.dans/hors dispo : genre habit - corps	7,80	femmes	7,55	actions, choix, chgt, cap d'agir, lutte, loi, justice	8,33
femmes	6,97	<i>hommes</i>	7,38	Cogn. et émo. / att. et comport.	7,48	gens	8,25
gens	6,85	<i>Dispo., camp. et orga. et pers.</i>	6,95	médias et arts mob. et discutés	7,30	<i>VF : actes et dim. collective ; auteurs et vict</i>	7,05
<i>VF : actes et dim. collective ; auteurs et vict</i>	6,77	femmes	6,78	gens	6,86	femmes	6,41

AL. Annexe Réception : relations (co-occurrences) des UDR2, 20 premières

Relations tous les FG	Nb	Relations FG1	Nb	Relations RG2	Nb	Relations FG3	Nb
(homme > femme)	32	(homme > femme)	8	(télévision > musique)	18	(homme > femme)	15
(télévision > musique)	18	(femme > homme)	4	(homme > femme)	9	(femme > homme)	5
(femme > homme)	16	(problème > homme)	3	(femme > homme)	7	(enfant > femme)	4
(enfant > femme)	6	(agressivité > transport_terrestre)	2	(musique > culture)	5	(ustensile_de_cuisine > temps)	3
(enfant > temps)	5	(musique > enfant)	2	(problème > enseignement)	4	(gens > prostitution)	3
(musique > culture)	5	(enseignement > travail)	2	(femme > musique)	4	(plaisanterie > racisme)	3
(image > femme)	5	(amitié > famille)	2	(infériorité > homme)	3	(enseignement > ustensile_de_cuisine)	3
(problème > enseignement)	4	(enfant > enseignement)	2	(télévision > racisme)	3	(comportement > enfant)	3
(infériorité > homme)	4	(accord > musique)	2	(femme > enfant)	3	(gens > homme)	3
(femme > enfant)	4	(agressivité > femme)	2	(enfant > temps)	3	(agressivité > jeu)	2
(femme > musique)	4	(pouvoir > homme)	2	(télévision > fête_nationale)	3	(image > femme)	2
(main > corps)	3	(histoire > homme)	2	(femme > télévision)	3	(cognition > respect)	2
(nation > asie_du_sud-ouest)	3	(femme > pouvoir)	2	(homme > télévision)	3	(femme > comportement)	2
(image > homme)	3	(enfant > temps)	2	(télévision > femme)	3	(police > femme)	2
(télévision > femme)	3	(histoire > femme)	2	(vêtement > sous-vêtement)	3	(enfant > comportement)	2
(âge > temps)	3	(agressivité > voie)	2	(nation > asie_du_sud-ouest)	3	(ville > femme)	2
(femme > temps)	3	(délit > force)	2	(jeu > gens)	2	(comportement > femme)	2
(police > femme)	3	(catastrophe > agressivité)	2	(asociabilité > agressivité)	2	(respect > femme)	2
(vêtement > sous-vêtement)	3	(français > sexisme)	2	(âge > adolescent)	2	(lieu > femme)	2
(femme > gens)	3			(âge > femme)	2	(main > renommée)	2

AM. Annexe Réception : tableau de l'analyse thématique tous les FG (résumé)

ANALYSE THEMATIQUE DES FOCUS GROUPS DEPUIS NVIVO									
TOUS LES FG									
	NB assertions total		Nombre de mots total				Sources du thème (sur 100% du thème, X%)		
	1740		35912						
	NB assertions	% assertions	NB mots	%mots	% assertion du ss th/ au thème	% mots du ss th/ au thème	FG1	FG2	FG3
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	386	22,18	7316	20,37			22	63	15
LA SOCIETE, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	158	9,08	3453	9,62			41	33	26
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	155	8,91	4009	11,16			39	33	28
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	152	8,74	3174	8,84			21	34	45
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESENTI (face au) du DISPOSITIF	139	7,99	2958	8,24			19	58	22
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	106	6,09	2678	7,46			57	3	41
DISPOSITIFS PROJETES - INTERESSANT, REpond A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	105	6,03	1124	3,13			45	39	16
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAIS PARTICULARISME	95	5,46	2396	6,67			23	32	45
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	94	5,40	2524	7,03			28	47	26
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	88	5,06	1598	4,45			36	42	22
DISPOSITIFS PROJETES - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explicites)	70	4,02	1178	3,28			70	27	3
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	52	2,99	940	2,62			87	0	13
CAS AUTRES PAYS	39	2,24	830	2,31			33	31	36
0. HORS THEMATIQUE	33	1,90	183	0,51			21	55	24
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	31	1,78	571	1,59			35	48	16
DISPOSITIFS RECOMMANDATIONS autres (hors marqueurs) POUR LES CREER - LES AMELIORER	28	1,61	861	2,40			36	50	14
0. Remarque sur la technique	9	0,52	119	0,33			78	22	0

AN. Annexe Réception : analyse thématique tous les FG

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
							Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912		
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	386	22,18	7316	20,37			22	63	15
COMPRENDRE OU NON LA PARODIE SmC de SmB	51	2,93	700	1,95	13,21	9,57	0	13	0
(autres, risque de) Ne pas comprendre car intro identique SmC et SmB	1	0,06	23	0,06	0,26	0,31	0	0	0
Est-ce qu'un jeune public va comprendre qu'elles se dénudent pour avoir le droit de ne pas se cacher des regards des hommes	2	0,11	69	0,19	0,52	0,94	0	1	0
Je comprends mieux en ayant vu les 2	2	0,11	24	0,07	0,52	0,33	0	1	0
Ne pas avoir compris parce que ne connaît pas la VO	13	0,75	159	0,44	3,37	2,17	0	3	0
SmC (REVELATION) Savoir que c'est une parodie parce qu'on connaît l'original	8	0,46	54	0,15	2,07	0,74	0	2	0
SmC MARQUEUR Qui a fait la version détournée	23	1,32	330	0,92	5,96	4,51	0	6	0
Oui c'est Orelsan qui a fait la parodie, car il a été fortement critiqué, c'est un moyen de se rattraper	13	0,75	165	0,46	3,37	2,26	0	3	0
QUESTIONNEMENT Est-ce que c'est Orelsan qui a fait la parodie	14	0,80	165	0,46	3,63	2,26	0	4	0
SmC MARQUEUR sur une idée originale de' (Orelsan) dans générique	6	0,34	41	0,11	1,55	0,56	0	2	0
PERSONNAGES HOMMES FEMINISES OU PERCUS COMME RIDICULES SmC et MO	45	2,59	650	1,81	11,66	8,88	10	2	0
MO Le personnage homme est perçu comme une femme	8	0,46	58	0,16	2,07	0,79	2	0	0
MO Personnage n'est pas assez masculin (vs il est ici féminin) OU dans sa position d'homme (vs faible)	7	0,40	102	0,28	1,81	1,39	2	0	0
MO Mettre un homme, un vrai !	3	0,17	17	0,05	0,78	0,23	1	0	0
MO NE PAS mettre un H. un vrai, car des H. gentils et qui ont du mal à s'imposer ça existe !	3	0,17	49	0,14	0,78	0,67	1	0	0
MO Un homme violé n'est plus un homme	3	0,17	19	0,05	0,78	0,26	1	0	0
RECOMM Montrer différentes personnes pour faire passer le message	7	0,40	62	0,17	1,81	0,85	2	0	0
RECOMM prendre un personnage H. + masculin et le projeter ensuite dans un monde inversé	8	0,46	202	0,56	2,07	2,76	2	1	0
RECOMM Prendre 1 scène réaliste, + proche réalité, où n'importe quel H. peut se retrouver pr impact	6	0,34	125	0,35	1,55	1,71	1	0	0
SmC L'homme était ridicule, caricaturé	3	0,17	16	0,04	0,78	0,22	0	1	0
ORELSAN, LE RAP ET LA VO	42	2,41	769	2,14	10,88	10,51	0	11	0
Orelsan est habillé normalement dans son clip	2	0,11	14	0,04	0,52	0,19	0	1	0
ORELSAN, son succès, sa diffusion, ses positions	16	0,92	299	0,83	4,15	4,09	0	4	0
Mes filles vont au concert d'Orelsan	2	0,11	24	0,07	0,52	0,33	0	1	0
Orelsan est comment, et son public, question posée	5	0,29	32	0,09	1,30	0,44	0	1	0
Orelsan est un artiste qui a beaucoup été critiqué pour ses travers, certain veulent lui enlever ses victoires, mais ce sont des erreurs de jeunesse, mtn il fait l'inverse	9	0,52	193	0,54	2,33	2,64	0	2	0
Orelsan, son succès, il a été primé aux victoires de la musique	5	0,29	50	0,14	1,30	0,68	0	1	0
SmB La musique originale	27	1,55	456	1,27	6,99	6,23	0	7	0
Clip original d'Orelsan : violent, cru, transpire le sexe, exacerbé, rabaisse l'img. d'une relation amoureuse	8	0,46	161	0,45	2,07	2,20	0	2	0
Musique originale Orelsan Suce Ma Bite	11	0,63	49	0,14	2,85	0,67	0	3	0
Originale le rap en général	6	0,34	98	0,27	1,55	1,34	0	2	0
Diffusion du clip d'Orelsan, malgré sa vulgarité, en boîte ou sur internet (mais pas à la TV)	7	0,40	96	0,27	1,81	1,31	0	2	0
Orelsan, pas une parodie, a pu être diffusé parce que c'est un H., alors que celui des filles serait sûrement interdit	3	0,17	52	0,14	0,78	0,71	0	1	0
SmC LE MESSAGE DE FIN (les chiffres)	35	2,01	852	2,37	9,07	11,65	0	9	0
POSSIBLE INCAPACITE du message ne pas le regarder jusqu'au bout si on était seul et donc ne pas avoir le message	4	0,23	102	0,28	1,04	1,39	0	1	0
RESSENTI ETRE touché, choqué par les chiffres à la fin SmC	2	0,11	30	0,08	0,52	0,41	0	1	0
RESSENTI peu d'intérêt (et peu d'attention) car pas compris (avant la fin) la parodie	2	0,11	49	0,14	0,52	0,67	0	1	0
SmC (REVELATION) Marqueur la conclusion (phrases fin msg chiffré aval épilogue	2	0,11	35	0,10	0,52	0,48	0	1	0
SmC MARQUEUR La conclusion (phrases à la fin)	12	0,69	266	0,74	3,11	3,64	0	3	0
SmC CONCLUSION (phrases fin msg chiffré aval épilogue)	5	0,29	81	0,23	1,30	1,11	0	1	0
SmC Le message de fin (chiffres conclus) est important, voire indispensable, pour comprendre	7	0,40	185	0,52	1,81	2,53	0	2	0
SmC Non lien entre acteurs qui s'amuse et chiffres femmes plaisir viol	3	0,17	56	0,16	0,78	0,77	0	1	0
SmC RECOMM Chiffres à la fin (les mettre + tôt ou dans les clips de rap)	12	0,69	314	0,87	3,11	4,29	0	3	0
RECOMM Faire apparaître les chiffres avant, pendant ou après (mais ça arrive un peu tard)	4	0,23	82	0,23	1,04	1,12	0	1	0
RECOMM Mettre le msg CONCLUSION, chiffres à la fin des clips de rap, pour viser les jeunes, et qu'il y ait visualisation jusqu'au bout, mais ce n'est sûrement pas possible contraintes techniques	8	0,46	232	0,65	2,07	3,17	0	2	0
LES PERSONNAGES FEMMES DENUDES, VULGAIRE, TOUJOURS FEMINISEES C'EST UN PROBLEME SmC	26	1,49	360	1,00	6,74	4,92	0	7	0
C'est gênant et c'est un problème de garder les codes féminins pour dénoncer	12	0,69	136	0,38	3,11	1,86	0	3	0
Les filles étaient vulgaires, presque nues, ça n'a pas d'intérêt	17	0,98	224	0,62	4,40	3,06	0	4	0
LES PERSONNAGES FEMMES REVENDIQUENT UN DROIT ET LEUR DIRE DE SE REHABILITER C'EST FAIRE LE JEU DE LA DOMINATION	26	1,49	451	1,26	6,74	6,16	0	7	0
C'est rare voire inexistant que des F. se lancent dans le rap pr faire sérieusement un rap sexiste contre les H	2	0,11	89	0,25	0,52	1,22	0	1	0

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912									
Dire aux filles de se rhabiller c'est jouer le jeu de la domination	12	0,69	252	0,70	3,11	3,44	0	3	0
Être aussi vulgaire pour se faire entendre	2	0,11	13	0,04	0,52	0,18	0	1	0
Là que ce soit des femmes qui se rebelle, ça change, qui sortent des normes	3	0,17	25	0,07	0,78	0,34	0	1	0
Se dénuder c'est revendiquer le droit de se dénuder sans risquer d'être violée	7	0,40	72	0,20	1,81	0,98	0	2	0
MARQ. DEBUT DE DISPOSITIF REPRIS EN DISCUSSION OU REVELATION MO et SmC	25	1,44	350	0,97	6,48	4,78	3	3	0
(REVELATION) Se rendre compte du détournement (du sujet) rapidement	7	0,40	93	0,26	1,81	1,27	1	1	0
MO (REVELATION) MARQUEUR poussette	2	0,11	16	0,04	0,52	0,22	1	0	0
MO (REVELATION) Ne Plus se rappeler du marqueur	1	0,06	7	0,02	0,26	0,10	0	0	0
MO (REVELATION) Se demander MARQUEUR la voisine	2	0,11	49	0,14	0,52	0,67	1	0	0
MO (REVELATION) Se rendre compte MARQUEUR nounou	5	0,29	35	0,10	1,30	0,48	1	0	0
MO Chanson Comme un garçon (et mix des genres)	1	0,06	13	0,04	0,26	0,18	0	0	0
SmC (REVELATION) Le moment où les chanteuses commencent à chanter	2	0,11	29	0,08	0,52	0,40	0	1	0
SmC (REVELATION) L'homme avec le bouchon (Tampax) dans la bouche, puis violenté et attaché	3	0,17	80	0,22	0,78	1,09	0	1	0
SmC dans les paroles, nom des rappeurs	1	0,06	15	0,04	0,26	0,21	0	0	0
SmC La baignoire	3	0,17	13	0,04	0,78	0,18	0	1	0
LES SCENES D'AGRESSION et LES AGRESSEURS CROCO et MO	24	1,38	271	0,75	6,22	3,70	5	1	1
RECOMM MO Prendre la scène dans la ruelle parce qu'elle est la + marquante, crédible et violente et contact physique pour que ça ait de l'impact et les H. s'y verrait dans l'absolu	11	0,63	106	0,30	2,85	1,45	3	0	0
CROCO Durs propos des crocodiles et agressivité	2	0,11	25	0,07	0,52	0,34	0	0	1
MO La scène du VELO	2	0,11	11	0,03	0,52	0,15	1	0	0
MO Les agresseuses et l'agression	10	0,57	71	0,20	2,59	0,97	3	0	0
SmC Le sujet c'est le sexe, ça nous parle à tous, mais ce n'est plus du sexe, mais un crime	2	0,11	58	0,16	0,52	0,79	0	1	0
LES PERSONNAGES FEMMES ET HOMMES N'ONT PAS LES CODES INVERSES SmC	22	1,26	340	0,95	5,70	4,65	0	6	0
Les femmes dans SmC gardent des codes. et restent dans le très féminins (et sexistes) du rap non inversés (parr manifeste) (tout n'est pas inversé)	8	0,46	177	0,49	2,07	2,42	0	2	0
L'homme ne prend pas les codes féminins des clips de rap (tout n'est pas inversé) mais il est en caleçon, un peu, peu dénudé et bâillonné	15	0,86	163	0,45	3,89	2,23	0	4	0
CROCO Le choix du croco c'est	19	1,09	376	1,05	4,92	5,14	0	0	5
CROCO Choix de l'animal africaniser dans la cité (BIAS DE PARTICULARISME)	1	0,06	61	0,17	0,26	0,83	0	0	0
CROCO Choix du crocodile pour l'homme il est dénudé, rétrogradé au rang d'animal	2	0,11	41	0,11	0,52	0,56	0	0	1
CROCO Des crocodile debout humanisés vs allongés complètement déshumanisés, pas socialisés	2	0,11	74	0,21	0,52	1,01	0	0	1
CROCO Il y a un personnage entre l'homme et le crocodile à la fin	6	0,34	62	0,17	1,55	0,85	0	0	2
CROCO Le croco est un animal sauvage, un prédateur, il fait peur	2	0,11	18	0,05	0,52	0,25	0	0	1
CROCO Les crocodiles ce sont les hommes	1	0,06	10	0,03	0,26	0,14	0	0	0
CROCO Montrer une cité qu'avec des hommes harceleurs (BIAS DE PARTICULARISME)	1	0,06	21	0,06	0,26	0,29	0	0	0
CROCO RECOMM Mettre des H. en H., ne pas tous les déshumaniser (parce que tous les H. ne sont pas comme ça)	6	0,34	89	0,25	1,55	1,22	0	0	2
LES VICTIMES DE VIOLENCES CROCO et MO	19	1,09	147	0,41	4,92	2,01	3	0	2
CROCO Choix de la femme (humaine) rétrogradé mais tjrs un peu humaine, et objetisée, sur la défensive, dont les réactions sont tjrs mal perçues	1	0,06	28	0,08	0,26	0,38	0	0	0
CROCO Les commentaires des femmes	2	0,11	20	0,06	0,52	0,27	0	0	1
CROCO Les exemples (planches témoignages et situation des victimes)	5	0,29	30	0,08	1,30	0,41	0	0	1
MO (Mettre un) l'homme victime de violence (le personnage Pierre)	9	0,52	42	0,12	2,33	0,57	2	0	0
MO Se faire tripoter le corps ruelle	2	0,11	27	0,08	0,52	0,37	1	0	0
Les personnages femmes sont + vulgaires que la vo et elles devraient se rhabiller smc	17	0,98	288	0,80	4,40	3,94	0	4	0
Les filles (chanteuses) devraient (injonction) s'habiller, être + dominatrice, - jouer, ne pas être sexy	14	0,80	158	0,44	3,63	2,16	0	4	0
Les filles SmC sont + vulgaires que les mecs SmB (gestes doigts, H. entre les cuisses, tenues)	3	0,17	130	0,36	0,78	1,78	0	1	0
SmC LES PAROLES st fortes MAIS finalement pas + choquantes que celles d'Orelsan (juste inversées)	16	0,92	265	0,74	4,15	3,62	0	4	0
RECOMM SmC en fait le clip est trop gentil, pas assez trash	5	0,29	49	0,14	1,30	0,67	0	1	0
SmC (finalement) Ce qu'elles disent ou font (SmC) n'est pas plus choquant que ce qu'il dit (Orelsan)	5	0,29	131	0,36	1,30	1,79	0	1	0
SmC 1 Ce sont quasiment les mêmes paroles les 2 clips, elles ont juste changé pour que ça corresponde à un homme	3	0,17	68	0,19	0,78	0,93	0	1	0
SmC Les paroles sont fortes	3	0,17	17	0,05	0,78	0,23	0	1	0
N'AVOIR REGARDER QUE LES FEMMES, PEU L'HOMME (VOIR NE PLUS SE SOUVENIR DE LUI) SmC	14	0,80	266	0,74	3,63	3,64	0	4	0
N'avoir regardé que les femmes SmC	6	0,34	82	0,23	1,55	1,12	0	2	0
SmC Ne plus se rappeler de l'homme, ne pas l'avoir remarqué SmC	6	0,34	86	0,24	1,55	1,18	0	2	0
SmC Ne plus se souvenir, nécessaire de revoir SmC	3	0,17	98	0,27	0,78	1,34	0	1	0
SmC MARQ. Le rire à la FIN du clip accident, bêtisier ou volontaire et desservant le message	13	0,75	361	1,01	3,37	4,93	0	3	0
Donne l'impression que c'était une blague, ça décrédibilise, renverse le propos vers le normal	8	0,46	230	0,64	2,07	3,14	0	2	0
Est (juste) un blooper, i.e. bêtisier	4	0,23	82	0,23	1,04	1,12	0	1	0
Peut être un accident	3	0,17	49	0,14	0,78	0,67	0	1	0
CROCO Les Planches de FIN	9	0,52	100	0,28	2,33	1,37	0	0	2

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
							Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912		
CROCO Planche C3 Petits croco drague vs harcèlement	1	0,06	16	0,04	0,26	0,22	0	0	0
CROCO Planche fin codes vestimentaires sexy provoquant ou pas assez	3	0,17	19	0,05	0,78	0,26	0	0	1
CROCO Planches de FIN	4	0,23	36	0,10	1,04	0,49	0	0	1
CROCO RECOMM Enlever la fin (loi, préconisation) ne garder que les histoires suffisantes pour comp.	1	0,06	29	0,08	0,26	0,40	0	0	0
DES SCENES DE VIOLENCES CONJUGALES MO et CROCO	9	0,52	143	0,40	2,33	1,95	1	0	2
CROCO MARQUEUR Planches H12 Situation de couple	6	0,34	125	0,35	1,55	1,71	0	0	2
CROCO La femme du couple seule et réfléchit	1	0,06	41	0,11	0,26	0,56	0	0	0
CROCO Le mari qui arrive sans rien demander	1	0,06	14	0,04	0,26	0,19	0	0	0
CROCO Planche couple	1	0,06	8	0,02	0,26	0,11	0	0	0
CROCO Relever qu'il y a une incompréhension entre deux personnages	1	0,06	20	0,06	0,26	0,27	0	0	0
CROCO Une fille qui dit je ne lui ai pas bien dit non	1	0,06	29	0,08	0,26	0,40	0	0	0
MO MARQUEUR La compagne qui culpabilise	3	0,17	18	0,05	0,78	0,25	1	0	0
CROCO LES REACTIONS DES FEMMES VICTIMES	7	0,40	195	0,54	1,81	2,67	0	0	2
CROCO Planche H8 REACTION FEMME retrait et doigt d'honneur	2	0,11	59	0,16	0,52	0,81	0	0	1
CROCO Planche H8 REACTION FEMME qui se dit qu'elle doit paraître en colère, pas sa peur	2	0,11	88	0,25	0,52	1,20	0	0	1
CROCO Planche H9 REACTION FEMME la gifle	2	0,11	25	0,07	0,52	0,34	0	0	1
CROCO REACTIONS FEMMES sur la défensive et de toute façon mal perçu	1	0,06	23	0,06	0,26	0,31	0	0	0
Les personnages F. s'amusaient, l'image du clip c'est un jeu, ce n'est pas assez sérieux	7	0,40	185	0,52	1,81	2,53	0	2	0
SmC Le garçon prenait du plaisir pendant le clip	3	0,17	59	0,16	0,78	0,81	0	1	0
SmC Les filles s'amusaient pendant le clip SmC, jouent, ne sont pas assez sérieuses	2	0,11	60	0,17	0,52	0,82	0	1	0
SmC L'image du clip et des personnages est celui d'un jeu (ce n'est pas sérieux)	4	0,23	66	0,18	1,04	0,90	0	1	0
MO Commissaire de police et comportement sexiste	7	0,40	56	0,16	1,81	0,77	2	0	0
MO La Commissaire de police, le Commissariat, comportement sexiste qui existe	4	0,23	40	0,11	1,04	0,55	1	0	0
MO RECOMM Prendre la scène commissariat (car victime seule, pas soutenue / l'Etat ni police	3	0,17	16	0,04	0,78	0,22	1	0	0
CROCO ASYMETRIE DANS LE RAPPORT	6	0,34	149	0,41	1,55	2,04	0	0	2
CROCO (REVELATION) MARQUEUR Planche métro avec croco très nbx et 2 ou 3 filles	3	0,17	87	0,24	0,78	1,19	0	0	1
CROCO La fille toujours seule, les crocos toujours à plusieurs	1	0,06	42	0,12	0,26	0,57	0	0	0
CROCO les crocos tous ensemble	1	0,06	10	0,03	0,26	0,14	0	0	0
CROCO RECOMM Aller plus loin que la BD	1	0,06	10	0,03	0,26	0,14	0	0	0
CROCO ET SOUTIEN OU DISCREDITATION	6	0,34	45	0,13	1,55	0,62	0	0	2
CROCO Planche H9 croco laisse tomber	1	0,06	19	0,05	0,26	0,26	0	0	0
CROCO question technique qui a fait cette BD un homme c'est un croco alors	5	0,29	26	0,07	1,30	0,36	0	0	1
LA SOCIETE, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	158	9,08	3453	9,62			41	33	26
Les F. sont touchées socialement par les inégalités et discrimination encore aujourd'hui	53	3,05	763	2,12	33,54	33,54	21	8	4
Constat on a encore une img ancienne de la F. objet, qui ne dit rien, au service des désirs des H.	4	0,23	108	0,30	2,53	2,53	0	1	1
Être (déjà) conscient de situation, vécu des femmes et des violences qui les ciblent	6	0,34	103	0,29	3,80	3,80	2	2	0
France et milieu professionnel vision conservatrice des rôles femmes-hommes, inégalités et discriminations, et des domaines où il n'y a que des hommes	16	0,92	174	0,48	10,13	10,13	8	0	2
La société n'évolue pas assez rapidement, c'est effolant qu'on en soit encore là à notre époque, elle mettra du temps à résoudre ces problèmes (inégalités, violences)	19	1,09	285	0,79	12,03	12,03	6	4	1
Les VF touchent les F. parce qu'elles sont F. (causalité) (les cas d'H. sont très rares)	7	0,40	69	0,19	4,43	4,43	4	0	0
On voit beaucoup moins de femme que d'homme délivrer des messages	1	0,06	24	0,07	0,63	0,63	0	1	0
LE MANQUE DE RESPECT ASSOCIE A LA VIOLENCE ET A UNE PERTE DE VALEUR	33	1,90	505	1,41	20,89	20,89	7	8	6
Le manque de respect (de l'autre) associé à la violence	21	1,21	274	0,76	13,29	13,29	3	8	3
Non-respect associé à une perte valeur (sociétale, code partagé) et morale (et mœurs)	12	0,69	231	0,64	7,59	7,59	4	1	3
LES MAUVAISES INFLUENCES DES MEDIAS	33	1,90	951	2,65	20,89	20,89	0	16	4
Il y a une influence du rap négative sur les relations femmes-hommes	4	0,23	92	0,26	2,53	2,53	0	3	0
Le porno, sa mauvaise influence, le besoin	12	0,69	308	0,86	7,59	7,59	0	6	2
Apprendre la séduction, les sentiments aux jeunes pour contrer les films porno	2	0,11	46	0,13	1,27	1,27	0	1	0
L'apprentissage sur internet et par le porno c'est l'état actuel, une mauvaise influence	10	0,57	262	0,73	6,33	6,33	0	4	2
Les jeux vidéo, la violence, les enfants et le fait de tout montrer	7	0,40	173	0,48	4,43	4,43	0	4	0
L'exposition de nues de femmes dans de nbx lieux c'est un problème pour les enfants	5	0,29	104	0,29	3,16	3,16	0	3	0
TV, internet, pub... Ça va vite et mauvaise influence sur les jeunes de trop de sexe (rare djihadisme)	7	0,40	274	0,76	4,43	4,43	0	1	3
LA SOCIETE N'ETAIT PAS MOINS SEXISTE AVANT, AU CONTRAIRE	21	1,21	671	1,87	13,29	13,29	6	1	6
C'EST REAC DE DIRE Q C'ETAIT MIEUX AVANT	3	0,17	118	0,33	1,90	1,90	0	0	2
La pblq des rapports h.f existait déjà avant (voire en pire)	2	0,11	41	0,11	1,27	1,27	1	0	0
La société évolue dans le bon sens	7	0,40	162	0,45	4,43	4,43	1	1	3
Mai 68, libération sexuelle et libertés, avec ses excès, et + d'équilibre dans les rapports FH	6	0,34	273	0,76	3,80	3,80	0	0	4
Non, les jouets ne sont pas plus séparés, au contraire	6	0,34	77	0,21	3,80	3,80	4	0	0
Société avec des problème aujourd'hui (constat violences)	14	0,80	184	0,51	8,86	8,86	4	2	3
LA SOCIETE ETAIT MOINS SEXISTE AVANT	13	0,75	314	0,87	8,23	8,23	6	1	2
C'était moins sexiste avant	5	0,29	127	0,35	3,16	3,16	2	0	1
Les positions et rôles d'avant	2	0,11	35	0,10	1,27	1,27	1	0	1
Avant, jouets (et habits enfant) étaient moins 'séparés' que maintenant	6	0,34	110	0,31	3,80	3,80	4	0	0

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912									
Venir d'une génération où il y avait plus de respect (et autorité) avant	3	0,17	42	0,12	1,90	1,90	1	1	0
La France est un pays qui donne des leçons d'égalité mais elle n'est pas un modèle	3	0,17	65	0,18	1,90	1,90	1	1	0
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	155	8,91	4009	11,16			39	33	28
LES HOMMES, LE SEXISME, LEUR COMPORTEMENT	70	4,02	1405	3,91	45,16	35,05	21	16	8
Bien sûr que tous les H. ne sont pas 'comme ça' mais ça existe, ces comportements existent	7	0,40	77	0,21	4,52	1,92	5	0	0
Ils sont attaqués, (voire stigmatisés) mais les H. ne sont pas tous 'comme ça' (renversement)	11	0,63	165	0,46	7,10	4,12	5	0	3
Les hommes exercent un pouvoir historique, un droit, dominant sur les femmes	17	0,98	322	0,90	10,97	8,03	3	6	2
C révoltant que les H. pensent qu'ils ont ts les droits ou + de désirs sexuels parce que ce st des H.	10	0,57	164	0,46	6,45	4,09	0	6	0
Historiquement, la femme est le sexe faible et l'homme est puissant	4	0,23	87	0,24	2,58	2,17	3	0	0
Les H. exercent une domination, une obligation, une autorité, depuis des décennies	3	0,17	71	0,20	1,94	1,77	0	0	2
Les hommes n'ont pas conscience de ce que les femmes peuvent vivre - ne se rendent pas compte de leur comportement	8	0,46	146	0,41	5,16	3,64	3	2	0
Les H ne peuvent pas savoir, être conscients de leurs comp. sexistes et continuer à le faire	3	0,17	63	0,18	1,94	1,57	0	2	0
Les H. ne se rendent pas compte de ce que les F. peuvent vivre. F et H ont des perceptions différentes liées à leur expérience de vie	5	0,29	83	0,23	3,23	2,07	3	0	0
Les hommes ont conscience de ce sexisme-violence et pourtant continuent à l'être	5	0,29	152	0,42	3,23	3,79	0	3	0
Être sexiste parce que tout le monde le fait	2	0,11	63	0,18	1,29	1,57	0	1	0
Les H. savent déjà que sexisme et VF sont le fait des comportements des H. et que ces actes font se sentir mal les F. et pourtant continue à la faire	5	0,29	89	0,25	3,23	2,22	0	3	0
Les hommes sont machos	11	0,63	128	0,36	7,10	3,19	6	1	0
Le Français est macho	7	0,40	57	0,16	4,52	1,42	5	0	0
Les hommes sont des animaux	1	0,06	11	0,03	0,65	0,27	0	1	0
Les machos ne sont pas que français, le machisme est partagé	4	0,23	44	0,12	2,58	1,10	3	0	0
Même féministes, les hommes ont toujours un fond macho	1	0,06	16	0,04	0,65	0,40	1	0	0
Les hommes sont plus respectueux aujourd'hui des femmes	7	0,40	165	0,46	4,52	4,12	0	5	0
Aujourd'hui, les H intègrent le féminisme, ce n'est plus qu'aux F de se saisir du problème	1	0,06	28	0,08	0,65	0,70	0	1	0
Certains hommes aujourd'hui respectent bcp plus les femmes, voire sont féministes	7	0,40	137	0,38	4,52	3,42	0	5	0
Les normes qui pèsent sur les hommes	7	0,40	250	0,70	4,52	6,24	0	1	4
Chercher à comprendre les normes de la domination masculine qui pèsent aussi sur les H.	1	0,06	131	0,36	0,65	3,27	0	0	1
Effet de meute, lorsque d garçons, d H.st ensemble et ont des comportements violents / cet effet	6	0,34	119	0,33	3,87	2,97	0	1	3
L'ECOLE, LES PARENTS, L'EDUCATION, LES RESPONSABILITES	52	2,99	1493	4,16	33,55	37,24	12	9	13
L'éducation crée la différence hommes-femmes	4	0,23	131	0,36	2,58	3,27	0	0	3
Les problèmes de l'ECOLE (française) hors thème	12	0,69	427	1,19	7,74	10,65	6	0	1
Difficulté à adapter un système scolaire d'un autre pays à une autre population	1	0,06	16	0,04	0,65	0,40	1	0	0
Le niveau à l'école a baissé	1	0,06	30	0,08	0,65	0,75	1	0	0
Pbl du système scolaire et règles rigides vient des classes nbse, ms en Fr ce n'est pas le cas partout	1	0,06	103	0,29	0,65	2,57	1	0	0
Le système scolaire français n'est pas adapté aux enfants	1	0,06	24	0,07	0,65	0,60	1	0	0
Le système scolaire français n'est pas dans son temps, démodé, en retard (/ à l'Europe)	6	0,34	152	0,42	3,87	3,79	4	0	0
Réformes à l'école pbl choix des ministres, pas de financement, pas de connaissance du terrain	2	0,11	93	0,26	1,29	2,32	0	0	1
Les réformes à l'école, mauvaise idée de la REFORME DE L'ORTHOGRAPHE	1	0,06	9	0,03	0,65	0,22	1	0	0
RESPONSABILITE DE L'ECOLE DANS L'EDUCATION A L'EGALITE femme-homme	27	1,55	555	1,55	17,42	13,84	6	3	8
ABCD de l'Égalité Abandon de l'ABCD de l'égalité à l'école primaire	3	0,17	70	0,19	1,94	1,75	0	0	2
ABCD de l'Égalité Enseigner l'égalité sans l'ABCD initiative du.de la prof, déconstruire le genre par des moments de vie quotidienne	5	0,29	129	0,36	3,23	3,22	0	0	3
Il n'y a pas que l'école, mais elle a un rôle à jouer, une responsabilité dans l'éducation à l'égalité	17	0,98	316	0,88	10,97	7,88	6	1	3
Le fait que l'éducation sexuelle a disparu de l'école est un problème, elle devrait être remise	3	0,17	40	0,11	1,94	1,00	0	2	0
RESPONSABILITE DES PARENTS DANS L'EDUCATION AU RESPECT, A L'EGALITE, CONTRE LES VIOLENCES ET VF	15	0,86	380	1,06	9,68	9,48	2	7	1
Il n'y a pas que les parents dans l'éducation, tout n'est pas de leur faute	3	0,17	52	0,14	1,94	1,30	0	2	0
La situation actuelle, NOTRE génération (parents) y est pour quelque chose on est responsable	5	0,29	105	0,29	3,23	2,62	0	3	0
Rôle, obligation et responsabilité d'éducation des parents contre la violence et les VF	11	0,63	223	0,62	7,10	5,56	2	5	1
LES JEUNES, LEUR COMPORTEMENT, LEUR VIOLENCE	43	2,47	1111	3,09	27,74	27,71	7	12	8
C'est (plus) violent aujourd'hui avec la nouvelle génération et aussi les très jeunes	12	0,69	224	0,62	7,74	20,16	3	5	1
Dans les transports entre insulte et langage et jeu	6	0,34	139	0,39	3,87	62,05	4	0	0
L'apprentissage par les copains n'est pas une bonne chose	3	0,17	131	0,36	1,94	94,24	0	1	1
Les jeunes n'ont pas de formation, de travail. S'ils en avaient, ils seraient occupés et ne foutaient pas la merde	1	0,06	69	0,19	0,65	52,67	1	0	0
Les jeunes n'ont pas d'éducation (et c'est lié à la violence)	8	0,46	68	0,19	5,16	98,55	1	3	1
Les jeunes sont plus en difficultés maintenant, c'est plus difficile de vivre aujourd'hui	7	0,40	272	0,76	4,52	400,00	0	0	5
Les rapports FH et la drague sont plus difficiles maintenant pour les jeunes	4	0,23	83	0,23	2,58	30,51	0	0	3
Les très jeunes fument des joints très tôt	2	0,11	22	0,06	1,29	26,51	0	1	0
Quand il y a trop de liberté pour les JEUNES ça devient n'importe quoi	5	0,29	103	0,29	3,23	468,18	0	3	0
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	152	8,74	3174	8,84			21	34	45

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
							Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912		
HISTOIRES NAREES D'INEGALITE, DISCRIMINATION, VIOLENCE	54	3,10	1429	3,98	35,53	45,02	8	7	21
Histoire narrée d'IDV genrées HYPOTHETIQUES (TEMOIN)	2	0,11	58	0,16	1,32	1,83	1	0	0
Histoire narrée situation de privilège (hors genre) classe (lieu de résidence) et lieux de violence	3	0,17	62	0,17	1,97	1,95	0	0	2
Histoire narrée d'inégalité et de comportement masculin sexiste ds la famille les grds parents	1	0,06	27	0,08	0,66	0,85	0	1	0
Histoires narrées de violences quotidiennes en tant que TEMOIN (HORS GENRE)	3	0,17	184	0,51	1,97	5,80	1	0	1
Histoires narrées d'IDV sexistes (TEMOIN)	3	0,17	35	0,10	1,97	1,10	2	0	0
Histoires narrées d'un PROCHE AYANT 'un peu' un comportement harceleur (croco)	11	0,63	292	0,81	7,24	9,20	0	0	7
Histoires narrées RAPPORTEES de témoignages de femmes	2	0,11	66	0,18	1,32	2,08	0	0	1
Histoires narrées RAPPORTEES D'HOMMES CIBLES par des femmes	4	0,23	53	0,15	2,63	1,67	0	0	3
Q° hypothèse + couples homo reproduisent rapports HF dans les violences conjugales	2	0,11	53	0,15	1,32	1,67	0	0	1
Savoir expérientiel, histoires vécues de violences, discrimination, inégalité VR enquêtée	23	1,32	527	1,47	15,13	16,60	4	6	5
S'être initié à la sexualité sans éducation (mère) mais par les journaux	1	0,06	72	0,20	0,66	2,27	0	0	1
Réutilisation d'items ou forme du dispositif pour l'appliquer stricto sensu attitude + (pro-msg)	31	1,78	490	1,36	20,39	15,44	3	5	12
Avoir une F. présidente... Ou pas... Et ne pas avoir Le Pen (inverser femme Présidente)	5	0,29	53	0,15	3,29	1,67	3	0	0
Dire que l'on va (soi-même) s'exprimer de manière caricaturale	3	0,17	26	0,07	1,97	0,82	2	0	0
Être crocodile	4	0,23	26	0,07	2,63	0,82	0	0	3
Humour Castrer les hommes	1	0,06	12	0,03	0,66	0,38	0	1	0
HUMOUR croco vert et jaune, croco mutant	2	0,11	26	0,07	1,32	0,82	0	0	1
Humour mais ça n'existe pas sur notre planète des hommes pas croco	4	0,23	43	0,12	2,63	1,35	0	0	3
Humour Ne plus fréquenter les hommes	3	0,17	7	0,02	1,97	0,22	0	2	0
Inverser ds la vraie vie, agresser les H pour qu'ils comprennent (du DDG à l'action ds la VR)	2	0,11	49	0,14	1,32	1,54	0	1	0
Je ne suis pas une femme objet	1	0,06	21	0,06	0,66	0,66	0	1	0
Le sexisme s'il était remplacé par du racisme ne passerait pas du tout	8	0,46	169	0,47	5,26	5,32	0	0	5
On ne va pas devenir 'des hommes' pour se faire respecter	2	0,11	45	0,13	1,32	1,42	0	1	0
RESSENTI Plaisanter, en avoir l'appétit coupé	1	0,06	13	0,04	0,66	0,41	0	1	0
SOLUTION DE REDUCTION DE LA VIOLENCE - VIOLENCE DE GENRE	30	1,72	572	1,59	19,74	18,02	3	7	9
AUTRES sujets sur lesquels sensibiliser drogue et homosexualité	3	0,17	44	0,12	1,97	1,39	0	0	2
Changer l'éducation comme moyen	7	0,40	79	0,22	4,61	2,49	1	0	3
Diffuser des dispositifs éducatifs de sensibilisation dans les écoles, d'autant que la prévention a plus d'impact (l'éducation se fait) sur les jeunes	7	0,40	94	0,26	4,61	2,96	0	3	1
Eduquer les jeunes en limitant internet (un bon outil, facteur de changement) en expliquant la violence qu'on voit, en limitant les mauvaises expositions	3	0,17	121	0,34	1,97	3,81	0	1	1
Il faut plus de sécurité dans les lieux publics et de médiateurs	2	0,11	51	0,14	1,32	1,61	1	0	0
Il n'y a pas assez de prévention et tjrs des tabous, alr qu'il faut faire de la prévention et lever c tabous	5	0,29	103	0,29	3,29	3,25	1	0	3
La Chine et la censure d'internet (ironie)	1	0,06	23	0,06	0,66	0,72	0	0	1
Les maisons de correction ne sont pas une solution	4	0,23	57	0,16	2,63	1,80	0	3	0
META REGARD ET INTERPELLATION POSITIFS	21	1,21	336	0,94	13,82	10,59	5	7	2
INTERPELL 'c'est qui ça on dit ça'	1	0,06	5	0,01	0,66	0,16	0	0	1
INTERPELL question d'enquête sur âge	2	0,11	18	0,05	1,32	0,57	0	1	0
INTERPELL sur les échanges, qui a parlé le plus le moins	2	0,11	47	0,13	1,32	1,48	0	1	0
INTERPELL T'es étonné de la solitude des victimes, être choqué d'un propos. correction d'un discours	5	0,29	72	0,20	3,29	2,27	2	1	0
Meta analyse de leur discours en discussion	5	0,29	65	0,18	3,29	2,05	3	1	0
Meta regard sur la situation de groupe et genre	4	0,23	58	0,16	2,63	1,83	0	3	0
Perception point de vue depuis la posture de travailleuse sociale	2	0,11	71	0,20	1,32	2,24	0	0	1
SOUHAIT D'ALLER VERS PLUS D'EGALITE ET CHANGER LES MENTALITES	16	0,92	153	0,43	10,53	4,82	2	5	3
Aller vers une image d'égalité où les femmes ont des désirs	1	0,06	23	0,06	0,66	0,72	0	1	0
Changer les comportements et les mentalités sur les VF (point de vue général)	13	0,75	109	0,30	8,55	3,43	2	3	3
Rien n'est jamais perdu, il n'est jamais trop tard pour changer	2	0,11	21	0,06	1,32	0,66	0	1	0
REVENDEICATIONS en tant que femmes pour ses droits	14	0,80	194	0,54	9,21	6,11	0	5	4
(J'ai le droit de) m'habiller comme je veux pour sortir (sans risquer d'être agressée)	4	0,23	41	0,11	2,63	1,29	0	3	0
Il faut que les hommes respectent les femmes (injonction)	4	0,23	68	0,19	2,63	2,14	0	1	2
Les femmes aussi peuvent draguer !	2	0,11	25	0,07	1,32	0,79	0	0	1
On (ou les femmes) a (ont) le droit de dire non (sans manquer de respect)	4	0,23	60	0,17	2,63	1,89	0	2	1
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESSENTI (face au) du DISPOSITIF	139	7,99	2958	8,24			19	58	22
RESSENTI face VIDEO	78	4,48	1819	5,07	56,12	61,49	12	37	7
RESSENTI face VIDEO DEGOUT, GENE, EMBARRAS, MAL A L'AISE	7	0,40	83	0,23	5,04	2,81	1	1	4
MALA L'AISE, GENE, EMBARASSE	6	0,34	76	0,21	4,32	2,57	0	1	4
MO DEGOUT (un peu)	1	0,06	7	0,02	0,72	0,24	1	0	0
RESSENTI face VIDEO ETRE CHOQUE relativement au fait de ne pas connaître le rap (ou même en le connaissant) ou d'être peu exposé au média	11	0,63	340	0,95	7,91	11,49	0	8	0
Avoir l'habitude d'écouter le rap, n'avoir jamais entendu ça ET être choqué par le rap des filles	3	0,17	81	0,23	2,16	2,74	0	2	0
Être choqué parce que ne connais pas le rap et la façon dont les rappeurs parlent des F.	2	0,11	51	0,14	1,44	1,72	0	1	0
Être choqué parce que pas connecté, pas de tél (pas peu d'expo aux images et médias)	2	0,11	45	0,13	1,44	1,52	0	1	0
Être choqué parce que question de génération (avoir 50 ans vs être jeune)	5	0,29	163	0,45	3,60	5,51	0	4	0

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
							Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912		
RESSENTI face VIDEO ETRE EN SUSPENS	6	0,34	180	0,50	4,32	6,09	3	0	1
CROCO (REVELATION) Se demander tout le long s'il y aurait un homme	2	0,11	32	0,09	1,44	1,08	0	0	1
RESSENTI ANXIETE, PEUR, ANTICIPATION REACTIONS DES AUTRES	4	0,23	121	0,34	2,88	4,09	3	0	0
RESSENTI CROCO être en suspens va-t-il y avoir des hommes en hommes	1	0,06	27	0,08	0,72	0,91	0	0	1
RESSENTI face VIDEO PEU VOIRE AUCUN DISTANCE	8	0,46	199	0,55	5,76	6,73	1	5	0
Ça ne m'a pas fait grand-chose car j'ai l'impression d'avoir déjà vu ça pleins de fois	3	0,17	113	0,31	2,16	3,82	0	2	0
Je ne sais pas	1	0,06	11	0,03	0,72	0,37	0	1	0
On est tellement habitué à voir de la violence, sans censure, que l'on n'est pas choqué, ça passe	1	0,06	35	0,10	0,72	1,18	0	1	0
PAS CHOQUE, PAS GENE	3	0,17	40	0,11	2,16	1,35	1	1	0
RESSENTI face VIDEO REFLEXIF (plus rare émotif) DANS LE SENS DU MESSAGE	41	2,36	722	2,01	29,50	24,41	6	24	0
ETRE CHOQUE, TROUBLE que la victime n'est pas de soutien	7	0,40	93	0,26	5,04	3,14	5	0	0
Être choquée en tant que F. mais l'autre homme est possiblement gêné (inférence)	1	0,06	74	0,21	0,72	2,50	0	1	0
Faire s'interroger	1	0,06	33	0,09	0,72	1,12	0	1	0
Ce qui peut choquer c'est de voir des F. faire ce qu'on a l'habitude de voir et d'entendre des H.	7	0,40	141	0,39	5,04	4,77	0	5	0
Les H. diraient qu'ils apprécient les compliments, alors que qd on inverse vraiment ils n'apprécieraient pas	1	0,06	66	0,18	0,72	2,23	1	0	0
QUE C FORCEMENT PARODIQUE	17	0,98	151	0,42	12,23	5,10	0	12	0
QUE C'EST VOULU QUE CE SOIT DANS LE SENS PARODIQUE	2	0,11	23	0,06	1,44	0,78	0	1	0
Q' DBL LECT POURQUOI L'ORIGINALE NE SERAIT PAS PERCUE COMME PARODIQUE	5	0,29	59	0,16	3,60	1,99	0	4	0
QU'ON LE prend à la légère, au 2nd degré, en rire, c'est le prolongement de la domination	6	0,34	86	0,24	4,32	2,91	0	4	0
RESSENTIS NEGATIFS, A L'ENCONTRE DU MESSAGE	12	0,69	215	0,60	8,63	7,27	1	6	2
CROCO Les hommes croco déshumanisés c'est horrible, désespérant, négatif	3	0,17	44	0,12	2,16	1,49	0	0	2
ETRE CHOQUE de la VULGARITE	6	0,34	81	0,23	4,32	2,74	0	4	0
Je me suis dit C dommage cette violence, mais il n'y a pas de combat entre les F et les H.	2	0,11	78	0,22	1,44	2,64	0	1	0
Presque on a envie de rire (on ne prend pas au sérieux le message)	1	0,06	12	0,03	0,72	0,41	1	0	0
RESSENTI FH Ce n'est pas que ce soit des femmes qui me choque, je suis choquée pareil femme ou homme	6	0,34	80	0,22	4,32	2,70	1	4	0
Toucher, cibler un public	37	2,13	462	1,29	26,62	15,62	3	16	8
CIBLE association	2	0,11	6	0,02	1,44	0,20	0	0	1
CIBLE Cette génération s'adresse aussi à la génération précédente, les parents	1	0,06	10	0,03	0,72	0,34	0	1	0
CIBLE S'adresser aux femmes et aux hommes (qui peuvent être des harceleur-se-s)	2	0,11	25	0,07	1,44	0,85	0	0	1
CIBLE Toucher (être pris) hommes ET femmes (parfois de manière différenciée)	3	0,17	65	0,18	2,16	2,20	1	1	0
CIBLE Toucher (la cible ce sont) les hommes (parfois ceux qui sont les plus masculins)	6	0,34	63	0,18	4,32	2,13	2	0	2
CIBLE Toucher (la cible ce sont) les jeunes (moins de 30 ans, les ados, les pré-ados)	22	1,26	280	0,78	15,83	9,47	0	14	2
CIBLE Toucher les ados, aider les parents	2	0,11	13	0,04	1,44	0,44	0	0	1
LES BUTS du dispositif	36	2,07	677	1,89	25,90	22,89	6	12	8
CHOQUER SANS ETRE TROP TRASH	1	0,06	23	0,06	0,72	0,78	0	1	0
(Montrer pour) dénoncer ce que font les hommes (comportement et domination)	8	0,46	120	0,33	5,76	4,06	0	4	2
Compréhension (prise de conscience) des hommes du vécu des femmes et des comportements masculins violents	15	0,86	305	0,85	10,79	10,31	5	4	1
Faire réfléchir (sans dire ce qu'il faut faire)	5	0,29	64	0,18	3,60	2,16	1	1	1
EDUCATIF, faire la leçon, la morale, montrer ce qu'il faut faire,	7	0,40	87	0,24	5,04	2,94	0	0	5
Faire prendre conscience à tout le monde, réveillez, sur la gravité des violences	2	0,11	32	0,09	1,44	1,08	0	1	0
INJONCTION Arrêter de vous comporter comme des animaux et réfléchissez au sens de vos actes (changer comportement et perception)	1	0,06	31	0,09	0,72	1,05	0	1	0
BUT RAPPEL DE LA LOI	2	0,11	15	0,04	1,44	0,51	0	0	1
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	106	6,09	2678	7,46			57	3	41
LE FEMINISME	42	2,41	940	2,62	39,62	35,10	29	0	10
C'est aux femmes de s'emparer du sujet (et les femmes ne le font pas forcément)	3	0,17	89	0,25	2,83	3,32	2	0	1
ETRE QUALIFIE DE FEMINISTE DISCREDITE A TORT (car le féminisme n'est pas un mal)	9	0,52	164	0,46	8,49	6,12	8	0	0
Menace de qualifier la vidéo féministe la desservant	3	0,17	30	0,08	2,83	1,12	3	0	0
Menace de qualifier un propos, une action de féministe la desservant	6	0,34	123	0,34	5,66	4,59	6	0	0
Féminisme renverrait à accuser les hommes	1	0,06	11	0,03	0,94	0,41	1	0	0
PERCEPTION NEGATIVE DU FEMINISME	29	1,67	485	1,35	27,36	18,11	19	0	8
Excès de bienséance et rigidifier les rapports femmes-hommes	5	0,29	138	0,38	4,72	5,15	0	0	5
Les féministes, leur pression et position, sont excessives, caricaturales, non représentatives	23	1,32	307	0,85	21,70	11,46	19	0	3
Changer les codes vestimentaires (bleu.rose) c'est débile	1	0,06	40	0,11	0,94	1,49	0	0	1
PERCEPTION POSITIVE DU FEMINISME	12	0,69	202	0,56	11,32	7,54	10	0	1
Analogie féminisme avec cause LGBT ce ne sont pas des groupes violents	1	0,06	92	0,26	0,94	3,44	1	0	0
Le féminisme a légitimité à exister et est important (cons. la condition ou l'avancée des droits)	11	0,63	110	0,31	10,38	4,11	9	0	1
La loi, les lois ce qu'elles permettent ou non	26	1,49	561	1,56	24,53	20,95	12	0	12
Il faut une loi (pour la parité en entreprise)	7	0,40	49	0,14	6,60	1,83	7	0	0
La loi ne permet pas de changer les choses	14	0,80	206	0,57	13,21	7,69	6	0	8

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912									
Les lois existent déjà, on en refait de nouvelles par couche, il suffirait de les appliquer	8	0,46	113	0,31	7,55	4,22	6	0	2
Les lois il faut qu'elles existent, mais...	9	0,52	193	0,54	8,49	7,21	0	0	8
Féminiser la langue (écriture inclusive)	25	1,44	677	1,89	23,58	25,28	15	0	8
Changer, féminiser la langue pas inconcevable, C aussi une Q* de société et de la place des F	6	0,34	82	0,23	5,66	3,06	1	0	5
Féminiser la langue c'est chercher l'égalité, mais c'est aussi séparer les genres, plutôt que d'utiliser des mots neutres ou des mots masculins qui vont inclure les femmes	2	0,11	142	0,40	1,89	5,30	2	0	0
Féminiser la langue, l'écriture inclusive, n'a pas été retenu	2	0,11	23	0,06	1,89	0,86	2	0	0
L'écriture inclusive comment ça s'appelle, initiative féminiser la langue, débat, ça veut dire quoi	9	0,52	160	0,45	8,49	5,97	8	0	0
PERCEPTION NEGATIVE DE L'ECRITURE INCLUSIVE	13	0,75	270	0,75	12,26	10,08	7	0	6
Certains font du forcing pour que l'écriture inclusive qui féminise la langue passe	2	0,11	25	0,07	1,89	0,93	2	0	0
Changer, féminiser la langue n'apporte pas grand-chose, ne fait pas avancer la cause des F.	6	0,34	117	0,33	5,66	4,37	3	0	3
Changer, féminiser la langue, la grammaire c'est débile	5	0,29	82	0,23	4,72	3,06	1	0	4
L'écriture inclusive introduite à l'école va perturber les enfants et l'apprentissage de la langue	2	0,11	46	0,13	1,89	1,72	2	0	0
SEDUCTION, HARCELEMENT, FLOU	14	0,80	500	1,39	13,21	18,67	0	3	10
Ce que l'on met derrière le mot harcèlement (sexuel) est trop fort, svz ce n'est que de la drague	2	0,11	155	0,43	1,89	5,79	0	0	2
Distinction floue (manière de faire entre) harcèlement et jeu de la séduction	10	0,57	218	0,61	9,43	8,14	0	3	7
Le consentement ce n'est pas flou ! Zone grise et sentiment de culpabilité et faute	3	0,17	127	0,35	2,83	4,74	0	0	3
DISPOSITIFS PROJETES - INTERESSANT, REpond A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	105	6,03	1124	3,13			45	39	16
Ce sont des histoires vraies (particularité MO, chaque histoire n'est ni excessive, ni une caricature car toutes existent réellement)	36	2,07	306	0,85	34,29	27,22	26	0	9
Dispositif intéressant, prenant, bien réalisé, bien vu, on a envie de le suivre	16	0,92	205	0,57	15,24	18,24	10	0	6
Le dispositif détourne (inverse, répond à) qqchose d'existant	44	2,53	348	0,97	41,90	30,96	12	29	1
Le dispositif prend (une) position, a un message	18	1,03	276	0,77	17,14	24,56	3	11	3
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAIS PARTICULARISME	95	5,46	2396	6,67			23	32	45
BIAIS DE PARTICULARISME SUR LA VIOLENCE et RAPPORT F-H	33	1,90	896	2,49	34,74	37,40	14	11	11
Ecart Nord-Sud sur la question des violences et relations aux autres	3	0,17	97	0,27	3,16	4,05	3	0	0
La mixité sociale et ethnique il y a un pbl interculturel – intercomm. sur vision des F.	2	0,11	133	0,37	2,11	5,55	0	0	2
Le machisme est lié aux origines latines (méditerranéennes) de notre pays	5	0,29	25	0,07	5,26	1,04	5	0	0
LES CITES	11	0,63	328	0,91	11,58	13,69	2	2	7
Les cités, des ghettos, des comportements (biais)	4	0,23	83	0,23	4,21	3,46	0	2	2
Les jeunes des cités, la délinquance, le retour en Algérie, ils sont perçus comme indignes de confiance, pervers	3	0,17	83	0,23	3,16	3,46	0	0	3
L'immolation d'une jeune fille dans les cités	1	0,06	61	0,17	1,05	2,55	0	0	1
Responsabilité de l'Etat d'éduquer dans les cités	2	0,11	48	0,13	2,11	2,00	0	0	2
Sarkozy, les racailles et le karcher	2	0,11	53	0,15	2,11	2,21	2	0	0
Les rapports femmes-hommes sont plus respectueux en Afrique	2	0,11	116	0,32	2,11	4,84	0	0	2
Marseille est une ville particulièrement violente vs pas de phénomène particulier à M.	13	0,75	197	0,55	13,68	8,22	4	8	1
Marseille est une ville particulièrement violente (focale, exception)	8	0,46	157	0,44	8,42	6,55	4	3	1
Pas de phénomène particulier Marseille	6	0,34	40	0,11	6,32	1,67	1	5	0
ELUDER LE GENRE DANS LA COMPREHENSION	29	1,67	652	1,82	30,53	27,21	7	12	12
Ce sont les caractères dominants dominés qui jouent + que le sexe (lien avec théorie du genre) et retour à l'animal	7	0,40	196	0,55	7,37	8,18	0	0	7
C'est le vivre ensemble qui compte	1	0,06	14	0,04	1,05	0,58	0	0	1
Dans les 2 clip l'idée de fond est la même, sexe, la violence (éluder le genre)	7	0,40	103	0,29	7,37	4,30	0	7	0
Femme et homme prennent l'autorité et pouvoir de la même façon à même fonction	2	0,11	80	0,22	2,11	3,34	0	0	2
Les victimes (+ rare les agresseurs) peuvent être des F ou des H peu importe (éluder le genre)	5	0,29	110	0,31	5,26	4,59	5	0	0
Perception, réception, prise de consc. ≠ selon individus (éluder le genre, nv ind.) relativisme	7	0,40	149	0,41	7,37	6,22	2	4	1
Transgression condamnation des comportements féminins transgressifs par les enquêtés (vr)	15	0,86	328	0,91	15,79	13,69	0	2	14
Certaines filles ne donnent pas une image d'elles respectueuse	1	0,06	18	0,05	1,05	0,75	0	0	1
Il y a des filles qui mène la drague, sont redoutables, inversent les codes et ce n'est pas normal	8	0,46	109	0,30	8,42	4,55	0	0	8
Il y a des filles qui sont violentes aussi...	4	0,23	32	0,09	4,21	1,34	0	0	4
Les (des, mes) Filles parlent mal	2	0,11	83	0,23	2,11	3,46	0	2	0
Les filles ayant changé leur comportement (liberté, sexualité, avances) cela a changé les comportements des hommes (plus violent)	3	0,17	86	0,24	3,16	3,59	0	0	3
REASSIGNER DU GENRE (sexe, rare sexualité)	11	0,63	236	0,66	11,58	9,85	1	5	5
C'est plus important pour les femmes que les hommes les vêtements et l'apparence	2	0,11	23	0,06	2,11	0,96	0	2	0
Ex. Diam's, cheveux courts, homosexuelle ou non	2	0,11	26	0,07	2,11	1,09	0	2	0
INTERPELLATION toi tu sors avec T-shirt où on voit tes seins	1	0,06	36	0,10	1,05	1,50	0	1	0
Représentation de l'homme comme forcément plus fort	2	0,11	41	0,11	2,11	1,71	0	0	2
Rôles, responsabilité et éducation différenciés et genrés MAMAN PAPA	4	0,23	110	0,31	4,21	4,59	1	0	3
Les femmes accusent à tort, sont en partie responsable si elles provoquent	9	0,52	284	0,79	9,47	11,85	2	3	4

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912									
Des gens sont traînés devant les tribunaux pour des gestes anodins (violence) ou qu'ils n'ont pas commis (délation fausse)	4	0,23	116	0,32	4,21	4,84	0	0	4
Ne pas se protéger assez ou provoquer fait qu'une victime est en partie responsable	5	0,29	168	0,47	5,26	7,01	2	3	0
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	94	5,40	2524	7,03			28	47	26
FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES EXPLIQUEES	54	3,10	1551	4,32	57,45	61,45	20	24	13
DISPO ANALOGUE TMOIGNAGES FEMMES	13	0,75	140	0,39	13,83	5,55	0	0	14
Balance ton porc des filles témoignent de ce qui leur est arrivé et des porcs	12	0,69	135	0,38	12,77	5,35	0	0	13
Blog PTS femmes racontent scènes de harcèlement (spont), Q'vrai témoignage ou non)	1	0,06	5	0,01	1,06	0,20	0	0	1
DISPOSITIF ANALOGUE TRANSGRESSION PAR LES FEMMES, EMPOWERMENT	13	0,75	164	0,46	13,83	6,50	14	0	0
Le film La Source des Femmes, Maghrébin, femmes révoltées, révolution contre leur taches difficile, le pouvoir des mecs et qui font la grève du sexe	10	0,57	111	0,31	10,64	4,40	11	0	0
Les femmes du bus 61 (678)	4	0,23	53	0,15	4,26	2,10	4	0	0
DISPOSITIF ANALOGUE RETOURNEMENT FINAL	12	0,69	150	0,42	12,77	5,94	0	13	0
Clip Prodigy Smack my bitch up vue à 1ere personne déroulé journée et surprise à la fin	6	0,34	57	0,16	6,38	2,26	0	6	0
Les clips d'Eminem	1	0,06	26	0,07	1,06	1,03	0	1	0
Racisme dame dans l'avion (anti racisme despicable, Portugal, 2001)	5	0,29	67	0,19	5,32	2,65	0	5	0
Aucune (ou plus de) référence analogue	10	0,57	121	0,34	10,64	4,79	3	7	0
DISPOSITIF ANALOGUE INVERSION	7	0,40	115	0,32	7,45	4,56	2	5	0
De l'autre côté du lit, inversion, échange des places travail maison couple	3	0,17	29	0,08	3,19	1,15	0	3	0
La planète des singes, les singes prennent le pouvoir, l'homme se rend compte, l'inversion	1	0,06	21	0,06	1,06	0,83	0	1	0
1 clip de rap de Youtubeuses sur les super héros où ce sont des femmes (car il y en a trop peu)	1	0,06	21	0,06	1,06	0,83	0	1	0
Un film (inconnu) pas vu car très cliché qui inversait les rôles	2	0,11	44	0,12	2,13	1,74	2	0	0
DISPOSITIF ANALOGUE TRASH	7	0,40	81	0,23	7,45	3,21	0	7	0
Forme détournement les clips trashes, seuil de tolérance du public, limite au trash pr les jeunes	4	0,23	44	0,12	4,26	1,74	0	4	0
Les clips de l'asso anti-viol qui sont plus trashes	4	0,23	37	0,10	4,26	1,47	0	4	0
DISPOSITIF ANALOGUE SATIRE	2	0,11	22	0,06	2,13	0,87	0	0	2
1 couv Hara-Kiri 80' dessin de Reiser viol police culpabilise la victime (une chèvre) (spont)	1	0,06	16	0,04	1,06	0,63	0	0	1
Une humoriste qui détourne une phrase de culpabilisation (spontané)	1	0,06	6	0,02	1,06	0,24	0	0	1
DISPO ANALOGUE COMPARAISON (consentement et thé)	1	0,06	14	0,04	1,06	0,55	0	0	1
La tasse de thé, conseil de visio, sur le consentement (spontané)	1	0,06	14	0,04	1,06	0,55	0	0	1
DISPO ANALOGUE CREATION VERSION ORIGINALE	1	0,06	60	0,17	1,06	2,38	0	1	0
Chilla musique balance ton porc, une VO, passe mieux car créa originale et non parodique	1	0,06	60	0,17	1,06	2,38	0	1	0
ART ET SCIENCE EXPOSITION	1	0,06	77	0,21	1,06	3,05	0	0	1
Exposition Musée de l'Homme et théorie du genre	1	0,06	77	0,21	1,06	3,05	0	0	1
FUTUR HYPOTHETIQUE MANGA	1	0,06	24	0,07	1,06	0,95	1	0	0
Un manga intéressant en faisant comme s'il n'y avait pas d'hommes et que des femmes	1	0,06	24	0,07	1,06	0,95	1	0	0
HYPERREALISME ET PIEGE	1	0,06	6	0,02	1,06	0,24	0	0	1
Fille dans la rue qui se film et les mecs qui la draguaient en cam cachée (Sophie Peters)	1	0,06	6	0,02	1,06	0,24	0	0	1
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	88	5,06	1598	4,45			36	42	22
INJONCTION ET LIMITATIONS FAITES AUX FEMMES ET PEUR	48	2,76	928	2,58	54,55	58,07	6	27	22
Attitude des femmes intériorisée en cas de situation violente	2	0,11	37	0,10	2,27	2,32	0	0	2
Culpabilisation des femmes injustifiées (elles provoquent, discours macho décrié ici)	6	0,34	118	0,33	6,82	7,38	5	2	0
Difficile réponse de la personne agressée (t'es une pute ! ou se faire plus agresser)	3	0,17	66	0,18	3,41	4,13	0	2	1
Double injonction faites aux femmes, sans que jamais cela soit satisfaisant aux yeux des autres (vêtement, réaction quand interpellée dans la rue)	5	0,29	127	0,35	5,68	7,95	0	0	6
Impact psychologique quand on est agressé	1	0,06	38	0,11	1,14	2,38	1	0	0
La peur en situation de risque d'agression ou d'agression en tant que femme	5	0,29	67	0,19	5,68	4,19	0	0	6
Les femmes ont intériorisé des limites (à leur liberté) et injonctions, elles anticipent et modifient leur tenue, itinéraire, équipement pour éviter les comportements masculins violents	22	1,26	387	1,08	25,00	24,22	0	23	2
Réaction difficile qd la victime est seule, face à plusieurs H (rare que personne ne bougera)	7	0,40	88	0,25	7,95	5,51	0	0	8
ETRE CONSCIENT DU SEXISME QUE L'ON PORTE EN NOUS et NOUS AGIT	17	0,98	340	0,95	19,32	21,28	6	14	0
Excuser des petits comportements alors qu'ils blessent	1	0,06	28	0,08	1,14	1,75	1	0	0
La société ressort à travers nous, nous portons tou-t-e-s du sexisme, c'est tellement ancré qu'on ne le voit ou l'on ne s'en rend plus compte	13	0,75	203	0,57	14,77	12,70	1	14	0
RESSENTI Dans la vie, on ne fait pas très attention à ce que l'on dit, on ne calcule pas tout	4	0,23	87	0,24	4,55	5,44	5	0	0
RESSENTI En discussion, c'est après coup qd on réfléchit qu'on se dit que ce n'est pas possible	1	0,06	22	0,06	1,14	1,38	1	0	0
Transgression des normes parents (père-enfant mère-travail) et jugement de la société (lien avec poussette Pierre MO)	11	0,63	181	0,50	12,50	11,33	13	0	0
On voit de + en + de pères qui s'occupent des enfants ou font les tâches domestiques	7	0,40	78	0,22	7,95	4,88	8	0	0
Parce que difficulté à trouver un nouveau job (travail) pour le papa	1	0,06	9	0,03	1,14	0,56	1	0	0
Parce que les mamans travaillent et que ça devient plus compliqué	2	0,11	21	0,06	2,27	1,31	2	0	0
La société n'est pas tendre avec les papas qui s'occupent des enfants et tâches domestiques	3	0,17	30	0,08	3,41	1,88	3	0	0
Certains disent même que ces papas ne sont pas des vrais hommes	2	0,11	43	0,12	2,27	2,69	2	0	0
Transgression constat des difficultés des femmes à transgresser les normes	9	0,52	72	0,20	10,23	4,51	9	1	0

THEMES	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912									
C'est rare et difficile d'être rappeuse	1	0,06	8	0,02	1,14	0,50	0	1	0
Historiquement, les femmes qui sont sorties du lot ont dû se surpasser	5	0,29	31	0,09	5,68	1,94	6	0	0
Historiquement, rares sont les exemples de femmes	3	0,17	33	0,09	3,41	2,07	3	0	0
Transgression du genre ressembler à une fille-garçon et inversement, vient d'avant l'éducation, on ne discrimine pas des personnes parce qu'elles sont différentes (lien avec musique MO)	3	0,17	77	0,21	3,41	4,82	3	0	0
DISPOSITIFS PROJETES - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explicites)	70	4,02	1178	3,28			70	27	3
BARRIERE Le fait qu'un homme soit la victime rend la situation excessive, improbable, moins violente, la cible homme ne se reconnaîtra pas dans le perso de Pierre	10	0,57	177	0,49	14,29	15,03	14	0	0
BARRIERE Les H ciblés ne seront pas touchés car pour eux ces situations c'est n'importe quoi et les H ne sont pas comme ça, la cible H ne se reconnaîtra pas dans les agresseuses	8	0,46	153	0,43	11,43	12,99	11	0	0
Le dispositif est violent, excessif, caricatural, trop de situations de violences ou trop de vulgarité	31	1,78	326	0,91	44,29	27,67	37	4	3
POSSIBLE INCAPACITE du dispositif à atteindre son but (brut)	34	1,95	522	1,45	48,57	44,31	23	23	3
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	52	2,99	940	2,62			87	0	13
AGIR OU NON EN TANT QUE TEMOIN D'UNE AGRESSION DANS L'ESPACE PUBLIC	27	1,55	500	1,39	51,92	53,19	52	0	0
Agir en tant que témoin que si on est plusieurs à le faire	4	0,23	109	0,30	7,69	11,59	8	0	0
Agir en tant que témoin sans réfléchir c'est très rare	2	0,11	15	0,04	3,85	1,591	4	0	0
Agir en tant que témoin sans réfléchir, par réflexe	2	0,11	17	0,05	3,85	1,80	4	0	0
Les gens ne font rien en tant que témoin : ils ont peur, C dangereux, pas de prise de risque	8	0,46	105	0,29	15,38	11,17	15	0	0
Les gens ne font rien en tant que témoin : ils se disent que ça ne les regarde pas, pas leur rôle	3	0,17	38	0,11	5,77	4,04	6	0	0
Les gens n'interviennent pas d'autant plus si les agresseurs sont plusieurs	6	0,34	73	0,20	11,54	7,76	12	0	0
Les gens n'interviennent pas quand ils sont témoins très souvent d'une agression	7	0,40	143	0,40	13,46	15,21	13	0	0
SOUTIEN et NON SOUTIEN AUX FEMMES VICTIMES de violences	27	1,55	440	1,23	51,92	46,81	38	0	13
Des dispositifs existent pour aider les femmes victimes de violence	1	0,06	33	0,09	1,92	3,51	2	0	0
Des dispositifs ou du soutien sont difficile à trouver suite à une violence	3	0,17	27	0,08	5,77	2,87	6	0	0
La police (l'Etat) n'est pas à la hauteur pour protéger les victimes	10	0,57	193	0,54	19,23	20,53	13	0	6
La police a évolué de ce point de vue-là	7	0,40	93	0,26	13,46	9,89	13	0	0
La police et ses policiers sont machos	1	0,06	29	0,08	1,92	3,08	2	0	0
La police fragilise le témoignage des victimes	5	0,29	55	0,15	9,62	5,85	0	0	10
Les proches ne sont pas à la hauteur pour soutenir la victime	2	0,11	10	0,03	3,85	1,06	4	0	0
CAS AUTRES PAYS	39	2,24	830	2,31			33	31	36
POINT DE VUE DEPUIS L'EXTERIEUR (venir d'un autre pays)	21	1,21	221	0,62	53,85	26,63	15	10	28
Perception point de vue depuis regard de professeur	11	0,63	104	0,29	28,21	12,53	0	0	28
Perception, point de vue depuis un regard extérieur au pays	10	0,57	117	0,33	25,64	14,10	15	10	0
Modèle pays scandinaves, nord Europe : img égalité f.h +, en avance (- sexiste que) France	14	0,80	209	0,58	35,90	25,18	28	0	8
Pays d'Asie et Pakistan	10	0,57	401	1,12	25,64	48,31	0	26	0
C'est choquant-pas choquant la situation des femmes en Arabie Saoudite	2	0,11	57	0,16	5,13	6,87	0	5	0
Pakistan et les viols	3	0,17	21	0,06	7,69	2,53	0	8	0
Pakistan Evolution vers plus d'ouverture et liberté intergénération choix du mariage et choix femmes de travailler	4	0,23	221	0,62	10,26	26,63	0	10	0
Pays asiatiques n'ont pas intérêt à évoluer trop vite sinon ils tomberont dans les mêmes perversions qu'en France	1	0,06	50	0,14	2,56	6,02	0	3	0
Pays asiatiques, et en particulier Arabie Saoudite, évoluent et vont évoluer eux-aussi un peu quant aux droits des femmes	3	0,17	52	0,14	7,69	6,27	0	8	0
0. HORS THEMATIQUE	33	1,90	183	0,51			21	55	24
Aparté (manger, sortir)	13	0,75	106	0,30	39,39	57,92	9	30	0
Les hein, quoi, comment de demande de répéter	11	0,63	26	0,07	33,33	14,21	12	6	15
Opposition sans contenu ex Oui mais sans suite immédiate ou interrompu	5	0,29	14	0,04	15,15	7,65	0	15	0
Propos relation connaissance interpersonnelle	4	0,23	37	0,10	12,12	20,22	0	3	9
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	31	1,78	571	1,59			35	48	16
ETRE EN FAVEUR-DEFAVEUR D'INVERSER POUR SENSIBILISER POUR D'AUTRES CAUSES	29	1,67	528	1,47	93,55	92,47	35	42	16
C'est grave. malheureux de devoir en arriver là (dispositif) pour faire passer le message	5	0,29	46	0,13	16,13	8,06	0	16	0
En défaveur d'utiliser le même procédé pour d'autres causes (inverser détourner)	2	0,11	25	0,07	6,45	4,38	0	6	0
En faveur d'utiliser le même procédé pour d'autres causes (inverser détourner)	7	0,40	99	0,28	22,58	17,34	13	3	6
Je ne pense pas qu'imiter et tout montrer (tout dire) est la meilleure façon de dénoncer	5	0,29	103	0,29	16,13	18,04	0	16	0
Si ça n'avait pas été inversé, j'aurais été plus en colère et plus empathique	3	0,17	131	0,36	9,68	22,94	10	0	0
Utiliser même procédé, ms mettre ts clichés dedans dc contre-productif + jeu traitement ciné	7	0,40	87	0,24	22,58	15,24	23	0	0
DISPO ANALOGUE Déjà vu AVEC sujet analogue RACISME et HOMOSEXUALITE	2	0,11	43	0,12	6,45	7,53	0	6	0
DISPOSITIFS RECOMM. autres (hors marq.) POUR LES CREER - LES AMELIORER	28	1,61	861	2,40			36	50	14
RECOMM autres SOUSTRAIRE DES ELEMENTS	14	0,80	361	1,01	50,00	41,93	29	21	0
RECOMM moins d'image parasite SmC	3	0,17	57	0,16	10,71	6,62	0	11	0
RECOMM Prendre les scènes dans l'espace public, car pas de contrôle	3	0,17	111	0,31	10,71	12,89	11	0	0
MO RECOMM Développer plus une situation que jouer l'accumulation de situation	5	0,29	118	0,33	17,86	13,70	18	0	0
SmC RECOMM Faire plus court, et plus simple, parce que c'est long le clip	6	0,34	75	0,21	21,43	8,71	0	21	0

THEMES Nombre d'assertions total : 1740 Nombre de mots total : 35912	NB ass	% ass	NB mots	% mots	% ass ss-th. /au th.	% mots ss-th. /au th.	Sources du thème : sur 100% du thème, X% vient du FG1, FG2, FG3		
							FG1	FG2	FG3
RECOMM autres FAIRE DES AJOUTS	10	0,57	338	0,94	35,71	39,26	7	14	14
(et limite) Le dispositif seul ne se suffit pas, doit être accompagné, encadré, qu'il y en d'autres	8	0,46	304	0,85	28,57	35,31	0	14	14
RECOMM Ajout de scène dans l'entreprise	2	0,11	34	0,09	7,14	3,95	7	0	0
RECOMM autre FAIRE UN CHANGEMENT DE FORME DE DETOURNEMENT	6	0,34	162	0,45	21,43	18,82	0	21	0
RECOMM Faire un clip de rap original, une rappeuse, non parodique, pour que le message passe mieux	4	0,23	133	0,37	14,29	15,45	0	14	0
RECOMM Faire un message avec découverte à la fin (retournement final)	2	0,11	29	0,08	7,14	3,37	0	7	0
0. Remarque sur la technique	9	0,52	119	0,33			78	22	0
Avoir penser (les créatifs) ou non à tous ces détails	2	0,11	22	0,06	22,22	18,49	0	22	0
Contraintes du format qui ne permet pas de tout faire pour le mieux	4	0,23	76	0,21	44,44	63,87	44	0	0
Question technique du support LIEU DE TOURNAGE	3	0,17	21	0,06	33,33	17,65	33	0	0

AO. Annexe Réception : analyse thématique FG1

	FG1					
	NB assertions total	% assertions encodées	Nombre de mots total	% de mots encodés		
	598		10220			
	NB assertions	% assertions	NB mots	%mots	% assertion du sous thème par rapport	% mots du sous thème par rapport
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	84	14,05	1018	9,96		
LA SOCIETE, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	65	10,87	1114	10,90		
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	61	10,20	1246	12,19		
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	32	5,35	496	4,85		
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESENTI (face au) du DISPOSITIF	27	4,52	551	5,39		
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	60	10,03	1302	12,74		
DISPOSITIFS PROJETES - INTERESSANT, REpond A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	47	7,86	500	4,89		
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAIS PARTICULARISME	22	3,68	463	4,53		
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	26	4,35	567	5,55		
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	32	5,35	590	5,77		
DISPOSITIFS PROJETES - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explicités)	49	8,19	765	7,49		
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	45	7,53	810	7,93		
CAS AUTRES PAYS	13	2,17	179	1,75		
0. HORS THEMATIQUE	7	1,17	14	0,14		
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	11	1,84	245	2,40		
DISPOSITIFS RECOMMANDATIONS autres (hors marqueurs) POUR LES CREER - LES AMELIORER	10	1,67	263	2,57		
0. Remarque sur la technique	7	1,17	97	0,95		

AP. Annexe Réception : analyse thématique FG2

	FG2				
	NB assertions total	% assertions encodées	Nombre de mots total	% de mots encodés	
	716		15124		
	NB assertion	% assertions	NB mots	%mots	% assertion du sous thème par rapport
	% mots du sous thème par rapport				
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	245	34,22	5205	34,42	
LA SOCIETE, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	52	7,26	1201	7,94	
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	51	7,12	1198	7,92	
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	52	7,26	891	5,89	
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESENTI (face au) du DISPOSITIF	81	11,31	1968	13,01	
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	3	0,42	39	0,26	
DISPOSITIFS PROJETS - INTERESSANT, REpond A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	41	5,73	483	3,19	
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAIS PARTICULARISME	30	4,19	578	3,82	
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	44	6,15	1402	9,27	
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	37	5,17	613	4,05	
DISPOSITIFS PROJETS - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explicités)	19	2,65	352	2,33	
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	0	0,00	0	0,00	
CAS AUTRES PAYS	12	1,68	465	3,07	
0. HORS THEMATIQUE	18	2,51	123	0,81	
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	15	2,09	229	1,51	
DISPOSITIFS RECOMMANDATIONS autres (hors marqueurs) POUR LES CREER - LES AMELIORER	14	1,96	355	2,35	
0. Remarque sur la technique	2	0,28	22	0,15	

AQ. Annexe Réception : analyse thématique FG3

	FG3					
	NB assertions total	% assertions encodées	Nombre de mots total	% de mots encodés		
	426		10568			
	NB assertions	% assertions	NB mots	%mots	% assertion du sous thème par rapport au thème	% mots du sous thème par rapport au thème
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	57	13,38	1093	10,34		
LA SOCIETE, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	41	9,62	1138	10,77		
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	43	10,09	1565	14,81		
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	68	15,96	1787	16,91		
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESSENTI (face au) du DISPOSITIF	31	7,28	439	4,15		
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	43	10,09	1337	12,65		
DISPOSITIFS PROJETES - INTERESSANT, REPOND A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	17	3,99	141	1,33		
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAIS PARTICULARISME	43	10,09	1355	12,82		
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	24	5,63	555	5,25		
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	19	4,46	395	3,74		
DISPOSITIFS PROJETES - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explicites)	2	0,47	61	0,58		
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	7	1,64	130	1,23		
CAS AUTRES PAYS	14	3,29	186	1,76		
0. HORS THEMATIQUE	8	1,88	46	0,44		
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	5	1,17	97	0,92		
DISPOSITIFS RECOMMANDATIONS autres (hors marqueurs) POUR LES CREER - LES AMELIORER	4	0,94	243	2,30		
0. Remarque sur la technique	0	0,00	0	0,00		

AR. Annexe Réception : analyse thématique des enquêté·e·s du FG1

	FG1.1 Jules				FG1.2 Julie				FG1.3 Younés				FG1.4 Monique				FG1.5 Jane				FG1.6 Ahmed			
	Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG		
	233	2708			195	3224			68	685			153	1660			27	219			93		1724	
	(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)			(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)			(opinion de l'enquêté.e)			(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		
	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	22	9,44	193	7,13	31	15,90	445	13,80	7	10,29	76	11,09	25	16,34	235	14,16	2	7,41	16	7,31	7	7,53	53	3,07
LA SOCIETE, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	28	12,02	354	13,07	19	9,74	276	8,56	3	4,41	17	2,48	8	5,23	83	5,00	5	18,52	41	18,72	21	22,58	343	19,90
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	28	12,02	394	14,55	14	7,18	289	8,96	8	11,76	76	11,09	11	7,19	104	6,27	5	18,52	37	16,89	12	12,90	346	20,07
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	7	3,00	70	2,58	11	5,64	81	2,51	5	7,35	71	10,36	3	1,96	41	2,47	7	25,93	73	33,33	7	7,53	160	9,28
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESENTI (face au) du DISPOSITIF	12	5,15	178	6,57	10	5,13	314	9,74	2	2,94	11	1,61	4	2,61	48	2,89	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	48	20,60	515	19,02	29	14,87	552	17,12	4	5,88	20	2,92	24	15,69	199	11,99	1	3,70	5	2,28	1	1,08	11	0,64
DISPOSITIFS PROJETES - INTERESSANT, REpond A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	17	7,30	131	4,84	20	10,26	213	6,61	4	5,88	17	2,48	9	5,88	111	6,69	0	0,00	0	0,00	2	2,15	28	1,62
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAS PARTICULARISME	5	2,15	55	2,03	5	2,56	110	3,41	3	4,41	3	7,88	5	3,27	71	4,28	0	0,00	0	0,00	9	9,68	173	10,03
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	1	0,43	6	0,22	4	2,05	264	8,19	6	8,82	6	5,40	10	6,54	66	3,98	1	3,70	2	0,91	14	15,05	192	11,14
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	12	5,15	135	4,99	13	6,67	160	4,96	7	10,29	7	20,73	9	5,88	66	3,98	0	0,00	0	0,00	3	3,23	87	5,05
DISPOSITIFS PROJETES - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explicites)	13	5,58	146	5,39	13	6,67	177	5,49	4	5,88	27	3,94	27	17,65	408	24,58	0	0,00	0	0,00	1	1,08	7	0,41
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	21	9,01	185	6,83	15	7,69	225	6,98	8	11,76	106	15,47	8	5,23	130	7,83	5	18,52	44	20,09	5	5,38	120	6,96
CAS AUTRES PAYS	5	2,15	44	1,62	2	1,03	4	0,12	0	0,00	0	0,00	2	1,31	28	1,69	0	0,00	0	0,00	6	6,45	103	5,97
0. HORS THEMATIQUE	0	0,00	0	0,00	1	0,51	5	0,16	2	2,94	5	0,73	1	0,65	1	0,06	1	3,70	1	0,46	2	2,15	2	0,12
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	6	2,58	124	4,58	5	2,56	62	1,92	2	2,94	5	0,73	6	3,92	53	3,19	0	0,00	0	0,00	1	1,08	1	0,06
DISPOSITIFS RECOMMANDATIONS autres (hors marqueurs) POUR LES CREER - LES AMELIORER	6	2,58	136	5,02	1	0,51	13	0,40	0	0,00	0	0,00	1	0,65	16	0,96	0	0,00	0	0,00	2	2,15	98	5,68
0. Remarque sur la technique	2	0,86	42	1,55	2	1,03	34	1,05	3	4,41	21	3,07	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

AS. Annexe Réception : analyse thématique des enquêté·e·s du FG2

	FG27_Marc				FG28_Anaïs				FG29_Sophie				FG210_Michael				FG211_Pauline				FG212_Ibrahim			
	Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG		Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG	
	107		1572		205		3451		260		3859		149		2810		142		1966		59		1447	
		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)
	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	33	30,84	498	31,68	77	37,56	1355	39,26	110	42,31	1507	39,05	77	51,68	1309	46,58	32	22,54	291	14,80	10	16,95	243	16,79
LA SOCIÉTÉ, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	13	12,15	192	12,21	9	4,39	118	3,42	15	5,77	230	5,96	1	0,67	21	0,75	17	11,97	352	17,90	15	25,42	288	19,90
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	11	10,28	222	14,12	15	7,32	308	8,92	16	6,15	261	6,76	4	2,68	44	1,57	16	11,27	262	13,33	4	6,78	101	6,98
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	6	5,61	33	2,10	17	8,29	190	5,51	33	12,69	445	11,53	1	0,67	32	1,14	16	11,27	191	9,72	0	0,00	0	0,00
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESENTI (face au) du DISPOSITIF	7	6,54	84	5,34	18	8,78	306	8,87	25	9,62	641	16,61	23	15,44	533	18,97	12	8,45	265	13,48	5	8,47	122	8,43
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	0	0,00	0	0,00	1	0,49	9	0,26	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	1,41	30	1,53	0	0,00	0	0,00
DISPOSITIFS PROJETES - INTERESSANT, REPOND A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	10	9,35	132	8,40	7	3,41	48	1,39	8	3,08	92	2,38	8	5,37	90	3,20	7	4,93	52	2,64	4	6,78	69	4,77
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAS PARTICULARISME	8	7,48	169	10,75	7	3,41	60	1,74	7	2,69	107	2,77	0	0,00	0	0,00	9	6,34	101	5,14	6	10,17	141	9,74
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	4	3,74	33	2,10	20	9,76	585	16,95	11	4,23	165	4,28	13	8,72	433	15,41	4	2,82	84	4,27	2	3,39	102	7,05
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	1	0,93	33	2,10	12	5,85	139	4,03	8	3,08	113	2,93	8	5,37	128	4,56	14	9,86	200	10,17	0	0,00	0	0,00
DISPOSITIFS PROJETES - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explicites)	3	2,80	31	1,97	5	2,44	101	2,93	2	0,77	18	0,47	7	4,70	134	4,77	3	2,11	60	3,05	1	1,69	8	0,55
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
CAS AUTRES PAYS	2	1,87	17	1,08	1	0,49	11	0,32	7	2,69	74	1,92	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	10	16,95	363	25,69
0. HORS THEMATIQUE	3	2,80	18	1,15	9	4,39	44	1,27	6	2,31	29	0,75	3	2,01	11	0,39	4	2,82	20	1,02	1	1,69	1	0,07
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	5	4,67	103	6,55	2	0,98	48	1,39	4	1,54	38	0,98	0	0,00	0	0,00	4	2,82	31	1,58	1	1,69	9	0,62
DISPOSITIFS RECOMMANDATIONS autres (hors marqueurs) POUR LES CREER - LES AMELIORER	1	0,93	7	0,45	5	2,44	129	3,74	7	2,69	134	3,47	4	2,68	75	2,67	1	0,70	10	0,51	0	0,00	0	0,00
0. Remarque sur la technique	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	0,38	5	0,13	0	0,00	0	0,00	1	0,70	17	0,86	0	0,00	0	0,00

AT. Annexe Réception : analyse thématique des enquêté·e·s du FG3

	FG3 13_Brigitte				FG3 14_Bernard				FG3 15_Claude				FG3 16_Manon				FG3 17_Audrey			
	Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG			Nombre assertions total de l'enquêté.e dans son FG	Nombre de mots total de l'enquêté.e dans son FG		
	142	2808			96	2009			118	2716			75	1557			57	1463		
	(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)			(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)			(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)		(opinion de l'enquêté.e)	
	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre assertions sur ce thème	% des assertions de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions	Nombre de mots sur ce thème	% des mots de l'enquêté.e du thème relativement à ses assertions
DISPOSITIFS MARQUEURS discutés (ET REVELATION)	13	9,15	104	3,70	9	9,38	220	10,95	20	16,95	385	14,18	17	22,67	232	14,90	5	8,77	152	10,39
LA SOCIETE, SON ETAT SUR LA VIOLENCE ET L'EGALITE F-H	19	13,38	339	12,07	9	9,38	303	15,08	10	8,47	278	10,24	5	6,67	64	4,11	5	8,77	154	10,53
L'ECOLE, LES JEUNES, LES HOMMES	16	11,27	412	14,67	3	3,13	103	5,13	15	12,71	588	21,65	10	13,33	174	11,18	7	12,28	288	19,69
EXPRESSIVITES ET PERSPECTIVES DE CHANGEMENTS POSITIVES SUR LES DROITS ET VIOLENCES ENVERS LES FEMMES	23	16,20	469	16,70	14	14,58	328	16,33	18	15,25	413	15,21	5	6,67	132	8,48	19	33,33	431	29,46
DISPOSITIFS CIBLE - BUT - RESENTI (face au) du DISPOSITIF	7	4,93	44	1,57	4	4,17	10	0,50	13	11,02	152	5,60	8	10,67	174	11,18	2	3,51	59	4,03
LOI, FEMINISME, FEMINISATION, SEDUCTION vs HARCELEMENT - VISION + ET - DE CES FACTEURS DE CHANGEMENT	14	9,86	307	10,93	18	18,75	460	22,90	9	7,63	174	6,41	7	9,33	231	14,84	3	5,26	165	11,28
DISPOSITIFS PROJETES - INTERESSANT, REpond A QUELQUE CHOSE D'EXISTANT, PREND POSITION, DONNE UN MESSAGE, HISTOIRES VRAIES	3	2,11	11	0,39	6	6,25	43	2,14	2	1,69	10	0,37	5	6,67	47	3,02	2	3,51	30	2,05
GENRE - CONDAMNER LA TRANSGRESSION, RESPONSABILITES et CULPABILITE des FEMMES, LES REASSIGNER et BIAIS PARTICULARISME	27	19,01	650	23,15	8	8,33	222	11,05	12	10,17	409	15,06	2	2,67	64	4,11	1	1,75	10	0,68
DISPOSITIFS ET FORMES DE DETOURNEMENTS ANALOGUES A CELUI VU	2	1,41	4	0,14	10	10,42	158	7,86	4	3,39	79	2,91	5	6,67	184	11,82	7	12,28	130	8,89
GENRE - CONSTAT POIDS DU GENRE et VISION POSITIVE DE LA TRANSGRESSION (VR)	10	7,04	170	6,05	6	6,25	103	5,13	2	1,69	40	1,47	2	2,67	73	4,69	1	1,75	9	0,62
DISPOSITIFS PROJETES - POSSIBLE INCAPACITE DU DISPOSITIF A ATTEINDRE SON BUT, BARRIERE (explícites)	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	1,69	61	2,25	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
(in)ACTION et (non) SOUTIEN AUX VICTIMES DE VIOLENCES (VR)	2	1,41	36	1,28	2	2,08	27	1,34	3	2,54	67	2,47	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
CAS AUTRES PAYS	0	0,00	0	0,00	2	2,08	14	0,70	4	3,39	37	1,36	6	8,00	109	7,00	3	5,26	25	1,71
0. HORS THEMATIQUE	0	0,00	0	0,00	3	3,13	9	0,45	3	2,54	21	0,77	1	1,33	6	0,39	2	3,51	10	0,68
DISPOSITIFS - TRANSFERABILITE DU DETOURNEMENT	2	1,41	19	0,68	2	2,08	9	0,45	1	0,85	2	0,07	2	2,67	67	4,30	0	0,00	0	0,00
DISPOSITIFS RECOMMANDATIONS autres (hors marqueurs) POUR LES CREER - LES AMELIORER	4	2,82	243	8,65	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
0. Remarque sur la technique	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

AU. Annexe Réception : ECER, tableau des réactions concomitantes en réception

	FG1	FG2 ⁵	FG3
Réactions concomitantes en réception			
Verbalisations concomitantes à la réception	4 (positifs) 2 (neutres)	3 (positifs) 3 (négatifs) 9 (neutres)	-
<i>dont verbalisations en réaction à une verbalisation d'un-e autre récepteur-trice</i>	2 (neutre)	3 (positifs) 2 (neutres)	-
Réactions non verbales en réaction à une verbalisation d'un-e autre récepteur-trice	5 Regards 3 Sourires 2 Rires	19 Regards en retours 1 Réponse non verbale	-
Concentration des verbalisations	2/6 récepteur-trice-s	4/6 récepteur-trice-s	0/5 récepteur-trice-s
Réactions non verbales significatives concomitantes à la réception	30 Sourires 5 Prises de note 9 Regards vers un-e autre 2 Se rapproche/avance 22 Reculs/grimaces faciales	7 Sourires 5 Regards vers un-e autre 2 Se rapproche/avance 6 Reculs/grimaces faciales	1 Sourire 32 Prises de note 6 Regards vers un-e autre 5 Se rapproche/avance 9 Reculs/grimaces faciales
Réactions non verbales non significatives	36	26	49
Marqueurs de DDG liés aux verbalisations/réactions non verbales significatives et orientation des verbalisations et réactions			
MO Musique intro « comme un garçon »	3 (positifs) ; 1 (neutre) ; Peu repris dans les discussions +		
MO Poussette et voisine	1(positif) ; 1(neutre) ; Peu repris dans les discussions +		
MO Femme torse nue (img) et son discours	1(positif) ; 2 (neutre) ; Non repris		
MO Pierre va chez Nissar (img) et discussion	8 (positifs) ; 1 (négatif) ; 1 (neutre) ; Peu repris dans les discussions +		
MO Vélo et insultes de la femme sans-abris	5 (positifs) ; 2 (négatifs) ; 3 (neutre) ; Peu repris dans les discussions +/-		
MO Aggression ruelle	6 (positifs) ; 2 (négatifs) ; Largement repris dans les discussions +		
MO Policière discours	4 (positifs) ; 9 (négatifs) ; 5 (neutre) ; Largement repris dans les discussions +		
MO Compagne discours et s'en va. Générique	6 (positifs) ; 11 (négatifs) ; 5 (neutre) ; Repris dans les discussions +		
CLIT Reprise intro d'Orelsan	1 (positive) ; 3 (neutre) ; Non repris		
CLIT Intro baignoire et prénoms	2 (négative) ; 9 (neutre) ; Repris dans les discussions -		
CLIT Couplet + Refrain 1 baignoire, tampons, homme 4 pattes puis entre les jambes	5 (positifs) ; 5 (négatifs) ; 17 (neutre) ; Repris dans les discussions +/-		
CLIT Couplet + Refrain 2 Cave et entre les jambes	2 (positifs) ; 4 (négatifs) ; 1(neutre) ; Repris dans les discussions 0		
CLIT Acoustique, images, chiffres et générique	3 (positifs) ; 2 (négatifs) ; 1 (neutre) ; Largement repris dans les discussions (chiffres) +		
CROCO Planches témoignages	1 (positif) ; 5 (négatifs) ; 25 (neutre) (notes) Largement repris dans les discussions (crocos) -/0 H5 Milieu professionnel et groupe d'hommes ; H8 agression verbale et peur ; H9 Agression et baffe en retour ; H10 Métro des crocodiles ; H12 Viol conjugal		
CROCO Planches conseils et regard méta	11 (neutre) (notes) ; 4 (négatifs) ; Peu repris dans les discussions +/- C1 Conseil aux harceleurs ; C3 Dragage <i>versus</i> harcèlement ; C4 Harcèlement n'arrive pas qu'aux femmes sexy		
Synthèse générale	Des interactions plus fréquentes avec le dispositif qu'entre récepteur-trice-s. Concentration des verbalisations sur 2 individus. Des réactions positives (sourire +, et dans le sens des intentions) qui basculent progressivement vers des réactions négatives (recul ou grimace -, et dans le sens des intentions). Tous les marqueurs repris évoquent le DDG. Les marqueurs repris sont tous des discours filmiques, à l'exception de l'agression, relevant de l'image.	3 expositions dont seule la première crée des interactions significatives. Des réactions plutôt neutres, interactionnelles, liées à la difficile compréhension du détournement et de l'œuvre originale. Des interactions significatives plus fortes entre récepteur-trice-s qu'avec le dispositif, mais en lien avec lui. Tous les marqueurs repris portent sur le DDG. Les marqueurs sont à la fois d'image et de discours et importance des chiffres à la fin.	Aucune verbalisation : possiblement lié à la lecture. Des réactions neutres dominantes : prises de note. Des interactions souvent non significatives ou neutres avec le dispositif, et non interactionnelles entre récepteur-trice-s. Marqueurs partagés entre DDG et histoires narrées. Les marqueurs sont à la fois d'image et de discours.

⁵ Seule la première projection du clip « C.L.I.T. » indique des verbalisations et réactions significatives et est présentée dans le tableau.

AV. Annexe Réception : interactions prises de paroles

	PRISES DE PAROLE				Premiers thèmes abordés
	Nombre prises de parole	Proportion relative	Nombre de mots encodés	Proportion relative	
Détails, explications	Ennonce et pondère les tours et prise de parole, la participation aux interactions. Et donne un indice que les places des enquêté/e/s et positions dans les échanges. Sont exclus le non verbal, mais sont inclus les onomatopées "Hm" (acquiescement, doute, du moins participation à l'interaction). Nuance le contenu, thème et influence : ce n'est pas parce qu'un/e enquêté/e prend le plus parole (ou parle plus) que son opinion est représentative de l'opinion partagée.		Ennonce et pondère la concentration des contenus discursifs entre enquêté/e. Comptabilisation depuis Nvivo.		Tendance à s'exprimer davantage sur ces sujets. Comptabilisation depuis Nvivo.
FG1					TH1 : INDICES TH2 : SOCIETE TH3 : ECOLE, JEUNE, HOMME
1_Jules	180	29,70	2708	26,45	TH6 Loi, féminisme...
2_Julie	156	25,74	3228	31,53	TH1 Indices
3_Younès	59	9,74	696	6,80	TH3 Ecole, jeune, H.
4_Monique	129	21,29	1661	16,22	TH11 Possible incapacité
5_Jane	27	4,46	219	2,14	TH4 Expressivité et perspective
6_Ahmed	55	9,08	1727	16,87	TH2 Société
TOTAL	606	100,00	10239	100,00	
0_Animatrice	33	5,16	567	5,25	
Total	639	100	10806	100	
FG2					TH1 : INDICES TH5 : CIBLE, BUT, RESSENTI TH9 : DISPO et FORME DE DETOURNEMENT
7_Marc	81	11,52	1601	10,57	TH1 Indices
8_Anais	163	23,19	3451	22,78	TH1 Indices
9_Sophie	204	29,02	3868	25,53	TH1 Indices
10_Michael	119	16,93	2814	18,58	TH1 Indices
11_Pauline	96	13,66	1967	12,98	TH1 Indices
12_Ibrahim	40	5,69	1448	9,56	TH2 Société
TOTAL	703	100,00	15149	100,00	
0_Animatrice	64	8,34	1042	6,44	
Total	767	100,00	16191	100,00	
FG3					TH4 : EXPRESSIVITE et PERSPECTIVE de CHGT + TH1 : INDICES
13_Brigitte	59	21,45	2819	26,62	TH8 Condamner transgression
14_Bernard	58	21,09	2016	19,04	TH6 Loi, féminisme...
15_Claude	72	26,18	2727	25,75	TH1 Indices
16_Manon	48	17,45	1562	14,75	TH1 Indices
17_Audrey	38	13,82	1465	13,84	TH4 Expressivité et perspective
TOTAL	275	100,00	10589	100,00	
0_Animatrice	45	14,06	902	7,85	
Total	320	100,00	11491	100,00	

AW. Annexe Réception : interactions regards

	REGARDS										
	Regards dirigés VERS l'enquêté.e	dont regards de tous les enquêt.e.s vers	Le regards de l'enquêté.e (ligne) porte sur l'enquêté (colonne)...							Regards non ciblés	Regards vers le groupe
Détails, explications	Nombre de fois où l'enquêté.e est regardé par un ou plusieurs enquêt.e.s	Tous les enquêt.e.s regardent en même temps cet.te enquêté.e qui parle									
FG1			1_Jules	2_Julie	3_Younès	4_Monique	5_Jane	6_Ahmed	0_Animatrice	Tou.t.e.s ont un [RNC] : 12	
1_Jules	186	31		66	10	50	14	42	57	49	16
2_Julie	151	35	73		18	33	5	7	51	167	1
3_Younès	58	8	34	18		22	4	22	14	93	2
4_Monique	144	31	65	46	18		6	23	42	82	5
5_Jane	27	3	40	33	6	21		34	15	72	5
6_Ahmed	75	6	57	29	26	39	5		24	96	1
0_Animatrice	205	4									
FG2			7_Marc	8_Anais	9_Sophie	10_Michael	11_Pauline	12_Ibrahim		Tou.t.e.s ont un [RNC] : 3	
7_Marc	90	6		35	44	25	24	11	34	66	6
8_Anais	181	12	57		55	64	32	44	60	90	1
9_Sophie	221	19	56	54		72	57	48	138	63	28
10_Michael	106	3	28	38	56		19	33	29	119	2
11_Pauline	115	11	27	26	45	27		23	72	102	2
12_Ibrahim	45	8	6	9	17	14	13		16	32	4
0_Animatrice	328	11	34	60	138	29	72	16			
FG3			13_Brigitte	14_Bernard	15_Claude	16_Manon	17_Audrey			Tou.t.e.s ont un [RNC] : 6	
13_Brigitte	148	22		62	47	26	69		118	130	19
14_Bernard	153	8	63		21	48	54		72	113	0
15_Claude	168	18	70	21		40	80		49	144	0
16_Manon	86	9	12	27	23		41		47	156	1
17_Audrey	138	18	26	38	44	21			47	51	19
0_Animatrice	336	16	117	72	49	47	48				

AX. Annexe Réception : interactions signes para-verbales FG1

	Cas de synchronisation du tour de parole particuliers		Mise en scène particulière		
	Prendre la parole	Parle en même temps, locutions superposées	JOUER UNE HISTOIRE OU FAIRE PARLER UN AUTRE	Ironie	Signes linguistiques vocaux
Détails, explication	Se coupe : [SC] Coupe la parole à : [CP 0_] Tentative de prendre la parole : [TPP] Répète le mot ou morceau de phrase de l'enquêté précédent : [RMEP] Finit la phrase de l'enquêté précédent : [FPEP]	[: un premier enquêté parle le second parle en même temps	Jouer, mimer ce que l'enquêté raconte]: [JMR] [aire parler un tiers : [FPT]	ironie explicite : [ironie]	Souffle : soupir et soufflement : [Sp] Bafouillement : [B] Toux : [Tx] [Silence] : [Si] [onomatopée]
FG1					
1_Jules	3 [SC] 4 [CP] à 2 à Julie ; 1 à Younès ; 1 à Monique 3 [TPP] 5 [RMEP] 3 [FPEP]	9 [: 1_Jules + ... AVEC 3 [: 1_Jules 2_Julie 1 [: 1_Jules 2_Julie 3_Younès 2 [: 1_Jules 5_Jane 1 [: 1_Jules 6_Ahmed 2 [: 1_Jules 4_Monique 4 [: ... + 1_Jules AVEC 2 [: 2_Julie 1_Jules 2 [: 4_Monique 1_Jules	0	0	14 Hm. [onomatopée]
2_Julie	1 [SC] 2 [CP] à 2 Younès 4 [TPP] 7 [RMEP] 3 [FPEP]	4 [: 1_Julie + ... AVEC 2 [: 2_Julie 1_Jules 1 [: 2_Julie 3_Younès 1 [: 2_Julie 4_Monique 8 [: ... + 2_Julie AVEC 2 [: 4_Monique 2_Julie 3 [: 1_Jules 2_Julie 1 [: 1_Jules 2_Julie 3_Younès 1 [: 4_Monique 1_Jules 2_Julie 1 [: 3_Younès 2_Julie	4 [FPT]	0	2 [Sp] 6 [B] 5 [Si] 4 Hm. [onomatopée] 1 Hhhh [onomatopée]
3_Younès	1 [CP] à Jules 6 [TPP] 2 [FPEP]	1 [: 3_Younès + ... AVEC 1 [: 3_Younès 2_Julie 2 [: ... + 3_Younès AVEC 1 [: 2_Julie 3_Younès 1 [: 1_Jules 2_Julie 3_Younès	2 [JMR] 3 [FPT]		1 [B] 16 [Tx] 4 [Si] 1 Hm. [onomatopée] 1 Pff [onomatopée]
4_Monique	1 [SC] 11 [CP] à 4 Jules ; 6 à Julie ; 1 à Jane ; 1 à Younès 1 [TPP] 2 [RMEP] 2 [FPEP]	5 [: 4_Monique + ... AVEC 2 [: 4_Monique 2_Julie 1 [: 4_Monique 5_Jane 1 [: 4_Monique 1_Jules 1 [: 4_Monique 1_Jules 2_Julie 5 [: ... + 4_Monique AVEC 2 [: 2_Julie 4_Monique 3 [: 1_Jules 4_Monique	1 [JMR] 7 [FPT]	3 [ironie]	6 [Sp] 7 [Si] 5 Hm. [onomatopée] ; 4 Pff [onomatopée] ; 3 Ah [onomatopée] ; 4 Oh ou Ohr ou Moh [onomatopée] ; 1 pouh lala [onomatopée]
5_Jane	1 [SC] 4 [TPP] 1 [FPEP]	0 [: 5_Jane + ... AVEC 3 [: ... + 5_Jane AVEC 2 [: 1_Jules 5_Jane 1 [: 4_Monique 5_Jane	1 [JMR]	2 [ironie]	1 Hm. [onomatopée] 1 pff [onomatopée]
6_Ahmed	3 [TPP] 1 [RMEP] 2 [FPEP]	0 [: 6_Ahmed + ... AVEC 1 [: ... + 6_Ahmed AVEC 1 [: 1_Jules 6_Ahmed	1 [JMR] 1 [FPT]	0	6 [Sp] 7 [B] 4 [Si]
hors PP					Tou.t.e.s : 19 [Si]

Signes non linguistiques corporo-visuel										
	Sourire et rire	Mimique faciale	Mouvement hōchement tête	Mouvement épaules	Mouvement du corps	Mouvements mains	Bruits avec mains ou doigts	Main qui s'occupent	Mouvement des bras	Pointer
Détails, explication	sourire : [R] rire : [R] pas de sourire : [PdS]	Mimique Faciale : [MF] A-coup tête : [ACT] Yeux fermés : [YF] Yeux ronds explicites : [YR]	Hochement de tête vertical : [HTV] hochement de tête : [HT] hochement de tête horizontal : [HTH]	hausse une ou les épaules : [HE]	Avance son corps, buste en avant vers le groupe [AC] S'adosse à son siège, se recule : [SAS] Mouvement du corps (buste, bras, mains, tête) : [MC] Mouvement de repli du corps : [MCR]	Mouvement main(s) : [MM] vers soi : [MME] [MMS] Mise à distance, rejet : [MMMM] Léger mains parallèles, paume contre paume : [MMPP] Ouvertes paumes vers le haut : [MOPH] Mouvement doigt ou comptage : [MD] ; [MDC]	Main qui frappe sur la table ou entre elles, effet de mouvement et bruit marquage, doigts qui claquent : [MTT]	Main devant la bouche ou le visage : [MDBV] Main qui touche la tête : [MT] Main et regard sur son téléphone : [MRT]	Mouvement bras ou avant-bras ouvert plutôt horizontal ou vertical : [MBO] Croise les bras : [CLB]	Pointe, montre le mur de projection : [PMP] Pointe sa main (ou bras explicitement) vers un enquêté : [PMV 4] Etend sa main vers le groupe lui laissant la parole : [PMV Groupe]
FG1										
1_Jules	10 [S] 2 [R]	4 [MF] 1 [YR]	11 [HT] 13 [HTV] 2 [HTH]	14 [HE]	5 [AC] 4 [SAS] 3 [MC]	45 [MM] 1 [MMS] 4 [MMPP] 2 [MOPH] 1 [MD]	0	1 [MDBV] 1 [MT]	3 [MBO] 3 [CLB]	2 [PMV] 1 vers Julie ; 1 vers Monique
2_Julie	29 [S] 13 [R]	27 [MF] 3 [YF] 1 [YR]	5 [HT] 3 [HTV] 3 [HTH]	1 [HE]	4 [AC] 7 [SAS] 1 [MCR]	36 [MM] 3 [MMES] 5 [MME] 4 [MMS] 4 [MMMM] 5 [MMPP] 7 [MOPH] 1 [MDC]	4 [MTT]	5 [MDBV] 7 [MT]	12 [MBO] 5 [CLB]	3 [PMP] 7 [PMV] avec 3 vers Monique, 2 vers Jules et 2 vers Ahmed
3_Younès	14 [S] 8 [R]	0	1 [HT] 4 [HTV]	0	2 [SAS]	6 [MM] 1 [MME] 1 [MMPP]	0	2 [MDBV] 4 [MT]	8 [MBO]	1 [PMP]
4_Monique	10 [S] 8 [R]	14 [MF] 5 [ACT] 2 [YF] 1 [YR]	3 [HT] 12 [HTV] 2 [HTH]	6 [HE]	13 [AC] 6 [SAS] 4 [MC] 1 [MCR]	19 [MM] 1 [MMES] 1 [MOPH]	7 [MTT]	3 [MDBV] 11 [MT] 5 [MRT]	5 [MBO] 1 [CLB]	1 [PMP] 2 [PMV] Julie
5_Jane	14 [S] 3 [R]	2 [MF]	0	0	7 [AC] 6 [SAS]	3 [MM] 1 [MME] 1 [MMPP]	3 [MTT]	1 [MDBV] 5 [MT]	0	1 [PMV Groupe]
6_Ahmed	12 [S] 2 [R]	8 [MF]	7 [HT] 12 [HTV] 1 [HTH]	10 [HE]	3 [AC] 5 [SAS] 3 [MC] 2 [MCR]	26 [MM] 2 [MME] 2 [MMS] 1 [MMPP]	2 [MTT]	5 [MDBV] 11 [MT] 5 [MRT]	9 [MBO] 2 [CLB]	1 [PMV] vers Monique
hors PP										

AY. Annexe Réception : interactions signes para-verbales FG2

Cas de synchronisation du tour de parole particuliers		Mise en scène particulière			
Prendre la parole	Parle en même temps, locutions superposées	JOUER UNE HISTOIRE OU FAIRE PARLER UN AUTRE	Ironie	Signes linguistiques vocaux	
FG2					
7_Marc	2 [CP] avec 1 à Anais et 1 à Sophie 1 [RMEP] 1 [FPEP]	1[: 7_Marc + ... AVEC [: 7_Marc 9_Sophie 8[: ... + 7_Marc AVEC 3[: 8_Anais 7_Marc 1[: 8_Anais 7_Marc 10_Michael 9_Sophie 2[: 9_Sophie 7_Marc 1[: 10_Michael 7_Marc 9_Sophie 8_Anais 1[: 10_Michael 7_Marc	0 [JMR] 0 [FPT]	0	2 [So] 5 [B] 10 [Sii] 3 [ONOMATOPEE]
8_Anais	2 [SC] 2 [CP] avec 2 à l'animatrice 1 [TPP] 3 [RMEP] 3 [FPEP]	10[: 8_Anais + ... AVEC 4[: 8_Anais 10_Michael 3[: 8_Anais 7_Marc 1[: 8_Anais 7_Marc 10_Michael 9_Sophie 1[: 8_Anais 11_Pauline 3[: 8_Anais 10_Michael 2[: ... + 8_Anais AVEC 1[: 11_Pauline 8_Anais 1[: 10_Michael 7_Marc 9_Sophie 8_Anais	1 [JMR] 1 [FPT]	0	5 [SP] 19 [ONOMATOPEE]
9_Sophie	6 [SC] 12 [CP] avec 2 à Michael, 6 à Anais, 1 à Ibrahim, 2 à Pauline et 1 à Marc 2 [RMEP] 8 [FPEP]	7[: 9_Sophie + ... AVEC 3[: 9_Sophie 10_Michael 2[: 9_Sophie 7_Marc 1[: 9_Sophie 11_Pauline 1[: 9_Sophie 10_Michael 11_Pauline 7[: ... + 9_Sophie AVEC 1[: 7_Marc 9_Sophie 1[: 8_Anais 7_Marc 10_Michael 9_Sophie 2[: 10_Michael 9_Sophie 1[: 10_Michael 9_Sophie 11_Pauline 1[: 8_Anais 9_Sophie 10_Michael 1[: 10_Michael 7_Marc 9_Sophie 8_Anais	0 [JMR] 3 [FPT]	0	5 [SO] 1 [B] 14 [ONOMATOPEE]
10_Michael	5 [SC] 2 [CP] avec 1 à Ibrahim et 1 à Sophie 6 [TPP] 3 [RMEP] 1 [FPEP]	5[: 10_Michael + ... AVEC 2[: 10_Michael 9_Sophie 1[: 10_Michael 9_Sophie 11_Pauline 1[: 10_Michael 7_Marc 9_Sophie 8_Anais 1[: 10_Michael 7_Marc 10[: ... + 10_Michael AVEC 4[: 8_Anais 10_Michael 1[: 8_Anais 7_Marc 10_Michael 9_Sophie 3[: 9_Sophie 10_Michael 1[: 8_Anais 9_Sophie 10_Michael 1[: 9_Sophie 10_Michael 11_Pauline	1 [FPT]	0	3 [SO] 1 [B] 16 [ONOMATOPEE]
11_Pauline	2 [TPP] 1 [RMEP] 2 [FPEP]	1[: 11_Pauline + ... AVEC 1[: 11_Pauline 8_Anais 4[: ... + 11_Pauline AVEC 1[: 8_Anais 11_Pauline 1[: 10_Michael 9_Sophie 11_Pauline 1[: 9_Sophie 11_Pauline 1[: 9_Sophie 10_Michael 11_Pauline	0	0	3 [ONOMATOPEE]
12_Ibrahim	1 [CP] avec 1 à Anais 1 [RMEP]	0[: 12_Ibrahim + ... AVEC 0[: ... + 12_Ibrahim AVEC	0	0	1 [SO] 1 [B] 2 [ONOMATOPEE]
hors Prise de parole					Tou.t.e.s : 28 [Sii]

Signes non linguistiques corporo-visuel									
Sourire et rire	Mimique faciale	Mouvement hôtelement tête	Mouvement épaules	Mouvement du corps	Mouvements mains	Bruits avec mains ou doigts	Main qui s'occupe	Mouvement des bras	Pointer
sourire : [R] rire : [R] pas de sourire : [PdS]	Mimique faciale : [MF] A-coup tête : [ACT] Yeux fermés : [YF] Yeux ronds explicites : [YR]	Hochement de tête vertical : [HTV] hochement de tête : [HT] hochement de tête horizontal : [HTH]	hausse une ou les épaules : [HE]	Avance son corps, buste en avant vers le groupe [AC] S'adosse à son siège, se recule : [SAS] Mouvement du corps (buste, bras, mains, tête) : [MC] Mouvement de repli du corps : [MCR]	Mouvement main(s) : [MM] vers soi : [MME] [MMS] Mise à distance, rejet : [MMMD] Léger mains parallèles, paume contre paume : [MMPP] Ouvertes paumes vers le haut : [MOPH] Mouvement doigt ou comptage : [MD] ; [MDC]	Main qui frappe sur la table ou entre elles, effet de mouvement et bruit marquée, doigts qui claquent : [MTT]	Main devant la bouche ou le visage : [MDBV] Main qui touche la tête : [MT] Main et regard sur son téléphone : [MRT]	Mouvement bras ou avant-bras ouvert plutôt horizontal : [MBO] Croise les bras : [CLB]	Pointe, montre le mur de projection : [PMP] Pointe sa main (ou bras explicitement) vers un enquêté : [PMV 4_] Etend sa main vers le groupe lui laissant la parole : [PMV Groupe]

FG2										
7_Marc	46 [S] 5 [R]	3 [MF] 1 [ACT] 1 [YF] [YR]	4 [HT]	3 [HE]	7 [AC] 5 [SAS] 3 [MC] 1 [MCR]	8 [MM] 1 [MMPP] 1 [MOPH]	0	1 [MDBV] 6 [MT]	2 [MBO] 1 [CLB]	1 [PMP] 2 PMV avec 1 vers Pauline et 1 vers Anais
8_Anais	21 [S] 16 [R]	1 [MF] 2 [ACT] 2 [YF]	7 [HT] 21 [HTV] 2 [HTH]	10 [HE]	2 [SAS] 2 [MC]	27 [MM] 2 [MMPP]	0	1 [MDBV] 4 [MT]	4 [MB]	3 [PMP] 3 [PMV] avec 1 vers Michael 1 vers Pauline 1 vers Sophie
9_Sophie	10 [S] 12 [R]	11 [MF] 3 [ACT] 0 [YF] 2 [YR]	10 [HT] 1 [HTV] 1 [HTH]	6 [HE]	2 [AC] 1 [SAS] 2 [MC]	28 [MM] 1 [MMS] 3 [MMPP] 5 [MOPH]	0	5 [MT] 2 [MRT]	1 [MBO] 1 [CLB]	3 [PMP] 15 [PMV] avec 3 vers animatrice, 4 vers Marc, 1 vers Michael, 3 vers Pauline, 4 vers Anais
10_Michael	15 [S] 6 [R]	5 [MF] 1 [YF]	1 [HT] 3 [HTV]	0	6 [AC] 8 [SAS] 6 [MC] 1 [MCR]	35 [MM] 1 [MMS] 1 [MMPP] 1 [MOPH] 4 [MD]	0	12 [MT]	13 [MB] 3 [CLB]	2 [PMP] 6 [PMV] vers 2 Anais, 2 Sophie, 1 Marc, 1 Ibrahim
11_Pauline	34 [S] 13 [R]	3 [MF] 1 [ACT] 3 [YR]	4 [HT] 15 [HTV] 3 [HTH]	4 [HE]	1 [AC] 3 [SAS] 5 [MC]	15 [MM] 3 [MMS] 1 [MMPP] 2 [MOPH]	0	2 [MT]	2 [MB]	1 [PMP] 1 [PMV Michael]
12_Ibrahim	22 [S] 1 [R]	2 [MF]	3 [HT] 1 [HTV]	2 [HE]	0	10 [MM] 1 [MMPP]	0	3 [MT]	0	1 [PMP]
hors Prise de parole										

AZ. Annexe Réception : interactions signes para-verbales FG3

Cas de synchronisation du tour de parole particuliers		Mise en scène particulière		
Prendre la parole	Parle en même temps, locutions superposées	JOUER UNE HISTOIRE OU FAIRE PARLER UN AUTRE	Ironie	Signes linguistiques vocaux
FG3				
13_Brigitte	1 [SC] 2 [CP] avec 1 à Manon et 1 à Animatrice 1 [TPP] 6 [RMEP] 4 [FPEP]	0 [: 13_Brigitte + ... AVEC 1 [: ... + 13_Brigitte AVEC 1 [: 14_Bernard 13_Brigitte	2 [JMR] 3 [FPT]	0 2 [SO] 1 [B] 10 [ONOMATOPEE] 8 [sil]
14_Bernard	0 [SC] 1 [CP] avec 1 à Manon 2 [TPP] 2 [RMEP]	1 [: 14_Bernard + ... AVEC 1 [: 14_Bernard 13_Brigitte 2 [: ... + 14_Bernard AVEC 1 [: 17_Audrey 15_Claude 14_Bernard 1 [: 16_Manon 14_Bernard	3 [FPT]	0 1 [SO] 2 [B] 28 [ONOMATOPEE] 2 [sil]
15_Claude	1 [SC] 1 [CP] avec 1 à Audrey 3 [TPP]	0 [: 15_Claude + ... AVEC 4 [: ... + 15_Claude AVEC 3 [: 17_Audrey 15_Claude 1 [: 17_Audrey 15_Claude 14_Bernard	4 [FPT]	0 3 [SO] 6 [B] 5 [ONOMATOPEE] 5 [sil]
16_Manon	1 [SC] 1 [TPP] 1 [RMEP]	2 [: 16_Manon + ... AVEC 1 [: 16_Manon 14_Bernard 1 [: 16_Manon 17_Audrey 0 [: ... + 16_Manon AVEC	2 [FPT]	0 1 [SO] 2 [B] 6 [ONOMATOPEE] 1 [sil]
17_Audrey	4 [CP] avec 2 à Claude ; 1 à Bernard ; 1 à animatrice 1 [RMEP] 1 [FPEP]	4 [: 17_Audrey + ... AVEC 3 [: 17_Audrey 15_Claude 1 [: 17_Audrey 15_Claude 14_Bernard 1 [: ... + 17_Audrey AVEC 1 [: 16_Manon 17_Audrey	5 [FPT]	2 [IRONIE] 2 [SP] 2 [B] 11 [ONOMATOPEE] 2 [SIL]
hors Prise de parole				Tou.t.e.s : 32 [SIL]

Signes non linguistiques corporo-visuel									
Sourire et rire	Mimique faciale	Mouvement hōchement tête	Mouvement épaules	Mouvement du corps	Mouvements mains	Bruits avec mains ou doigts	Main qui s'occupent	Mouvement des bras	Pointer
sourire : [R] rire : [R] pas de sourire : [PdS]	Mimique Faciale : [MF] A-coup tête : [ACT] Yeux fermés : [YF] Yeux ronds explicités : [YR]	Hochement de tête vertical : [HTV] hochement de tête : [HT] hochement de tête horizontal : [HTH]	hausse une ou les épaules : [HE]	Avance son corps, buste en avant vers le groupe [AC] S'adosse à son siège, se recule : [SAS] Mouvement du corps (buste, bras, mains, tête) : [MC] Mouvement de repli du corps : [MCR]	Mouvement main(s) : [MM] vers soi : [MME] [MMS] Mise à distance, rejet : [MMMD] Léger mains parallèles, paume contre paume : [MMPP] Ouvertes paumes vers le haut : [MOPH] Mouvement doigt ou comptage : [MD]; [MDC]	Main qui frappe sur la table ou le visage : [MDBV] Main qui touche la tête : [MT] Main et regard sur son téléphone : [MRT]	Main qui frappe sur la table ou le visage : [MDBV] Main qui touche la tête : [MT] Main et regard sur son téléphone : [MRT]	Mouvement bras ou avant-bras ouvert plutôt horizontal ou vertical : [MBO] Croise les bras : [CLB]	Pointe, montre le mur de projection : [PMP] Pointe sa main (ou bras explicitement) vers un enquêté : [PMV 4_] Etend sa main vers le groupe lui laissant la parole : [PMV Groupe]

FG3	<									
13_Brigitte	18 [S] 4 [R]	24 [MF] 1 [ACT] 13 [YF] 7 [YR]	22 [HT] 32 [HTV] 1 [HTH]	12 [HE]	2 [AC] 4 [SAS] 1 [MC] 1 [MCR]	33 [MM] 2 [MMPP] 1 [MOPH] 3 [MD]	1 [MTT] 2 [CDD]	4 [MT]	8 [MB] 3 [CLB]	6 [PMP] 4 [PMV] avec 2 vers Claude ; 1 vers Bernard ; 1 vers Audrey
14_Bernard	20 [S] 7 [R]	2 [MF] 1 [ACT]	8 [HT] 1 [HTH]	19 [HE]	1 [MCR]	35 [MM] 1 [MMPP] 2 [MMS] 1 [MME] 2 [MOPH] 5 [MD]	0	2 [MDBV] 1 [MT]	5 [MB] 3 [CLB]	4 [PMP]
15_Claude	15 [S] 7 [R]	7 [MF] 3 [ACT] 1 [YR]	3 [HT]	8 [HE]	1 [AC] 1 [SAS] 1 [MC] 1 [MCR]	41 [MM] 3 [MME] 1 [MMS] 3 [MOPH] 8 [MD]	0	2 [MDBV]	7 [MB] 1 [CLB]	3 [PMP] 4 [PMV] avec 1 vers Audrey ; 2 vers Bernard ; 1 vers sa feuille
16_Manon	37 [S] 4 [R]	10 [MF] 1 [ACT] 3 [YR]	10 [HT] 1 [HTV]	5 [HE]	2 [AC]	31 [MM] 1 [MMPP] 2 [MME]	0	3 [MDBV] 1 [MT]	4 [CLB]	1 [PMP]
17_Audrey	39 [S] 15 [R]	38 [MF] 3 [ACT] 2 [YF] 6 [YR]	25 [HT] 14 [HTV] 2 [HTH]	3 [HE]	2 [HCA] 3 [SAS] 6 [MC] 2 [MCR]	20 [MM] 1 [MME] 1 [MMS] 1 [MOPH] 3 [MD]	0	5 [MDBV] 5 [MT]	27 [MB] 1 [CLB]	5 [PMP] 4 [PMV] avec 4 vers Manon
hors Prise de parole										

BA. Annexe Réception : FG1, concentration et hiérarchisation des 5 thèmes les plus discutés par récepteur·trice

Focus group 1											
1_Jules		2_Julie		3_Younès		4_Monique		5_Jane		6_Ahmed	
Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass
Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	20,60%	Marqueurs des dispositifs	15,90%	L'école, les jeunes, les hommes	11,76%	Possible incapacité du dispositif à atteindre son but	17,65%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	22,58%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	22,58%
La société, son état sur la violence et égalité f-h	12,02%	Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	14,87%	Marqueurs des dispositifs	11,76%	Marqueurs des dispositifs	16,34%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	18,52%	Dispositifs et formes de détournement analogues	15,05%
L'école, les jeunes, les hommes	12,02%	Dispositif intéressant, répond à qqch. existant position, msg, H. vraies	10,26%	(in) action et (non) soutien aux victimes de violences	10,29%	Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	15,69%	L'école, les jeunes, les hommes	18,52%	L'école, les jeunes, les hommes	12,90%
Marqueurs des dispositifs	9,44%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	9,74%	Constat poids du genre et vision positive de la transgression	10,29%	L'école, les jeunes, les hommes	7,19%	(in) action et (non) soutien aux victimes de violences	18,52%	Condamner la transgression, responsabilité/ culpabilité des femmes, réassigner du genre	9,68%
(in) action et (non) soutien aux victimes de violences	9,01%	(in) action et (non) soutien aux victimes de violences	7,69%	Dispositifs et formes de détournement analogues	8,82%	Dispositifs et formes de détournement analogues	6,54%	Marqueurs des dispositifs	7,41%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	7,53%
Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	62,55%	Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	58,46%	Corresp. avec hiérarchie du global : 2/5	52,92%	Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	63,41%	Corresp. avec hiérarchie du global : 4/5	85,55%	Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	67,74%
% p. parole fg	29,70%	% p. parole fg	25,74%	% p. parole fg	9,74%	% p. parole fg	21,29%	% p. parole fg	4,46%	% p. parole fg	9,08%

BB. Annexe Réception : FG2, concentration et hiérarchisation des 5 thèmes les plus discutés par récepteur·trice

Focus group 2											
7_Marc		8_Anais		9_Sophie		10_Michael		11_Pauline		12_Ibrahim	
Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass
Marqueurs des dispositifs	30,84%	Marqueurs des dispositifs	37,56%	Marqueurs des dispositifs	42,31%	Marqueurs des dispositifs	51,68%	Marqueurs des dispositifs	22,54%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	25,42%
La société, son état sur la violence et égalité f-h	12,15%	Dispositifs et formes de détournement analogues	9,76%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	12,69%	Dispositif - cible, but, ressenti	15,44%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	11,97%	Marqueurs des dispositifs	16,95%
L'école, les jeunes, les hommes	10,28%	Dispositif - cible, but, ressenti	8,78%	Dispositif - cible, but, ressenti	9,62%	Dispositifs et formes de détournement analogues	8,72%	L'école, les jeunes, les hommes	11,27%	Cas d'autres pays.	16,95%
Dispositif intéressant, répond à qqch. existant position, msg, H. vraies	9,35%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	8,29%	L'école, les jeunes, les hommes	6,15%	Dispositif intéressant, répond à qqch. existant position, msg, H. vraies	5,37%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	11,27%	Condamner la transgression, responsabilité/ culpabilité des femmes, réassigner du genre	10,17%
Condamner la transgression, responsabilité/ culpabilité des femmes, réassigner du genre	7,48%	L'école, les jeunes, les hommes	7,12%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	5,77%	Possible incapacité du dispositif à atteindre son but	4,70%	Constat poids du genre et vision positive de la transgression	9,86%	Dispositif - cible, but, ressenti	8,57%
Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	70,10%	Corresp. avec hiérarchie du global : 4/5	71,51%	Corresp. avec hiérarchie du global : 5/5	76,54%	Corresp. avec hiérarchie du global : 2/5	85,91%	Corresp. avec hiérarchie du global : 4/5	66,91%	Corresp. avec hiérarchie du global : 4/5	78,06%
% p. parole fg	11,52%	% p. parole fg	23,19%	% p. parole fg	29,02%	% p. parole fg	16,93%	% p. parole fg	13,66%	% p. parole fg	5,69%

BC. Annexe Réception : FG3, concentration et hiérarchisation des 5 thèmes les plus discutés par récepteur·trice

13_Brigitte		14_Bernard		15_Claude		16_Manon		17_Audrey	
Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass	Thème	% ass
Condamner la transgression, responsabilité/culpabilité des femmes, réassigner du genre	19,01%	Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	18,75%	Marqueurs des dispositifs	16,85%	Marqueurs des dispositifs	22,67%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	33,33%
Expressivités /perspectives changements + droits et VF	16,20%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	14,58%	Expressivités /perspectives changements + droits et VF	15,25%	L'école, les jeunes, les hommes	13,33%	L'école, les jeunes, les hommes	12,28%
La société, son état sur la violence et égalité f-h	13,38%	Dispositifs et formes de détournement analogues	10,42%	L'école, les jeunes, les hommes	12,71%	Dispositif - cible, but, ressenti	10,67%	Dispositifs et formes de détournement analogues	12,28%
L'école, les jeunes, les hommes	11,27%	Marqueurs des dispositifs	9,38%	Dispositif - cible, but, ressenti	11,02%	Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	9,33%	Marqueurs des dispositifs	8,77%
Loi, féminisme, féminisation, séduction vs harcèlement	9,86%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	9,38%	Condamner la transgression, responsabilité/culpabilité des femmes, réassigner du genre	10,17%	Cas autres pays	8%	La société, son état sur la violence et égalité f-h	8,77%
Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	69,72%	Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	62,51%	Corresp. avec hiérarchie du global : 4/5	66%	Corresp. avec hiérarchie du global : 3/5	64%	Corresp. avec hiérarchie du global : 4/5	75,43%
% p. parole fg	21,45%	% p. parole fg	21,09%	% p. parole fg	26,18%	% p. parole fg	17,45%	% p. parole fg	13,82%

BD. Annexe Réception : interactions méta analyse du discours

Plusieurs indicateurs :

- **Méta analyse des sujets de discussion :**

LANCEMENT DISCUSSION ou NOUVEAU SUJET : Prise de parole en premier après une question de l'animatrice ; Lancement d'un nouveau sujet au cours de la discussion entre enquêté·e·s. Donne des indices sur les enquêté·e·s qui initient la / une nouvelle discussion et donc le·la meneur·se.

REPREND LE SUJET, POSITION, ARGUMENT, ELEMENT DE DISCOURS LANCE PLUS HAUT POUR LE POURSUIVRE : un·e enquêté·e·s reprend un sujet, un élément de discours qui précède dans la discussion, qui n'est pas en cours à l'instant où il est remobilisé. Donne des indices sur les sujets repris (dans le corpus), leurs reprises, qui les reprend et qui les a initiés, et ainsi quelles idées (et quel·le enquêté·e) ont une influence dans la discussion (au-delà des éléments d'accord, de désaccord et de nuance).

COMPLETE LE SUJET LANCE PAR UN AUTRE ELEMENT CONNEXE : Le sujet, lancé par un·e autre, est poursuivi et enrichi par une nouvelle approche, un autre élément d'analyse, apporté par l'enquêté·e. Indice sur la participation de la richesse du débat, de développement d'un nouveau prisme sur un même sujet (étendue).

PARLE / QUESTIONNEMENT A L'ENQUETRICE : Une question est posée par les enquêté·e·s à l'animatrice. Demande de renseignement sur le dispositif, questionnement qui ne se résout pas dans l'échange.

PREND LA PAROLE PARCE QUE QUESTIONNE INDIVIDUELLEMENT PAR ANIMATRICE : Ici, l'enquêté·e qui prend la parole est individuellement invité à le faire par la question de l'animatrice. Ex. « Et toi Younès, tu en penses quoi ? » L'enquêté·e soit parle peu, soit évite de répondre précédemment, est donc répond à la question que l'animatrice lui pose à lui·elle.

SUJET LANCE PAR L'ENQUETE PEU OU PAS REPRIS PAR AUTRES ENQUETE·E·S : Signifie à la fois une participation à la discussion et un nouveau thème/sujet que l'enquêté·e exprime, mais aussi sa portée (au sujet, et possiblement à l'enquêté) limitée.

NE REPOND PAS A LA QUESTION SUR CE QUI EST EPROUVE / RESENTI FACE AU MESSAGE : Prend la parole sur la question de ce qui est éprouvé, ressenti face au message, tout en n'y répondant pas. Ne concerne ici que les personnes qui répondent à la question en n'y répondant pas (Ne mentionne pas les enquêté·e·s qui ne répondent pas du tout). Indice lié potentiellement à une gêne (face au dispositif ou à s'exprimer face au groupe et donc évitement).

- **Méta analyse des accords et désaccords :**

PEUT-ÊTRE ou JE NE SAIS PAS / OUI mais NON mais, EST-CE QUE... : AMBIVALENCE OPINION ET/OU MEDIATIONNELLE : Forme de doute, de désaccord, d'ambivalence dans le point de vue, ou bien de

manière diplomatique d'émettre des réserves sur le propos d'un-e autre enquêté. Indique à la fois un désaccord nuancé, mais une manière de s'exprimer (éviter la nette opposition, signifier sa perplexité)

OPPOSITION, DESACCORD MARQUE : L'opposition au point de vue ou le désaccord est suffisamment marqué pour le qualifier ainsi. Indique les lieux de conflit d'opinion, avec une attitude tranchée et marquant le désaccord.

NUANCE / ALTERNATIVE OPINION : Il s'agit d'un désaccord qui ne s'exprime pas en ce terme, plutôt une nouvelle orientation proposée à l'autre ou au groupe de voir d'un autre point de vue que ce qui a été exprimé. Indique à la fois la manière d'exprimer son point de vue, et que celui-ci est différent de celui exprimé.

ACCORDS BILATERAUX : entre deux enquêté-e-s

ACCORD MULTIPLE, CONSENSUS : comptage sur le fichier global. Lieux d'opinions marquant un accord d'au moins 3 enquêté-e-s

- Les argumentations, points de vue, développements et conclusions

ARGUMENTATION POINT DE VUE, DEVELOPPEMENT : L'enquêté-e développe son point de vue. Certaines précisions sont données lorsque cette argumentation repose sur des éléments révélant des éléments de l'identité personnelle de la personne. Les prises de parole révélant des expériences d'inégalité, discrimination et violence sont précisées, et notées de 1 à 3 selon le degré (croissant) d'intensité (jugé à partir du ton utilisé par le discutant, de l'implication de la personne, des violences, du contexte d'énonciation, et des réactions des autres à l'échange). Permet d'indiquer les développements de chacun-e à la discussion mais aussi les points de vue et révélations de soi, quand il y en a, de chacun. Bien que ces argumentations soient centrales dans la question de l'influence interpersonnelle, ce sont plus les éléments qualitatifs qui déterminent la direction des échanges, ainsi que les autres colonnes du tableau.

CONCLUSION POINT DE VUE, ANCRAGE : l'enquêté-e, considérant le tour de parole, a pu conclure sur son raisonnement. Il s'agit aussi, selon la formulation, d'une forme d'ancrage du point de vue. Conclusion et ancrage constituent la fin du propos, et parfois, prenant la forme d'un résumé ou d'une affirmation ancrant le propos par une répétition.

- **Les signes d'immersion et de distance avec le dispositif**

SIGNE IMMERSION DANS DISPOSITIF : Plusieurs indices tendent à montrer que l'enquêté-e en discussion montre des signes d'immersion dans le dispositif, voire d'empathie.

SIGNE DISTANCE/REJET AVEC LE DISPOSITIF : Plusieurs indices tendent à montrer que l'enquêté-e en discussion montre des signes de rejet, de prise de distance avec le dispositif.

SIGNE DE GENE, MALAISE EMBARRAS : Plusieurs indices tendent à montrer que l'enquêté-e en discussion montre des signes de malaise, gêne ou embarras, relatifs à une DC liée au dispositif.

PAS DE SIGNE DE GENE, MALAISE, EMBARRAS : Plusieurs indices tendent à montrer que l'enquêté-e en discussion montre des signes de malaise, gêne ou embarras, relatifs à une DC liée au dispositif.

- **Les signes d'interpellation, de mise en doute et de collaboration**

INTERPELLATION RELATIVEMENT VIVE D'UN ENQUETE PAR UN AUTRE POUR SES PROPOS : Un-e enquêté-e s'adresse à un-e autre en l'interpellant, de manière relativement vive, sur ses propos, sa participation à la discussion. Sorte de remise en question de l'autre, cette interpellation participe à pousser l'enquêté-e visé-e à développer ses propos ou les corriger, ou à lui faire remarquer quelque chose, par incitation directe.

NON ? INTERPELLE LES AUTRES SUR CE QUE L'ON VIENT DE DIRE, IE VOUS ETES D'ACCORD, NON ? VOUS VOYEZ CE QUE JE VEUX DIRE ?! : perspective de recherche d'appui et soutien de l'opinion

DEMANDE AUX AUTRES, VOUS CONNAISSEZ ? CA VEUT QUOI ? : Un-e enquêté-e demande à un-e autre ou au groupe ce que veut dire ce qui vient d'être dit ; un-e enquêté-e parle d'un sujet et demande aux autres s'ils connaissent ce dont il-elle parle. Capacité des enquêté-e-s à solliciter les autres, les faire entrer ou leur demander de développer par intérêt intégratif ou cognitif. Souvent : « je ne sais pas, vous avez vu ce film ? Ou qu'est-ce que ça veut dire ? »

NE PLUS SE SOUVENIR ET RECHERCHE D'UN NOM OU D'UN DETAIL : Des échanges entre enquêté-e-s, donc leur participation, à une recherche commune initiée par l'un-e d'eux-elles. Le plus souvent, le titre d'un film, ou le nom de l'écriture inclusive, d'une réforme.

[APPORTE UNE REPONSE / UNE INFORMATION A UN-E AUTRE ENQUÊTÉ-E]

HUMOUR : Participation active au groupe mais aussi à sa cohésion, l'humour peut être utilisé pour réduire des tensions ou simplement changer de registre (sérieux à détendu).

[DOUTE/EXPRESSION D'UN MANQUE DE CERTITUDE, INFORMATION SUR LE DISPOSITIF]

UN « NOUS » d'interconnaissance et point commun

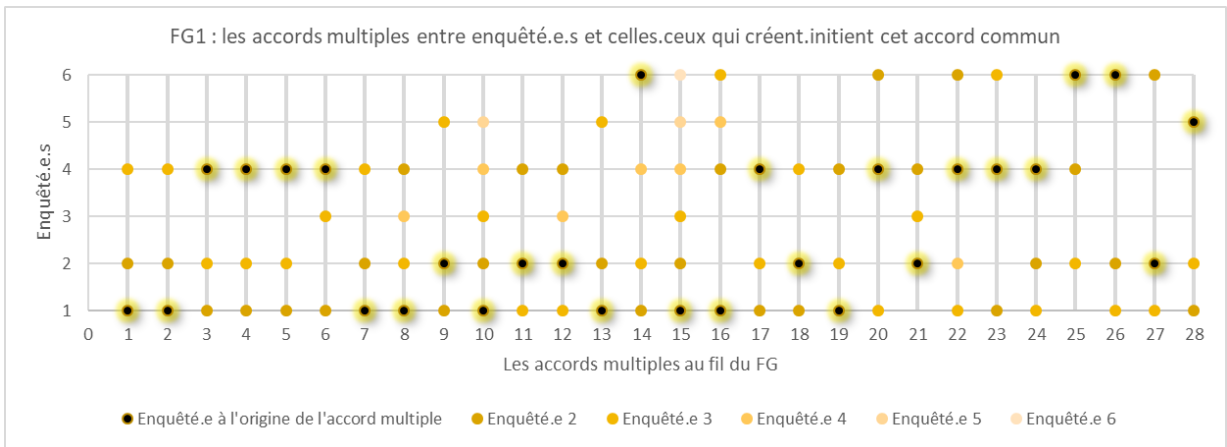
UN « NOUS » commune femme : Construction d'un "nous" des femmes dans le focus group (méta regard sur le groupe et balbutiement de la création d'un sous-groupe de femme dans le groupe FG)

	LANCEMENT DISCUSSION ou NOUVEAU SUJET	REPREND LE SUJET, POSITION, ARGUMENT, ELEMENT DE DISCOURS LANCE PLUS HAUT POUR LE POURSUIVRE	COMPLETE LE SUJET LANCE PAR UN AUTRE ELEMENT CONNEXE	PARLE / QUESTIONNEMENT A L'ANIM.	PREND LA PAROLE PARCE QUE QUESTIONNE IND. PAR ANIM.	SUJET LANCE PAR L'ENQUETE PEU OU PAS REPRIS PAR LES AUTRES	NE REPOND PAS A LA Q° SUR CE QUI EST EPROUVE / RESSENTI FACE AU MESSAGE
FG1							
1_Jules	5	10 REPRISES dont : 2 de Julie ; 3 de lui ; 3 de Monique ; 1 de Ahmed ; 1 de Ahmed et Jane	17	0	1	0	0
2_Julie	5	11 REPRISES dont : 1 de Monique, Julie et Jules ; 1 de l'animatrice ; 3 d'elle-même ; 3 de Jules ; 2 de Monique ; 1	19	0	0	1	0
3_Younès	4	3 REPRISES dont : 1 de Jane, Jules, Julie et Monique ; 1 de lui-	7	1	1	3	0
4_Monique	7	14 REPRISES dont : 1 de Jules et Julie ; 9 d'elle-même ; 3 de Jules ; 1	15	0	0	0	0
5_Jane	1	0	3	0	0	1	0
6_Ahmed	6	4 de lui	6	0	1	0	1
FG2							
7_Marc	9	5 REPRISES dont : 1 de lui-même ; 1 de Michael ; 2 de Pauline ; 1 de Anais et Pauline	4	3	4	2	1
8_Anais	8	10 REPRISES dont : 2 de Pauline ; 2 de Michael ; 1 de elle-même, Pauline et Sophie ; 1 de elle-même, Pauline et Michael ; 1 de Ibrahim ; 2 d'elle-même ; 1 de	10	0	0	0	0
9_Sophie	17	17 REPRISES dont : 4 d'elle-mêmes ; 1 d'elle et de Marc ; 1 d'Ibrahim ; 4 de Pauline ; 3 de Michael ; 1 Anais	13	4	0	1	0
10_Michael	5	9 REPRISES dont : 2 de Pauline ; 1 de Anais ; 4 de lui-même ; 1 de Ibrahim ; 1 de Sophie	5	1	1	0	0
11_Pauline	7	5 REPRISES dont : 2 de Michael ; 2 de Anais ; 1 de elle-même	16	0	0	0	0
12_Ibrahim	3	3 REPRISES dont : 1 de Anais, Michael et Sophie ; 1 de lui-même ;	6	0	4	1	2
FG3							
13_Brigitte	10	13 REPRISES dont : 2 de Manon ; 3 de Audrey ; 1 de Bernard ; 2 de Brigitte Bernard et Claude ; 1 de Bernard et Claude ; 3 de elle-même ; 1 de Claude	9	0	1	0	1
14_Bernard	6	7 REPRISES dont : 1 de Manon et Brigitte ; 1 de Manon ; 1 de Brigitte Bernard et Claude ; 2 de lui-même ; 1 de	7	0	0	0	1
15_Claude	6	10 REPRISES dont : 1 de Brigitte ; 1 de Brigitte Bernard et Claude ; 1 de Audrey et lui-même ; 4 de lui-même ; 2 de Bernard ; 1 de Bernard et lui-même	15	0	0	1	1
16_Manon	7	0	3	0	2	0	0
17_Audrey	3	3 REPRISES dont : 1 de Brigitte, Bernard, Claude et Manon ; 1 de Manon ; 1 de elle-même	6	0	1	0	0

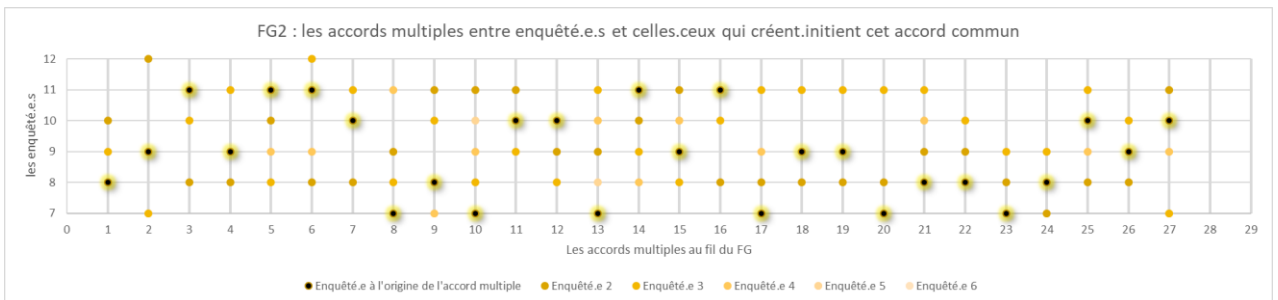
	AMBIVA-LENCE OPINION ET/OU MEDIATION- NELLE	OPPOSITION, DESACCORD MARQUE	NUANCE ALTER- NATIVE OPINION	ACCORDS BILATERAUX	ACCORD MULTIPLE, CONSENSUS
FG1					
1_Jules	13	4 OPPOSITIONS : 1 à Ahmed 1 à Julie 1 à Jane 1 à Julie et Ahmed	9	33 ACCORDS : 9 avec Julie 1 avec Younès 17 avec Monique 3 avec Jane 3 avec Ahmed	Jules fait partie 26 fois sur 28 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 9 reprises. Jules est en majorité dans des accords multiples avec Julie (not.) à 22 reprises ; avec Monique (not.) à 18 reprises ; avec Ahmed (not.) à 7 reprises. // Jules est en majorité dans des accords multiples avec Julie et Monique combiné (not.) à 17 reprises.
2_Julie	11	9 OPPOSITIONS : 5 à Jules 1 à Ahmed 2 à Monique 1 à Jane et Ahmed	25	19 ACCORDS : 10 avec Jules 2 avec Younès 4 avec Monique 3 avec Ahmed	Julie fait partie 24 fois sur 28 de ces accords multiples. Elle est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 6 reprises. Julie est en majorité dans des accords multiples avec Jules (not.) à 22 reprises ; avec Monique (not.) à 16 reprises ; avec Ahmed (not.) à 6 reprises. // Julie est en majorité dans des accords multiples avec Jules et Monique combiné (not.) à 17 reprises.
3_Younès	0	0	2	7 ACCORDS : 2 avec Julie 2 avec Monique 1 avec Jane 2 avec Ahmed	Younès fait partie 6 fois sur 28 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 0 reprise. Younès est en majorité dans des accords multiples avec Monique (not.) à 7 reprises ; avec Julie (not.) à 5 reprises ; avec Younès (not.) à 5 reprises. // Younès est en majorité dans des accords multiples avec Jules et Monique combiné (not.) à 5 reprises ; avec Julie et Monique à 5 reprises.
4_Monique	1	9 OPPOSITIONS : 2 à Jules et Julie 5 à Jules 1 à Jules et Jane 2 oppositions à Julie	9	20 ACCORDS : 12 avec Jules 5 avec Julie 1 avec Younès 2 avec Ahmed	Monique fait partie 23 fois sur 28 de ces accords multiples. Elle est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 9 reprises. Monique est en majorité dans des accords multiples avec Julie (not.) à 7 reprises ; avec Jules (not.) à 19 reprises ; avec Younès (not.) à 6 reprises ; avec Ahmed (not.) à 6 reprises. // Monique est en majorité dans des accords multiples avec Jules et Julie combiné (not.) à 17 reprises ; avec Jules et Younès (not.) à 5 reprises ; avec Jules et Ahmed (not.) à 4 reprises ; avec Julie et Younès (not.) à 4 reprises ; Julie et Ahmed à 4 reprises ; avec Jules et Jane à 3 reprises.
5_Jane	1	0	1	2 ACCORDS : 1 avec Jules 1 avec Monique	Jane fait partie 7 fois sur 28 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 1 reprise. Jane est en majorité dans des accords multiples avec Jules (not.) à 7 reprises ; avec Jules (not.) à 5 reprises ; avec Younès (not.) à 4 reprises ; avec Ahmed (not.) à 2 reprises ; avec Younès (not.) à 2 reprises. // Jane est en majorité dans des accords multiples avec Julie et Jules (not.) à 5 reprises ; Jules et Monique combiné (not.) à 4 reprises.
6_Ahmed	6	1 OPPOSITIONS : 1 à Jules	2	5 ACCORDS : 3 avec Monique 2 avec Julie	Ahmed fait partie 9 fois sur 28 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 3 reprises. Ahmed est en majorité dans des accords multiples avec Monique (not.) à 7 reprises ; avec Julie (not.) à 6 reprises ; avec Jules (not.) à 6 reprises. // Ahmed est en majorité dans des accords multiples combiné avec Jules et Monique (not.) à 6 reprises ; avec Jules et Julie (not.) à 5 reprises ; avec Julie et Monique (not.) à 3 reprises.
Tou.t.es : 1					
FG2					
7_Marc	4	3 OPPOSITIONS : 3 à Sophie	8	22 ACCORDS : 1 avec Anais 3 avec Sophie 3 avec Michael 2 avec Pauline 1 avec Ibrahim	Marc fait partie 10 fois sur 27 de ces accords multiples. Il est à l'origine (de cette convergence / a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 6 reprises. Marc est en majorité dans des accords multiples avec Sophie (not.) à 8 reprises ; avec Anais (not.) à 8 reprises ; avec Pauline (not.) à 6 reprises ; avec Michael (not.) à 5 reprises. // Marc est en majorité dans des accords multiples avec Anais et Sophie (not.) à 6 reprises ; avec Anais et Pauline (not.) à 6 reprises.
8_Anais	4	3 OPPOSITIONS : 1 à Pauline 2 à Sophie	19	43 ACCORDS : 1 avec Marc 10 avec Sophie 10 avec Michael 9 avec Pauline 1 avec Ibrahim	Anais fait partie 24 fois sur 27 de ces accords multiples. Elle est à l'origine (de cette convergence / a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 5 reprises. Anais est en majorité dans des accords multiples avec Sophie (not.) à 18 reprises ; avec Pauline (not.) à 17 reprises ; avec Michael (not.) à 16 reprises ; avec Marc (not.) à 7 reprises. // Anais est en majorité dans des accords multiples avec Sophie et Michael (not.) à 11 reprises ; avec Sophie et Pauline (not.) à 11 reprises ; avec Michael et Pauline (not.) à 11 reprises ; en avec Marc et Sophie (not.) à 6 reprises.
9_Sophie	3	5 OPPOSITIONS : 1 à Michael et Marc 1 à Ibrahim 2 à Pauline 1 à Michael	10	25 ACCORDS : 4 avec Marc 5 avec Anais 8 avec Michael 4 avec Pauline 4 avec Ibrahim	Sophie fait partie 22 fois sur 27 de ces accords multiples. Elle est à l'origine (de cette convergence / a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 6 reprises. Sophie est en majorité dans des accords multiples avec Anais (not.) à 19 reprises ; avec Pauline (not.) à 15 reprises ; avec Michael (not.) à 13 reprises ; avec Marc (not.) à 8 reprises. // Sophie est en majorité dans des accords multiples avec Anais et Pauline (not.) à 13 reprises ; avec Michael et Anais (not.) à 11 reprises ; avec Marc et Anais (not.) à 6 reprises ; avec Marc et Pauline à 5 reprises.
10_Michael	8	2 OPPOSITIONS : 1 à Anais et Pauline 1 à Sophie	8	13 ACCORDS : 5 avec Anais 1 avec Sophie 7 avec Pauline	Michael fait partie 17 fois sur 27 de ces accords multiples. Il est à l'origine (de cette convergence / a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 5 reprises. Michael est en majorité dans des accords multiples avec Anais (not.) à 15 reprises ; avec Sophie (not.) à 13 reprises ; avec Pauline (not.) à 13 reprises ; avec MARC (not.) à 4 reprises. // Michael est en majorité dans des accords multiples avec Anais et Sophie (not.) à 11 reprises ; avec Anais et Pauline (not.) à 11 reprises ; avec Pauline ou Anais et Marc (not.) à 3 reprises.
11_Pauline	0	6 OPPOSITIONS : 1 à Sophie 1 à Marc, Sophie et Ibrahim 4 à Anais	9	15 ACCORDS : 3 avec Michael 1 avec Marc 8 avec Anais 3 avec Sophie	Pauline fait partie 20 fois sur 27 de ces accords multiples. Il est à l'origine (de cette convergence / a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 5 reprises. Pauline est en majorité dans des accords multiples avec Anais (not.) à 18 reprises ; avec Sophie (not.) à 15 reprises ; avec Michael (not.) à 13 reprises ; avec Marc (not.) à 7 reprises. // Pauline est en majorité dans des accords multiples avec Anais et Sophie (not.) à 14 reprises ; avec Anais et Michael (not.) à 11 reprises ; avec Sophie et Michael (not.) à 9 reprises.
12_Ibrahim	0	0	0	3 ACCORDS : 2 avec Sophie 1 avec Marc	Ibrahim fait partie 2 fois sur 27 de ces accords multiples. Il est à l'origine (de cette convergence / a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 0 reprises. Ibrahim est en majorité dans des accords multiples avec Sophie (not.) à 2 reprises. // Il est en accords multiples à 1 reprise avec Sophie et Marc ; à 1 reprise avec Anais, Sophie et Pauline.
Tou.t.es : 0					
FG3					
13_Brigitte	0	1 OPPOSITION : 1 à Manon	0	14 ACCORDS : 5 avec Bernard 5 avec Claude 3 avec Manon 1 avec Audrey	Brigitte fait partie 5 fois sur 5 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 1 reprise. Brigitte est en majorité dans des accords multiples avec Claude (not.) à 5 reprises ; avec Bernard (not.) à 4 reprises ; avec Manon (not.) à 2 reprises ; avec Audrey (not.) à 1 reprise. // Brigitte est en majorité dans des accords multiples avec Bernard et Claude combiné (not.) à 4 reprises.
14_Bernard	3	0	2	15 ACCORDS : 1 avec Brigitte 9 avec Claude 4 avec Audrey	Bernard fait partie 4 fois sur 5 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 0 reprise. Bernard est en majorité dans des accords multiples avec Claude (not.) à 4 reprises ; avec Brigitte (not.) à 4 reprises ; avec Manon (not.) à 1 reprises ; avec Audrey (not.) à 1 reprise. // Bernard est en majorité dans des accords multiples avec Brigitte et Claude combiné (not.) à 4 reprises.
15_Claude	1	2 OPPOSITIONS : 2 à Audrey	6	7 ACCORDS : 2 avec Brigitte 1 avec Bernard 3 avec Audrey 1 avec Manon	Claude fait partie 5 fois sur 5 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 3 reprises. Claude est en majorité dans des accords multiples avec Brigitte (not.) à 5 reprises ; avec Bernard (not.) à 4 reprises ; avec Manon (not.) à 2 reprises ; avec Audrey (not.) à 1 reprise. // Claude est en majorité dans des accords multiples avec Brigitte et Bernard combiné (not.) à 4 reprises.
16_Manon	2	2 OPPOSITIONS : 1 à Bernard 1 à Brigitte	4	4 ACCORDS : 3 avec Claude 1 avec Brigitte	Manon fait partie 2 fois sur 5 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 0 reprise. Manon est en majorité dans des accords multiples avec Brigitte (not.) à 2 reprises ; avec Claude (not.) à 2 reprises ; avec Bernard (not.) à 1 reprises ; avec Audrey (not.) à 1 reprise. // Manon est en majorité dans des accords multiples avec Brigitte et Claude combiné (not.) à 2 reprises.
17_Audrey	1	4 OPPOSITIONS : 2 à Brigitte, Bernard, Claude 1 à Manon 1 à Bernard et Claude	1	0	Audrey fait partie 1 fois sur 5 de ces accords multiples. Il est à l'origine (a initié l'idée qui a ensuite fait consensus) à 1 reprise. Précisément : 1 avec Brigitte, Bernard, Claude et Manon (tou.t.es)
Tou.t.es : 1					

Représentation graphique des accords multiples :

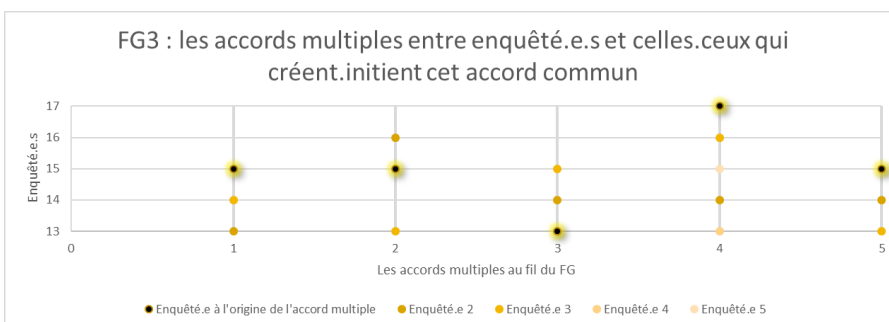
Focus group 1 :



Focus group 2 :



Focus group 3 :



	ARGUMENTATION POINT DE VUE, DEVELOPPEMENT	CONCLUSION POINT DE VUE, ANCRAGE	SIGNE IMMERSION DANS DISPOSITIF	SIGNE DISTANCE/ REJET AVEC LE DISPO	SIGNE DE GENE, MALAISE, EMBARRAS	PAS DE SIGNE DE GENE, MALAISE,
FG1						
1_Jules	37 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité personnelle être homme 1 identité personnelle travail constat sexisme 1 ARGUMENT + CLIN D'ŒIL	12	5	6	0	1
2_Julie	41 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 2 identité personnelle expérience, place femme 1 expérience IDV niveau 2 1 identité personnelle avoir vécu dans plusieurs villes 1 ARGUMENT + CLIN D'ŒIL	11 CONCLU 1 CONCLU suivi d'un je ne sais pas	9	3	3	0
3_Younès	6 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : dont 1 ARGUMENTATION + CLIN D'ŒIL	1 CONCLU 2 CONCLU + JNSP	2	3	3	0
4_Monique	26 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 expérience IDV niveau 1 1 ARGUMENTATION + CLIN D'ŒIL	13	4	7	1	0
5_Jane	2 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 expérience IDV niveau 1	2	1	0	0	0
6_Ahmed	20 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité personnelle travail marseille 1 identité personnelle générationnel 2 identité personnelle venir d'un pays 1 identité personnelle être parent	3	2	2	0	0
FG2						
7_Marc	12 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité personnelle être parent	2	2	4	5	0
8_Anais	22 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité personnelle générationnel 1 IDV niveau 2 2 identité expérience place femme 1 identité avoir vécu dans plusieurs villes	8	2	5	1	0
9_Sophie	29 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 2 argumentation + id personnelle avoir des enfants 1 générationnel 1 expérience être femme 3 clin d'œil complice	7	7	5	4	1
10_Michael	17 ARGUMENTATIONS	16 CONCLU DONT 7 CONCLU + JNSP	5	3	2	0
11_Pauline	13 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 IDV niveau 2 1 identité personnelle expérience, place femme	8	9	1	0	0
12_Ibrahim	7 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 2 venir d'un pays	3	0	1	2	0
FG3						
13_Brigitte	14 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 expérience violence niveau 1 1 identité personnelle avoir des enfants 1 identité génération 1 expérience violence niveau 3 (réitérée 1 fois) 1 argumentation mise en avant d'un.e enquêté.e	8	2	0	0	0
14_Bernard	10 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité perso générationnel enfant sexualité	10 CONCLU 1 CONCLU + JNSP	2	0	1	0
15_Claude	19 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité perso travail éducation nationale 2 identité perso générationnelle 2 identité travail éducation spécialisée 3 clin d'œil 1 identité être un homme	12	2	3	3	0
16_Manon	9 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité travail éducation nationale 1 expérience IDV niveau 1	9	5	1	1	0
17_Audrey	12 ARGU, PT de VUE, DEV, dont : 1 identité perso travail marseille prostitution 1 identité générationnel 1 identité avoir des enfants 1 clin d'œil 1 expérience IDV niveau 1	6	3	0	0	0

BE. Annexe Réception : Portraits des participant·e·s du FG1

Jules : opinions pro-message mais protection du soi *homme*, interlocuteur affirmé mais aussi contré

Opinions et attitudes

Jules exprime une vision plutôt négative du féminisme, qualifiant les positions féministes (dans les médias) d'excessives, caricaturales, non représentatives et peu nuancées. Il évoque aussi la féminisation de la langue (l'écriture l'inclusive), avec une perception, cette fois encore, négative.

Cependant, il est par ailleurs plutôt partisan des lois pour favoriser l'égalité professionnelle. Il sera le seul enquêté à favoriser cette issue, sur l'ensemble des focus groups. Il ancre aussi son discours et son opinion sur le fait que les femmes sont touchées socialement par les inégalités et les discriminations aujourd'hui.

Jules exprime aussi que tous les hommes ne sont pas « comme ça », *i.e.* sexistes ou agresseurs, concédant que ces comportements existent, que les hommes sont machos et exercent un pouvoir historique, une domination sur les femmes. Jules parle aussi de l'école, laquelle a une responsabilité dans l'éducation à l'égalité.

Pour Jules, quant au dispositif, le personnage principal du court-métrage peut être perçu comme trop féminin, pas assez masculin, voire perçu comme une femme. Ces sous-thèmes sont attributionnels : il projette ce que des hommes visés par le message pourraient penser de ce personnage de Pierre.

Jules revient également sur les marqueurs liés aux victimes de violence à travers ce même personnage, et celui de la commissaire de police et son comportement sexiste. Il y rebondit ainsi en évoquant l'aspect inégalité, discrimination et violence envers les femmes dans le monde professionnel.

Enfin, dernier grand thème abordé par Jules, le constat du non soutien aux victimes (et la police par cette même voie est décriée) et dans une moindre mesure les raisons de l'action ou non des témoins d'agression dans des situations quotidiennes.

Ainsi, Jules n'arbore pas d'opinions contradictoires, mais ses propos illustrent le paradoxe d'une conscience des questions de genre et des violences envers les femmes, de les condamner, tout en cherchant à préserver une relative position d'être homme, s'écarter des accusations qui peuvent être portées à l'encontre des comportements masculins nocifs et rejeter des perspectives de changements perçues comme radicales.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Jules porte, comme Julie, des marques à la fois de certitude et d'être influencé par les autres. S'il est celui qui prend le plus la parole dans l'ensemble du focus group, il ne le fait pas en se référant uniquement à ses propos (5 lancements de discussion ou nouveaux sujets), mais en reprenant volontiers les sujets et arguments d'autres (10 reprises, dont 3 de Monique, 3 de lui-même, 2 de Julie, 1 d'Ahmed, 1 de Ahmed et Jane) ou en complétant les sujets explorés par ailleurs (17). Il est moins dans l'opposition franche que Julie et Monique (4 oppositions seulement), davantage dans l'expression de nuance ou alternative d'opinion (9). Comme Julie, il exprime assez souvent des oppositions douces (13 pour Jules, 11 pour Julie) constituées de « peut-être, oui, non, je ne sais pas ». Très souvent « d'accord » avec les autres, il est celui qui en comptabilise le plus (33), à la fois de manière bilatérale et multiple. Il sera par exemple 17 fois d'accord avec Monique et 9 fois avec Julie (3 fois avec Jane, 3 fois avec Ahmed, 1 fois avec Younès) et il fait partie quasiment de tous les accords multiples (26/28 accords multiples, en étant à 9 reprises à l'origine). Bavard, Jules développe ses arguments (37) dont deux pointant ou révélant des éléments de son identité personnelle (être homme mis en avant et son activité professionnelle, qu'il révèle lorsqu'il narre une situation sexiste). Il arrive à conclure ses propos (un tiers) et donc à développer son argumentation jusqu'à sa fin. Il est interpellé vivement à deux reprises par Jane et Monique pour deux propos différents (la loi, sa position en tant que témoin).

Dans les discussions, Jules est l'enquêté qui marque le plus coupure à lui-même (3), réfléchissant ou déclinant la prise de parole, et dont les propos sont le plus souvent superposés par d'autres (9) (d'autres parlent en même temps que lui, dont Julie (3), Jane (2) et Monique (2)). Il n'est pas celui qui sourit (10) ou rit (2) le plus, mais il partage ces moments, son discours est cependant plus dans le registre du sérieux. Il a une écoute active des autres et des réactions à leur propos (hochement de tête, mouvement des épaules et onomatopées). En étant un des interlocuteurs le plus souvent objet des regards, mais aussi en regardant les autres et en faisant preuve d'une volonté de s'adresser à tou·t·e·s, il s'impose et inscrit ces opinions, tout en étant parfois la cible d'interpellation et d'opposition. Il use de diplomatie dans ses oppositions mais il est plus souvent contré dans les siennes.

Julie : féministe, opposante et flexible, interlocutrice active, opposant et réflexive dans les échanges

Opinions et attitudes

Julie construit en premier son discours autour des marqueurs des dispositifs et porte son regard sur le personnage homme, lequel est perçu comme une femme, mais dont la perception pourrait être améliorée (pro-message) en montrant plusieurs personnages hommes victimes (plutôt qu'un seul personnage). Comme Jules, son propos est attributionnel (améliorer le contenu visant à *mieux* parler aux hommes).

Cependant, elle réfute l'idée de Monique selon laquelle il faudrait mettre « un homme un vrai ! » en exposant que le masculin n'est pas synonyme naturel de « savoir s'imposer ». Elle affirme s'être rendu compte du détournement assez rapidement et reviendra sur la scène d'agression dans la ruelle et ses agresseuses avec Monique.

Julie reprend la question du féminisme qu'elle défend positivement et tente d'expliquer aux autres la difficulté à être ou produire un discours féministe car être qualifié-e de féministe discrédité à tort. Elle discute aussi de l'écriture inclusive qui pour elle cherche l'égalité, ce qui est normal, mais peut aussi séparer les genres, plutôt que d'utiliser des noms neutres. Quant à la loi (en général), elle ne permet pas de changer les choses car ce sont les mentalités qu'il faudrait changer, position tenue par l'ensemble des enquêté-e-s, à l'exception de Jules.

Julie est dans l'opposition avec Monique, elle est la seule à développer cette opinion avec une telle ampleur : le dispositif est intéressant, répond à quelque chose d'existant, prend position, donne un message, et en particulier, il narre des histoires vraies, où chaque histoire n'est ni excessive, ni caricaturale. Elle juge positivement le dispositif sur la forme également, il est intéressant, prenant, bien réalisé et bien vu. A l'instar de Jules (et vice versa) elle considère que les femmes sont touchées socialement par les inégalités encore aujourd'hui. Cependant, elle prend une position ambiguë lorsqu'elle s'accorde avec Ahmed en affirmant que la société était (peut-être) moins sexiste avant, d'après ce qu'elle a pu en entendre « d'amis de ses parents », puis finalement, concédant que la société n'était pas moins sexiste avant par l'influence de Jules.

Enfin, Julie évoque la non-action en tant que témoin de violences, à moins d'être plusieurs à agir et la peur ou le nombre des agresseurs comme cause de l'inaction.

Dans l'ensemble Julie porte un discours plutôt en faveur du dispositif, du féminisme et de l'égalité. Elle marque une certaine réflexion sur la cause et la lutte contre les violences envers les femmes qu'elle partage avec le groupe. Argumentant ses positions, mais laissant place aux opinions des autres et acceptant de revoir ses positions, elle porte parfois, rarement, un regard contradictoire à ce qui semble être son opinion générale de défense des intérêts des femmes et de perception du masculin, une réflexion déjà bien amorcée.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Julie est une participante très active, elle fait partie des trois participant·e·s qui animent le plus les échanges, et c'est elle qui cumule le plus de mots (31,53%). Elle participe à la richesse des échanges en lançant des discussions ou nouveaux sujets (5) et elle est celle qui complète le plus les sujets lancés par d'autres avec de nouveaux éléments connexes (19). Elle rebondit également à de nombreuses reprises sur les propos des autres participant·e·s (majoritairement de Jules et Monique, et à 3 reprises d'elle-même). Elle est ainsi très impliquée dans la discussion.

Julie affirme ses points de vue et les développe (41), elle est celle qui argumente le plus ses prises de position. Elle use d'éléments de son identité personnelle (3) en ce sens et partage des expériences d'inégalité, discrimination ou violence qu'elle a pu vivre (1) ou sa position sociale de femme. Elle implique donc sa personne, son soi, dans les discours, au-delà de la mise en scène discursive. Elle ne conclut pas toujours, car notamment ses propos sont parfois interrompus. Elle affirme ses positions, et fait preuve d'opposition (9, dont 5 à Jules), bien qu'elle use clairement davantage des nuances ou alternative d'opinion (25) pour exprimer des divergences. Elle s'accorde avec les autres dans la construction d'opinion (19 accords bilatéraux), en majorité avec Jules (10), puis avec Monique (4), Ahmed (3) et Younès (2). Elle est dans 24 des 28 « accords multiples », et à 6 reprises elle en est à l'origine.

Julie garde un esprit ouvert, posant des questions aux autres (2), tout en ayant parfois une posture interpellative (2), invitant les autres à se positionner quant à ses propos. Si elle tend à influencer d'autres sur des positions, qu'elle défend, elle est elle aussi influencée par ce que les autres expriment.

Dans le jeu du discours, Julie va aussi faire parler des tiers (4), tous portent sur des réactions supposées d'autres récepteurs imaginaires, dont deux décrédibilisant la vidéo car féministe (ce qu'elle décrie). Julie est celle qui par ailleurs sourit (29) et rit le plus (13) et a une expressivité faciale marquée et fréquente, avec Monique. Avec Jules et Monique elle est l'interlocutrice qui va le plus marquer ces discours par des gestes et mouvements des mains. Julie est celle qui pratique le plus de pointage (3 vers le mur de projection, 7 vers d'autres participant·e·s dont 3 vers Monique, 2 vers Jules, et 2 vers Ahmed). Elle donne aussi des effets sonores de ses mouvements et produit de larges mouvements des bras pour accentuer ses propos. Dans ce focus group, elle fait appel au « nous » commun désignant les femmes.

Julie, qui défend des opinions pas toujours partagées par tou·t·e·s, argumente ses positions tout en gardant l'esprit ouvert et est capable de remise en question. Elle anime les discussions de ses oppositions, participe activement aux moments d'échanges d'accord et de rire, et inscrit son discours dans les interactions partagées. Elle peut faire infléchir des opinions des autres, mais elle est aussi sujet à ces influences.

Monique : agitatrice, inflexible et influenceuse

Opinions et attitudes

A l'inverse de Julie, Monique pose un constat plutôt négatif sur le dispositif puisqu'il est selon elle en possible incapacité d'atteindre son but. Elle le perçoit comme excessif, caricatural, posant trop de situations de violence, incapable d'atteindre son but en particulier sur les hommes ciblés qui ne seront pas touchés. C'est elle qui instigue cette opinion qui aura ensuite de l'influence sur les autres (Jules, Ahmed et dans une moindre mesure Julie). Elle est la seule à exprimer avec cette intensité (d'opinion et d'assertion) cette opinion. Comme Jules et Julie, cette opinion relève de l'attribution : elle s'imagine un public, les hommes, et ce qui fonctionne ou non *sur eux* à travers le dispositif.

Elle revient également sur les marqueurs des dispositifs, avec en premier la scène de l'agression dans la ruelle et les agresseuses qu'elle trouve la plus impactante.

« Donc hm. le brancher comme elles l'ont fait et le poursuivre dans la ruelle, ça je trouve que c'est une scène crédible. Et là ça marquerait. Parce que ça peut arriver oui. (...) Et ça aurait de l'impact. Parce que là les mecs ils s'y verraient. Ça peut arriver. Enfin, bon pas à eux bien sûr, personnellement, mais enfin dans l'absolu ça peut arriver. Voilà. »

Cependant, Pierre, le personnage principal de « Majorité opprimée », reste pour elle « féminisé, ou perçu comme une femme ». Le jugement négatif est sans appel, il vient renforcer son argumentation sur la possible incapacité du message.

Monique donne un avis défavorable sur la féminisation de la langue : « ça n'apporte pas grand-chose » ; sur les « lois » en faveur de l'égalité professionnelle qui « existent déjà, on en refait de nouvelle, il suffirait de les appliquer ». Quand elle aborde le féminisme, elle explique que ce sont les femmes qui devraient s'emparer du sujet et qu'être qualifié de féministe dessert à tort. Sa vision est donc plutôt en leur faveur. Monique parle aussi des hommes, qu'elle qualifie de machos fermement. Elle pense à la responsabilité de l'éducation liée à celles des parents en premier. Enfin, elle participe à la discussion sur les dispositifs et formes de détournement analogues avec Ahmed, qui initie le film « La source des femmes » (2001).

Dans l'ensemble, Monique prend des positions fermes, peu flexibles, à la fois en faveur de l'égalité et de lutte contre les violences envers les femmes, mais aussi à l'encontre du dispositif qu'elle évalue négativement, concernant sa capacité d'agir, d'influencer. Elle est un pilier du focus group en termes d'influence des opinions et d'opposition. Elle joue ici un rôle de meneuse et d'agitatrice, ce qui n'empêche pas Julie ou Jules de s'y opposer, bien que leur position fléchisse face à son dynamisme, son assurance et sa ferme argumentation.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Plus marquée qu'Ahmed, elle a une position inflexible, Monique marque son discours par des reprises de sujets, thèmes ou arguments d'elle-même majoritairement (9 reprises d'elle-même sur 14). Elle participe activement à enrichir les discussions (7 lancements ; 15 ajouts d'éléments connexe aux sujets). Elle est l'enquêtée qui exprime le plus des désaccords francs et marqués (10 oppositions, dont 5 à Jules). Elle affirme également de nombreux accords explicites (20 accords bilatéraux, dont 12 avec Jules, 5 avec Julie, 2 avec Ahmed, et 1 avec Younès). Elle est présente dans presque tous les accords multiples (23 sur 28), dont elle est à 9 reprises à l'origine. Elle est en majorité dans des accords multiples avec Julie (20), Jules (19), Younès (6) et Ahmed (6). Sûre d'elle, elle exprime peu de doute dans ses positions et moyennement des « nuances ou alternative d'opinion » (9) qui expriment le ménagement.

Elle mobilise le ton de « l'humour » dans ses prises de parole (3), elle argumente (26) et conclut très souvent tous ses propos (13, même nombre pour Jules et Julie, qui pourtant s'expriment plus). Elle participe activement aux échanges, y compris dans les questions/recherches ponctuelles (se souvenir du nom d'un film dont Ahmed ne se souvient plus), elle n'hésite pas à interpellier un autre sur/pour ses propos (en l'occurrence Jules). C'est une participante qui s'affirme clairement, a des positions et les exprime, et dont les propos sont repris, notamment par Jules et Julie. Elle influence à la fois le groupe sur les thèmes abordés et l'attitude (jugement évaluatif) de ceux-ci et de manière marquée les deux autres participant·e·s actifs Jules et Julie.

L'acte de couper la parole à un·e autre est très marqué chez Monique (11), qui interrompt le plus Julie (à 6 reprises). Monique est l'enquêtée qui s'impose le plus et affirme ses propos dans les tours de parole, en ne respectant pas les tours de paroles implicites. Monique est aussi celle qui se prête le plus au jeu de faire parler un tiers avec une majorité accordée au fait de faire parler et jouer les hommes « lambda » qui ne seraient pas impacté par le message.

- « *Enfin un film projeté [RV 2_], un film projeté comme ça, moi je pense qu'il est contre-productif. L'homme moyen de base là, hein, [MM] quel que soit son âge, il fait AHH [onomatopée] [MTT] [MBO] c'est n'importe quoi. [MMD] [FPT] »*

Dans le cas de Monique, il ne s'agit pas de se détacher du discours par ce procédé énonciatif, puisqu'elle exprime aussi cette opinion en son nom « je ». Ce qui est intéressant c'est la double position négative de Monique : attitude négative envers le message (le message ne peut pas atteindre son objectif) et négative envers les hommes (les jouer ou parler d'une partie d'entre eux de manière peu flatteuse). Monique sourit (10) et rit (8) avec les autres, mais surtout ponctue son écoute des autres et ses propos de nombreux signes non-verbaux : expressivité faciale comme Julie, utilisation de l'ironie comme Jane, mouvements de la tête, s'avance et se recule sur sa chaise, mouvement des mains. Elle va pointer le mur de projection (1) et Julie pour rebondir sur ses propos. Monique est l'enquêtée qui anime le plus son discours d'onomatopée, de silence (pendant sa prise de parole et non coupée), soupirs, suivie de près par Julie et Ahmed, lesquels parfois bafouillent en s'exprimant. Elle va aussi consulter son téléphone.

Ahmed : l'autonome embarqué

Opinions et attitudes

Si Ahmed prend moins souvent la parole, celles-ci sont plus longues que les autres participant·e·s et il s'exprime autant que Monique. Il discute en premier lieu de la société, son état sur la violence, à un niveau macrosocial, en l'associant au manque de respect de l'autre et à une perte de valeur et de morale, mais en éludant le genre.

Par ailleurs, Ahmed va aussi critiquer ce qu'il juge être une vision conservatrice, en France, des rôles femmes-hommes dans le monde professionnel. Il discute également de dispositifs et formes analogues à celui exposé, en racontant l'histoire du film, « La source des femmes » (2011, de Radu Mihaileanu) et la rébellion des femmes, avec un discours positif en leur faveur.

- « *Les femmes sont révoltées contre le pouvoir des mecs (...) en refusant d'aller chercher l'eau (...) ça fait toute une toute une révolution de femmes contre le pouvoir des mecs.* »

Ahmed évoque aussi l'école, dans une perspective hors thématique du genre, en expliquant que le système français n'est pas dans son temps, en comparaison avec l'école aux Pays-Bas, son pays d'origine. Il rallie cette première opinion au genre en exprimant que l'école a un rôle à jouer dans l'éducation à l'égalité.

Cependant, dans ses discours, il tient parfois des opinions négatives à l'encontre du message ; d'une vision d'égalité et de responsabilité des agresseurs. Son discours est ponctué de particularisme (la ville de Marseille particulièrement violente, le machisme lié aux origines latines, des écarts en le Nord et le Sud de la France). Ahmed élude aussi le genre à travers l'idée que les victimes de violence peuvent être des femmes ou des hommes. Enfin, les femmes peuvent accuser à tort, voire être en partie responsables de leur agression si elles l'ont provoquée. Il est le seul enquêté du focus group à faire intervenir ce thème et ne sera pas suivi.

A contrario, Ahmed narre aussi des histoires d'inégalité, discrimination et violence. La première est hypothétique, être témoin d'une scène d'agression hors genre (et pointant l'inaction des témoins). La seconde est une histoire vécue, qu'il décrit : il est au côté de son épouse, laquelle est à peine considérée par le vendeur dans une situation commerciale genrée (l'achat d'une voiture) alors que c'est elle l'acheteuse.

Oscillant dans des positions parfois contradictoires, Ahmed s'exprime souvent en éludant le genre, dans la compréhension du phénomène des violences. Il parle pourtant à un niveau macrosocial en évoquant normes et valeurs. Il juge parfois à travers ce que nous avons nommé des « biais de particularisme », où les femmes peuvent être en partie responsables si elles se font agresser. A l'inverse, il est à même de constater les inégalités de traitement des femmes dans le milieu professionnel (en activité) ou dans la vie quotidienne (consommation de biens), à narrer des histoires de violences ou d'inégalités

et à les décrier. Dans les interactions, Ahmed est amené par le groupe vers des interventions « positives » (dans le sens des effets visés du message) grâce aux discussions des autres enquêté·e·s, qui poursuivent les discussions avec une lecture des rapports femmes-hommes (positive ou négatives par ailleurs). Il ne reprendra pas leurs arguments, mais construira son discours en intégrant le genre, l'égalité à ses propos (par exemple sur l'école, les histoires narrées)

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Ahmed a une position d'apport de contenu thématique semblable à ses pair·e·s (6 « lancements de discussion ou de thème »), à travers ses interventions peu nombreuses mais relativement longues. Fait intéressant, il ne reprend le sujet, position, argument ou élément de discours d'aucun·e autre enquêté·e, mais uniquement de lui-même (6 reprises). Dans une mesure assez faible, il complète le sujet lancé par d'autres. Ces éléments nous indiquent qu'Ahmed participe à la richesse des échanges, mais que ni il ne rebondit, ni il ne reprend ce que d'autres ont exprimé : lorsqu'Ahmed reprend un propos préalablement exprimé, c'est le sien. En somme, il apporte à la discussion ses éléments discursifs thématique et d'opinion, qui demeurent les siens, sans réellement interagir avec ceux des autres participant·e·s sur ce qu'ils·elles apportent aux discussions.

Dans cette perspective d'apport quasi-exclusivement unilatérale, il fait intervenir des éléments extérieurs par les thèmes (sur la société, l'école d'un point de vue macrosocial) et discute peu à travers les prismes visés pas le dispositif. Ce sont davantage le groupe et ses discussions qui l'amènent sur ce terrain à la fois du dispositif, du genre, et des opinions des autres. Ahmed fait également intervenir des éléments extérieurs dans le sens où, sur 20 argumentations que nous avons relevées, 5 sont des éléments d'identité personnelle.

Ahmed étaye ses opinions par des éléments extérieurs et il peu flexible à celle des autres. Directement, les autres ont peu ou pas d'influence sur lui. Indirectement, les autres l'amènent progressivement sur le terrain des thèmes échangés et des opinions positives : seul l'agenda des discussions et les questions de l'animatrice amènent Ahmed à s'exprimer sur les sujets du groupe.

Ahmed n'exprime pas clairement ses désaccords, il y préfère des formules ambivalentes évitant l'opposition directe ou marquant une incertitude dans l'opinion exprimée (6), à l'aide d'éléments verbaux adoucisseurs de type « je ne sais pas » ou « non, mais... » « peut-être ». Il ne compte qu'une opposition marquée (à Jules) avec Monique. Ahmed est cependant, à hauteur de ses prises de parole, en accords avec ses pair·e·s, de manière bilatérale (3 avec Monique ; 2 avec Julie) ou multiples (en majorité avec Monique, Julie et Jules selon diverses combinaisons). Il est à l'origine d'accords multiple à 3 reprises (sur les 28 accords multiples du focus group). Ainsi, Ahmed est davantage coopératif lorsqu'il invite les autres enquêté·e·s sur ses terrains de discussion, mais il semble fournir au groupe ce que le contrat de communication (participer à l'étude, participer à la conversation) l'invite à faire, a minima. Il « évitera ainsi la question des ressentis explicitement » (en prenant la parole pour y répondre mais en n'y répondant pas) et il

devra parfois (mais rarement) « être interpellé par l'animatrice pour s'exprimer sur un point.

Ahmed participe aux moments de rire (2) et sourit (12), mais surtout s'exprime en ponctuant son discours de mouvements des mains, de tête, d'épaule aussi en écoutant les autres. Sa posture du corps est plus dans le recul, il prend une certaine distance avec le cercle de discussion.

Younès : marginal surprenant et troublant

Opinions et attitudes

Younès est un locuteur dont les sujets les plus discutés dénotent à la fois avec la hiérarchie des thèmes de l'analyse globale et celle de son focus group.

Younès s'exprime en premier sur les jeunes, leur comportement, leur violence, à travers leur langage, entre le langage propre et le jeu. Il parle aussi des hommes à la fois machos mais « pas tous comme ça ». Il parle aussi des marqueurs des dispositifs où le personnage de Pierre est féminisé ou perçu comme une femme, un discours qui semble moins attributionnel qu'évaluatif, pire, il n'est « plus un homme car il a été violé ».

Younès parle aussi de soutien et du non soutien aux victimes de violences sur le versant de l'inaction des témoins d'une situation de violence auprès des victimes (et notamment lorsque les agresseurs sont plusieurs).

A l'inverse du jugement très dur envers l'homme victime d'un viol -qui n'est plus un homme- Younès fait le constat du poids du genre et d'une vision positive de la transgression sur les thèmes de la parentalité et même sur la transgression du genre en ressemblant à une fille-garçon et inversement.

Enfin, il parle des dispositifs et formes de détournement analogues en prenant part à la discussion initiée par Ahmed, et suivie également par Monique, sur le film « La source des femmes » (2011).

Younès est un enquêté dont le profil discursif est atypique. Il évoque des « évidences », parfois tranchantes dans le jugement, parfois dénotant d'une perception complexe à travers des mots simples. Ses apports discursifs, pas toujours suivis par les autres interlocuteur·trice·s méritent pourtant une attention particulière en ce qu'ils révèlent une position progressiste sur les normes envers les femmes, et contradictoire, dans l'injonction, envers les hommes. Ses interventions créent parfois un trouble dans les échanges, il semble en retrait de la discussion lorsque celle-ci est intellectualisée, en apportant des réflexions quelque peu à la marge.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Younès, dont les prises de parole sont semblables à celles d'Ahmed, développe cependant beaucoup moins ses propos que lui. Ainsi, Younès est un enquêté qui intervient peu et dont les propos sont courts en termes de contenus quantitatifs, moins étayés que ceux d'Ahmed et il s'exprime dans un autre registre que lui. Ses propos sont pourtant, assez intéressants à considérer car atypiques et bousculant quelque peu les échanges.

Alors que la discussion tend à s'intellectualiser avec les apports de Jules, Julie et Monique, mais aussi d'Ahmed, Younès, qui déjà en amont en off discutait sur le ton de « l'humour », reprend ce registre lorsqu'il s'exprime à plusieurs reprises (6, soit l'enquêté

qui mobilise le plus ce registre). Cela n'empêche que ses prises de paroles participent à la dynamique et richesse des sujets abordés (4 lancements de discussion ou sujet ; 7 compléments de sujet par éléments connexes ; 3 reprises de sujet, position dont 1 de lui). Il ne compte aucun désaccord avec les autres, seulement de rares alternatives d'opinion (2) à ce qui est dit par d'autres enquêté·e·s. Il s'accorde en revanche avec les autres enquêté·e·s (il est en « accord bilatéral » avec chaque enquêté·e à 2 reprises, sauf avec Jane, 1 fois), sans ne jamais être à l'initiative d'accord multiple. Il suscite pourtant des accords bilatéraux avec Julie, Jules et Monique. Il est un participant actif quoique discret, par ailleurs malade ce jour (il sortira plusieurs fois de la salle pris de crise de toux). Il lui arrive à trois reprises de lancer des sujets sans qu'ils soient repris par les autres, ce qui marque cette position d'être parfois à côté des échanges en cours. Ses propos peuvent être suivi d'un silence des membres du groupe. Ses développements sont peu nombreux (6) mais cohérents avec la densité de ses propos. Il ne conclut que la moitié de ses développements, dont deux se clôturent par des marqueurs de doute peu enclin à l'ancrage ou à l'influence. Il participe aux questionnements du groupe (nom du film cité par Ahmed, n'hésite pas à demander aux autres s'il n'a pas compris l'objet de discussion).

Younès va souvent jouer ce qu'il narre (2) faire parler un tiers dans son discours (3) : des reprises des dialogues filmiques et des scènes du dispositif. Younès est, après Julie, celui qui sourit (14) et rit (8) le plus. Il a une écoute active, par ses regards et mouvements de tête, mais est en retrait, souvent.

Portraits de Jane : opinion et position du soi dans les échanges, marginale plutôt muette

Opinions et attitudes

Difficile d'émettre quelques hypothèses sur les opinions de cette enquêtée qui a très peu parlé durant le focus group. Sa principale participation (en assertion) exprime un savoir expérientiel d'histoire vécue d'inégalité en situation professionnelle. Elle tient également le discours affirmant que les femmes sont touchées socialement par les inégalités. Elle évoque des problèmes de l'école française (hors thème : savoir écrire ou non) avec des maximes telles que :

« Nous quand on est passé en 6e on avait intérêt à savoir écrire. (...) Maintenant on leur fait un contrôle pour savoir s'ils sont à peu près... »

Elle exprime également que les hommes sont machos, ou le non soutien aux victimes de violence, et que la police et l'Etat ne sont pas à la hauteur pour protéger les victimes.

Enfin, elle exprime un jugement plutôt négatif sur le personnage de Pierre et sa poussette, comme révélateur de l'inversion.

Si ces positions semblent converger vers des opinions en faveur des intérêts des femmes, le peu d'éléments verbalisés nous invite à ne pas aller plus loin dans l'analyse.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Jane, qui intervient très peu n'est quasiment pas intégrée dans le groupe. D'une part, ses apports sont infimes (1 lancement de discussion ou sujet, 3 compléments de sujet, aucune reprise de sujet). D'autre part, elle s'exprimera parfois sans que les autres ne poursuivent ce qu'elle développe (1), tout en faisant quelques pointes d'humour (3) pas toujours comprises, et interpellera à deux reprises des enquêté-e-s pour leur propos. Sa faible participation et ses remarques parfois vives la placent très à la marge du groupe, du point de vue de la discussion et de son comportement (retrait puis vive interpellation), bien qu'elle soit dans 6 des « accords multiples ». Ses argumentations sont peu fréquentes (2) et courtes (2 conclusions qui interviennent vite dans le développement). Elle semble facilement s'exprimer dans des lieux communs, quand le discours général s'intellectualise. Comme Julie et Monique, elle reprend Jules sur ses propos, ce qui semble moins accepté socialement puisqu'elle s'exprime par ailleurs très peu. Elle va parfois montrer de l'ironie, alterner mise en avant et retrait.

BF. Annexe Réception : Portraits des participant·e·s du FG2

Marc : compréhension et position progressive et positive d'un enquêté un peu en retrait

Opinions et attitudes

Marc s'exprime en premier sur les marqueurs des dispositifs et explique « ne pas avoir compris parce qu'il ne connaît pas la VO » et questionne : « qui a fait la version détournée ». Il pose des questions sur Orelsan, son succès, son public. Il pose aussi un constat fort intéressant face aux critiques faites aux tenues des chanteuses de « C.L.I.T » « elles revendiquent un droit, et leur dire de se rhabiller c'est faire le jeu de la domination », qui arrivera en fin d'entretien. Il a peu de souvenir immédiat en tête concernant l'homme, il dit n'avoir regardé que les femmes, peu l'homme avant de visualiser à nouveau le clip.

Marc développe aussi l'idée que les femmes sont touchées socialement par les inégalités et discriminations aujourd'hui et critique le fait que la société n'évolue pas assez rapidement. Il affirme également être déjà conscient de situations, de vécu des femmes et des violences qui les ciblent. Autre thème significatif, il parle également des jeunes et plus encore des hommes. Selon lui, les jeunes n'ont pas d'éducation (et cela est lié à la violence) mais aussi qu'avec « trop de liberté pour les jeunes, ça devient n'importe quoi ». Concernant l'éducation, les responsabilités, il parle de celles « des parents » en premier, puis de l'école. Sur les hommes, sous-thème très peu marqué, il y voit l'exercice d'un pouvoir historique, un droit, une domination, mais pense qu'ils sont peut-être plus respectueux aujourd'hui. Un thème significatif pour lui comme pour Michael (thème qui ne revient avec cette fréquence que chez ces deux enquêtés) est celui de qualifier le dispositif d'intéressant en particulier sur le fait qu'il détourne (inverse, répond à) quelque chose d'existant et qu'il prend (une) position, a un message. Enfin, Marc fait parfois appel à ce que nous avons appelé « des biais de particularisme » sur les cités ou une particularité à Marseille, comme ville particulièrement violente. Il peut aussi, même rarement, éluder le genre dans la compréhension en voyant que dans les deux clips, finalement, l'idée est la même, sexe et violence.

Marc, bien que confus sur l'énonciation de la version parodique et la version originale, y perçoit bien l'idée d'un message dépassant le cadre du divertissement. S'il lui arrive d'éluder le genre dans la compréhension, comme le fait d'être perplexe sur la manière de procéder, il en comprend les ressorts et en vient à comprendre, en partie, les intentions des chanteuses quant à leur tenue, jusqu'à défendre cette liberté, un marqueur pourtant décrié dans les discussions. Des biais de particularisme s'immiscent dans sa perception du problème des violences. Il porte un regard sur les violences envers les femmes où il reconnaît leur position de cible en tant que victime de violences genrées.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Enquêté présent mais discret en discussion, Marc apporte une richesse thématique au groupe (lancement de sujet (9) ; complète le sujet (4)) et il est aussi dans l'interaction (reprise de sujet (5) dont deux à Pauline). Certaines interventions de Marc ont été sollicitées par l'animatrice, parce que questionné individuellement (4). Il lui arrive aussi de lancer un sujet qui n'est pas repris par les autres (2). Ses désaccords passent par des périphrases « peut-être, je ne sais pas » (4) ou des « nuances, alternatives » (8) plus que des « oppositions marquées » (3, toutes avec Sophie). Ses argumentations, points de vue, développements (12) expriment à une reprise celle de l'identité personnelle, d'être parent. Mais Marc y est en partie contraint, interpellé par Sophie, sur le fait qu'il ait finalement peu parlé, peut-être par gêne, Sophie lui demandant s'il se sentait quelque part responsable de la situation des jeunes, en tant que parent, comme elle peut être elle-aussi, en tant que mère, responsable de l'éducation des jeunes. L'issue de ses développements en conclusion sont rares (2). Marc s'étend peu sur ses propos. Il fera de l'humour à une reprise et ne répondra pas à la question de ce qui est éprouvé alors qu'il prend la parole pour y répondre. Quant aux accords bilatéraux, il l'est à 22 reprises, ce qui très significatif rapporté à sa participation. Il est en majorité d'accord avec Sophie (3), Michael (3) et Pauline (2). Il est présent dans 10 des 27 « accords multiples » et est à l'origine de 6. Il questionne les autres (2) ou l'animatrice (3) sur le contenu, qu'initialement il ne comprend pas. Il ne sera pas le seul.

Marc est un peu en retrait et à la marge des échanges. Il exprime plusieurs fois être en dehors du sujet (parce que candide dans le rap), ou trouver que la forme du dispositif n'est pas la meilleure pour dénoncer. Du moins, il s'interroge, mais reste timide quant à l'expression de ces interrogations, et fait preuve, à certains moments, d'une lucidité sur les intentions des créatifs.

Dans les échanges, Marc respecte relativement bien les tours de parole, puisqu'il n'interrompt presque pas (2), à l'instar de Anais et Michael. Marc est aussi l'un des interlocuteurs du groupe ayant le sourire (46) et riant (5), avec Pauline (34 sourires et 13 rires). Sa posture est le plus souvent en retrait du groupe, adossé à sa chaise.

Anais : référente sur le rap, et défense d'intérêt paradoxale

Opinions et attitudes

Anais concentre plus du tiers de ses propos sur les marqueurs des dispositifs, avec en premier lieu les questionnements sur la compréhension ou non de la parodie, le fait de savoir que c'est une parodie parce que l'on connaît l'originale et qui affirme que c'est bien Orelsan qui a fait la parodie, du moins dans un premier temps. Elle se positionne comme connaissant la version originale et tient une posture de *connaisseuse* et de partage au sein du groupe, avec cette erreur cependant. Anais revient également sur le message de fin du clip (les chiffres de l'épilogue) ou le fait que le message puisse ne pas être regardé jusqu'au bout, ce qui constitue une limite. Quant aux marqueurs des chanteuses, elles sont dénudées, vulgaires, il y a quelque chose de gênant à garder des codes féminins, elles devraient se rhabiller, être plus dominatrices. Elle partage cette opinion avec Sophie, qu'elles revoient à la fin du focus group. Elle explique également que le rire à la fin du clip est un *blooper*, soit un bêtisier. Anais parle aussi des dispositifs et formes de détournement analogues qu'elle connaît et qui inversent la norme, ou d'un dispositif analogue sur le racisme, avec retournement final, initié par Ibrahim. Elle discute par ailleurs sur les ressentis face à la vidéo, prenant une tournure réflexive.

Dans son discours, à l'instar de Pauline, elle relate des expériences, savoirs expérientiels vécus de violences, discriminations, inégalités et notamment leurs contraintes au quotidien d'être femme (la rue, les vêtements, les itinéraires contraints). Dans une moindre mesure, elle évoque qu'il est nécessaire d'éduquer les jeunes aux médias ou encore porte un méta regard sur la situation de groupe ou le souhait d'aller vers plus d'égalité. Enfin, elle discute des hommes, leur sexisme, leur comportement en exposant que les hommes sont plus respectueux aujourd'hui des femmes, mais qu'ils exercent un pouvoir historique, un droit, une domination et qu'ils en ont conscience. Dans une moindre mesure, Anais pense que « c'est (plus) violent aujourd'hui avec la nouvelle génération et les très jeunes », qu'ils « n'ont pas d'éducation et que c'est lié à la violence » ou encore « qu'il fument des joints très tôt ».

Les positions tenues par Anais sont paradoxales, elle prend un jugement négatif envers les chanteuses et leurs tenues, alors qu'elle-même subit aussi les injonctions et intériorisations d'« être femme » au quotidien. Anais, qui comprend le sens de la parodie, peut y porter un regard critique, mais elle est pourtant induite en erreur quant à l'énonciation de la version parodique, bien qu'elle connaisse la version originale et son auteur. Il pourrait en être l'auteur. Il a changé. Anais semble être sûre d'elle, et à la fois bousculée dans ses positions. Elle porte, nous semble-t-il, à la fois une vision dirigée dans le sens de l'intérêt et des droits des femmes (être elle-même contraintes dans sa vie, s'entourer d'amis masculins qui ne présentent pas les traits grossiers sexistes) et celle d'un jugement négatif envers les jeunes hommes et les femmes qui ne s'affirment pas autrement qu'à travers des codes féminins.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Comme nous l'évoquons dans le portrait de Sophie, Anais est proche de Sophie, par les nombreuses prises de parole et de contenus échangés. Anais lance des discussions et nouveaux sujets (8) ou complète le sujet lancé par un autre (10) de manière active (moins que Sophie, puis Pauline), ajoutant de la richesse aux échanges. Elle est la seconde du groupe en termes de reprises de sujet, position, argument à d'autres pour les poursuivre (10), le plus fréquemment de Pauline (2), Michael (2) et d'elle-même (2). Ses positions ne sont pas figées, bien qu'elle montre moins d'écart d'opinion que Sophie, notamment, nous le supposons, du fait qu'elle soit une des référentes, connaisseuses, sur le rap. Elle n'est pas dans la demande auprès des autres (0) mais bien plus dans la posture de celle qui apporte une réponse / une information à un·e autre enquêté·e (8). Elle exprime peu de doute (1) et elle n'est pas dans l'interpellation vive (0). Elle est moins que Sophie dans l'opposition radicale (3) (dont deux avec Sophie et un avec Pauline). En revanche, Anais est l'enquêtée qui est la plus dans l'opposition douce, par des nuances et alternatives d'opinion (19) pour exprimer un désaccord. Elle est de loin la première dans les accords bilatéraux (43) avec Sophie (10), Michael (10), Pauline (10), Marc (1) et Ibrahim (1). Anais est présente dans 24 des 27 accords multiples et elle en est l'origine à 5 reprises.

Elle dépasse de loin Sophie quant aux situations d'accords et de désaccords. Les accords multiples dans lesquels Anais se trouve, se combinent très souvent avec Sophie, Pauline et Michael (18, 18, 17). Cinq de ces accords sont exclusivement avec ces 4 enquêté·e·s.

Enfin, Anais est la seconde à développer ses argumentations, point de vue (22) allant parfois jusqu'à sa conclusion, ancrage de son point de vue (8). Elle révèle des éléments de son identité personnelle (génération 1) (ville d'habitation 2), d'inégalité, violence ou discrimination (1), de place de femme (2). Elle mobilise un peu l'humour (5) dans ses échanges.

Anais est une participante active des discussions, ses propos convergent vers une posture de *sachante* sur le rap, sur la situation de sa génération, mais finalement moins virulente et pro-message que Pauline. Anais est en effet dans une recherche plus d'apport et d'accord.

Anais mobilisera le plus l'usage d'un « nous » commun aux femmes dans ses discours, avant Sophie (2).

Dans ses développements, Anais a tendance à s'interrompre, se couper toute seule (2), mais ne coupe que rarement la parole (2). En revanche, elle est celle qui se fait le plus souvent couper la parole (8), ou sa parole est supplantée par un·e autre qui superpose sa voix à la sienne. Anais illustre aussi une écoute active, en finissant la phrase des autres (3) ou en répétant le dernier mot prononcé par un·e autre (3). Il lui arrive de mimer les paroles d'un tiers qu'elle rapporte. Elle est aussi celle qui hoche de la tête ou hausse les épaules le plus souvent, et a tendance à appuyer ses propos par des mouvements des mains.

Sophie : agitatrice d'opinions et d'interactions

Opinions et attitudes

Sophie s'exprime majoritairement sur les marqueurs des dispositifs (42%), ce qui rend les autres thèmes de son « top 5 » moins importants. Elle fait des va-et-vient, nombreux, sur la compréhension ou non de la parodie, en (se) demandant qui a fait la version détournée. Elle exprime également ne pas avoir compris la parodie car elle ne connaît pas l'originale à l'instar de Marc. Comme lui, elle interroge sur Orelsan, le rap et la VO, la musique originale et son succès, la diffusion et le public d'Orelsan, l'auteur de la version originale « Saint-Valentin ». Comme Anais, Sophie discute significativement des chanteuses jugées dénudées, vulgaires et gardant les codes féminins ce qui pose problème. Le message de fin, *i.e.* les chiffres sur les violences en épilogue de « C.L.I.T », est perçu comme important (dans la compréhension) et suscite l'indignation de Sophie, dans le sens visé par le dispositif. Elle affirme, plus tard dans le focus group, que finalement les paroles de la parodie sont fortes mais pas plus violentes que celles de la version originale.

Le second thème discuté par Sophie est celui des « expressivités /perspectives changements pour les droits et contre les violences faites aux femmes, où elle porte un méta regard sur la situation de groupe et interpelle d'autres enquêté·e·s dans le sens du message. Elle réutilise des items ou formes du dispositif pour les appliquer dans son argumentaire pro-message. Dans les solutions de réduction de la violence et des violences envers les femmes, ses positions tiennent à la prévention envers les jeunes. Sophie revient aussi sur le dispositif : sa cible, ses buts, et les ressentis. Ces derniers sont, pour elle, d'être choqué·e : parce qu'elle « ne pas connaît pas le rap », de la vulgarité, et enfin des ressentis liés à des cognitions réflexives. A l'instar des autres participant·e·s, elle considère que les hommes exercent un pouvoir historique, un droit, une domination, pour lequel ils sont à la fois conscients et non conscients. Cette opinion opposée agitent le débat. Quant à l'éducation, discutée, il y a une responsabilité des parents selon elle. Enfin, elle s'exprime aussi sur les mauvaises influences des médias.

Sophie, au-delà de sa position d'agitatrice, tient une position à l'instar de Marc de « non-connaisseuse » du rap et de sa culture. Elle éprouve donc des difficultés de compréhension, mais aussi un ressenti de « choc » face aux dispositifs (version originale et détournée). Ses opinions peuvent évoluer, au gré des informations et des échanges, mais surtout, elle peut changer de regard considérant l'intérêt de la cause défendue. Elle va jusqu'à mobiliser des éléments du dispositif (inverser dans la « vraie vie », interpeller sur sa responsabilité et celle de Marc) et exprimer ses émotions et recommandations pour argumenter son point de vue.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Enquêtée prenant le plus la parole et développant ses propos, elle est celle qui lance les discussions (17) et complète les sujets lancés par d'autres (13) le plus fréquemment. Elle est la première à enrichir les discussions et à avoir l'initiative conversationnelle (prendre

la parole ; apporter des contenus). A une seule reprise, un sujet qu'elle a lancé n'est pas repris par les autres. Par ailleurs, elle reprend le sujet, position, argument ou élément discursif d'un·e autre pour le poursuivre (17) le plus souvent, en comparaison avec les autres participant·e·s. En majorité, elle reprend des éléments d'elle-même (4), de Pauline (4) et de Michael (3). Ainsi, son discours n'est pas autocentré.

Sophie n'est pas l'enquêtée qui s'oppose le plus (elle l'est après Anais) avec une préférence pour les nuances, alternatives d'opinion (10) voire les « peut-être, je ne sais pas » (4) qu'aux désaccords radicaux (5, dont 2 à Pauline, 1 à Michael, 1 à Ibrahim et 1 à Michel et Marc). De la même manière, Sophie n'est pas celle qui est le plus dans des accords bilatéraux (elle l'est après Anais), puisqu'elle est en accord à 25 reprises, dont 8 fois avec Michael, 5 fois avec Anais, 4 fois avec Marc, Pauline ou Ibrahim. Elle est à 22 reprises (sur les 27) dans les accords multiples (encore une fois, c'est Anais qui en cumule le plus : 24). Sophie est à 6 reprises à l'origine de ces accords multiples.

Sophie est l'enquêtée qui use le plus de l'humour (13) pour exprimer des idées, participer à la dynamique, une vivacité et une énergie qu'elle apporte dans le groupe, également à travers ses 7 interpellations vives d'un autre enquêté pour ses propos ou ses 5 interventions phatiques ou ses 6 questionnements aux autres ou (4) à l'animatrice. Ces dernières, questionnements aux autres ou à l'animatrice, rejoignent les doutes exprimés, relativement à un univers qu'elle ne maîtrise pas : le rap ou le média télévisuel.

Enfin, Sophie est celle qui développe le plus ses propos, par des argumentations, points de vue et développements les plus nombreux (29), sans nécessairement atteindre une conclusion (7). Au cours de ses développements, elle révèle à 2 reprises des éléments d'identité personnelle, 1 générationnel, 1 expérience « en tant que femme » et 3 clins d'œil complices à Anais et Pauline.

En résumé, Sophie participe activement et énergiquement aux échanges, qu'elle semble parfois animer. Ses nombreuses interpellations et ses questionnements en font un personnage (presque) maître du jeu interlocutif, mais aussi en demande de ressources pour prolonger les échanges. Elle n'est pas dans une rigidité d'opinion ou de position de domination absolue, mais davantage dans l'ouverture et les échanges, bien qu'elle en donne le tempo.

Dans ses nombreuses interventions, Sophie semble parfois parler et réfléchir en même temps, construire son raisonnement, puisqu'elle se coupe (5) assez souvent. Mais elle est aussi celle qui coupe le plus souvent la parole aux autres (12), le plus souvent à Anais. Elle superpose sa voix sur celles d'autres locuteur·trice·s aussi fréquemment qu'elle en est l'objet (7). Bien que Sophie force l'alternance de la prise de parole en la prenant sans attendre son tour, elle a aussi une écoute active, matérialisée par le fait qu'elle finit souvent les phrases des autres (8) ou répète le dernier mot d'un·e autre (2). Son aisance dans le groupe s'illustre aussi lorsqu'elle fait parler un tiers (3). Elle rit plus souvent qu'elle ne sourit et est celle qui exprime le plus de mimiques faciales. Ses prises de parole sont ponctuées de nombreux mouvements des bras et des mains.

Michael : analyse approfondie, regard méta et réflexif, presque jamais en désaccord

Opinions et attitudes

Michael discute des marqueurs des dispositifs, qui recensent plus de la moitié de ses propos. A l'instar de Sophie, et dans une moindre mesure Anais, les marqueurs constituent une part importante de son discours. Ce grand thème est chez lui plus fragmenté que chez Sophie et Anais. Michael évoque en premier le fait que les femmes et les hommes n'ont finalement pas les codes inversés, sous-thème que nous avons établi comme neutre (pas de jugement ici positif ou négatif envers les marqueurs ou le message). Il introduit cette réflexion sur le groupe, ensuite, de manière positive, bien qu'il reconnaisse que cela rend plus complexe la compréhension. Les personnages femmes « revendiquent un droit et leur dire de se rhabiller, c'est faire le jeu de la domination » vient directement alimenter l'idée selon laquelle les critiques envers les tenues des chanteuses ne sont pas soutenues par Michael. Ce propos arrive dans un second temps, précédé de la critique des personnages féminins (chanteuses dénudées et vulgaires et problème de garder des codes féminins au départ), y compris par Michael. Il reconnaît n'avoir regardé que les femmes, pas l'homme. Il récite, bien que cela intervienne en fin de focus group, les injonctions qui leur sont faites. Marc rejoint cette opinion. Michael sera critique envers le « *blooper* » ainsi nommé par Anais, c'est-à-dire le rire à la fin du clip car pour lui, il ne participe pas à une fin sérieuse. Le rire en fin de clip pourrait signifier que :

« Et bah je ne sais pas, mais finalement ça fait un peu wow [onomatopée] c'était une bonne blague, d'un autre côté, on a fait tomber un truc, c'était pour rigoler puis je vais reprendre ma, ma position normale, quoi. C'est, c'est un peu ça quoi, je me lève, enfin, bah ça... Bah c'est significatif quoi, ça veut dire que c'était bien parodique, enfin... Voilà. »

Autre élément des marqueurs, le fait de comprendre ou non la parodie et notamment la question de qui l'a faite, de savoir que c'en est une « parce que l'on connaît l'originale » ou que le texte « sur une idée originale » induise cette idée.

Michael s'étend aussi sur des « ressentis réflexifs » et notamment le fait que « ce soit forcément parodique », ce qui le questionne beaucoup. Sa réflexion va dans le sens des intentions du message : si la parodie se voit dans ce sens, pourquoi ne la voit-on pas dans l'autre ? Pourquoi la version genrée originale « passe-t-elle » sans qu'elle suscite de l'indignation ? Quant à la cible, ce sont, pour Michael, les jeunes, et les buts de « dénoncer ce que font les hommes » (comportement et domination).

Les trois autres thèmes du « top 5 » des propos de Michael ne sont pas des thèmes du top 5 du focus group ou de l'analyse globale. Ainsi, « les dispositifs et formes de détournement analogues » sont significativement explorés chez Michael, (chez Anais aussi) lorsqu'il décrit longuement le clip « *Smack my bitch up* » de Prodigy (1997), sa forme, à travers son aspect de renversement final. Autre position, le dispositif est

intéressant, car il « détourne (inverse, répond à) quelque chose d'existant » (Marc aussi y souscrit). Enfin, le thème uniquement abordé par Michael de manière significative dans ce focus group, porte sur la possible incapacité du dispositif à atteindre son but.

Michael développe son discours par étape, en jugeant puis en déconstruisant ce jugement sur les chanteuses, en « découpant » principalement le dispositif en marqueurs, qu'il évalue, action pour laquelle il porte un regard méta critique puisqu'il reconnaît que ces éléments résultent de la discussion et de l'analyse au sein du groupe. Avec Anais en particulier et dans une moindre mesure avec Pauline, il a cette posture où il·elles sont plus familièr·e·s avec le rap et la culture musicale contemporaine. Il porte un regard critique sur le dispositif, positif et négatif, et y interprète de nombreuses fois des intentions dans le sens de celles initiées par les créatifs.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Michael est le troisième enquêté discutant le plus mais il est celui qui fournit le moins de nouveaux contenus au groupe dans ce sous-groupe de quatre meneur·se·s (lancement sujet (5) ; « complète le sujet » (5)). Il est davantage dans la reprise de sujet, position (9) et notamment les siennes (4) et celle de Pauline (2).

Michael ne prononce presque aucune opposition marquée (2), en revanche il mobilise à de très nombreuses reprises les « peut-être, je ne sais pas » négatifs (8) et les nuances, alternatives (8). Il est en accords (13) le plus souvent, dont à sept reprises avec Pauline et 5 avec Anais. En accords multiples, il est présent 17 fois sur 27, et l'initie à 5 reprises. Ses argumentations, développements (17) sont presque toujours terminés par une conclusion (16), bien que celles-ci soient souvent ponctuées d'un « enfin je ne sais pas (comment dire) », nuancant l'ancrage mais levant le voile, notamment, sur sa position réfléchissante. Il exprime par ailleurs des doutes et incertitudes (3).

Michael a une position paradoxale : très proche des positions de Pauline, enquêtée la plus en accord avec les positions féministes tenues, il est lui-même en position de soutien, et d'évitement d'opposition sèche. Ses propos, exprimant souvent ce qu'il pense sans que la construction de la pensée soit évidente, ponctue une position en faveur des femmes et pour la lutte pourtant déjà posée.

Son énonciation est parfois difficile, il se coupe (5) et s'il respecte les tours de parole en coupant peu la parole (2) il va souvent superposer sa voix au discours d'autres locuteur·trice·s (10) dont celle d'Anais à 4 reprises. A l'inverse, il marque une écoute active, en reprenant à plusieurs reprises de dernier mot prononcé par un·e autre (3), à l'instar d'Anais (3) et de Sophie (2). A une reprise, il fait parler un tiers pour s'exprimer. Michael s'exprime aussi beaucoup dans le mouvement des mains et des bras.

Pauline : féministe et pro-message, influente dans ses propos

Opinions et attitudes

Pauline discute elle aussi en majorité des marqueurs des dispositifs. Elle exprime à la fois que l'image du clip est celui d'un jeu (et ce n'est potentiellement pas assez sérieux) mais aussi qu'il s'agit d'un clip où les femmes revendiquent un droit. Ainsi, dire aux femmes de se rhabiller, c'est faire le jeu de la domination. Pauline parle du clip original d'Orelsan, qu'elle connaît et qualifie très négativement. Elle aussi, elle peut être confuse quant à certains marqueurs comme « les filles s'amusaient, mais cela n'a pas de lien avec les chiffres à la fin », bien qu'un doute ait émergé.

Elle continue dans l'affirmation de ces positions, féministes, en pointant que les femmes sont touchées socialement par les inégalités et la mauvaise influence des médias, d'une société « avec des problèmes aujourd'hui » et un manque de respect lié à la violence. Elle en parle en des termes forts qui font le lien entre ces plusieurs thèmes :

« Moi je trouve qu'arrivé à notre époque c'est quand même affolant de devoir faire attention à comment on s'habille pour éviter que derrière il y ait la tentation de ce que untel ou untel a envie de nous toucher. Moi je trouve que quand même ça va beaucoup trop loin. Ça atteint à nos libertés, à tout. On avance sur pleins de choses. On est un pays hyper développé, on le prône, mais il y a des dérives aussi. On est confronté à la télé, à cette violence, à... au sexe en permanence, à, aux pubs. Voilà on va jouer sur un site, les pubs c'est quoi ? C'est Michelle, 35 ans, a envie de vous sucer. Enfin, au bout d'un moment il faut qu'il y ait un certain contrôle, il faut voilà. Parce qu'après les jeunes ils s'identifient à ça et ils pensent que la vie est comme ça. »

Dans le thème significatif sur l'école, les jeunes, les hommes, Pauline pointe en premier les hommes, lesquels exercent un pouvoir historique, un droit, une domination et n'ont pas conscience. Pour elle, ce n'est pas possible de savoir, d'en avoir conscience, et de continuer à agir de manière sexiste, violente. Par ailleurs, elle parle des hommes, machos, mais plus respectueux aujourd'hui, et relève aussi « l'effet de meute » lorsque plusieurs hommes sont ensemble. Parlant de l'éducation, elle y voit une responsabilité des parents, et chez les jeunes, une plus grande violence avec la nouvelle génération voire les plus jeunes. Elle aborde également le thème des expressivités /perspectives changements des droits et contre les violences faites aux femmes, en narrant des situations, à l'instar d'Anaïs, des contraintes, injonctions et harcèlement dans l'espace public. Elle exprime aussi ce souhait d'aller vers plus d'égalité en « changeant les comportements et mentalités » sur les violences faites aux femmes, qui passent par l'éducation et la prévention. Enfin, dernier thème, celui du constat du poids du genre et d'une vision positive de la transgression où elle parle des injonctions et limitations faites aux femmes, le fait d'intérioriser ces limites et d'être conscient·e du sexisme que l'on porte en nous et nous agit.

Eclairée et revendicatrice, Pauline abonde dans le sens du message, bien qu'elle suggère qu'il n'est pas assez sérieux. Ses positions condamnent sans ambiguïté inégalités et violences, tout comme les comportements des hommes sont pointés du doigt. Elle narre des histoires vécues et l'expérience d'être femme, et s'oppose aux limites et injonctions à destination des femmes.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Pauline arrive après Michael en termes de prises de parole et de contenus, mais elle est, dans les échanges, plus proches (physiquement et dans les positions, interactions) de Sophie et Anais. Elle connaît cette dernière par ailleurs en dehors du focus group. Pauline lance des discussions, sujets (7) ou complète le sujet lancé par un autre élément connexe plus que Michael (bien que celui-ci s'exprime plus) et plus que Anais (bien que celle-ci s'exprime plus que Michael et Pauline). Elle est ainsi en position de meneuse des discussions, lorsqu'elle prend la parole. Elle reprend les sujets, positions ou arguments d'autres, avec parcimonie, principalement de Michael (2) et Anais (2).

Proportionnellement à ses interventions, mais aussi dans l'absolu, elle est l'enquêtée qui exprime le plus des oppositions marquées (6) dont 4 avec Anais. Elle ne présente pas de signe de désaccords nets ni de « peut-être ». En revanche elle exprime ses désaccords de manière nuancée, alternative (9). Elle a des accords bilatéraux (15) avec Anais (8) principalement, puis avec Michael (3) et Sophie (3). Pauline fait également partie des accords multiples à 20 reprises (sur 27) et en est à l'initiative à 5 reprises, ce qui est important considérant sa participation. Elle fait parfois preuve d'humour (2) mais surtout, elle développe ses argumentations (13) et arrive souvent à ses conclusions et ancre son point de vue (8). Elle développe deux argumentations particulières, une sur des inégalités, violences, discriminations, une autre sur son identité personnelle, en tant que femme. Elle use de l'interpellation vive (2) ou phatique (1), sans se positionner comme *sachante* (1 « réponse apportée à une question ») à l'inverse de Anais.

Pauline a une position où ses propos, moins fréquents que celles·ceux qui s'expriment plus, semblent être plus forts car ils sont initiés par elle et qu'elle est première sur ces points, qu'elle prend le temps de développer et d'ancrer ses positions. Il est intéressant de voir que ses thèmes sont assez cohérents entre eux et par ailleurs les plus féministes. Ses positions sont marquées de nombreux désaccords et accords. Sa position, quoiqu'un peu en retrait, illustre que la parcimonie de ses interventions est corrélée à une force et un intérêt porté sur eux par les autres. Avec Anais, Sophie et Michael, Pauline fait partie du sous-groupe de quatre enquêté·e·s les plus actif·ve·s et influent·e·s dans leurs propos.

Ibrahim : peu présent et peu ouvert au message

Opinions et attitudes

A l'instar de Jane dans le FG1, Ibrahim a peu parlé. Mais il a davantage été présent dans les échanges que celle-ci. Ses rares prises de position rendent néanmoins l'analyse de son discours difficile. Il discute, hiérarchiquement, des mauvaises influences des médias, avec les jeux vidéo violents mais aussi des nues dans l'espace public, qui ne devraient pas être accessibles aux enfants. Par ailleurs, le manque de respect est associé à la violence pour lui aussi. Relativement aux marqueurs des dispositifs, pour Ibrahim, les paroles sont fortes, il y voit beaucoup de violence, le marqueur révélateur de l'inversion correspond à l'homme avec le tampon hygiénique dans la bouche. Il retient également les chiffres de fin, importants selon lui pour le message de lutte contre les violences envers les femmes. Troisième thème significatif, lequel n'est représenté dans le focus group que par lui : le cas d'autres pays, et en particulier, parler depuis un point de vue extérieur. Ibrahim est d'origine pakistanaise et parle du Pakistan et d'autres pays qu'il décrit comme s'ouvrant progressivement. Ibrahim discute également, à l'instar de Marc, en éludant en partie la question du genre en affirmant que « dans les deux clips, l'idée de fond est la même, le sexe et la violence ». Mais Ibrahim ira plus loin, en affirmant également que les femmes peuvent être en partie responsables à travers l'idée de ne pas assez se protéger ou de provoquer, ce que l'on retrouve dans le discours de Ahmed dans le FG1. Ces propos restent cependant marginaux, mais illustrent que cette pensée, à l'instar de l'étude dont les chiffres sont diffusés à la fin du clip, sont possibles. Enfin, Ibrahim parle aussi de ses ressentis, expliquant avoir été choqué par le clip, bien qu'il ait l'habitude d'écouter le rap.

Ibrahim parle peu. A l'instar de Jane dans le FG1, il est difficile de poser de manière significative leurs opinions. Si les quelques assertions de Jane nous invitaient à lui attribuer une vision plutôt positive (en faveur de la lutte contre les violences faites aux femmes et du dispositif, sans pouvoir l'affirmer clairement), Ibrahim, par son discours, suggère l'inverse. A la fois souscripteur à l'idée de protéger les enfants et retenant les chiffres de fin sur l'importance des violences envers les femmes, il a un discours optimiste vers l'évolution des rapports femmes-hommes et des droits des femmes, tout en renvoyant aux victimes une part de culpabilité. Il ne semble pas enclin à accepter le message tel qu'il est proposé, une parodie dénonçant les comportements des hommes. Il ne pointera pas les hommes et leurs comportements dans son discours. Pourtant, il aura été l'instigateur, dans la discussion, d'un message de prévention (avec retournement final) contre le racisme et le personnage raciste. Il nous semble que sexisme et racisme n'a pas trouvé écho sous forme d'analogie.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Enquêté qui prend moins la parole que Marc, mais qui s'exprime autant quantitativement, Ibrahim contribue à hauteur de ses interventions à la discussion et sa richesse (lancement de discussion (3), complète le sujet » (6)). Il reprend, très rarement,

les autres (1 reprise de lui-même, 1 de Marc, 1 de Anais, Michael et Sophie). Il est finalement peu dans l'interaction et plus dans l'apport. En effet, il n'émet aucun désaccord et il est en accord dans une faible mesure (3 accords dont 2 avec Sophie et 1 avec Marc). Il fait partie de 2 des 27 accords multiples. Comme Marc, il ne répond pas à la question du ressenti alors qu'il répond à la question par une autre réponse, tout comme il lance un sujet qui n'est pas repris (1) ou ne prend la parole que parce qu'il est questionné individuellement (4). Ses argumentations sont moindre comparativement à celles de Mar, et elles expriment à deux reprises un élément de l'identité personnelle (venir d'un pays). Il conclut à 2 reprises.

Ibrahim est à la marge du groupe. Il prend peu la parole mais le fait plus longuement que Marc. Ibrahim est un interlocuteur discret, plutôt à l'écoute des autres. Il participe plus aux échanges paraverbaux, en souriant (22).

BG. Annexe Réception : Portraits des participant·e·s du FG3

Brigitte : position ferme contre les violences mais aussi contre la transgression et occupation de l'espace discursif

Opinions et attitudes

Brigitte déploie en premier (de manière significative) une vision plutôt négative de la transgression des comportements féminins transgressifs dans la « vraie vie, qu'elle condamne, des filles qui mènent la drague et sont redoutables, en allant même plus loin, avec le fait qu'il y a des filles qui sont violentes aussi... Elle fait aussi reposer une partie de son discours sur des biais de particularisme avec les cités (comme lieu de violence) en tête. Enfin, elle participe également à éluder le genre dans la compréhension car les caractères dominant/dominé jouent plus que le sexe ou le fait de réassigner du genre, en particulier dans une vision de la famille maman/papa et leurs rôles respectifs.

Ce premier thème, et les présupposés cognitifs que l'on pourrait lui attribuer, sont contrariés par le second thème auquel les propos de Brigitte sont rattachés, celui des expressivités / perspectives de changement des droits et contre les violences faites aux femmes. Premièrement, elle raconte au groupe, son savoir expérientiel, histoires vécues de violences, ici conjugales, lorsqu'est demandé par l'animatrice si des situations de la bande dessinée ont fait échos aux enquêté·e·s.

« Ça me renvoie à une situation de couple. Qui est... Voilà. Très douloureux. Bon... Hm. Là encore je pourrais parler de prédateur hein mais... On est hm. La femme, bah, on est là pour faire notre devoir conjugal. Voilà bah c'est induit par le mariage hm. faire des enfants, hm. et puis on est là... à leur disposition quoi. Voilà. (...) Mais hm. la, la situation du couple, là, hm. moi oui. Je... C'est douloureux. (...) Voilà. Et quand vous ne voulez pas, hm. c'est la colère, c'est la violence, verbal, physique. Stop quoi. Voilà. La femme elle a droit de dire non. »

Elle évoque également les hommes ciblés par des femmes ou se questionne sur l'hypothèse de violences conjugales dans les couples homosexuels.

Elle discute aussi des solutions de réduction de la violence et des violences envers les femmes, avec des solutions de prévention, de « lever les tabous » et d'en faire de même sur d'autres sujets connexes (drogues, homophobie). Elle établit également des revendications en tant que femme pour ses droits.

Pour Brigitte, le manque de respect est associé à la violence et à une perte de valeurs, de codes partagés. Elle évoque dans une moindre mesure les influences des médias sur les jeunes et que les femmes sont socialement touchées par les inégalités, ou encore que la société « a des problèmes aujourd'hui » (constat de violence).

Dans le thème portant sur « l'école, les jeunes, les hommes » Brigitte parle autant des « jeunes », lesquels n'ont pas d'éducation selon elle (et c'est lié à la violence) ou le fait que l'apprentissage par les copains (sur les rapports filles-garçons) n'est pas une bonne chose. Sur l'éducation, elle s'exprime le plus sur la responsabilité de l'école. Elle évoque, concernant les hommes, qu'ils exercent un pouvoir historique, un droit, une domination sur les femmes. Enfin, Brigitte discute de la loi, ce qu'elle permette ou non, sous l'angle « il faut qu'elle existe mais... » ou « elle ne permette pas de changer les choses ». Enfin, elle discute aussi de la séduction, du harcèlement et de la limite floue, exprimant que « ce que l'on met derrière le mot harcèlement (sexuel) est trop fort » ou il y a une distinction floue en somme, ce qui est appelé harcèlement relève plus de la drague. Enfin, les « féministes » sont perçues comme des formes de pression dont les positions sont excessives, caricaturales.

Brigitte semble représenter un cas complexe dans ses opinions. Elle condamne, fermement, les transgressions de genre des femmes, voire réassigne des positions genrées. Elle considère que la société perd ses valeurs et elle oriente son regard vers des biais de particularisme considérant la violence. Elle semble peu encline à reconnaître des actes de harcèlement autrement que comme de la séduction. Face à cela, elle est clairement en faveur d'une prévention envers les jeunes, à l'école ou en famille, pour plus de respect envers les femmes. Elle, qui a déclarée avoir été victime de violences conjugales, pose également des revendications en tant que femme pour ses droits. Le droit de dire non.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Brigitte est celle qui s'exprimera la plus durant les échanges (en mots échangés), elle lance les discussions ou de nouveaux sujets (10) ou complète un sujet lancé par un·e autre (9) à de nombreuses reprises. Elle est celle qui initie la discussion le plus souvent. Ses interventions sont longues (écarts prises de parole et contenus). Elle est également celle qui reprend le sujet, position, argument ou élément de langage d'un·e autre le plus fréquemment (13). Bien qu'elle se réfère à ses propres propos (3), elle le fait également depuis ceux de Audrey (3) ou de Manon (2), mais surtout sur des sujets propres à son sous-groupe Brigitte, Claude et Bernard (5). Elle n'exprime aucun désaccord détourné (peut-être, je ne sais pas), ni aucune nuance / alternative d'opinion et un seul désaccord marqué avec Manon, qu'elle connaît en dehors du focus group. En revanche, elle est souvent en accord (14) et notamment avec Bernard (5), Claude (5), et moins avec Manon (3) ou Audrey (1). Dans cet esprit de consensus, elle est dans 5 des 5 accords multiples, dont la caractéristique est d'être dans 3 des 5 cas avec Bernard et Claude. Si, elle ne répond pas à la question sur le ressenti bien que prenant la parole (1), elle développe, dans ses argumentations, points de vue (14) plusieurs éléments d'identité personnelle (5) un événement de « violence » dont elle a été victime. Brigitte conclut et ancre (8) souvent ses propos, mais parfois elle continue de discuter sans conclure ni s'arrêter, laissant difficilement le tour de parole tourner.

Dans les échanges, Brigitte, comme Claude et Manon, ne se coupent pas la parole. Elle est dans une écoute active des autres : c'est elle qui reprend (6) ou termine (4) la phrase d'un-e autre interlocuteur·trice le plus souvent, elle fait également des mouvements de tête face aux interlocuteur·trice·s s'exprimant. Il lui arrive aussi de jouer ou mimer des propos (2) qu'elle relate. Brigitte est relativement expressive au niveau du visage, par ses mimiques faciales ou des haussements d'épaules. Elle marque, comme Audrey, ses propos par des gestes sonores (frapper la table, claquer des doigts). Brigitte va souvent faire référence au dispositif en pointant le mur de projection (6).

Bernard : suiviste dans les oppositions, conscient des problématiques, mais résiste au changement

Opinions et attitudes

Bernard discute en premier de la féminisation de la langue, et bien que cela ne soit pas inconcevable pour lui, il en a une vision négative « c'est débile » ou « ça n'apporte pas grand-chose ». Il parle aussi de la loi, « il faut qu'elle existe », mais elle ne permet pas de changer grand-chose quant à la lutte contre les violences selon lui.

Bernard va aussi, conjointement avec Claude, les deux se connaissant, narrer une histoire d'inégalité, discrimination, violence, en la nuancant, lorsque Claude et Bernard évoquent un ami « un peu crocodile » avec les femmes.

Il se questionne également, avec Brigitte cette fois, sur l'hypothèse des violences conjugales dans les couples homosexuels.

Bernard va aussi réutiliser des items ou formes de détournement pour les appliquer, et précisément à des moments partagés de rire, portant sur les crocodiles « mutants, verts ou jaunes », ou à un autre moment, pour aller dans le sens de Audrey, sur le fait que si le sexisme était remplacé par du racisme, « ça ne passerait pas ». Les solutions de réduction de la violence et des violences envers les femmes sont envisagées sous l'angle de changer l'éducation comme moyen et le souhait d'aller vers plus d'égalité et changer les mentalités et les comportements.

Bernard parle aussi des dispositifs et formes de détournement analogues et de « balance ton porc » dans une visée négative (risque de condamnation et dénonciation), tandis qu'il évoque des témoignages de femmes victimes, une « BD satirique » (dessin de Reiser dans Hara-Kiri, dans les années 1980 qui illustre déjà la culpabilisation des victimes de violences sexuelles) ou l'exposition sur le genre au Musée de l'Homme à Paris. Il est donc conscient du phénomène, mais discrédite le mouvement alors en cours #metoo. Sur les marqueurs des dispositifs, il parle des réactions des femmes victimes en action, celles qui ne se laissent pas faire, avec la gifle ou le doigt d'honneur aux agresseurs, mais aussi des histoires des femmes du dispositif en général.

Bernard s'arrête sur les planches de fin de la BD, qui déconstruisent les mythes autour des violences faites aux femmes. Il retient notamment celles sur la tenue des victimes : trop provocantes, pas assez féminines, bref une situation où les femmes sont toujours critiquées. Ses propos abondent clairement dans le sens du message.

Pour lui, le choix du croco est pluriel, parfois humanisé debout, parfois déshumanisé allongé. Enfin, dernier thème significatif dans les propos de Bernard, il exprime que les femmes sont socialement touchées par les inégalités, concentrant son regard sur le fait que l'on a encore une image ancienne de la femme objet, et que la France et le milieu professionnel ont une vision conservatrice des rôles femmes-hommes. Il parle enfin des

mauvaises influences des médias, que la société n'était pas moins sexiste avant ou encore que la société « a des problèmes aujourd'hui » (constat des violences).

Bernard illustre, dans ses propos, des lieux de résistance aux changements : à la comparaison du sexisme avec d'autres causes (qu'il reconnaîtra partiellement), à l'exposition des agresseurs par des femmes. Cependant, il reconnaît un nécessaire changement des mentalités, le fait que les femmes soient touchées socialement par les inégalités, et il s'intéresse à leurs propos, commentaires, témoignages. Il reconnaît, par l'initiative de son ami Claude, le caractère crocodile d'un de leur ami commun. S'il y a des attitudes positives dans le sens du message, il y a nécessairement une mise à distance avec ces *autres* (femmes, amis, crocos).

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Bien que nous liions Bernard à Claude et Brigitte dans un trio d'opinions et de prises de parole, Bernard présente davantage une position d'écoute. Par exemple, il exprime de très nombreuses onomatopées (« hm. ») lorsque d'autres participant·e·s s'expriment. Bernard contribue à enrichir et à diversifier les discussions en lançant la discussion ou un nouveau sujet (6) ou en complétant un sujet d'un élément connexe (7). Il reprend sujets, positions ou arguments d'autres (7), de lui-même (2) ou de Claude, Brigitte et Manon (différentes combinaisons). Il n'exprime aucun désaccord marqué, mais des rares « peut-être, je ne sais pas » (3) ou des « nuances alternatives » (2). Ses accords bilatéraux (15) sont très nombreux, relativement à ses interventions, et en large majorité avec Claude (9) puis Audrey (4). Bernard est plutôt suiviste dans ses interactions, et paradoxalement ces deux enquêté·e·s (Claude et Audrey) n'argumentent pas dans le même sens. Bernard fait partie des 4 sur 5 accords multiples. Il ne répond pas à la question du ressenti alors qu'il prend la parole, il use aussi de l'humour (4). Il argumente (10) et arrive toujours à conclure (10) avec à une relative incertitude.

Bernard a une écoute relativement active en reprenant les derniers mots de l'enquêté·e précédent·e (2) ou par des mouvements de tête, d'épaules et de nombreuses onomatopées. Il lui arrive de faire parler un tiers (3) lorsqu'il s'exprime.

Claude : posture calme et vision plutôt conservatrice, qui élude le genre et prend plutôt le parti des hommes

Opinions et attitudes

Claude évoque en premier les marqueurs des dispositifs, avec le choix des crocos, un choix qu'il évalue plutôt négativement. Il faudrait selon lui mettre des hommes en hommes, ne pas tous les déshumaniser, ce qui rejoint l'idée « tous les hommes ne sont pas comme ça ». Il demandera d'ailleurs qui a fait la BD, et jugera, puisque c'est un homme « qu'il est donc un croco lui aussi », toujours dans une perspective de jugement négatif du choix, on peut le supposer. Il reconnaît, malgré cela, les « durs propos des crocodiles et leur agressivité ».

Claude expose dans le thème des expressivités, en premier lieu l'histoire narrée du copain un peu croco qu'il a en commun avec Bernard, que l'on retrouve également dans la réutilisation d'items ou formes du dispositif. Il participe aux questionnements sur l'hypothèse de violences conjugales dans les couples homosexuels mais surtout, il narre des histoires de violences hors genre, en tant que témoin, ou encore reconnaît sa position de privilégié (classe sociale liée au lieu de résidence) dont il bénéficie avec Bernard.

Il évoque aussi par l'humour « le croco vert, jaune mutant » pour exprimer l'idée d'atténuation du caractère crocodile des comportements masculins, qu'il ne reconnaît pas comme tels. Claude discute également de l'école, les jeunes (très peu sur les hommes). Les jeunes sont « plus en difficultés maintenant pour vivre » et les rapports hommes-femmes sont « plus durs ». Il parle ici de la drague. Quant à l'éducation, il n'y a pas que l'école, mais elle a un rôle à jouer selon lui dans l'égalité. Enfin, les hommes, ils sont attaqués, voire stigmatisés, mais « ils ne sont pas tous comme ça ». Sur le thème du dispositif (cible, but, ressenti), Claude parle de ses ressentis plutôt négatifs sur le fait que déshumaniser les hommes « c'est horrible » ou d'un sentiment de gêne, d'embarras et de malaise. Concernant les buts du dispositif, il y voit un but éducatif, faire la leçon, la morale, montrer ce qu'il faut faire. Quant à la cible, il y voit les associations ou les parents pour les aider à parler aux ados.

Enfin, dernier thème de ce « top 5 » pour Claude, il mobilise des « biais de particularisme » sur les « cités » en addition d'une perception des rapports femmes-hommes « beaucoup plus respectueux par ailleurs en Afrique ». Il participe à l'idée, éludant le genre, selon laquelle femmes et hommes prennent l'autorité et pouvoir de la même façon à même fonction ou encore le fait de condamner la transgression des comportements féminins en exprimant qu'il y a aussi des filles qui sont violentes.

Bien que Claude et Bernard soient amis, on distingue dans leur discours des thèmes donnant des indices sur leurs opinions quelque peu différentes. Claude est davantage que Bernard dans une perception idéalisée des rapports femmes-hommes, une vision conservatrice, à l'instar de Brigitte, ponctuée de biais et de propos éludant le genre et la violence. Il trouve des « excuses » aux jeunes et prend le « parti » des hommes.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Premier enquêté en termes de prises de parole, les interventions de Claude sont souvent longues, bien que parfois courtes, ce qui lisse les proportions de ses prises de parole et leur densité de contenu. Claude participe à la diversité des échanges en lançant les discussions ou de nouveaux sujets (6) quoiqu'il apporte plus souvent un complément à un sujet lancé (15). Il rebondi également sur les sujets, positions, arguments (10) en se référant tout de même le plus souvent à ses propres propos (4), ou à ceux qu'il a développés avec Brigitte et/ou Bernard (2), ou de Bernard (2). Il exprime quelques oppositions douces (« peut-être ») (1) ou des nuances alternatives d'opinion (6). Ses oppositions de points de vue sont exprimées de manière peu radicale (2), mais toutes à l'encontre de Audrey. Il est peu souvent en accords bilatéraux (7) dont le plus souvent avec Audrey (3) ou Brigitte (2). Ce peu d'accord est un indicateur supplémentaire de l'auto-référencement de cet enquêté : il s'exprime sur ce qu'il initie, peu, moins sur ce que les autres apportent aux échanges, à l'exception des propos d'Audrey, qui sont déjà une opposition à l'opinion partagée du trio Claude, Bernard et Brigitte. Claude fait partie des 5 accords (sur 5) multiples et il en est à 3 reprises à l'origine. Ces accords sont principalement entre Claude, Bernard et Brigitte. Il arrive à Claude d'user de l'humour (4), de lancer un sujet sans qu'il soit repris (1) ou de ne pas répondre à la question du ressenti bien qu'il prenne la parole pour répondre à une question sur cela (1). Claude est l'enquêté qui argumente, développe le plus (19) en s'exprimant souvent sur lui-même, avec des identités personnelles révélées mineures, telles que sur son travail et sa génération. Il use aussi des clins d'œil, marqueurs de complicité avec d'autres (Bernard et Audrey) et il conclut très souvent (12). Il lui arrive d'être une ressource auprès des autres, en répondant à des questions de ses pair·e·s.

Claude ne coupe quasiment pas la parole (1) mais il aura tendance à superposer sa voix (4) assez souvent sur celle d'un·e autre. Claude va lui aussi faire parler un tiers (4) lorsqu'il s'exprime ou pointer le mur de projection (3). Il exprime peu d'indices non verbaux et est relativement calme sur sa chaise.

Manon : assez réservée, appliquant l'éducation à l'égalité et avec une compréhension claire du dispositif

Opinions et attitudes

Manon parle de manière significative des marqueurs du dispositif à travers quatre prismes : le choix du croco c'est... principalement « tous les hommes en croco sauf un à la fin », mais il serait préférable selon elle de mettre des hommes en hommes parce qu'ils ne sont pas tous « comme ça ». Les hommes sont tout de même « des prédateurs, ces crocos », ces derniers représentent les hommes selon elle, parfois envisagés comme ceux « des cités ».

Ensuite, ce sont les histoires narrées des femmes dans la BD qui construisent son discours, Elle retient également les planches de fin et notamment celle sur la tenue des femmes. Le marqueur de révélation des hommes en crocodiles est lié à un rapport asymétrique, celui de la planche de métro avec de très nombreux crocodiles.

Manon parle aussi beaucoup de l'éducation, quasi exclusivement de ses pratiques d'enseignement à l'égalité, sans l'ABCD de l'Egalité (qui n'ont pas été instaurés, sa démarche est donc volontaire), alors qu'elle est questionnée par Audrey sur ce point. Manon parle également du dispositif – cible, but, ressenti. Les buts qu'elle décèle sont de montrer pour dénoncer ce que font les hommes ou encore la prise de conscience et compréhension des hommes du vécu des femmes, et une vision éducative, faire la leçon, la morale. Pour elle, la cible, ce sont les hommes. Son ressenti, elle l'exprime avec le fait d'être mal à l'aise, gênée, embarrassée.

Pour elle, féminiser la langue est une proposition qui n'est pas inconcevable car c'est aussi une question de société et de la place des femmes. Quant à l'opposition « drague vs harcèlement », elle a une position où la distinction est floue entre harcèlement et jeu de séduction. Enfin, dernier thème, lequel n'est discuté dans cette mesure que par Manon : le « cas d'autres pays » où à la fois elle s'exprime « en tant que professeure » et prend le cas de modèles de pays scandinaves, du nord de l'Europe, sur l'égalité femmes-hommes à l'école et en entreprise.

Manon, qui applique dans son travail de professeure des écoles le principe d'égalité (elle explique tenter de limiter les assignations genrées sur le jeu des enfants), est parfois teintée de doutes, de flous, sur les questions posées aux violences. En revanche, elle est assez éclairée sur le dispositif et à travers lui, les hommes, montrés en crocodiles (bien qu'elle minimise les comportements systémiques des hommes), et les femmes victimes de violence. Elle a exprimé, en premier, sa gêne face au message, car ces situations « ont pu lui arriver », sans aller plus loin dans la narration.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

In situ, Manon semble plus en retrait que Audrey, alors que nos indicateurs (langagiers, comptages) illustrent une enquêtée relativement sûre d'elle. Elle apporte à la discussion en lançant des discussions ou sujets (7) ou en les complétant (3). Elle ne rebondit pas sur des idées venant d'autres, bien qu'elle le fasse par ses oppositions détournées (2) ou marquée (2) à Bernard et Brigitte ou par des nuances et alternatives d'opinion (4). Elle est peu souvent en accord (4), dont trois avec Claude, et en aucun cas en accord multiple. Ses développements, argumentations sont tous suivis de conclusion. Elle exprime un élément de son identité professionnelle et relate une histoire de « violence, inégalité, discrimination ». Elle est parfois invitée à prendre la parole et le fait dans ce cadre parce que questionnée. Elle est aussi une ressource, à trois reprises, d'informations pour répondre à ses pair·e·s.

Dans son discours, Manon va parfois faire parler un tiers (2), elle est celle qui exprime le plus avec Audrey rires et de sourire.

Audrey : prêche d'une convaincue dans l'opposition et influenceuse

Opinions et attitudes

Audrey va en premier réutiliser des items ou formes du dispositif pour l'appliquer, en mobilisant, l'analogie « si le sexisme était remplacé par du racisme, ça ne passerait pas du tout », suite à l'histoire de Bernard et Claude sur leur ami « un peu croco ». Par ailleurs, elle ironise sur les recommandations entendues de dessiner des hommes en hommes et non en crocos « mais ça n'existe pas sur notre planète des hommes pas croco ?! » feint-elle. Elle évoque également, dans le savoir expérientiel, des histoires narrées d'inégalités, discriminations, violences, ses réactions lorsqu'elle va être abordée dans la rue, ou des histoires rapportées de femmes. Enfin, elle porte un « méta-regard » sur la domination masculine, à travers son métier, travailleuse sociale, au cours duquel elle a travaillé après de personnes prostituées et s'est questionnée sur les clients.

Audrey aborde aussi l'éducation et échange avec Manon sur l'enseignement de l'égalité à l'école et l'ABCD de l'Égalité. Dans une moindre mesure, elle explique que l'éducation crée la différence hommes-femmes. Quand elle parle des hommes, elle parle, non sans dire qu'elle s'est intéressée aux normes qui pèsent sur les hommes, eux aussi, à travers le genre.

Audrey va aussi aborder les dispositifs et formes de détournement analogues, où elle développe les formes de deux dispositifs, celui de « Paye Ta Schnek » et celui de « La tasse de thé » (sur le consentement), ou encore le sketch satirique d'une humoriste. Elle discute également des marqueurs des dispositifs, en particulier une planche de la BD (H8) (et plus largement celle des « témoignages » des femmes), une planche qui met en scène les pensées d'une femme en situation d'agression et la manière dont elle veut paraître face à ses agresseurs. Elle évoque très brièvement les planches de fin ou la scène des violences conjugales. Enfin, dernier thème du « top 5 » d'Audrey, la société, son état sur la violence et l'égalité femmes-hommes, où son propos exclusif est d'affirmer que non, « la société n'était pas moins sexiste avant », face aux discours des autres enquêté-e-s, qu'elle qualifie même de « réac' ».

Audrey tient une position forte féministe à travers ses propos, et elle est aussi documentée sur les questions de genre, notamment en y étant confrontée dans le cadre de son travail. Elle peut être très tranchante dans ses propos face aux autres, mais s'intègre bien dans le groupe. Elle est même citée en tant que professionnelle pouvant accompagner vers le changement par Brigitte. Nous ne retrouvons pas de confusion d'opinion dans ses propos, qui semblent construits et solides.

Apports aux discussions (méta-communication) et signes non verbaux

Bien que ses interventions soient les plus rares du groupe, elles n'en sont pas moins écoutées et développées. Ayant une position ferme et la plus féministe, proche du contenu du dispositif, elle lance des discussions ou sujets (3) assez rarement (souvent dans le registre de la recommandation), mais rebondit pour compléter le sujet lancé (6) ou reprend le sujet, position, argument d'un-e autre (3). Ses interventions passent par des oppositions marquées (4), elle est celle qui en exprime le plus dans l'absolu et donc dans une proportion très élevée relativement à ce qu'elle développe en termes de contenus. Elle s'oppose principalement au trio (Brigitte, Bernard et Claude) ou à sa branche masculine. Elle est peu dans l'opposition nuancée (1 peut-être ; 1 nuance alternative d'opinion). Par ailleurs, elle ne sera jamais d'accord de manière bilatérale. Elle est dans un des cinq accords multiples et elle en est à l'origine, elle rallie l'ensemble des discutant-e-s à sa position. Ses argumentations (12) sont très fréquentes et souvent ponctuées d'identité personnelle (travail, génération, enfant) et d'une expérience d'inégalité, discrimination, violence. Elle conclut (6) ses propos, mais surtout, elle use de l'interpellation vive de ses interlocuteur-trice-s pour leur propos, développe en intégrant ses interlocuteur-trice-s dans la demande (5) ou sur ses propos à elle (1). Elle questionne une enquêtée, elle précise (2), alors qu'un autre répond à sa place.

L'énergie d'Audrey déborde, ce que les indices para et non verbaux viennent confirmer. Audrey va couper la parole à quelques reprises (4) et en particulier à Claude (2), qui lui, va superposer sa voix sur la sienne (3). Audrey est une interlocutrice très agitée, elle fait des mouvements du corps très fréquemment, mais aussi des bras, largement, et des mains, animant son discours, et aussi en faisant du bruit, à l'instar de Brigitte, par des coups sur la table ou bruits faits avec les mains ou les doigts. Elle va pointer certain-e-s de ces interlocuteur-trice-s (5), souvent, mais aussi le mur de projection (4) pour rebondir sur les planches.

Par ailleurs, Audrey a une écoute active, elle répète ou termine la phase d'un-e autre à deux reprises. Aussi, elle met souvent en scène son discours en faisant parler un tiers à plusieurs reprises (5). La fermeté de son discours n'empêche pas sa très bonne intégration au groupe, plus que Manon, et sourit et rit très souvent.

BH. Annexe Réception : Questionnaire Temps 1

Enquête en Sciences de l'Information et de la Communication

Cette étude universitaire est à but non lucratif et ses résultats sont anonymes. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Aucune connaissance n'est requise pour répondre à ce questionnaire. Répondez le plus honnêtement possible.

1. Vous trouverez, ci-après, une série d'affirmations concernant les femmes et les hommes dans la société. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes. Veuillez cocher une seule case par affirmation.

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Légèrement pas d'accord	Légèrement d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
1. Sous l'apparence d'une politique d'égalité, beaucoup de femmes recherchent en fait des faveurs spéciales, comme un recrutement en entreprise qui les favorise.						
2. Les discriminations envers les femmes ne sont plus un problème en France.						
3. Lors d'une catastrophe, les femmes doivent être sauvées avant les hommes.						
4. La plupart des femmes interprètent des remarques ou des actes anodins comme étant sexistes.						
5. Les femmes manquent souvent des possibilités de bons emplois en raison de discrimination fondée sur le sexe.						
6. Les femmes sont trop rapidement offensées.						
7. Une femme parfaite doit être mise sur un piédestal par son compagnon.						
8. Les féministes veulent que les femmes aient plus de pouvoir que les hommes.						
9. Beaucoup de femmes ont une espèce de pureté que la plupart des hommes n'ont pas.						
10. Au cours des dernières années, le gouvernement et les médias se montrent plus préoccupés par le traitement des femmes que ne le justifient les expériences réelles des femmes.						
11. Les femmes devraient être protégées et être aimées par les hommes.						
12. En général, une femme n'apprécie pas à sa juste valeur ce qu'un homme fait pour elle.						
13. Il est facile de comprendre la colère des groupes de femmes en France.						
14. Les femmes recherchent le pouvoir en ayant le contrôle sur les hommes.						
15. Les femmes exagèrent les problèmes qu'elles rencontrent au travail.						
16. Quand une femme a réussi à faire en sorte qu'un homme s'engage envers elle, elle essaie souvent de le tenir en laisse.						
17. C'est rare de voir les femmes traitées de manière sexiste dans les médias.						
18. Quand les femmes perdent une compétition honnête contre un homme, elles se plaignent pourtant d'être l'objet de discrimination.						
19. La société a atteint le point où les femmes et les hommes ont l'égalité des chances de réussite.						

20. Il est facile de comprendre pourquoi les groupes de femmes en France sont toujours concernées par les limitations sociétales des opportunités des femmes.						
21. Il y a beaucoup de femmes à qui cela plaît d'exciter les hommes en semblant sexuellement intéressées pour ensuite refuser leurs avances.						
22. Les femmes, comparées aux hommes, ont tendance à faire preuve d'un plus grand sens moral.						
23. Généralement, les gens dans notre société traitent les époux et les épouses de manière égale.						
24. Les hommes devraient subvenir financièrement aux besoins des femmes, quitte à sacrifier leur propre bien-être.						
25. Les féministes ont des demandes tout à fait exagérées concernant les hommes.						
26. Les femmes, comparées aux hommes, ont tendance à être plus cultivées et à avoir plus de bon-gôût.						

2. Vous trouverez, ci-après, une série de scénarios. Indiquez dans quelle mesure ces scénarios vous correspondent, de pas du tout à très bien. Veuillez cocher une seule case par scénario.

<i>Cela me correspond...</i>	Pas du tout	Un peu	Plus ou moins	Assez bien	Très bien
1. Si une amie critique un film ou une musique parce qu'elle trouve que les femmes y sont sexualisées, je suis enclin-e à imaginer si l'histoire inversait les rôles avant de lui exprimer mon opinion.					
2. Si j'entends un proche faire une blague sur les femmes que je juge dégradante, je lui fais remarquer que c'est sexiste.					
3. Si je vois un ami être insistant avec une femme, j'interviens pour stopper la situation.					
4. Si un ami met une musique à une soirée où les paroles sont des insultes envers les femmes, je peux lui demander d'en changer.					

Si vous souhaitez ajouter un commentaire :

.....

.....

Prénom : **Âge :** **Vous êtes :** une femme un homme genre non binaire

BI. Annexe Réception : Questionnaire Temps 2

Enquête en Sciences de l'Information et de la Communication

Cette étude universitaire est à but non lucratif et ses résultats sont anonymes. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Répondez le plus honnêtement possible.

1. Listez toutes les pensées qui vous sont venues à l'esprit pendant la projection du clip. Ecrivez une pensée par ligne (3 max). Vous pouvez écrire un mot, une phrase ou une image par pensée.

1.
2.
3.

2. Répondez aux questions suivantes en cochant la case correspondante à votre état lors de la diffusion du clip. Veuillez cocher une case par question.

En regardant et en écoutant le clip, je me suis senti·e...

Absolument pas joyeux·se	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Extrêmement joyeux·se
Absolument pas gêné·e	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Extrêmement gêné·e
Absolument pas bien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Extrêmement bien
Absolument pas mal à l'aise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Extrêmement mal à l'aise
Absolument pas optimiste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Extrêmement optimiste
Absolument pas embarrassé·e	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Extrêmement embarrassé·e

3. Si vous deviez expliquer ce clip à quelqu'un de votre entourage, que diriez-vous que les créatrices essayent de faire comprendre. Ecrivez ci-dessous les 3 idées principales, que selon vous, elles voulaient transmettre :

1.
2.
3.

4. A cet instant, je me dis que...

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Légèrement pas d'accord	Légèrement d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
On peut entendre dans la musique en général des paroles comme celles de ce clip mais à l'encontre des femmes.						
Les chiffres à la fin du clip sont vrais.						

5. Je trouve...

... le personnage homme (en 3 mots) : / /

... les personnages femmes (en 3 mots) : / /

6. Répondez aux questions suivantes en cochant la case correspondante à votre état lors de la diffusion du clip. Indiquez dans quelle mesure ces affirmations vous correspondent, de pas du tout à très bien. Veuillez cocher une case par question.

<i>En regardant et en écoutant le clip, cela me correspond...</i>	Pas du tout	Un peu	Plus ou moins	Assez bien	Très bien
1. Je suis détaché·e, neutre, quand je regarde le clip ; je ne me laisse pas embarquer.					
2. J'essaie de considérer le point de vue du clip avant de me faire une opinion.					
3. Je ne me mets pas dans la peau des femmes qui se sentent injustement traitées dans la musique en général.					
4. Je suis touché·e, perturbé·e, quand je regarde le clip, je me laisse embarquer.					
5. Je me sens indifférent·e au sexisme et aux violences dénoncés par le clip.					

6. J'essaie un instant de me mettre à la place des femmes qui se sentent injustement traitées dans la musique en général.					
7. J'ai de la difficulté à voir les choses selon le point de vue proposé par le clip.					
8. Je suis touché-e par le sexisme et les violences dénoncés par le clip.					

7. Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà... - ... vu ce clip vidéo ? oui non
- ... entendu parler du clip sans l'avoir vu ? oui non

8. A quel moment précis du clip (image et/ou parole) vous-êtes-vous rendu compte de l'inversion, les femmes à la place des hommes et inversement ?

.....

9. Vous trouverez, ci-après, une série d'affirmations concernant les femmes et les hommes dans la société. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes. Veuillez cocher une seule case par affirmation.

	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Légèrement pas d'accord	Légèrement d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
1. Sous l'apparence d'une politique d'égalité, beaucoup de femmes recherchent en fait des faveurs spéciales, comme un recrutement en entreprise qui les favorise.						
2. Les discriminations envers les femmes ne sont plus un problème en France.						
3. Lors d'une catastrophe, les femmes doivent être sauvées avant les hommes.						
4. La plupart des femmes interprètent des remarques ou des actes anodins comme étant sexistes.						
5. Les femmes manquent souvent des possibilités de bons emplois en raison de discrimination fondée sur le sexe.						
6. Les femmes sont trop rapidement offensées.						
7. Une femme parfaite doit être mise sur un piédestal par son compagnon.						
8. Les féministes veulent que les femmes aient plus de pouvoir que les hommes.						
9. Beaucoup de femmes ont une espèce de pureté que la plupart des hommes n'ont pas.						
10. Au cours des dernières années, le gouvernement et les médias se montrent plus préoccupés par le traitement des femmes que ne le justifient les expériences réelles des femmes.						
11. Les femmes devraient être protégées et être aimées par les hommes.						
12. En général, une femme n'apprécie pas à sa juste valeur ce qu'un homme fait pour elle.						
13. Il est facile de comprendre la colère des groupes de femmes en France.						
14. Les femmes recherchent le pouvoir en ayant le contrôle sur les hommes.						
15. Les femmes exagèrent les problèmes qu'elles rencontrent au travail.						
16. Quand une femme a réussi à faire en sorte qu'un homme s'engage envers elle, elle essaie souvent de le tenir en laisse.						
17. C'est rare de voir les femmes traitées de manière sexiste dans les médias.						

18. Quand les femmes perdent une compétition honnête contre un homme, elles se plaignent pourtant d'être l'objet de discrimination.						
19. La société a atteint le point où les femmes et les hommes ont l'égalité des chances de réussite.						
20. Il est facile de comprendre pourquoi les groupes de femmes en France sont toujours concernées par les limitations sociétales des opportunités des femmes.						
21. Il y a beaucoup de femmes à qui cela plaît d'exciter les hommes en semblant sexuellement intéressées pour ensuite refuser leurs avances.						
22. Les femmes, comparées aux hommes, ont tendance à faire preuve d'un plus grand sens moral.						
23. Généralement, les gens dans notre société traitent les époux et les épouses de manière égale.						
24. Les hommes devraient subvenir financièrement aux besoins des femmes, quitte à sacrifier leur propre bien-être.						
25. Les féministes ont des demandes tout à fait exagérées concernant les hommes.						
26. Les femmes, comparées aux hommes, ont tendance à être plus cultivées et à avoir plus de bon-goût.						

10. Vous trouverez, ci-après, une série de scénarios. Indiquez dans quelle mesure ces scénarios vous correspondent, de pas du tout à très bien. Veuillez cocher une seule case par scénario.

<i>Cela me correspond...</i>	Pas du tout	Un peu	Plus ou moins	Assez bien	Très bien
1. Si une amie critique un film ou une musique parce qu'elle trouve que les femmes y sont sexualisées, je suis enclin·e à imaginer si l'histoire inversait les rôles avant de lui exprimer mon opinion.					
2. Si j'entends un proche faire une blague sur les femmes que je juge dégradante, je lui fais remarquer que c'est sexiste.					
3. Si je vois un ami être insistant avec une femme, j'interviens pour stopper la situation.					
4. Si un ami met une musique à une soirée où les paroles sont des insultes envers les femmes, je peux lui demander d'en changer.					

Si vous souhaitez ajouter un commentaire :

.....

.....

Prénom : **Âge :** **Vous êtes :** une femme un homme genre non binaire

BJ. Annexe Réception : Questionnaire Temps 3

Enquête en Sciences de l'Information et de la Communication

Cette étude universitaire est à but non lucratif et ses résultats sont anonymes. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse. Répondez le plus honnêtement possible.

1. Listez tous les éléments du clip musical projeté il y a une semaine qui vous reviennent directement à l'esprit. Ecrivez un élément du clip par ligne (3 max).

1.
2.
3.

2. Depuis la projection du clip de la semaine dernière, avez-vous...

- ... montré le clip à l'un ou l'une de vos proches ? oui non
 ... discuté avec des proches du clip ? oui non

3. Au cours de la semaine passée, avez-vous...

- regardé une nouvelle fois le clip « Suce mon clit pour la Saint-Valentin » ? oui non
 - regardé la vidéo originale « Suce ma bite pour la Saint-Valentin » d'Orelsan ? oui non

4. Aviez-vous déjà entendu la musique originale avant de voir la parodie ? oui non

5. Au cours de la semaine passée...

- avez-vous consulté des informations sur... ?
 le sexisme les violences faites aux femmes le féminisme non, aucun des trois

- vous êtes-vous inscrit·e à des pages ou des comptes féministes sur les réseaux sociaux ? oui non

Si oui, le(s)quel(s) :

6. Vous étiez déjà abonné·e à des pages ou comptes féministes avant oui non

Si oui, le(s)quel(s) :

7. Répondez aux questions suivantes en cochant la case correspondante à votre état au cours de la semaine passée. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes. Veuillez cocher une case pas question.

Au cours de la semaine passée, vous estimez...	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Légèrement pas d'accord	Légèrement d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord
Avoir vu ou entendu davantage de sexisme dans les médias (films, séries, publicités, musiques, affiches...)						
Avoir vu ou entendu davantage de sexisme dans la « vraie » vie (discussions, comportements de personnes...)						

Si vous souhaitez ajouter un commentaire :

Prénom : Âge : Vous êtes : une femme un homme genre non binaire

BK. Annexe Réception : changements d'attitudes et intentions d'agir

Variable	Statistiques Descriptives (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2)				
	N Actifs	Moyenne	Minimum	Maximum	Ecart-type
Q1	23	1,00000	0,00000	5,00000	1,279204
Q2	23	0,30435	0,00000	3,00000	0,702902
Q3	23	1,43478	0,00000	5,00000	1,532262
Q4	23	1,73913	0,00000	5,00000	1,452815
Q5	23	1,08696	0,00000	5,00000	1,124643
Q6	23	1,30435	0,00000	4,00000	1,395929
Q7	23	1,65217	0,00000	4,00000	1,465007
Q8	23	1,17391	0,00000	5,00000	1,402989
Q9	23	1,47826	0,00000	5,00000	1,562910
Q10	23	1,39130	0,00000	4,00000	1,469048
Q11	23	2,65217	0,00000	5,00000	1,767348
Q12	23	1,04348	0,00000	4,00000	1,296087
Q13	23	1,08696	0,00000	5,00000	1,311247
Q14	23	0,91304	0,00000	5,00000	1,474420
Q15	23	0,95652	0,00000	4,00000	1,296087
Q16	23	1,30435	0,00000	4,00000	1,635815
Q17	23	0,86957	0,00000	4,00000	1,358621
Q18	23	1,08696	0,00000	5,00000	1,378835
Q19	23	0,65217	0,00000	4,00000	1,070628
Q20	23	2,34783	0,00000	5,00000	2,080400
Q21	23	1,82609	0,00000	4,00000	1,641844
Q22	23	2,86957	0,00000	5,00000	1,575504
Q23	23	1,43478	0,00000	4,00000	1,408613
Q24	23	0,39130	0,00000	4,00000	0,940944
Q25	22	0,90909	0,00000	4,00000	1,108800
Q26	23	1,30435	0,00000	4,00000	1,520609
Q27	23	2,17391	0,00000	4,00000	1,466355
Q28	23	3,26087	0,00000	4,00000	1,214211
Q29	23	3,30435	1,00000	4,00000	0,875670
Q30	23	2,21739	0,00000	4,00000	1,380267
Var37	23	22,39130	21,00000	27,00000	1,616369
Q'1	23	0,69565	0,00000	3,00000	1,019571
Q'2	23	0,34783	0,00000	2,00000	0,647281
Q'3	23	1,34783	0,00000	5,00000	1,721751
Q'4	23	1,52174	0,00000	4,00000	1,377401
Q'5	23	1,08696	0,00000	4,00000	1,164359
Q'6	23	1,08696	0,00000	4,00000	1,411416
Q'7	23	1,08696	0,00000	5,00000	1,504933
Q'8	23	1,26087	0,00000	5,00000	1,452815
Q'9	23	0,95652	0,00000	5,00000	1,330696
Q'10	23	1,52174	0,00000	5,00000	1,562910
Q'11	23	3,00000	0,00000	5,00000	1,858641
Q'12	23	0,73913	0,00000	4,00000	1,136877
Q'13	23	0,82609	0,00000	5,00000	1,336623
Q'14	23	0,73913	0,00000	3,00000	1,176180
Q'15	23	0,65217	0,00000	4,00000	1,027295
Q'16	23	1,04348	0,00000	5,00000	1,429503
Q'17	23	0,69565	0,00000	4,00000	1,258960
Q'18	23	0,95652	0,00000	4,00000	1,397344

Variable	Statistiques Descriptives (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2)				
	N Actifs	Moyenne	Minimum	Maximum	Ecart-type
Q'19	23	0,47826	0,00000	4,00000	0,994053
Q'20	23	2,39130	0,00000	5,00000	2,168769
Q'21	22	1,22727	0,00000	4,00000	1,306825
Q'22	23	2,65217	0,00000	5,00000	1,612697
Q'23	23	1,13043	0,00000	4,00000	1,217462
Q'24	23	0,34783	0,00000	4,00000	0,884652
Q'25	23	1,21739	0,00000	4,00000	1,241572
Q'26	23	1,21739	0,00000	4,00000	1,444630
Q'27	23	2,39130	0,00000	4,00000	1,196173
Q'28	23	2,95652	0,00000	4,00000	1,186219
Q'29	23	3,39130	2,00000	4,00000	0,656376
Q'30	23	2,30435	0,00000	4,00000	1,520609

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q1	1,000000	1,279204						
Q'1	0,695652	1,019571	23	0,304348	0,702902	2,076536	22	0,049731

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q1		
Q'1	0,000390	0,608305

Pour présenter les résultats : $Q1 = 1$; $Q'1 = 0.69$; $t(22) = 2.08$; $p < .05$

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q2	0,304348	0,702902						
Q'2	0,347826	0,647281	23	-0,043478	0,474654	-0,439298	22	0,664731

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q2		
Q'2	-0,248734	0,161778

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q3	1,434783	1,532262						
Q'3	1,347826	1,721751	23	0,086957	1,040675	0,400729	22	0,692485

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q3		
Q'3	-0,363065	0,536978

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q5	1,086957	1,124643						
Q'5	1,086957	1,164359	23	0,000000	1,348400	0,000000	22	1,000000

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q5		
Q'5	-0,583092	0,583092

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q6	1,304348	1,395929						
Q'6	1,086957	1,411416	23	0,217391	0,902347	1,155401	22	0,260321

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q6		
Q'6	-0,172813	0,607595

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q7	1,652174	1,465007						
Q'7	1,086957	1,504933	23	0,565217	1,273010	2,129354	22	0,044660

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q7		
Q'7	0,014727	1,115708

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q8	1,173913	1,402989						
Q'8	1,260870	1,452815	23	-0,086957	1,124643	-0,370810	22	0,714326

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q8		
Q'8	-0,573289	0,399376

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q9	1,478261	1,562910						
Q'9	0,956522	1,330696	23	0,521739	1,162660	2,152110	22	0,042622

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q9		
Q'9	0,018967	1,024511

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q10	1,391304	1,469048						
Q'10	1,521739	1,562910	23	-0,130435	1,391675	-0,449490	22	0,657476

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q10		
Q'10	-0,732240	0,471371

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q11	2,652174	1,767348						
Q'11	3,000000	1,858641	23	-0,347826	1,472743	-1,13266	22	0,269552

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q11		

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q'11	-0,984688	0,289036

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q12	1,043478	1,296087						
Q'12	0,739130	1,136877	23	0,304348	0,764840	1,908374	22	0,069477

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q12		
Q'12	-0,026394	0,635089

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q13	1,086957	1,311247						
Q'13	0,826087	1,336623	23	0,260870	1,321755	0,946535	22	0,354157

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q13		
Q'13	-0,310700	0,832439

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q14	0,913043	1,474420						

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q'14	0,739130	1,176180	23	0,173913	0,984063	0,847566	22	0,405807

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q14		
Q'14	-0,251628	0,599454

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q15	0,956522	1,296087						
Q'15	0,652174	1,027295	23	0,304348	1,145536	1,274164	22	0,215901

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q15		
Q'15	-0,191019	0,799715

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q16	1,304348	1,635815						
Q'16	1,043478	1,429503	23	0,260870	1,053884	1,187119	22	0,247841

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q16		
Q'16	-0,194864	0,716603

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q17	0,869565	1,358621						
Q'17	0,695652	1,258960	23	0,173913	1,072473	0,777696	22	0,445032

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q17		
Q'17	-0,289859	0,637685

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q18	1,086957	1,378835						
Q'18	0,956522	1,397344	23	0,130435	1,013740	0,617065	22	0,543526

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q18		
Q'18	-0,307939	0,568809

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q19	0,652174	1,070628						
Q'19	0,478261	0,994053	23	0,173913	0,716822	1,163549	22	0,257072

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q19		

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q'19	-0,136064	0,483890

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q20	2,347826	2,080400						
Q'20	2,391304	2,168769	23	-0,043478	1,965111	-0,106108	22	0,916458

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q20		
Q'20	-0,893256	0,806299

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q21	1,818182	1,680033						
Q'21	1,227273	1,306825	22	0,590909	1,333063	2,079129	21	0,050049

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q21		
Q'21	-0,000138	1,181956

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q22	2,869565	1,575504						

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q'22	2,652174	1,612697	23	0,217391	1,506245	0,692166	22	0,496074

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q22		
Q'22	-0,433958	0,868741

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q23	1,434783	1,408613						
Q'23	1,130435	1,217462	23	0,304348	1,063219	1,372813	22	0,183644

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q23		
Q'23	-0,155423	0,764118

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q24	0,391304	0,940944						
Q'24	0,347826	0,884652	23	0,043478	0,366589	0,568796	22	0,575256

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q24		
Q'24	-0,115047	0,202003

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q25	0,909091	1,108800						
Q'25	1,272727	1,241421	22	-0,363636	1,255292	-1,35873	21	0,188648

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q25		
Q'25	-0,920202	0,192929

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q26	1,304348	1,520609						
Q'26	1,217391	1,444630	23	0,086957	0,900154	0,463286	22	0,647710

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q26		
Q'26	-0,302299	0,476212

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q27	2,173913	1,466355						
Q'27	2,391304	1,196173	23	-0,217391	1,241572	-0,839719	22	0,410099

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q27		

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q'27	-0,754287	0,319505

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q28	3,260870	1,214211						
Q'28	2,956522	1,186219	23	0,304348	0,973970	1,498610	22	0,148188

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q28		
Q'28	-0,116828	0,725524

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q29	3,304348	0,875670						
Q'29	3,391304	0,656376	23	-0,086957	0,848155	-0,491689	22	0,627809

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q29		
Q'29	-0,453726	0,279813

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q30	2,217391	1,380267						

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$							
	Moyenne	Ec-Type	N	Différ.	Ec-Type Différ.	t	dl	p
Q'30	2,304348	1,520609	23	-0,086957	1,083473	-0,384900	22	0,704007

Variable	Test t pour des Echantillons Appariés (Questionnaire S-1 dans MATRICE STATISTICA APPARIE 2) Différences significatives marquées à $p < ,05000$	
	Confiance -95,000%	Confiance +95,000%
Q30		
Q'30	-0,555485	0,381572

BL. Annexe Réception : Listage des pensées post exposition au dispositif « C.L.I.T. » (Questionnaire T2, Q1)

Listage de pensées, indicateurs	Modalités de l'indicateur	Résultats
Quantité	Répondant-e-s	Sur 31 répondant-e-s, 30 émettent une pensée 1, 29 une pensée 2 et 26 une pensée 3.
	Densité contenu	431 mots et 75 pensées, soit une moyenne de 6 mots (5,75) par pensée, dont 27 composées uniquement d'un nom ou adjectif.
Valence des pensées	Expressivité +/-/0 sur 31	11 négatives, 8 positives 11 neutres, 1 non renseignée,
	Dans le sens du message +/-/0 sur 31	4 négatives, 20 positives 6 neutres, 1 non renseignée,
Contenu	Références (nb d'occurrence)	Femme (9), clip (6), parodie (6), rôle (5), homme (4), Orelsan (3), chant (3), féministe (3), fin (3), chiffre (2), archétype (2), revendication (2), chose (2), fait (2), trash (2) inversion_des_rôles (2), parole (2), perspective (2)
	Style	Narratif : qui raconte un récit, à un moment donné, en un certain lieu
	Verbes	Factifs* 52,2% (35), déclaratif 23,9% (16) et statifs 24,3% (15) Verbes être (10), gêner (7), faire (7), inverser (4), choquer (3), parler (3)
	Adjectifs	Subjectifs* 72,7%, (24) Vulgaire (3), (re)vu (3), masculin (2), drôle (2), final (2), certain (2),
	Pronoms	Je* 70%, (14)
	Connecteurs	Opposition* (31,6%, 6) ; Addition (47,4%, 9)
	Modalisations	Négation* 22.2% (6) ; Temps* 18.5% (5) ; Manière* 18.5% (5) ; Intensité (9) 33,3%

BM. Annexe Réception : Listage des idées compréhension des intentions post exposition "C.L.I.T." (Questionnaire T2, Q3)

Expliquer les intentions, le message	Modalités de l'indicateur	Résultats
Quantité	Répondant-e-s	Sur 31 répondant-e-s, 30 émettent une pensée 1, 30 une pensée 2 et 25 une pensée 3.
	Densité contenu	696 mots et 85 pensées, soit une moyenne de 8 mots (8,19) par pensée
Contenu	Références (nb d'occurrence)	Femme (44), homme (15), rap-groove (11), parole (6), parodie (5), image (5), rôle (5), désir (4), chant (4), clip (4), société (3), comportement (3), inversion_des_rôles (3), trahison (3), sexisme (3), clip_d_orelsan (3), violences_sexuelles (2), respect (2), attitude (2), objet (2), dégradation (2), contraire (2), orelsan (2), objet_sexuel (2), exagération (2), musique (2).
	Style	Argumentatif : qui discute, compare, critique
	Verbes	Factif 45.7% (37), Statif 28.4% (23), Déclaratif* 25.9% (21) Verbes être (15), pouvoir (4), choquer (4), exprimer (3), faire (3), prononcer (2), dénoncer (2), falloir (2), devoir (2), montrer (2), alerter (2)
	Adjectifs	Subjectifs* 64.3% (18) Sexuel (3), sexiste (2), fait (2), certain (2)
	Pronoms	Ils* 22.2% (4), On* 22.2% (4)
	Connecteurs	Addition* 59.4% (19), Comparaison* 12.5% (4) Condition 6.3% (2), Disjonction 6.3% (2), Opposition 6.3% (2)
	Modalisations	Manière* 18.4% (7), Affirmation* 7.9% (3), Négation* 18.4% (7), Intensité 39.5% (15)

BN. Annexe Réception : Qualification des personnages hommes / femmes (Questionnaire T2, Q5)

HOMMES				FEMMES			
UDR2	Nb	ADJECTIFS	Nb	UDR2	Nb	ADJECTIFS	Nb
soumission	14	soumis	4	ressentiment	4	fort	5
catastrophe	3	drôle	3	supériorité	3	vulgaire	5
REFERENCES	Nb	insignifiant	3	REFERENCES	Nb	puissant	3
soumission	14	faible	2	dominante	6	libéré	2
ridicule	3	maltraité	1	domination	3	déterminé	2
victime	3	maladroit	1	provocation	2	drôle	2
objetisé	2	vulgaire	1	extrême	1	indépendant	2
jouet	1	masculin	1	message	1	choquant	2
silencieux	1	sympathique	1	insurgé	1	sexiste	2
accessoire	1	triste	1	corps	1	violent	2
victimisé	1	serein	1	empowered	1	joli	1
impuissant	1	irresponsable	1	revendiquante	1	méchant	1
classement	1	dérisoire	1	narcissiste	1	supérieur	1
calme	1	effacé	1	rigolote	1	sûr	1
fainéant	1	consentant	1	conquêtrice	1	ridicule	1
aptitude	1	décevant	1	trash	1	responsable	1
confiance	1	humilié	1	colère	1	revendicateur	1
attaché	1	impuissant	1	ressentiment	1	insultant	1
acteur	1	gênant	1	exagération	1	compétent	1
présent	1	grossier	1	misogynie	1	confiant	1
				égoïste	1	courageux	1
				mot	1	agaçant	1
				acteur	1	autoritaire	1
				forme	1	caricatural	1
				pouvoir	1	gênant	1
				féministe	1	humiliant	1
				militantisme	1	diabolique	1
						direct	1
						dominant	1

BO. Annexe Réception : Listage des pensées mémorisation (Questionnaire T3, Q1)

UDR/Références	Nb	UDR/Références	Nb
Femme (14) fille (5) En relation avec : sanitaire (8) dont baignoire (5), domination (9) ; homme (8), musique (3), parole (3), féminisme (3), femme (3), scène (3)	19	Rôle	3
Homme En relation avec femme (8), rôle (3), scène (3)	12	clip	3
Ameublement (baignoire 5, SDB 1)	7	Trash	3
Comportement (dont vulgarité 3)	6	Sexe	2
parodie	6	Droit (égalité f-h 1, viol 1)	2
Orelsan	5	Inégalité	2
Musique (dont rap 2, musique 1)	4	tampon	2
Parole	4	discrimination	2
Féminisme	3	rap	2
Domination	3	musique	2
Saint-Valentin	3		