



HAL
open science

Les relations d'interdépendance entre les médias LGBT et les médias mainstream

Clément Boutin

► **To cite this version:**

Clément Boutin. Les relations d'interdépendance entre les médias LGBT et les médias mainstream. Sciences de l'information et de la communication. 2017. dumas-01698332

HAL Id: dumas-01698332

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01698332>

Submitted on 1 Feb 2018

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

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

UFR LLASIC



**UNIVERSITÉ
Grenoble
Alpes**

SCIENCES PO
Grenoble 

Université Grenoble Alpes- UFR LLASIC

Département journalisme

Sciences Po Grenoble

**Les relations d'interdépendance
entre les médias LGBT et les médias *mainstream***

Clément BOUTIN

Année universitaire : 2016/2017

Mémoire de master professionnel Journalisme

Sous la direction de Mme Sidonie Naulin

**Les relations d'interdépendance
entre les médias LGBT et les médias *mainstream***

« *Be young, be dope, be proud* »,
Lana Del Rey, « *American* »

Remerciements

Je voudrais tout d'abord remercier Sidonie NAULIN qui m'a encadré pour ce mémoire et permis d'y voir plus clair au milieu de la masse d'informations que j'ai eue à disposition avec mes entretiens. Nos discussions ont donné lieu à des réflexions précieuses et intéressantes sur le journalisme de niche que j'ai pu développer au sein de ce mémoire.

J'adresse également mes plus sincères remerciements à Florian BARDOU, Romain VALLET, Marie KIRSCHEN et Yannick BARBE qui ont tous pris le temps de répondre à mes questions, alors qu'ils avaient des emplois du temps extrêmement chargés. En particulier Marie KIRSCHEN, dont j'ai réalisé son entretien un samedi, alors qu'elle se consacre bénévolement à son mook *Well Well Well* le weekend.

Ce mémoire met fin à deux belles années d'étude au sein de l'Ecole de journalisme de Grenoble (EJDG). Chaque élève de M1 et de M2, m'a poussé, d'une manière ou d'une autre, à me donner en permanence à 100% au sein du master et des différents stages qui ont traversé ces deux ans. Je remercie particulièrement ceux qui m'ont supporté chanter une bonne centaine de fois par jour *Work From Home* des Fifth Harmony. Ils se reconnaîtront.

Le climat d'entraide et de bienveillance qui a régné au sein de notre promotion 2015-2017 m'a permis de me construire autant sur le plan journalistique que personnel. Je n'aurais jamais réalisé un tel mémoire avant mon entrée à l'EJDG. Et à trois mois de la fin officielle de nos vies étudiantes, je pense à ces quelques paroles extraites du film *La La Land* :

**« Here's to the ones who dream
Foolish as they may seem
Here's to the hearts that ache
Here's to the mess we make »**

Sommaire

Introduction	6
I. La presse communautaire : lieu de refuge pour le mouvement LGBT ..	11
A. D'une revue associative.....	11
B. ...à une véritable entreprise de presse.....	13
C. Quel modèle économique ?.....	17
II. « Informer sans discriminer » : la presse LGBT VS la presse traditionnelle	20
A. Une presse <i>mainstream</i> plus sensible aux thématiques LGBT.....	20
B. Les médias LGBT éduquent les médias traditionnels.....	23
C. Une autre voix dans le monde médiatique ?.....	27
III. Journaliste, militant LGBT ou les deux ?	29
A. Une identité journalistique forte.....	29
B. Une approche multiple de l'engagement journalistique.....	32
C. Le journaliste LGBT est une somme d'identités.....	34
Conclusion	37
Bibliographie	40
Annexes	42

Introduction

« Notre propos : restituer aux gaies, les homosexuels d'aujourd'hui, un lieu pour s'exprimer ». C'est avec ces quelques mots que s'ouvre le premier éditorial du magazine *Gai Pied*. Né en avril 1979, il ambitionne d'être le « Libération des gais », révèle Gérard Vappereau¹, fondateur historique de ce premier mensuel, puis hebdomadaire, homosexuel français. *Gai Pied* est, en effet, considéré comme « une véritable entreprise de presse [...] lancé[e] en rupture avec la scène militante », note Frédéric Martel². Avant lui, ce sont les membres du groupe militant homosexuel Arcadie qui avaient créé, en 1956, une revue du même nom. Après lui, ce sont *Tétu*, *Hétéroclite*, *Yagg* sur le web, et *Well Well Well* qui ont porté, et portent toujours, la parole et les combats des personnes lesbiennes, gays, bi-e-s et trans (LGBT) en France.

Définitions

Tout au long de ce mémoire nous allons employer plusieurs termes ou expressions que nous jugeons utile de détailler. Pour parler des personnes homosexuelles, le sigle LGBT, qui renvoie aux personnes lesbiennes, gays, bi-e-s et trans, est communément employé. Deux autres termes peuvent également apparaître. LGBTQ pour les personnes queer, qui remettent globalement en question l'hétéronormativité de notre société. LGBTQI pour les intersexué-e-s. Nous utiliserons dans ce mémoire le sigle LGBT qui est couramment employé dans la presse généraliste et partout dans le monde pour parler des personnes homosexuelles.

Nous réaliserons également une différence entre deux types de médias. Les médias LGBT ou homosexuels comprennent l'ensemble des médias qui traitent exclusivement de l'actualité LGBT, contrairement aux médias traditionnels ou *mainstream* qui traitent de l'actualité générale et peuvent occasionnellement aborder l'actualité LGBT, parfois à travers des rubriques spécifiques.

Questionnement préparatoire

¹ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p195, 2000.

² op. cit. p6

Depuis le milieu du XX^{ème} siècle, nous remarquons qu'une presse communautaire homosexuelle côtoie, avec plus ou moins de succès, les titres généralistes dans les kiosques français et sur internet. Des titres qui se sont progressivement ouverts aux actualités LGBT, avec, comme date clé, les débats sur le mariage pour tous, constate Marie Kirschen, journaliste à *Buzzfeed* : « Avant le débat sur le mariage, les médias mainstream ne parlaient des personnes LGBT qu'au moment de la marche de la fierté et, éventuellement, lors la journée contre l'homophobie »³. Certains jeunes médias, principalement des *pure players* comme *Slate* et *Buzzfeed*, traitent même de l'actualité LGBT toute l'année et sous différentes formes journalistiques. Ils ont parfois des rubriques identifiées et dédiées à ces thématiques comme le *HuffPost* américain avec sa rubrique « Queer Voices ».

Nous pourrions alors imaginer que le traitement plus important des *news* LGBT par les titres traditionnels ferait de l'ombre aux médias homosexuels et remettrait en question leur existence. Il s'agissait de l'hypothèse et de la direction initiale de ce mémoire : penser que les mastodontes de la presse *mainstream* rendent obsolète et inutile la presse LGBT. A-t-on encore besoin d'une presse homosexuelle quand *Libération*, par exemple, traite régulièrement et avec sérieux l'actualité LGBT ? Le 21 janvier 2017, le quotidien français publiait ainsi sur son site une enquête fouillée sur les thérapies de conversion censées « guérir » les personnes LGBT⁴. Quel est le rôle des médias LGBT aujourd'hui ? *Gai Pied* était précurseur sur le traitement journalistique des questions homosexuelles et constituait l'un des seuls lieux de discussion autour de ces thématiques.

Les médias homosexuels souffrent, en plus, de fortes contraintes économiques, liées à une frilosité des annonceurs, et n'ont jamais réussi à survivre aussi longtemps que *Le Monde* (73 ans) ou *Libération* (44 ans). Le magazine *Gai Pied* a été édité pendant 13 ans, entre 1979 et 1992. *Têtu* pendant 20 ans, entre 1995 et 2015. Malgré ce constat peu réjouissant, nous observons qu'à chaque mort d'un média LGBT, un nouveau prend immédiatement sa place. Au terme de l'aventure

³ Entretien réalisé le 8 avril 2017

⁴ BARDOU Florian, « En France, l'interdiction des «thérapies» de conversion n'est pas pour tout de suite », in *Libération*, 21/01/2017

Arcadie (1982), *Gai Pied* avait déjà été lancé (1979) peu de temps avant *Lesbia* (1982), magazine destiné aux lesbiennes. Trois ans après la mort de *Gai Pied*, *Têtu* prend le relai (1995). Au moment de la disparition de ce dernier en 2015, le *pure player* *Yagg* existe depuis 2008. Liquidé judiciairement en octobre 2016, il laisse la place au mook⁵ lesbien *Well Well Well*, lancé en automne 2014, et au site web de *Têtu*, qui renaît de ses cendres en décembre 2015. Une nouvelle formule du magazine est même apparue en kiosque le 28 février 2017. Une presse homosexuelle régionale se développe également partout en France, avec comme chef de file le mensuel *Hétéroclite* créée en 2006.

Problématique

La persistance de l'existence d'une presse communautaire, face à une plus grande couverture de l'actualité LGBT par les médias traditionnels, sous-entend qu'elle a peut-être un nouveau rôle à jouer dans le monde médiatique. Les médias *mainstream* poussent les plus petits à se moderniser, comme l'atteste la nouvelle formule de *Têtu*, plus politique et moins tape-à-l'oeil. Et inversement, les plus petits imposent une ouverture d'esprit et une rigueur dans le traitement de faits que les médias *mainstream* ne maîtrisent pas forcément. Les médias LGBT et les médias traditionnels se nourrissent-ils l'un de l'autre ? Existe-t-il une forme d'interdépendance entre ces deux mondes médiatiques ?

Méthode d'analyse

Pour démêler les relations qui lient les titres LGBT et les titres traditionnels, et en raison de l'inexistence d'ouvrages consacrés à la presse homosexuelle, nous nous sommes appuyés sur une série de quatre entretiens avec des journalistes de publications différentes : Florian Bardou, Romain Vallet, Marie Kirschen et Yannick Barbe. Les quatre ont collaboré avec des publications *mainstream* et homosexuelles. Ils ont ainsi une double vision de l'univers journalistique français et se sont retrouvés dans une position d'intermédiaire entre ces deux mondes que sont l'actualité généraliste et l'actualité LGBT.

⁵ Un mook est une publication hybride entre le magazine et le livre comme la revue *XXI*

Florian Bardou est un jeune journaliste chargé du web à *Libération*. Nous l'avons interrogé pour ce mémoire car il a fait le choix, dès son master de journalisme à Toulouse, de se spécialiser dans les questions homosexuelles grâce à un stage dans la rédaction du *pure player* Yagg. Il est ensuite devenu pigiste pour *Têtu*, Yagg, Slate ou Trax avec toujours comme ligne directrice le traitement de sujets LGBT. Il représente une nouvelle génération de journalistes, formée dans un master de journalisme, pour qui il n'est pas incompatible d'être à la fois journaliste et militant LGBT. Il est membre de l'Association des Journalistes LGBT (AJL).

Romain Vallet est le rédacteur en chef d'*Hétéroclite*, un mensuel LGBT gratuit, diffusé à Lyon et à Grenoble, qui se définit sur son site internet comme « *une publication grand public, que chacun.e peut lire, quelle que soit son orientation sexuelle* ». Cette ligne éditoriale tranche avec les médias LGBT traditionnels qui sont en général faits par des journalistes LGBT pour des lecteurs LGBT. Il est ainsi intéressant de comprendre pourquoi et comment ce journal a décidé d'être *hetero-friendly* et s'il est bien perçu par les hétérosexuels.

Marie Kirschen est journaliste à *Buzzfeed* et rédactrice en chef de *Well Well Well*, un mook lesbien lancé en automne 2014. Issue du Centre de Formation des Journalistes (CFJ), elle s'est également orientée très tôt vers le journalisme LGBT grâce à un stage chez *Têtu*. Elle a dirigé à sa sortie de l'école la version lesbienne de *Têtu*, intitulée *Tétue*, qui a disparu en 2009 comme le magazine a décidé de se concentrer sur une cible plus masculine. Avec *Well Well Well*, elle redonne aux lesbiennes un espace de discussion et de réflexion, inexistant depuis l'arrêt de la revue *Lesbia* en 2012. Grâce à son travail chez *Buzzfeed*, elle possède un regard intéressant sur le travail effectué par les jeunes médias sur les problématiques LGBT, différent de celui des médias traditionnels.

Yannick Barbe, enfin, est l'ancien directeur de la rédaction de *Têtu* et co-fondateur du site web LGBT Yagg. Journaliste depuis plus longtemps que les trois autres personnes interrogées, il a connu les récents problèmes économiques de *Têtu* et a vécu de l'intérieur l'arrêt du magazine. Il a également participé à la première incursion des journalistes LGBT sur le web avec la création du *pure player* Yagg qui, contrairement aux publications homosexuelles précédentes, désire s'adresser à toutes les lettres qui constituent le sigle LGBT.

Nous avons également étudié deux livres majeurs dans l'analyse du mouvement LGBT en France, qui aborde par petites touches l'apparition des médias homosexuels : *Le moment politique de l'homosexualité* du sociologue Massimo Prearo et *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968* du journaliste Frédéric Martel.

Plan

Nous allons dans un premier temps nous pencher sur la manière dont les médias homosexuels, depuis le premier numéro d'*Arcadie* en 1954, se sont constitués en écho à la presse traditionnelle et ont participé à la création du mouvement LGBT en France. Ils se posent à la fois comme un lieu de refuge et de réflexion et comme un espace de construction sociale et politique pour des personnes rejetées par la société. Il est important de s'intéresser aux balbutiements de cette presse communautaire en amont pour mieux comprendre sa place dans le monde médiatique aujourd'hui et voir comment elle a progressivement mimé les médias traditionnels pour devenir respectable.

Nous observerons dans un deuxième temps que cette normalisation des titres LGBT s'est accompagnée d'une normalisation de l'actualité LGBT, de plus en plus reprise par les titres traditionnels. Ce nouveau traitement des thématiques homosexuelles ne s'accompagne cependant pas d'une disparition des médias LGBT qui entrent dans un dialogue constant avec les rédactions *mainstream*. Ils les aident à mieux appréhender des sujets qu'elles ont du mal à aborder et leur tendent un miroir grossissant de certains de leurs travers.

Nous analyserons dans un troisième temps comment la normalisation et la professionnalisation des médias LGBT conduit toujours à se demander si le journaliste qui fait partie de ces publications est un journaliste comme un autre. Les journalistes LGBT semblent avoir du mal à se départir de l'image du militant LGBT qui écrivait dans les premiers magazine homosexuels.

I. La presse communautaire : lieu de refuge pour le mouvement LGBT

Les médias LGBT se sont toujours construits en miroir avec leurs confrères traditionnels, que ce soit pour pallier l'absence de thématiques homosexuelles dans les grands quotidiens, pour se professionnaliser ou pour devenir des références à écouter. Revenir le temps de cette première partie sur l'histoire des publications LGBT, depuis la parution du premier numéro de la revue *Arcadie* en 1956, permet de mettre en lumière le long travail qu'elles ont effectué, passant de l'ombre à la lumière, du militantisme au professionnalisme. À travers l'écrit, les personnes ayant une sexualité différente ont pu pour la première fois s'exprimer et réfléchir sur ce qu'elles étaient.

A. D'une revue associative...

Dans la France du XXème siècle, c'est la littérature qui a hébergé, jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, le militantisme homosexuel, selon Frédéric Martel : « *Les premiers militants de 1948 pourront s'appuyer sur un terrain labouré et préparé par les écrivains. C'est sans doute une singularité française* ». ⁶ Et c'est notamment l'oeuvre de Proust et celle d'André Gide qui a aidé André Baudry, le fondateur d'*Arcadie*, à « *entre[r] en homosexualité* » ⁷. Car au moment où paraît le premier numéro de cette revue homosexuelle, la société française n'est pas celle du mariage pour tous et la littérature semble constituer le seul lieu où l'homosexualité peut être abordée. Ce n'est pourtant pas les auteurs littéraires qui vont pousser Baudry à créer *Arcadie*, mais une revue homosexuelle suisse *Der Kreis (Le Cercle)* dont il devient le correspondant français au début des années 1950. Le jeune professeur de philosophie a alors comme idée de lancer une version française pour explorer la sexualité :

⁶ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.88, 2000.

⁷ op. cit. p11

« La France vit mais ne pense pas sa vie sexuelle, il nous faut créer un mouvement de pensée. Nous devons exiger des Français un idéal sexuel qu'ils ignorent... Nous devons créer une philosophie sexuelle. »⁸

Le premier numéro paraît le 15 janvier 1954. Il est tiré à 2000 exemplaires et compte 54 pages. La revue devient très vite importante passant de 1300 abonnées à ses débuts à 30000 en 1974, comptant des délégations dans les grandes villes de France et des groupes thématiques (groupe de lesbiennes, groupe de chrétiens, groupe d'hommes mariés). *Arcadie* préfère par ailleurs utiliser le terme homophile plutôt qu'homosexuel qu'André Baudry définit dans l'édito du premier numéro :

« L'adjectif « homosexuel » qualifiera les relations sexuelles entre partenaires d'un même sexe, tandis que « homophilie » qualifiera les personnes qui ne peuvent pas trouver leur épanouissement érotique (entendu au sens le plus large du mot : physique, psychologique, affectif et intellectuel) qu'avec une personne de leur sexe »⁹.

Les Arcadiens s'inscrivent dans une démarche existentialiste avec l'emploi du terme « homophile ». Ils désirent sortir des considérations scientifiques qui essaient de comprendre comment est née l'homosexualité pour se questionner plutôt sur ce qu'est être un homosexuel dans la société. Pour Frédéric Martel, le terme est plutôt « *teint d'hypocrisie* » et « *avait cependant le mérite, selon le fondateur d'*Arcadie*, de ne pas réduire les personnes concernées à leurs seules relations sexuelles* ». ¹⁰ La revue est un lieu qui interroge de manière inédite la sexualité en France, où les auteurs affirment par exemple que « *la sexualité n'est plus comprise comme ayant pour finalité la reproduction, mais comme un acte de*

⁸ PREARO Massimo. *Le moment politique de l'homosexualité : Mouvements, identités et communautés en France*. Lyon : PUL, p87, 2014.

⁹ Cité par PREARO Massimo. *Le moment politique de l'homosexualité : Mouvements, identités et communautés en France*. Lyon : PUL, p93, 2014.

¹⁰ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.104, 2000.

signification individuelle » ou que l'homosexualité n'est pas un choix mais une chose naturelle¹¹.

Même si *Arcadie* est une revue qui a ses limites, elle prône « *l'intériorisation du désir et encourage la lutte contre soi-même* »¹² selon Frédéric Martel, elle constitue aussi « *la première organisation française animée par des homosexuels à construire et à mettre en place une action collective de production d'un savoir homosexuel autonome, et peut donc être considérée comme le premier mouvement homosexuel français.* »¹³, selon le sociologue Massimo Prearo. *Arcadie* est à la fois un lieu de réflexion et un refuge pour des homosexuels qui ne peuvent pas vivre leur sexualité librement. En 1960, l'amendement Mirguet classe ainsi l'homosexualité parmi les fléaux sociaux à combattre. C'est le premier épisode qui va contribuer à discréditer le mouvement selon Martel. Le deuxième épisode est la politisation de la revue avec la création d'un groupe autonome de jeunes intitulé le Front homosexuel d'action révolutionnaire (FHAR) dont les militants « *se revendiquent pédés et lesbiennes* »¹⁴ et non homophiles. Cette dichotomie entre ancienne et nouvelle vision de l'homosexualité amènera notamment à la disparition d'*Arcadie* en 1982. La revue, issue du tissu militant, laisse cependant la place à un magazine qui se veut plutôt une véritable entreprise de presse : *Gai Pied*.

B. ...à une véritable entreprise de presse

« *Le Gai Pied : coup d'envoi d'une nouvelle formule de presse, mensuel d'information et de réflexion rédigé par des homosexuels. Notre propos : restituer en effet aux gais, les homosexuels d'aujourd'hui, un lieu pour s'exprimer, un lieu pour discuter. Être aussi un lieu alternatif à tout ce que les médias racontent sur l'homosexualité bien trop souvent pour justifier et prêter main forte à des*

¹¹ PREARO Massimo. *Le moment politique de l'homosexualité : Mouvements, identités et communautés en France*. Lyon : PUL, p91-95, 2014.

¹² op. cit. p13

¹³ op. cit. p13

¹⁴ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.110, 2000.

campagnes de moralisation d'un autre âge ». Dès son premier numéro, qui paraît en avril 1979, nous remarquons que le magazine *Gai Pied* se définit en opposition avec la majorité de la presse mainstream et dessine les missions que la plupart des publications homosexuelles portent encore aujourd'hui. À savoir, être un espace d'expression et de discussion pour des personnes en marge de la société, et ne pas laisser les médias traditionnels les seuls maîtres de l'actualité. *Gai Pied* marque un tournant dans le monde médiatique LGBT. Il s'impose non pas comme une revue militante, à l'image d'*Arcadie*, mais comme un média similaire aux plus grands. Même s'il est composé d'anciens membres du FHAR, comme Jean Le Bitoux, le directeur de la publication, et qu'il est fabriqué sur les rotatives de la Ligue communiste révolutionnaire, « *il va pourtant devenir une véritable entreprise de presse* », confirme Frédéric Martel. Le journaliste français poursuit :

« *Gai Pied est lancé en rupture avec la scène militante, sous la forme d'une SARL et non d'une association, il est vendu en kiosque et emprunte bien des idées à son aîné Libération. "On ne voulait pas être l'Humanité des pédés, ni l'Obs des homosexuels, raconte aujourd'hui Gérard Vappereau, mais le Libération des gais."* »¹⁵

Si *Gai Pied* voulait être « *le Libération des gais* », c'est que le quotidien français, fondé en 1973 par Jean-Paul Sartre et Serge July, a été un vivier de journalistes LGBT et l'un des rares journaux à aborder l'actualité homosexuelle. Frédéric Martel note ainsi : « *Pour la presse française, Libération est un événement, pour les homosexuels, il est une petite révolution* ». Il ajoute : « *En parcourant la première formule de Libé, on découvre toute l'actualité homosexuelle, jour après jour : faits divers, constitution de groupes militants, manifestations, camps naturistes, nouvelles discothèques, attentats à la pudeur. Quelques titres d'articles pourraient résumer combien est encore difficile la condition homosexuelle : "Cinq camionneurs avaient taquiné un homosexuel" (4 avril 1977)* ». Plusieurs activistes du FHAR évoluent également au sein du quotidien comme Guy Hocquenghem et Michel Cressole, qui s'occupent des programmes télévisés, Alain Pacadis, à la musique, Louella Interim au cinéma, Hélène

¹⁵ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.186, 2000.

Hazera aux variétés. Un autre journaliste homosexuel, Serge Daney, critique cinéma à *Libération*, raconte dans son livre *Persévérance* : « *Il y a eu une sorte de come out. C'était un lieu vivant pour des gens comme Michel Cressole, Hélène Hazera, ou Guy Hocquenghem qui continuaient impavides un travail d'agitation culturelle, furieux et provocant. Et le journal leur était acquis. (...) Il faut dire que le service cinéma que j'avais réussi à constituer était à 80% homosexuel* »¹⁶. L'ouverture d'esprit dont fait preuve *Libération*, et qui semble avoir inspiré la ligne éditoriale de *Gai Pied*, montre qu'il est difficile, déjà dans les années 80, de définir avec clarté les relations entre les médias traditionnels et LGBT. Les plus grands ne sont finalement pas fermés au traitement de l'actualité homosexuelle, même s'ils ne vont pas aussi loin dans l'exploration de cette culture.

Gai Pied se distingue ainsi avec des fiches juridiques, santé, une « chronique du moi », décrite par Frédéric Martel comme « *un espace de confession parapsychanalytique* », et une revue de presse qui traque l'homophobie. Il réunit une équipe de jeunes journalistes, parfois issus du FHAR, et quelques références de la littérature à l'image de l'écrivain Dominique Fernandez, du philosophe Jean-Paul Aron et de l'écrivain Jean-Paul Sartre. Ce serait également le philosophe Miche Foucault qui aurait trouvé le nom de la publication, raconte Frédéric Martel :

« *Dans sa cuisine, le philosophe a certes accueilli le fondateur du journal, Jean Le Bitoux, et aurait été enthousiasmé par ce titre, le préférant aux autres propositions tels Outrage et Guet-apens. Pour autant il semble que le nom du Gai Pied ait été trouvé auparavant, sans doute par allusion au livre Le Pied de Jean-Louis Bory, et si Foucault a aimé l'expression, il n'est pas exclu que ce soit par ironie, en jouant sur le mot « guépier ». L'image d'un des plus célèbres philosophes inventant le titre de ce qui allait devenir le premier hebdomadaire homosexuel français, à défaut d'être obligatoirement authentique, reste assurément attachante - et Foucault n'a jamais démenti cette anecdote.* »¹⁷

¹⁶ Cité par MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.157, 2000.

¹⁷ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.188, 2000.

Gai Pied devient un hebdomadaire en 1983, sous le nom de *Gai Pied Hebdo*, et disparaît en 1992 après plus de 500 numéros. Il est tiré à 500 000 exemplaires dans les années 80. Sa disparition est en partie liée à une mauvaise couverture de ce qui marque à jamais l'histoire LGBT : la naissance et la propagation du Sida. Le titre homosexuel choisit, en effet, au début des années 80, de nier l'existence de la maladie. Le docteur Claude Lejeune, qui a sa rubrique « Gai Toubib » dans le magazine, écrit ainsi en avril 1982 : « Depuis le début de l'année, il n'est pas de semaine sans que la grande presse se gargarise de titres alléchants sur une maladie qui est en train de nous tomber dessus, nous autres pauvres pédés. Plus fort que la peste et que la gangrène réunies... Wait and see. En attendant, vivez, pas de panique... Baiser est dangereux ? Et traverser la rue, alors... »¹⁸. Si *Gai Pied* ne se fait pas l'écho du Sida, c'est que les homosexuels ont peur d'être de nouveau discriminés et stigmatisés. Il faut attendre 1984 pour que le rédacteur en chef du magazine, Franck Arnal, commence à prendre conscience des pratiques sexuelles à risque que son titre de presse encourage. Il se fera notamment l'écho de ce qui est d'abord qualifié de « sexe sans risque » (SSR ou *safe sex*) et qui devient suite « sexe à moindre risque » (ou *safer sex*). *Gai Pied* devient ensuite, à la fin des années 80, « un journal crucial dans le dispositif de lutte contre la maladie »¹⁹. L'ambivalence des discours à l'égard du Sida sonnera pourtant sa fin, analyse Didier Lestrade :

« Le problème c'est que *Gai Pied* n'a pas réussi à retourner la crêpe : utiliser un stigmatisme en le renversant et en le transformant en motif d'engagement, motif de fierté, motif d'activisme, motif de radicalisme, motif de pleins de choses. Une renaissance du militantisme gay à travers le militantisme du Sida... *Gai Pied* n'a jamais eu le courage de tourner parce qu'il voulait être un journal indépendant. *Gai Pied* n'arrivait pas à s'engager très fort sur des sujets et du coup était toujours un peu dans une position passive là-dessus. Au lieu de créer des événements, ils étaient plutôt dans le "on va voir ce qui s'est passé". Je crois que *Gai Pied*

¹⁸ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.324, 2000.

¹⁹ MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, p.426, 2000.

n'a pas eu cette idée de transformer une catastrophe en opportunité rédactionnelle »²⁰.

Gai Pied, considéré comme le premier périodique homosexuel français, a ouvert la voie à la création, trois années après sa disparition, du magazine *Têtu*. Un magazine qui revendique lui aussi d'être une entreprise de presse et qui fait son entrée dans le monde *mainstream*, n'hésitant pas, par exemple, à mettre en couverture des célébrités hétérosexuelles à l'image de Florent Manaudou, James Franco ou Julien Doré. Mais le journal gay va connaître des difficultés économiques qui mettent en lumière la difficulté d'être un média LGBT en France.

C. Quel modèle économique ?

S'intéresser à l'histoire des médias LGBT en France nous permet de soulever un fait récurrent : l'impossibilité pour ces titres de perdurer dans le temps. Les quatre journalistes que nous avons rencontrés constatent tous cette réalité. Romain Vallet, rédacteur en chef du journal *Hétéroclite*, reconnaît ainsi : « *On retrouve fréquemment de grosses difficultés financières dans la presse LGBT. Faire un média gay et lesbien en France n'a jamais été quelque chose de rentable. Il y a des titres qui se créent et survivent pendant quelques années puis disparaissent. On n'a pas de permanence. Aux Etats-Unis, le principal titre de la presse gay, Advocate, existe depuis 50 ans. On n'a jamais eu de journaux français gays qui durent aussi longtemps. Pourtant il y a une longue histoire en France : la première publication homosexuelle date du 20ème siècle »²¹.*

Les médias LGBT auraient donc du mal à trouver un modèle économique stable, quels que soient les partis pris, la ligne éditoriale et les contenus militants ou non. Yannick Barbe, ancien directeur de la rédaction de *Têtu*, abonde dans ce sens quand nous abordons avec lui l'arrêt de *Têtu*, en juillet 2015, après 20 ans d'existence :

²⁰ Cité par GAY Déborah. *Définition du lectorat de Têtu au lancement du magazine*. Mémoire de 5ème année. Grenoble : Université Stendhal Grenoble 3, 2012, 41 p.

²¹ Entretien réalisé le 7 avril 2017

« Têtu a existé grâce à deux chefs d'entreprises. Pierre Bergé, d'abord, qui a plutôt été un mécène puisque le magazine, structurellement, perdait entre un million et deux millions d'euros par an : il faut avoir les capacités d'éponger les pertes. Le deuxième chef d'entreprise a été Jean-Jaques Augier, qui n'a pas pu éponger aussi longtemps et qui a entamé des réformes structurelles sans réussir à changer les choses. Il aurait fallu une année supplémentaire pour redresser les comptes. Je pense que même au plus fort de Têtu en 2005, avec un magazine qui pouvait vendre jusqu'à 70 000 exemplaires par an, on peut aussi dire qu'il y avait des efforts d'économie et de gestion à faire. Aucun investisseur, aucun groupe de presse n'investissait dans un média comme Têtu. C'était un signe que s'il n'y a pas un chef d'entreprise ou un mécène un peu éclairé, un peu sensible à ces questions, ça ne peut pas continuer. »²²

Le cofondateur du pure player Yagg note cependant que la disparition de *Têtu* ne tient pas seulement à des problèmes économiques. Le magazine LGBT n'a pas réussi, comme beaucoup de titres papiers, à s'adapter à la concurrence d'internet : *« Internet a fait que le côté sexy de Têtu, avec l'offre de beaux garçons dénudés, n'était plus un rendez-vous incontournable. Têtu était aussi un magazine lourd à réaliser. Il avait de grandes ambitions et se voulait à la fois généraliste et de niche. Il contenait beaucoup de pages, avec des enquêtes et des dossiers. Avec internet, il y a eu une multiplication des sources et des supports d'information. Les lecteurs sont allés voir ailleurs. Il faut aussi rajouter à l'apparition d'internet la crise de la presse et des kiosques de journaux ».*

Au-delà de la concurrence d'internet, *Têtu* s'est aussi heurté à la difficulté de s'adresser à toutes les lettres contenues dans le sigle LGBT. A ses débuts, le magazine semblait pourtant vouloir s'adresser aux gays et aux lesbiennes, comme le souligne son premier édito, signé Didier Lestrade : *« Jusqu'ici, il y avait des magazines lesbiens et des magazines gays et des magazines sur le VIH. Désormais, il y a "Têtu" ».* Très vite, à partir du quatrième numéro, *Têtu* laisse tomber le lectorat lesbien pour se concentrer sur le lectorat gay. La faute à la couverture du troisième numéro, qui mettait en scène une chanteuse lesbienne

²² Entretien réalisé le 19 avril 2017

noire, et qui sera un échec dans les kiosques. Le magazine s'adresse alors exclusivement aux gays. Mais même à l'intérieur de cette partie de la communauté homosexuelle, tous n'ont pas les mêmes attentes. « *C'est très difficile de parler à toutes les personnes LGBT. Il est impossible de séduire tout le monde. Avec Well Well Well, qui ne s'adresse qu'aux lesbiennes, on se rend compte qu'il est compliqué de s'adresser à toutes les femmes homosexuelles ou queer* », reconnaît ainsi la créatrice et rédactrice en chef du mook lesbien *Well Well Well*.

Outre cette impossibilité de parler à toutes les personnes qui composent la communauté homosexuelle, il existe selon Romain Vallet une spécificité de la culture politique française qui peut pousser certains individus LGBT à ne pas vouloir s'informer par le prisme d'un média communautaire :

« Il y a aussi une culture politique française très assimilationniste, qui fait que l'homosexualité se résume à une pratique sexuelle et pas au-delà. Pour certains gays il n'y aura pas forcément l'envie de s'impliquer dans la communauté LGBT, de lire un média communautaire. Il y a beaucoup de gays et de lesbiennes qui ne mettent pas les pieds dans un bar gay ou une boîte gay, donc ils ne voient pas l'utilité de lire un média LGBT. Dans d'autres pays, comme les pays anglo-saxons, cette pression assimilationniste est moins forte. Peut-être que les gays et lesbiennes revendiquent plus facilement leur identité de gay et lesbienne en tant qu'identité politique, et sont plus intéressés par la lecture d'un média LGBT. Cette différence se retrouve aussi au niveau des annonceurs publicitaires. En France, à part Têtu qui avait réussi à avoir des annonceurs nationaux ou de prestige comme la SNCF, ça reste très rare que des grandes entreprises ou de grandes marques communiquent sur un média gay. C'est beaucoup plus naturel aux Etats-Unis. Je pense par exemple à McDonald ou Apple qui communiquent sans problème auprès d'une cible marketing gay alors qu'en France on ne le voit pas du tout. »²³

²³ Entretien réalisé le 7 avril 2017

Les médias LGBT en France, quand ils passent du monde militant au monde professionnel, rencontrent ainsi des difficultés similaires à toute entreprise de presse. Comment gagner des lecteurs ? Comment fédérer des annonceurs ? Mais la diversité inhérente à la communauté homosexuelle fait qu'il est encore plus difficile pour les titres communautaires de fédérer et fidéliser des lecteurs sur une longue période. Pourtant, ils ne disparaissent jamais complètement du paysage médiatique français. Comme nous l'avons souligné précédemment, à chaque mort d'un média LGBT, un autre prend le relais. Une chose semble unir en filigrane chacune de ces publications : la volonté de ne pas laisser les médias traditionnels seuls maîtres de l'actualité générale et LGBT. Quand *Gai Pied* se lance dans les années 80, *Libération* est un vivier de journalistes gays et lesbiens et aborde déjà l'actualité homosexuelle. Quand *Têtu* renaît de ses cendres en février 2017, c'est l'ensemble des médias traditionnels, et en particulier les *pure players*, qui rendent déjà compte de l'actualité LGBT. Cette persistance des médias LGBT français dénote ainsi une volonté de défier l'hégémonie de certains grands quotidiens. Les deux types de médias, *mainstream* et LGBT, dialoguent entre eux, se nourrissent l'un de l'autre, et apprennent même l'un de l'autre.

II. « Informer sans discriminer » : la presse LGBT VS la presse traditionnelle

La coexistence des médias LGBT et traditionnels depuis une soixantaine d'années tend à questionner la manière dont ces deux mondes interagissent. Nous allons analyser dans cette deuxième partie le rôle que les médias LGBT ont aujourd'hui à jouer, autre que le seul traitement des questions homosexuelles, repris par les rédactions *mainstream*. Selon les différents journalistes interrogés dans le cadre de ce mémoire, l'existence de ces médias communautaires est indispensable, comme pour tendre un miroir grossissant de certains travers des médias *mainstream*.

A. Une presse *mainstream* plus sensible aux thématiques LGBT

C'est aujourd'hui un fait indiscutable. Du *Monde* à *Libération*, en passant par *Le Figaro* et le *HuffPost* l'ensemble des médias traitent, à un degré différent, la news LGBT. « *Je trouve qu'il y a une progression dans l'ensemble des thématiques LGBT qui sont plus visibles et mieux traitées dans certains médias généralistes : Les Inrocks par exemple ou BuzzFeed et Slate. J'ai l'impression qu'il y a un progrès, une amélioration de ce point de vue là, avec des thématiques que l'on n'aurait pas vu surgir ou avec un intérêt qui était moins marqué* »²⁴, remarque Romain Vallet. Ainsi, que ce soit un article factuel publié sur le site du *Figaro*, pour parler de la mort de Gilbert Baker²⁵, créateur du drapeau arc-en-ciel, une enquête de *M, le magazine du Monde*, pour analyser le vote homosexuel pour le Front National²⁶, ou un reportage des *Inrocks* sur l'homosexualité dans le milieu policier²⁷, les médias *mainstream* abordent sans trop de réticences et sous différentes formes les thématiques LGBT. Le traitement de ces thématiques n'est pour autant pas extrêmement régulier affirme le jeune journaliste Florian Bardou, chargé du web à *Libération* :

*« Je ne pense pas que l'actualité LGBT soit suffisamment traitée dans les médias français, contrairement aux Etats-Unis, où des médias mainstream ont des pages queer, comme le HuffPost ou même le New York Times qui a engagé un journaliste pour se charger de ces questions. Ils ont la volonté de faire entendre ces voix là. Nous on a un peu de retard par rapport à ça. Il existe des réticences et des blocages en France. En fait, il y a inconsciemment beaucoup de gens qui sont pour le mariage et l'adoption mais une forme de réticence intériorisée persiste. On vit dans un monde hétéronormé. Il faut progressivement faire changer les choses mais ça change ! La couverture des questions LGBT dans la presse est bien meilleure mais pas suffisante. »*²⁸

²⁴ Entretien réalisé le 7 avril 2017

²⁵ AFP Agence, « Gilbert Baker, inventeur du drapeau LGBT, est décédé », in *Le Figaro*, 01/04/2017

²⁶ PERRIN Dominique, « Comment peux-tu voter FN si t'es homo ? », in *M, le magazine du Monde*, 14/04/2017

²⁷ BAFOIL Pierre, « Flics et homos : la fin d'un tabou ? », in *Les Inrockputibles*, 09/05/2017

²⁸ Entretien réalisé le 28 mars 2017

Ce sont les jeunes médias, souvent des *pure players* étrangers et leurs versions françaises, qui couvrent plus massivement l'actualité LGBT, affirme Florian Bardou. Certains ont des rubriques identifiées, comme le *HuffPost* américain avec son onglet « *Queer Voices* ». D'autres traitent ces sujets toute l'année et de manière régulière, comme *Buzzfeed*, constate Marie Kirschen qui y travaille : « *Buzzfeed peut faire des papiers hardnews très classiques sur les LGBT mais aussi des papiers de divertissement comme "15 choses que les gays ont en marre d'entendre", qui vont être très partagés.* »²⁹ Elle ajoute sans ambages : « *Les médias traditionnels se foutent de l'actualité LGBT, et quand ils l'abordent, ils le font pour les hétérosexuels. Ils expliquent aux hétéros "la marche des fiertés c'est ça", "les LGBT c'est ça". Ils écrivent un article sans penser à leurs lecteurs LGBT. Sur BuzzFeed on peut être hétéro ou gay et lire des papiers qui parlent directement aux LGBT.* »³⁰

Même si les médias traditionnels ne couvrent pas l'actualité LGBT de la manière dont le souhaiterait Marie Kirschen, la mutation de la société, avec la promulgation du mariage pour tous, les pousse à rendre de plus en plus compte des thématiques LGBT comme s'il s'agissait de thématiques lambdas. L'évolution des moeurs n'est pas le seul facteur qui intervient dans ce changement du monde médiatique. L'arrivée de jeunes journalistes, formées à ces questions, y participe également. C'est Yannick Barbe qui évoque ce rôle plutôt surprenant des médias LGBT : « *Les médias LGBT ont cette fonction de former de jeunes journalistes qui travaillent ensuite dans des rédactions mainstream, et qui, dans la manière d'écrire leur papier, changent la façon qu'ont ces médias de traiter ces questions là. Ils ont appris à être plus respectueux, à creuser un peu plus les thématiques LGBT, à être plus dans la complexité, dans le fond des choses. Avant il y avait un côté un peu "safari" quand les médias traditionnels parlaient des problématiques LGBT : "quel est cette peuplade étrange?". Maintenant on traite ces questions là avec le même sérieux et la même rigueur qu'on traite les autres questions. C'est la grande évolution de ces vingt dernières années.* »³¹

²⁹ Entretien réalisé le 8 avril 2017

³⁰ Entretien réalisé le 8 avril 2017

³¹ Entretien réalisé le 19 avril 2017

Selon l'ancien directeur de la rédaction de *Têtu*, une jeune garde de journalistes infusés aux questions LGBT participeraient à changer la perception hétéronormée qu'ont les médias traditionnels des thématiques homosexuelles. Il cite comme exemple Maxime Donzel, qui travaille chez *Arte*, Marie Kirschen et Florian Bardou. Trois jeunes journalistes qui ont été formés chez *Têtu* ou chez *Yagg*. Bardou confirme ce rôle de « formateur » à l'actualité homosexuelle qu'il a pu avoir dans certaines rédactions. Il se rappelle ainsi que, lorsqu'il pigeait pour *Metro*, ses collègues étaient au courant de son homosexualité et n'hésitaient pas, lorsqu'ils écrivaient des articles sur des questions LGTB, à venir lui demander s'ils n'avaient pas fait d'erreurs. Dans sa manière d'écrire des articles qui concernent la communauté homosexuelle, il admet être « *au maximum pédagogue* », mais sans « *prendre les gens par la main et leur expliquer tous les concepts* ». « *Je pense travailler de la même manière sur tous les sujets à Libération, que ce soit pour les questions climatiques ou homosexuelles* »³², ajoute-t-il. Banaliser l'actualité LGBT fait partie des bagages de ces jeunes journalistes qui emportent dans un mouvement de sensibilisation à la question homosexuelle les rédactions où ils travaillent. Cette nouvelle sensibilisation n'est, cependant, pas le fruit d'un travail isolé, effectué par quelques jeunes rédacteurs, mais celui plus global de l'ensemble des publications LGBT.

B. Les médias LGBT éduquent les médias traditionnels

Depuis les débats sur le mariage pour tous, les rédactions *mainstream* tendent donc à traiter de plus en plus l'actualité LGBT. Cette démarche est approuvée par les quatre journalistes que nous avons interviewés mais tous nuancent, toutefois, cette avancée. Elle s'accompagne parfois de fautes ou d'inexactitudes dans le traitement des questions homosexuelles qui témoignent souvent d'une méconnaissance du milieu LGBT. L'erreur peut parfois être légère, comme le relève Marie Kirschen : « *Beaucoup de médias pendant les débats sur le mariage pour tous, notamment, on dit "la LGBT" pour parler de l'inter-LGBT. C'est vraiment devenu une blague entre journalistes spécialistes LGBT. On se moquait des articles de presse qui employaient le terme "la LGBT" car ça n'existe pas. On peut soit parler des personnes LGBT soit de l'inter-LGBT. "La LGBT" ça*

³² Entretien réalisé le 28 mars 2017

ne veut rien dire »³³. Mais dans d'autres cas, l'erreur peut être plus préjudiciable : « Les papiers sur les personnes transsexuelles : c'est l'horreur. On va utiliser le mauvais pronom, on va dire le transsexuel pour parler d'une femme transgenre. Surtout il va y avoir des papiers qui traitent d'agressions transphobes de manière un peu rigolote comme "Gérard se faisait appeler Mylène pouet pouet" et c'est assez choquant de voir ça. On peut très bien faire un article sur une agression transphobe sans discriminer la personne dont on parle », dénonce la journaliste de BuzzFeed.

Pour Romain Vallet, les erreurs dans le traitement de l'actualité LGBT par les médias traditionnels ne sont pas factuelles mais proviennent de la manière hétéronomée de penser des journalistes des publications traditionnelles. Il s'appuie sur la couverture de la campagne de sensibilisation au Sida qui a fait polémique en novembre 2016. Des associations catholiques et des maires de droite ont notamment critiqué avec virulence les affiches où des couples de même sexe s'enlacent. Et des journalistes ont parfois eu des réactions déplacées affirme le rédacteur en chef d'*Hétéroclite* : « J'avais lu l'article d'un journaliste hétérosexuel qui bossait pour Marianne et qui expliquait que "Oui bien sûr les catholiques traditionalistes en font un peu trop, mais quand même cette campagne est choquante". Il ne faut rien comprendre aux enjeux de la prévention du Sida pour écrire des bêtises pareilles. Et ça ne partait pas d'une volonté d'homophobie, c'était plutôt une ignorance des enjeux, avec le souhait de se positionner de manière neutre, centrale, entre gays et homophobes. Mais il n'y a pas de juste de milieu entre ces deux positions, elles ne sont pas équivalentes. »³⁴

Au-delà de fautes ou de maladresses, il semble que lors de certains événements les médias *mainstream* ont parfois du mal à aborder la question homosexuelle, voire à l'effacer complètement. À la suite de la fusillade dans une boîte de nuit gay d'Orlando, le 12 juin 2016, *Sud-Ouest* a été le seul grand quotidien à aborder la notion d'homophobie dans sa une avec comme titre « Un massacre homophobe lié à Daesh ». Pour les autres, aucune mention des termes « gay », « LGBT », ou « homophobe » : « Orlando, nouvelle plaie

³³ Entretien réalisé le 8 avril 2017

³⁴ Entretien réalisé le 7 avril 2017

béante » (*Libération*), « La terreur et la haine » (*Le Figaro*), « Nuit d'horreur en Floride » (*Le Parisien*). Seulement quelques médias en ligne ont abordé la notion d'homophobie ou d'homosexualité comme *Konbini* (« 3 choses à savoir sur la tuerie homophobe d'Orlando »), Slate (« La longue et tragique histoire des attentats contre les homosexuels aux États-Unis »), ou la version web des *Inrockuptibles* (« Fusillade à Orlando dans un club gay : la presse internationale sous le choc »). Le site internet du magazine gay *Têtu* a également titré dans ce sens « Une vingtaine de morts dans un night-club gay de Orlando ». L'omission du caractère homophobe de l'événement a notamment été relevée par Nicolas Martin, dans sa revue de presse sur *France Culture*, et participe selon lui à un phénomène d'invisibilisation :

« Eh oui... pas un grand titre qui inclut cette information, qui n'est pourtant pas accessoire... cette discothèque, ce club... c'est un club gay. Une information qui ne figure même pas dans les sous-titres du Parisien, ou de l'Huma. Le fait que ce soit la communauté homosexuelle qui ait été visée par cet attentat est donc a priori, une information accessoire, pas essentielle, pas de celle que l'on met dans les gros titres. (...) Cette pratique a un nom, elle est souvent d'ailleurs assez inconsciente... ça s'appelle l'invisibilisation... un peu comme si au lendemain des attaques de Charlie Hebdo, la presse avait évoqué des attentats contre des bureaux... ou après l'Hyper Casher, contre un supermarché. Sans préciser la nature de la cible de l'attaque terroriste. (...) Et le problème avec l'invisibilisation, c'est qu'elle permet de faire "comme si", de minimiser en quelque sorte la portée du geste... C'est ce qui permet, par exemple, à des personnes qui ont pris des positions notoirement hostiles aux personnes homosexuelles, de faire "comme si" et de se fendre de messages de compassion et d'oublier comme par magie la nature de la cible visée... »³⁵

Avec l'article « Tuerie d'Orlando : oui, c'est un massacre homophobe », publié au lendemain de la fusillade sur *Têtu*, et l'édito « La leçon d'Orlando », posté sur le *pure player Yagg*, nous remarquons que les médias LGBT ont décidé de rebondir

³⁵ MARTIN Nicolas, « Tuerie d'Orlando: géométries variables », in *France Culture*, 2016

sur cette invisibilisation des gays dans les médias mainstream. Sur un événement, dont le caractère homophobe était connu dès le lendemain du drame, les médias traditionnels rechignent à sortir de leur zone de confort. Les médias gays soulignent avec Orlando l'une de leurs missions dans le monde médiatique : éduquer les médias mainstream sur les thématiques LGBT pour éviter des fautes, des maladresses et des omissions.

L'association des journalistes LGBT (AJL), créée au printemps 2013 au moment des débats sur le mariage pour tous, a ainsi lancé un kit pour aider les rédactions *mainstream* à être plus juste dans leur traitement de l'actualité LGBT. Intitulé « Informer sans discriminer - Traiter les thématiques LGBT avec justesse et dans le respect des personnes », il a été écrit de manière à aider les journalistes « *à traiter de façon juste, rigoureuse et respectueuse, des questions souvent perçues comme délicates et complexes* ». Les journalistes LGBT à l'origine de ce guide propose des définitions et concepts éclairants pour tout journaliste, ou individu, hétérosexuel. Ils reviennent par exemple sur la signification des sigles LGBT, LGBTQ et LGBTQI, explicités en introduction de ce mémoire, ou sur celle du mot « outing », qui est « *le fait de révéler publiquement l'homosexualité d'une personne sans son consentement* ». Ils démontrent aussi que l'emploi de certains mots peut être discriminant et participer à l'invisibilisation des personnes homosexuelles. Ainsi, l'expression « avouer son homosexualité » « *entretient l'idée qu'il s'agit d'une faute, de quelque chose de honteux. Préférons donc "faire son coming-out". Ou, pour les plus francophiles, "révéler" ou "annoncer son homosexualité"* ». Le kit aborde aussi, dans son chapitre 6, la manière dont les médias devraient traiter la transidentité « *souvent confondue avec l'homosexualité* » et dont le « *traitement journalistique se limite généralement aux personnes travesties interviewées à la Marche des fiertés LGBT ou au sensationnaliste "Quand Gaston devient Marguerite" avec les inévitables photos avant/après à l'appui* ». Le chapitre revient sur le vocabulaire complexe qui entoure la notion de transidentité avec par exemple la différence entre transsexuel-le-s, utilisé pour « *désigner plus spécifiquement les personnes trans opéré-e-s* », et transgenres, pour parler « *des personnes non opéré-e-s* ». Le kit préconise finalement l'emploi du mot « trans » car il « *permet d'inclure la multiplicité des parcours et des identités* ».

Ce kit « *n'est pas pour obliger les journalistes à écrire d'une certaine manière* », résume Yannick Barbe. « *C'est plutôt pour leur montrer ce que recouvrent les termes, notamment quand on parle des questions trans. C'est essayer de ne pas être dans la caricature et de ne pas blesser les personnes qu'on évoque. Les médias mainstream sont légitimes pour parler des thématiques LGBT mais il y a un travail d'évangélisation à faire car il y a une histoire derrière, une complexité qu'il ne faut pas oublier, et ne pas s'arrêter aux préjugés* »³⁶, résume-t-il. Les journalistes LGBT deviennent ainsi des spécialistes de sujets qui sont souvent nouveaux pour les médias *mainstream* et les aident à mieux les traiter. Les médias LGBT ne sont pas pour autant exempt de toute critique. Marie Kirschen précise avoir déjà lu dans *Têtu* « *de mauvais papiers sur les trans qui n'étaient pas à faire* »³⁷.

C. Les médias LGBT, une autre voix dans le monde médiatique ?

Si les médias *mainstream* traitent de plus en plus l'actualité homosexuelle à un public bien plus large que les médias de niche, nous pouvons nous demander quelle est la plus value de publications LGBT comme *Têtu* ou *Hétéroclite*. Surtout si les titres traditionnels bénéficient de journalistes *queer* dans leurs rédactions, qui les aident à mieux parler des thématiques LGBT. Selon Romain Vallet, il existe encore « *le besoin d'une presse spécialisée* » car « *il est important que les questions LGBT soient abordées par les premiers concernés* »³⁸. Il ajoute qu'il est intéressant de lire une multiplicité d'avis au sein de la communauté homosexuelle, face aux médias traditionnels qui sont « *hégémoniques* » : « *Le problème n'est pas qu'un hétérosexuel écrive sur un film gay ou lesbien mais plutôt qu'on ne lise que des points de vue hétérosexuels ou des points de vue qui se prétendent hétérosexuels et universels* ». Les médias LGBT ont une voix différente des médias traditionnels qui participe à la pluralité du monde médiatique. Ils utilisent également leur voix pour aborder plus spécifiquement des actualités

³⁶ Entretien réalisé le 19 avril 2017

³⁷ Entretien réalisé le 8 avril 2017

³⁸ Entretien réalisé le 7 avril 2017

traditionnelles et qui n'ont pas, à première vue, rapport avec leur ligne éditoriale. Romain Vallet déclare ainsi qu'*Hétéroclite* a par exemple réalisé un papier sur le festival de bande dessinée d'Angoulême, en se concentrant sur le lien entre bande dessinée et homosexualité, ou sur l'homosexualité dans la bande dessinée. « *Ce sont des thématiques extérieures qu'on essaie de traiter sous l'angle LGBT* »³⁹, précise-t-il. *Hétéroclite* est par ailleurs une publication LGBT qui se veut « hétéro-friendly » et dont certains lecteurs sont hétérosexuels. « *Ce sont des personnes qui ont un intérêt pour la culture queer : ils ont des amis ou des membres de leur famille qui sont gays ou lesbiennes. Ils vont plus facilement s'intéresser à nos pages culturelles ce qui va les amener sur nos pages plus axées sur des questions de société.* »

Yannick Barbe considère que les médias LGBT ont un « rôle d'alerte » dans le monde journalistique, sur des faits qui ne sont pas forcément mis en lumière : « *Quand on voit ce qui se passe en Tchétchénie en ce moment, quand des médias LGBT sérieux sont reconnus pour leur rigueur et leur sérieux ça fait bouger les médias mainstream qui sont accaparés à autre chose. C'est important que ces médias existent car ils sont experts dans leur domaine et peuvent apporter un éclairage sur des situations, des histoires, des faits qui sont oubliés et mis de côté par la presse généraliste* »⁴⁰. Si Marie Kirschen a lancé le mook lesbien *Well Well Well*, c'est également en raison du manque de couverture de l'actualité lesbienne, notamment au moment des débats sur le mariage pour tous : « *En 2012, la version féminine de Têtu, intitulée Têtue, s'est arrêtée, et deux magazines lesbiens venaient de disparaître. Il n'y avait plus aucun média pour parler spécifiquement des femmes homosexuelles et queer. Il existait un grand vide dans le paysage médiatique français. Je voulais faire un magazine beau, avec de belles photos en couleurs, entre le magazine et le livre, comme la revue XXI.* »⁴¹

Les médias LGBT n'ont donc pas seulement comme rôle de rendre compte de l'actualité de la communauté homosexuelle, mais aussi d'éduquer les

³⁹ Entretien réalisé le 7 avril 2017

⁴⁰ Entretien réalisé le 19 avril 2017

⁴¹ Entretien réalisé le 8 avril 2017

rédactions *mainstream* pour traiter les thématiques LGBT avec plus de respect et d'acuité. Mais la coexistence de ces deux types de médias ne renvoie pas que les titres traditionnels à leurs fautes et approximations concernant la culture LGBT. Les médias de niche se retrouvent également l'objet de critiques. Comparés aux médias mainstream, ils sont parfois qualifiés de « communautaire », « engagé », et « militant ». Et les journalistes qui en font partie sont renvoyés à une image de militant LGBT dont ils ont du mal à se défaire. Travailler dans un média homosexuel fait-il forcément du journaliste un militant ? Qu'est-ce-qu'être militant ? Faut-il obligatoirement faire partie de la communauté LGBT pour pouvoir en parler ?

III. Journaliste, militant LGBT ou les deux ?

L'imaginaire collectif, malgré la professionnalisation des médias communautaires LGBT, les voit toujours comme un repère de militants, témoigne Marie Kirschen quand nous lui demandons si elle pense être militante sur les questions LGBT : « *Vous êtes au moins la millième personne à me poser la question* ». ⁴² *Têtu* et ses concurrents n'ont pourtant rien avoir avec *Arcadie*, et se veulent être des entreprises de presse comme les autres. Nous allons analyser dans cette dernière partie comment la confrontation des titres *mainstream* et des médias de niche amène ces derniers, et leurs journalistes, à se questionner sur leur identité journalistique et leur vision du militantisme homosexuel.

A. Une identité journalistique forte

Nous avons, au cours de chaque entretien, questionné les journalistes sur les raisons qui les avaient poussés à se spécialiser dans les thématiques LGBT. Tous ont expliqué que leur orientation sexuelle avait joué un rôle essentiel dans cette spécialisation. Certains, parce que cela correspondait à un cheminement personnel, comme Yannick Barbe : « *J'ai fait mon coming out vers 18-20 ans, cela correspondait à une aspiration personnelle de travailler sur ces questions* » ⁴³. D'autres, parce qu'il existait une certaine insatisfaction de voir ces thématiques

⁴² Entretien réalisé le 8 avril 2017

⁴³ Entretien réalisé le 19 avril 2017

mal abordées dans les médias, comme Marie Kirschen : « *En tant que lesbienne, que femme, que féministe, j'avais une frustration de voir ces sujets peu ou mal traités. Il y avait plein de choses sur le féminisme ou sur les LGBT dont peu de médias mainstream parlaient ou quand ils le faisaient, ils employaient les mauvais termes, corroboraient des clichés... L'idée était de contribuer à changer ça à ma petite échelle* ». ⁴⁴ Mais tous affirment cependant faire passer leur identité journalistique avant leur identité sexuelle, à savoir que le fait d'être gay ou lesbienne n'obscurcit pas leur jugement et ce qu'ils ont appris dans une école de journalisme ou une rédaction. Suivant les publications où ils travaillent, ils ne s'enferment pas non plus dans le seul traitement de la question homosexuelle. Florian Bardou résume parfaitement cette position :

« Mon orientation sexuelle m'a clairement amené à travailler sur ces questions. Je pense que ça fait partie d'une introspection sur soi, sur ce qu'est le mouvement homosexuel. Forcément quand on est dans une quête identitaire, une fois qu'on a fait son coming out, cette réflexion vient. Après j'ai fait d'autres choix dans la vie active depuis presque trois ans où j'ai essayé de faire autre chose aussi, en terme de sujets, de choix de sujets, pour me permettre d'aller ailleurs. Je pense qu'à terme j'aurais peut-être un peu été malheureux en étant que dans la presse communautaire, je me serais senti enfermé, mais comme on peut se sentir enfermé dans n'importe quel journal. » ⁴⁵

Faire passer son identité journalistique avant son identité sexuelle va de pair avec la professionnalisation des médias LGBT engagée par *Gai Pied*, qui contrairement à la revue *Arcadie*, se voulait être une véritable entreprise de presse. C'est également le cas de *Têtu* ou *Yagg*, affirme Yannick Barbe : « *Je n'ai pas travaillé dans le milieu associatif mais dans des entreprises commerciales avec des objectifs commerciaux et des questions liées à "qu'est-ce que c'est qu'une ligne éditoriale ?", "comment gagner des lecteurs ?", "comment gagner des abonnés ?"*. ⁴⁶ Ce dernier reconnaît que malgré le statut commercial de *Têtu*, en

⁴⁴ Entretien réalisé le 8 avril 2017

⁴⁵ Entretien réalisé le 28 mars 2017

⁴⁶ Entretien réalisé le 19 avril 2017

particulier, une confusion naît parfois dans l'esprit des lecteurs extérieurs au magazine : « *Les gens voyaient Têtu à la fois comme un magazine, une association, un parti politique et un porte-parole qui embrasse tout. C'est un peu dur à porter car on reste une entreprise de presse avec des salariés, des abonnements.* »

Le mouvement de polissage engagé par les publications homosexuelles est encore plus visible aujourd'hui avec le retour dans les kiosques de *Têtu*. Jusqu'à son arrêt en été 2014, le magazine était notamment connu pour ses couvertures ultra-sexuelles qui mettaient en scène les fameux *cover boys*. Des hommes musclés, parfois célèbres, shootés dans des poses lascives et, transgression ultime, se trouvaient quelquefois être hétérosexuels. Le nageur Florent Manaudou ou le chanteur Matt Pokora se sont, par exemple, prêtés à l'exercice. Dans la nouvelle version bi-trimestrielle de *Têtu*, les *cover boys* ont disparu et laisse place à des inconnus. A l'affiche du numéro 213 du magazine, publié le 28 février 2017, Adrian, Nari et Nicolas, respectivement transgenre, lesbienne et gay, illustrent le dossier principal, plus politique, intitulé « A nous ! Vers de nouveaux horizons militants ». En abandonnant ses hommes à moitié nu, qui faisaient partie de l'ancien ADN du titre, le nouveau *Têtu* s'engage dans un mouvement de « déssexualisation » qui traduit une volonté de proposer des contenus plus sérieux et approfondis, et d'enlever l'étiquette de média de « niche » avec un objet journalistique qui se rapproche de plus en plus des médias *mainstream*. Le nouveau rédacteur en chef de *Têtu*, Adrien Naselli, 27 ans, affirme dans l'édito du nouveau numéro « *Bye bye le cover boy flashé, musclé, huilé. Internet est là pour ça. Têtu sur papier ne se fera pas le chantre des corps parfaits.* » Il ajoute, dans une interview à *Libération* : « *On a assez vu de mecs bodybuildés en couverture. Aujourd'hui, on a vocation à montrer des visages d'inconnus, de ceux qui ont survécu à cette Manif pour tous* ». Dans le numéro 214, paru au mois d'avril 2017, *Têtu* continue de dévoiler sa mue à travers un reportage fouillé sur les personnes LGBT qui prennent la rue pour contester les mesures anti-LGBT du président Donald Trump. Il s'engage aussi dans un format d'interview politique qui permet de confronter les hommes et femmes politiques aux thématiques homosexuelles, avec Emmanuel Macron dans l'édition de mars-avril, et Najat Vallaud-Belkacem dans celle de mai-juin. *Têtu* nouvelle génération garde sa fonction de défrichage

de l'actualité LGBT tout en gommant certains aspects, comme les *cover boys*, qui l'enfermait trop dans une niche.

B. Une approche multiple de l'engagement journalistique

Le journaliste est traditionnellement vu comme devant tendre vers une certaine objectivité dans l'exercice de son travail. Nous remarquons pourtant que beaucoup de journalistes revendiquent un engagement qui ne quitte pas leur travail : engagement par le choix des mots, par le choix de l'angle, par son appartenance à tel ou tel média avec une connotation politique. Il ne semble pas exister une seule forme d'engagement journalistique. En raison de leur domaine d'étude, l'imaginaire collectif tend cependant plus facilement à considérer le travail des journalistes LGBT non pas comme engagé, mais plutôt comme militant. Un journaliste LGBT, du fait de sa position minoritaire dans la société, serait forcément obscurci dans l'exercice de son travail. Malgré la professionnalisation des publications LGBT, associer le journaliste spécialisé au militantisme revient à réactiver le souvenir des militants qui étaient les premières personnes à écrire dans *Arcadie* et *Gai Pied*. Marie Kirschen dénonce cette situation où le public mélange les figures du journaliste LGBT et du militant : « *Pour moi, un militant ou une militante c'est quelqu'un qui est à l'Inter-LGBT, et va faire du tractage, des campagnes de communication sur tel ou tel droit. Je trouve un peu dommage que les gens hétérosexuels ou à l'extérieur confondent un peu tout. Dès qu'on parle LGBT ils ont la figure unique du militant LGBT qui brandit une pancarte. Ils ont du mal à voir qu'on peut être LGBT et être universitaire, être LGBT et être journaliste. Et que travailler dans une association n'est pas la même chose. Je n'ai pas l'impression dans le travail que j'ai pu faire à Têtu, Well Well Well, BuzzFeed et Libération, d'avoir traité différemment les thématiques LGBT par rapport à d'autres thématiques. Je mets en oeuvre tout ce que j'ai appris en école de journalisme* »⁴⁷. La créatrice de *Well Well Well* souligne que le mot « militant » est dévalué dans le monde du journalisme, qui préfère utiliser le terme « engagé » : « *Libération, dont le travail pourrait être considéré comme militant par certains, préfère dire qu'il est un journal engagé plutôt que militant* ». Le terme « militant » a-t-il une connotation négative dans l'esprit collectif ? Derrière ce choix des

⁴⁷ Entretien réalisé le 8 avril 2017

médias traditionnels d'utiliser le mot « engagé » plutôt que « militant » se cache une forme d'hypocrisie selon Marie Kirschen : *« Je trouve dommage qu'on nous accuse d'être militants comme si on n'était pas neutres. On ne va pas exactement faire le même procès à un journaliste du Figaro ou à un journaliste de Libération parce que c'est rentré dans les moeurs qu'on peut être un journaliste avec une coloration politique et qu'on ne choisit pas les mêmes sujets si on est au Figaro ou à Libération. Quand j'ai travaillé à Libération, on ne m'a jamais demandé si j'étais une militante gauchiste. Mais quand je parle de mon travail pour Well Well Well la première question qu'on me pose est de savoir si je suis militante ».*

Yannick Barbe n'est pas aussi catégorique que Marie Kirschen concernant l'emploi du terme « militant » pour qualifier son travail. Selon l'ancien directeur de la rédaction de *Têtu* : *« De par notre position dans le paysage, du fait qu'on est minoritaire et dénigré, on est forcément militants sur les questions LGBT. Je n'ai pas vraiment peur de ce mot. Il faut le prendre dans une acceptation plutôt large. Nous ne sommes pas militants comme dans une association »*⁴⁸. Pour lui, être militant, c'est aborder des thématiques qui sont délaissées par les autres médias : *« Quand Têtu a été créée en 1995, et que le magazine a vraiment pris son essor dans les années 2000, les thématiques LGBT étaient beaucoup moins présentes dans le débat public. Les débats sur le Pacs et le vote du Pacs ont permis qu'on parle enfin de ces thématiques là autrement que par le biais des gay pride et de la journée mondiale contre le Sida. On est forcément dans une position militante car il faut avoir une certaine crédibilité vis-à-vis de nos confrères de la presse généraliste. Têtu a essayé de gagner en légitimité. Ce n'est pas parce qu'on est à la fois un magazine de culture, de société, de sujets légers, et qu'on traite un champs spécifique qu'on n'est pas moins légitime que l'Express, Paris Match ou VSD ».*

Il existerait ainsi une sorte de balance pour les journalistes LGBT entre la volonté de faire valoir sa différence sans perdre sa qualité de journaliste. Quand nous interrogeons Florian Bardou sur l'étiquette de « militant » qui est parfois apposée sur les journalistes LGBT, il lui semble difficile de complètement nier son militantisme, même quand il est journaliste. S'il affirme que pour lui *« la question*

⁴⁸ Entretien réalisé le 19 avril 2017

de neutralité n'a pas lieu d'être en journalisme », comme « nous écrivons tous d'un certain point de vue », il a plus de mal expliquer comment il fait pour ne pas être trop militant quand il est journaliste et vice-versa :

« Mon métier est d'être journaliste. Mais à côté je suis militant. Les deux font partie de mon identité. Cependant, quand je suis journaliste, je ne suis pas militant, c'est ça la différence. Mais tout en l'étant. C'est une articulation, c'est difficile de dire l'un ou l'autre, il n'y a pas d'opposition. De fait il y a un système de valeurs, par exemple "journaliste de gauche à Libé", à partir de ce moment là on l'assume. Ces questions de droit des personnes, c'est un peu impensable d'être contre, dans le sens où sur la question des droits ça me paraît logique. Après sur les questions de stratégie, mon rôle de journaliste est d'aller raconter ce qui peut se passer dans les mouvements LGBT, avec un regard de personne concernée aussi, mais tout en étant possiblement critique. Ça va être raconter des visions du mouvement, ou la stratégie des militants... Être homo et journaliste, c'est, pour moi, une scission indissociable. Le militantisme et le journalisme se rencontrent puisque notre mission est de raconter ce qui peut se passer. Quand il y a une plainte pour une agression homophobe, le travail du journaliste est d'en rendre compte. Après, à la justice de faire son travail. »⁴⁹

C. Le journaliste LGBT est une somme d'identités

Si le journaliste LGBT n'est pas un militant au sens stricte du terme, à savoir une personne qui fait partie de l'Inter-LGBT et réalise un travail de terrain, il ne peut pas nier que son identité sexuelle joue sur son identité journalistique. Pour parler de la manière dont ils travaillent sur les questions LGBT, les quatre journalistes interrogés dans le cadre de ce mémoire convoquent leur formation en école de journalisme, ou dans les rédactions pour Romain Vallet et Yannick Barbe qui n'ont pas réalisé de master dans ce domaine, mais nous comprenons que la situation est plus complexe qu'elle n'y paraît. Il est difficile de se revendiquer militant pour ne pas réactiver le souvenir des premières personnes qui ont

⁴⁹ Entretien réalisé le 28 mars 2017

participé à *Arcadie* ou *Gai Pied*. Mais, comme le synthétise Florian Bardou avec humour : « *On est journalistes mais on est autre chose à côté, on est citoyens, on est amoureux, plein de choses donc forcément ça a des répercussions. Ca ne reste pas à la porte de la rédaction, c'est un bagage qui rentre avec toi* »⁵⁰. Comme un journaliste politique, qui a une orientation politique, ou un critique culturel, qui possède forcément des goûts culturels prononcés, le journaliste spécialisé dans les thématiques LGBT fait la balance entre son identité professionnelle et son identité personnelle.

Selon Yannick Barbe être homosexuel permet également de traiter l'actualité LGBT d'une autre manière que les personnes hétérosexuelles. S'il affirme que tout journaliste, quelle que soit son orientation sexuelle, a les armes pour écrire un article sur le monde LGBT, être homosexuel apporte une sensibilité supplémentaire à son travail :

La frontière est fine entre sa vie personnelle et son boulot de journaliste. Quand on a vécu les insultes, les humiliations, le fait d'être mis de côté, d'être regardé bizarrement, ça vous donne une autre appréciation de ce qui peut se passer. [...] Cette façon de faire un petit pas de côté et de voir un sujet sous un autre angle, par son expérience de minorité dans la société, c'est quelque chose que l'on ne peut pas remplacer. C'est important qu'on ait des journalistes qui ont cette sensibilité là. Après, il peut y avoir des journalistes hétérosexuels qui ont cette sensibilité, et lors des débats sur le mariage pour tous on a été soutenus par plein de journalistes hétérosexuels. Mais voir la violence de la manif pour tous, si on ne l'a pas un peu vécue personnellement, c'est difficile à imaginer. C'est exactement la même chose pour les minorités visibles, si vous n'avez pas vécu ça dans votre chaire, c'est difficilement explicable à un autre. Elle est fondamentale dans sa vie personnelle et dans sa manière de faire son boulot. Mais ce n'est pas pour ça qu'on va faire passer un message politique dans tous ses papiers. Mais ça donne une sensibilité, quelque chose de particulier, qui permet de sentir cette violence. »⁵¹

⁵⁰ Entretien réalisé le 28 mars 2017

⁵¹ Entretien réalisé le 19 avril 2017

Revient alors sur le devant de la scène le débat de savoir s'il faut forcément avoir expérimenté une chose pour pouvoir en parler. Pour Yannick Barbe, un journaliste hétérosexuel n'est aucunement illégitime pour aborder des thématiques LGBT. Mais avoir vécu une forme de différence permet ainsi de traiter un sujet d'une autre manière. Les personnes LGBT, dans le domaine professionnel, sont avant tout des journalistes capables de traiter n'importe quel sujet, et de la même manière. Ils puisent cependant dans leur identité personnelle pour donner une saveur différente aux articles qui touchent à leur orientation sexuelle.

Conclusion

Les médias LGBT sont-ils voués à disparaître comme nous le pensions au départ ? N'ont-ils qu'un seul rôle à jouer, à savoir traiter au quotidien de l'actualité homosexuelle ? Le journaliste spécialisé dans ces questions est-il forcément un militant membre d'une association qui se sert de son métier pour diffuser ses idées ? Confronter les médias LGBT et les médias traditionnels, analyser les relations complexes qui les opposent et les rassemblent, nous a finalement permis de mettre au jour les rôles multiples qu'ont endossés les titres homosexuels depuis 1956, année de la parution du premier numéro d'*Arcadie*.

Si *Arcadie* était une revue dont l'essence même n'était pas journalistique, elle a permis d'être un premier lieu inédit d'exploration d'une autre forme de sexualité, rejetée par la pensée dominante, incarnée, en 1960, par l'amendement Mirguet, qui classe l'homosexualité parmi les fléaux sociaux à combattre. Avec ses idées arrêtées sur l'homosexualité, ou plutôt l'homophilie, André Baudry, fondateur d'*Arcadie*, a lui même créé au sein des jeunes membres de son groupe un mouvement de contestation. Ce mouvement donne naissance au Front homosexuel d'action révolutionnaire (FHAR), qui abandonne le terme homophile pour les qualificatifs plus crus de pédés et lesbiennes, et dont certains membres fonderont la véritable première entreprise de presse homosexuelle *Gai Pied*. En 1982, les homosexuels passent de l'ombre à la lumière, du groupe associatif au journalisme. Après avoir essayé de restituer aux LGBT « *un lieu pour s'exprimer, un lieu pour discuter* », comme le souhaitait *Gai Pied* dans son premier numéro, le magazine n'a pas su appréhender le Sida d'une manière journalistique. Mais sa disparition permet l'émergence de nouveaux médias aux portes du monde *mainstream*, comme *Têtu*, qui rencontrent des difficultés économiques similaires à toute entreprise de presse, mais exacerbées par le fait d'être un média de niche.

Les nouveaux médias LGBT des années 90-2000, hybrides, avec une tête dans le monde *mainstream* et une autre dans le monde homosexuel, se retrouvent en confrontation direct avec les titres professionnels. Ces derniers se sont progressivement ouverts à l'actualité LGBT, au moment de certaines avancées sociétales, à l'image du Pacs ou du mariage pour tous. Ils s'accaparent alors la

mission principale des médias gays et lesbiens : parler des thématiques homosexuelles. Mais en le faisant, ils donnent aussi aux médias et journalistes LGBT une nouvelle mission tout aussi importante : éduquer les médias *mainstream* pour qu'ils traitent avec respect et précision les nombreuses thématiques que concentre la culture LGBT. La publication par l'Association des journalistes LGBT (AJL) d'un kit à destinations de toutes les rédactions, hétérosexuelles comme homosexuelles, va dans ce sens. Le kit permet, par exemple, d'aborder les questions liées aux personnes trans, qui prennent de plus en plus de place dans l'actualité, sans commettre de fautes dans l'emploi d'un pronom masculin ou féminin. La confrontation de ces deux mondes médiatiques a aussi donné naissance à une nouvelle garde de journalistes intéressée par les questions LGBT, formée dans des médias gays et lesbiens, mais qui vont ensuite travailler dans des rédactions généralistes. A l'image de Florian Bardou, chargé du web à *Libération*, de Marie Kirschen à *Buzzfeed*, ou de Maxime Donzel chez *Arte*. Ces jeunes journalistes LGBT infusent une autre manière d'aborder l'actualité homosexuelle dans les médias où ils travaillent. Et même si l'ouverture des médias traditionnels à la *news* LGBT semble enlever aux médias spécialisés leur mission initiale, ces derniers possèdent une voix différente qui participe à la pluralité du monde médiatique.

Au contact du monde *mainstream*, les médias LGBT sont progressivement devenus plus policés et désexualisés, en témoigne la nouvelle formule de *Têtu*, plus politique et moins provocatrice, qui abandonne ses fameux *cover boys* pour donner la parole à des inconnus du monde LGBT. Les nouveaux journalistes qui travaillent sur les thématiques homosexuelles revendiquent avant tout leur identité journalistique, acquise dans des écoles de journalisme ou au cours de passages dans des rédactions, à savoir qu'ils traitent l'actualité LGBT de la même manière que n'importe quelle autre actualité. Mais aux yeux des personnes extérieures à ces médias, ces journalistes sont toujours associés aux militants, premières plumes d'*Arcadie* et de *Gai Pied*. Se questionner sur le degré de militantisme des journalistes LGBT en vient à se demander s'il n'y a que les personnes extrêmement impliquées dans la culture LGBT qui peuvent en parler. La réponse qu'apportent les quatre journalistes interrogés dans ce mémoire est bien évidemment négative. Un journaliste, quelle que soit son orientation sexuelle, est

formé pour pouvoir traiter tout type d'actualité. Mais au cours des entretiens, nous avons pu sentir que la situation est plus complexe. Si la *doxa* journalistique veut qu'un journaliste tende vers le plus d'objectivité et de neutralité dans ses articles, la réalité journalistique est tout autre. Le débat entre journaliste neutre et journaliste engagé ne concerne pas que les journalistes spécialisés dans les questions LGBT mais il semble être plus difficile pour eux d'y échapper. Marie Kirschen note avec justesse qu'il est ancré dans la société qu'un grand quotidien comme *Libération* ou *Le Figaro* ait une coloration politique, et qu'on ne les qualifie pas aussi facilement de « militant » sur les questions politiques, comme le public tend à le faire pour les journalistes LGBT. Ces derniers revendiquent dans nos entretiens d'avoir une voix différente dans le monde médiatique et se servent finalement de cette différence pour donner une autre sensibilité à leurs papiers. La frontière est ainsi floue entre vie personnelle et professionnelle, décrit avec humour Florian Bardou : « *On est journalistes mais on est autre chose à côté, on est citoyens, on est amoureux, plein de choses donc forcément ça a des répercussions. Ça ne reste pas à la porte de la rédaction, c'est un bagage qui rentre avec toi* ». ⁵² Le journaliste LGBT est finalement une somme d'identités, mais comme n'importe quel autre journaliste.

⁵² Entretien réalisé le 28 mars 2017

Bibliographie

Ouvrages :

MARTEL Frédéric. *Le rose et le noir, les homosexuels en France depuis 1968*. Paris : les Ed. du Seuil, 2000. 780 p.

PREARO Massimo. *Le moment politique de l'homosexualité : Mouvements, identités et communautés en France*. Lyon : PUL, 2014. 330 p.

GAY Déborah. *Définition du lectorat de Têtu au lancement du magazine*. Mémoire de 5ème année. Grenoble : Université Stendhal Grenoble 3, 2012, 41 p.

Documents web :

Associations des journalistes LGBT, « Kit à l'usage des rédactions », in Associations des journalistes LGBT, 2014, Disponible sur : <http://ajlgbt.info/wp-content/uploads/2014/06/kit_ajl.pdf>. [Page consultée en avril et mai 2017]

BARDOU Florian, « La presse communautaire est-elle encore indispensable aux LGBT? », In *Slate*, 2015, Disponible sur : <<http://www.slate.fr/story/104723/presse-communautaire-indispensable-lgbt>>. [Page consultée en avril et mai 2017]

BARDOU Florian, « Y a-t-il une malédiction sur la presse homo française ? », In *Libération*, 2016, Disponible sur : <http://www.liberation.fr/futurs/2016/10/30/y-a-t-il-une-malediction-sur-la-presse-homo-francaise_1524926>. [Page consultée en avril et mai 2017]

BARDOU Florian, « Le magazine gay «Têtu» renaît, plus jeune et engagé », In *Libération*, 2017, Disponible sur : <http://www.liberation.fr/futurs/2017/02/27/le-magazine-gay-tetu-renait-plus-jeune-et-engage_1551199>. [Page consultée en avril et mai 2017]

DELCAMBRE Alexis, « Le magazine « Têtu » renaît sur papier », In *Le Monde*, 2017, Disponible sur : <http://abonnes.lemonde.fr/actualite-medias/article/2017/02/26/le-magazine-tetu-renait-sur-papier_5085856_3236.html>. [Page consultée en avril et mai 2017]

HERAUD Xavier, « Édito: La leçon d'Orlando », in Yagg, 2016, Disponible sur : <<http://yagg.com/2016/06/13/edito-la-lecon-dorlando/>>. [Page consultée en avril et mai 2017]

PERROTIN David, « Têtu de retour en kiosque mardi, sans «cover boy» et plus militant », In *Buzzfeed*, 2017, Disponible sur : <https://www.buzzfeed.com/davidperrotin/tetu-de-retour-en-kiosque-mardi-sans-cover-boy-et-plus-milit?utm_term=.vepn44vkk#.lpkWLLVJJ>. [Page consultée en avril et mai 2017]

TÊTU, « Tuerie d'Orlando : oui, c'est un massacre homophobe », in Têtu, 2016, Disponible sur : <<http://tetu.com/2016/06/13/tuerie-orlando-oui-cest-massacre-homophobe/>>. [Page consultée en avril et mai 2017]

Documents sonores :

MARTIN Nicolas, « Tuerie d'Orlando: géométries variables », in France Culture, 2016, Disponible sur : <<https://www.franceculture.fr/emissions/la-revue-de-presse/tuerie-d-orlando-geometries-variables>>. [Page consultée en avril et mai 2017]

Annexes

Annexe 1 : Grille d'entretien pour les journalistes LGBT.....	43
Annexe 2 : Déclaration anti-plagiat.....	46

Grille d'entretien

1) Formation

a. Parcours scolaire

- Comment êtes-vous devenu journaliste chez ... ?
- Quelles études pour devenir journaliste ?
- Ecole de journalisme ou non ?
- Profession de la famille dans le choix de devenir journaliste ?

b. Formation pratique

- Des stages qui vous ont donné envie de devenir journaliste ?
- Des stages dans des médias spécialisés qui ont alimenté votre appétit pour news LGBTI ?

2) Vocation

a. Quand se fait le tournant vers le journalisme LGBTI ?

- Pourquoi devenir journaliste et se spécialiser dans les questions LGBTI ?
- Influence de proches ? Connaissances ds le milieu journalistique ?
- Réaction de l'entourage ?
- Orientation sexuelle influence-t-elle le choix de travailler sur les questions LGBTI ?
- Vous considérez-vous comme plutôt militant ou neutre sur les questions LGBTI ? Êtes-vous devenus militant au cours des années ?

b. Culture LGBTI personnelle

- Comment êtes-vous arrivé dans le milieu du journalisme LGBTI ?
- Comment avez-vous construit votre culture sur cette thématique ? (Lecture de magazines spécialisés ?)
- Des auteurs/journalistes/documentaristes qui vous auraient marqué et décidé d'étudier la culture LGBTI ?
- Quelles sont vos sources d'informations LGBTI ?

c. Culture LGBTI entourage

- Vos parents vous ont-ils peut-être amené vers la culture LGBTI ?

- Des ouvrages/magazines que vous retrouviez à la maison?

3) Parcours professionnel

a. Emploi dans un média traditionnel

- Avez-vous déjà travaillé/pigé dans/pour un média traditionnel ?

- Arrivez-vous/Arriviez-vous à parler des thématiques LGBTI dans ce média traditionnel ?

- Les médias traditionnels sont-ils légitimes pour parler des thématiques LGBTI ?

- Les actualités LGBTI sont-elles suffisamment traitées par les médias traditionnels ?

- Trouvez-vous que les médias traditionnels font parfois des erreurs dans leur traitement des actualités LGBTI ?

b. Emploi dans un média LGBTI

- Avez-vous déjà travaillé/pigé dans/pour un média LGBTI ?

- Que pensez-vous du traitement de l'actu LGBTI par les médias spécialisés ?

- Le discours adopté dans les médias LGBTI est-il plutôt militant ou neutre ?

- Les médias LGBTI ont-ils une place importante dans le monde des médias ?

- Comment expliquer l'arrêt de Têtu en 2015 et de Yagg en 2016 ? Les jeunes LGBTI se reconnaissent-ils dans les médias LGBTI ?

- Etiez-vous amené à des traiter des actualités autre que l'actualité LGBTI ?

- Comment est perçu le fait d'être un journaliste spécialisé LGBTI dans l'univers journalistique ?

4) Contenu du travail :

a. En quoi consiste le travail ?

- Comment trouvez-vous des sujets LGBTI ?

- Comment rendre un sujet LGBTI attrayant pour un lecteur lambda et pour un lecteur intéressé par ces questions ?

- Êtes-vous relégué aux questions LGBTI dans un média traditionnel ?

- Êtes-vous seulement attiré par des thèmes/questions liés/es à la culture LGBTI ?
- Dans un média traditionnel traitez-vous de l'actualité générale ?
- Dans un média LGBTI traitez-vous l'actualité générale d'une certaine manière ?

b. Relations avec le monde du journalisme ?

- Avec qui travaillez-vous ? Des journalistes LGBTI / Des militants LGBTI ?
- Travail individuel ou collectif sur des enquêtes ?
- Quel type de relation avec les collègues —> des amis journalistes LGBTI ou hétérosexuels?
- Êtes-vous membre de l'association des Journalistes Lgbt ?
- Avez-vous des collègues journalistes LGBTI jeunes ou plus âgés ? Différence de discours entre les journalistes LGBTI âgés et jeunes ?

c. Relations avec le monde LGBTI

- Avez-vous seulement des personnes LGBTI dans votre cercle d'amis ?
- Comment se nouent ces contacts = travail ou loisir ?
- Faut-il être extrêmement impliqué dans le monde LGBTI pour pouvoir en parler ?

Table des matières

Introduction.....	6
I. La presse communautaire : lieu de refuge pour le mouvement LGBT..	11
A. D'une revue associative.....	11
B. ...à une véritable entreprise de presse.....	13
C. Quel modèle économique ?.....	17
II. « Informer sans discriminer » : la presse LGBT VS la presse traditionnelle.....	20
A. Une presse <i>mainstream</i> plus sensible aux thématiques LGBT.....	20
B. Les médias LGBT éduquent les médias traditionnels.....	23
C. Une autre voix dans le monde médiatique ?.....	27
III. Journaliste, militant LGBT ou les deux ?.....	29
A. Une identité journalistique forte.....	29
B. Une approche multiple de l'engagement journalistique.....	32
C. Le journaliste LGBT est une somme d'identités.....	34
Conclusion.....	37
Bibliographie.....	40
Annexes.....	42
Annexe 1 : Grille d'entretien pour les journalistes LGBT.....	43
Annexe 2 : Déclaration anti-plagiat.....	46
Résumé.....	48

Résumé

Confronter les médias LGBT et les médias traditionnels, analyser les relations complexes qui les opposent et les rassemblent, permet de mettre au jour les rôles multiples qu'ont endossés les titres homosexuels depuis 1956, année de la parution du premier numéro d'*Arcadie*. À leurs débuts, les médias LGBT étaient des lieux de refuge et de réflexion pour une population homosexuelle rejetée par la société. Mais au XXIème siècle, le Pacs et le mariage pour tous normalisent l'actualité LGBT, et de plus en plus de médias *mainstream* n'hésitent plus à la traiter comme une actualité comme une autre. Les médias LGBT endossent alors un rôle d'éducateur pour permettre aux médias traditionnels de traiter avec respect et acuité les thématiques homosexuelles. La normalisation de l'actualité LGBT s'accompagne également d'une normalisation des rédactions communautaires. Mais les journalistes qui y travaillent ont du mal à se départir d'une image du militant LGBT qui écrivait dans les premiers magazine homosexuels.

Médias - LGBT - militant - homosexuel