



HAL
open science

De la représentation à la transgression du genre dans les pratiques culturelles : le cas de la presse magazine masculine

Laura Audibert

► To cite this version:

Laura Audibert. De la représentation à la transgression du genre dans les pratiques culturelles : le cas de la presse magazine masculine. Sciences de l'Homme et Société. 2018. dumas-02093695

HAL Id: dumas-02093695

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02093695>

Submitted on 9 Apr 2019

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.

De la représentation à la transgression du genre dans les pratiques culturelles : le cas de la presse magazine masculine

Mémoire de Master 2 – Développement de Projets Artistiques
et Culturels Internationaux

Mention Direction de Projets et d'Établissements Culturels

Laura AUDIBERT

Sous la direction de : Eva-Marie GOEPFERT, Maître de conférence en Sciences de
l'Information et de la Communication.

Résumé :

Le genre est une construction sociale, historiquement et culturellement reproduite, qui, en s'articulant avec d'autres déterminants sociaux, conditionne la construction de nos identités et l'organisation du champ social. Ainsi, les pratiques culturelles, relevant a priori de la libre expression des goûts et de la personnalité de chacun, résultent en partie de la naturalisation de normes de genre et des injonctions passives qui en découlent. Ces dernières sont, entre autres, véhiculées par les médias qui, en construisant des représentations du réel, transmettent des schèmes de pensée, de valeurs et d'attitudes qui structurent nos imaginaires collectifs et nos rapports au monde. En s'interrogeant sur les possibilités de déplacer, voire dépasser, les frontières du genre dans les pratiques culturelles, ce mémoire propose d'analyser les représentations qui émanent des rubriques culturelles de la presse magazine masculine. L'analyse de leur thématique et de la mise en scène des rapports sociaux de sexe dans leurs discours permet alors de confirmer l'emprise du genre et la domination d'un masculin hégémonique dans la représentation des loisirs culturels. Cette étude soulève ainsi la difficulté à sortir des cadres normatifs conventionnels du genre dans la presse magazine masculine, et ce malgré l'émergence de modèles contrevenants aux identités de genre dites « légitimes ».

Mots clés : Identité de genre – Pratiques culturelles – Discours médiatiques – Presse magazine masculine – Sémiotique du genre

Abstract :

Gender is a historically and culturally reproduced social construct which, by interacting with other social determinants, directs the social construction of our identities and the organization of the social sphere. Thus, cultural practices which should a priori depend on free expression of tastes and one's own personality, result in part from the normalization of gender norms and the passive injunctions resulting. The latter are spread through the media which, by building representations of reality, convey thought patterns, values and attitudes, shaping our collective consciousness and interaction with the world. By questioning the possibility of pushing back, even going beyond, the limits of gender in cultural practices, this paper proposes to analyze representations stemming from cultural pages in the male magazine press. Studying their themes and their manner of staging social relations in their discourse allows us to confirm the hold of gender and the domination of hegemonic masculinity in representing cultural leisure. Thus, this study highlights difficulties in escaping normative frames of conventional gender in male magazine press, despite the emergence of social models which contravene so-called "legitimate" gendered identities.

Key words : Gender identity – Cultural practices – Media discourse – Male magazine press – Gender semiotics

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	5
-------------------	---

CHAPITRE 1 :

L'intériorisation du facteur genre jusque dans les pratiques culturelles.....	8
I. Construction et déconstruction du concept de genre.....	9
A. Éléments de définition.....	9
B. Les normes du genre.....	10
C. Genres Légitimes.....	11
II. Les pratiques culturelles : un espace de concrétisation des identités de genre.....	13
A. La catégorisation genrée des pratiques culturelles.....	14
B. Les instances de socialisation.....	16
C. La transgression des normes du genre.....	18
III. La presse masculine : un entre-soi discursif.....	22
A. Les magazines masculins généralistes : fabrique et mise en scène du genre.....	22
B. Cibler un entre-soi discursif : présentation du corpus.....	24
C. Méthodes d'enquête et d'analyse du corpus.....	27

CHAPITRE 2 :

Personnification et personnalisation : une définition de la culture au masculin.....	30
I. La culture personnifiée.....	32
A. Des objets culturels définis par leurs acteurs.....	32
B. Une vision majoritairement masculine.....	34
II. Condition de production des discours : la culture personnalisée.....	36
A. Une thématization fonctionnelle.....	36
B. Légitimité culturelle : différenciation et hiérarchisation sociale.....	38

C. Littérature et danse : vers une dé-segmentation des publics ?.....	40
D. Biais éditoriaux : la culture (parfois) politisée.....	42

CHAPITRE 3

La mise en scène du genre à travers les figures de références culturelles :

entre rôles spécifiques et attributs revisités.....45

I. Une réaffirmation des rôles différenciés de genre.....46

A. L'homme, sujet actif – la femme, adjuvante passive.....46

B. La femme sujet, renvoyée à des univers genrés conventionnels.....49

C. Le corps féminin, objet du masculin.....50

II. La masculinité contemporaine : entre mythe d'une virilité perdue et reformulation des normes conventionnelles.....53

A. La virilité sacralisée.....53

B. Des normes renouvelées du masculin légitime.....56

C. Des négociations timides.....61

III. L'invisibilité normalisée des rapports sociaux de sexe.....66

A. La non-information au service de la normalisation des rapports inégalitaires.....66

B. Cas particulier : L'après Weinstein selon *Lui* (n°40).....68

CONCLUSION.....70

REMERCIEMENTS.....74

BIBLIOGRAPHIE.....75

ANNEXES

Grille d'analyse qualitative.....79

Tableaux (analyse quantitative).....81

Corpus.....83

INTRODUCTION

Le 7 février 2018, Françoise Nyssen, Ministre de la Culture, prononçait un discours dans lequel elle invitait l'ensemble des secteurs culturels, leurs acteurs et leurs actrices, à se mobiliser en faveur de l'égalité entre femmes et hommes. Elle prononçait alors ces mots :

« L'égalité femmes-hommes a fait plus de progrès en soixante-dix ans, sans doute, qu'en plusieurs millénaires. Mais la plus grande erreur serait de croire que nous avons accompli l'essentiel du chemin. Non. Nous en avons fait la moitié. Nous avons fait celui de l'égalité en droit. Nous devons accomplir celui de l'égalité en actes. C'est l'un des grands défis de ce XXI^{ème} siècle, pour les sociétés du monde entier. La France ne fait pas exception. Ce défi est encore devant nous. L'actualité récente nous l'a bien rappelé. »

Quelques mois plus tôt, de l'affaire Weinstein au mouvement *Me Too*, l'actualité médiatique nous rappelait en effet que les questions d'égalité des sexes, loin d'être réellement admises, pouvaient au contraire faire l'objet de levées de bouclier, de la part d'hommes surtout, et de femmes aussi¹.

Pourquoi un combat en apparence si légitime, soulève-t-il encore tant de débats ? Pourquoi la place des femmes est-elle encore si précaire, qui plus est dans le secteur culturel², alors même que la part des femmes dans les études de l'enseignement supérieur artistique et culturel est en constante progression depuis une vingtaine d'année ? Et si, pour que le débat progresse, il fallait repenser la manière dont on parle aux hommes des femmes mais aussi d'eux-mêmes ?

Toutes ces questions m'ont habitée pendant mes études à l'Université Lyon II. Alors, pour clore ces deux années de Master Développement de Projets Artistiques et Culturels Internationaux, j'ai choisi d'ancrer ce mémoire dans le vaste champ des études sur le genre et les rapports sociaux de sexe. Plus précisément, en développant une activité journalistique en parallèle de mes études, ce sont les questions du rôle joué par les médias dans les représentations du genre qui m'ont interpellée.

1 - Recrudescence des discours de la crise de la masculinité, attentat « anti-femme » à Toronto, *Lettre des 100*, publiée par *Le Monde*, et revendiquant « la liberté d'importuner »... plus qu'un mouvement dénonciateur ou libérateur, *Me too* semble avoir replacé sur le devant de la scène les dichotomies persistantes entre femmes et hommes et cristallisé les tensions sociales liées au genre, en Occident.

2 - Ministère de la Culture et de la Communication - *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication*, Paris, Mars 2014.

En tant que sujet de société, toujours d'actualité, le genre représente bien entendu un intérêt de recherche à part entière. Tel que j'ai choisi d'appréhender ce sujet, c'est également une réflexion personnelle, à la croisée des secteurs professionnels de la culture et de la presse, qui a motivé la mise en œuvre de ce travail.

Dans ce mémoire, nous nous intéresserons ainsi à la mise en scène des femmes, des hommes et des objets culturels au sein des discours de la presse magazine genrée. Le concept de genre, tel que mobilisé tout au long de cette étude, sera explicité dès la première partie de ce mémoire. Cette recherche prend acte dans la vaste réflexion sur les genres, cisgenre³ mais également LGBTQIA+⁴, qui mérite de faire l'objet de sujets à parts entières, tant elle soulève de questions de recherche et d'objets d'analyses. Aussi, nous allons, ici, nous limiter aux enjeux ciblés de la construction des genres masculins et féminins, au sein d'un espace discursif défini.

Le premier chapitre, nous permettra également de mettre en évidence les liens entre la construction du genre et les pratiques culturelles des individus. Cela nous amènera, en outre, à appréhender les médias et plus précisément la presse magazine, comme une instance de socialisation agissant de manière invisible sur la construction du genre et l'organisation des pratiques culturelles qui en découle.

Après avoir abordé les notions de transgressions des normes balisées du genre, dans les pratiques culturelles, nous pourrions alors interroger, de manière plus précise, l'enjeu de cette recherche : briser les cadres normatifs du genre, c'est, semble-t-il, contrevenir à des assignations qui perpétuent les inégalités sociales de sexes. Or il ressortira de l'étude que nous ne sommes pas tous égaux face à ces transgressions : les injonctions à être « *un homme, un vrai* », apparaissent en effet comme des limites aux négociations avec les cadres normatifs du genre. Nous questionnerons alors la teneur des discours adressés spécifiquement aux hommes, en nous interrogeant sur les représentations genrées qui émanent des sujets culturels.

3 - **Cisgenre** : ce terme renvoie à un individu dont l'identité de genre est en accord avec son sexe biologique.

4 - **LGBTQIA+** : cet acronyme vise à recouvrir l'ensemble des identités de genre différenciées des identités dites conventionnelles cisgenres hétérosexuelles (Lesbienne, Gay, Bisexuel, Transsexuel, Queer, Intersexe, Asexuel, et toutes les autres identités genrées possibles).

Plus précisément encore, nous chercherons à comprendre dans quelles mesures les représentations du genre, véhiculées dans les rubriques culturelles de la presse magazine masculine, tendent à limiter les transgressions des frontières conventionnelles du genre. Les recherches établies en ce sens, seront alors guidées par trois hypothèses.

La première suppose que les magazines masculins reproduisent une catégorisation genrée des pratiques culturelles, tant à travers les thèmes choisis, qu'à travers les représentations des acteurs impliqués, ce qui ne permettrait alors pas de palier à l'emprise du genre sur les préférences culturelles des hommes.

La seconde hypothèse, concerne la mise en scène du genre au sein des rubriques culturelles, supposant que le contenu de ces rubriques et leurs discours traduisent une continuité des cadres normatifs conventionnels du genre. Les structures discursives, les marqueurs axiologiques ainsi que les éléments définitoires des figures culturelles participeraient alors à reproduire des schémas d'identifications genrés conventionnels.

La troisième hypothèse, enfin, suppose que la presse magazine masculine ne met pas en discours de possibles transgressions du genre, ne proposant ainsi tout simplement pas de nouveaux modèles d'identification qui pourraient tendre vers une réécriture des pratiques culturelles genrées dites légitimes.

Pour confirmer ou infirmer ces hypothèses, nous analyserons quantitativement et qualitativement les données ressortant du corpus sélectionné. Les analyses de la thématisation et du contenu des rubriques culturelles nous permettront d'appréhender les définitions de la culture proposées par les magazines masculins, ainsi que les enjeux sociaux qui traversent ces rubriques.

Nous pourrons alors analyser plus en profondeur les représentations du genre qui émanent des discours, ce qui nous permettra de mettre au jour la reproduction d'une hégémonie masculine et les marges de manœuvre accordées aux nouveaux modèles, masculins et féminins.

Chapitre 1

L'intériorisation du facteur genre jusque dans les pratiques culturelles

Le genre est un des facteurs structurant l'organisation de la société. Résultant de la naturalisation historique des différences liées au sexe, il s'immisce dans de nombreuses dimensions sociales – travail, vie privée, loisirs – et conditionne nos façons de faire et de penser. Ainsi, les pratiques culturelles, relevant à priori de la libre expression des goûts et de la personnalité de chacun, résultent en partie de notre identité de genre, et des injonctions passives qui en découlent⁵. A l'aune du XXI^{ème} siècle, à l'issue des nombreuses avancées sociales en faveur de l'égalité entre femmes et hommes, comment et à travers quoi s'expriment et s'imposent les identités de genre ? Est-il possible de se défaire de l'emprise du genre, et si oui, à quelles conditions ?

Pour répondre à ces questions, il faut dans un premier temps identifier les éléments définitoires du genre, leur concrétisation dans le champ des pratiques culturelles et les cercles de socialisation à travers lesquels ils s'expriment. Ces éléments permettront alors d'envisager les discours médiatiques comme canaux de diffusion des normes du genre.

5 - Buscatto M. - « La Culture c'est (aussi) une question de genre », dans Octobre S. (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp.125-142.

I. Construction et déconstruction du concept de genre

A. Éléments de définition

Théorisé dès les années 1970 mais apparu en France dans les années 2000, le terme *genre* désigne un concept renvoyant aux études des rapports socialement et culturellement construits entre femmes et hommes.

Si le sexe (biologique) fait référence aux différences anatomiques et biologiques entre femelles et mâles, le genre renvoie à un construit culturel et social, soit à l'impact des différences liées au sexe sur l'organisation d'une société (division et hiérarchisation des tâches ; inégalités de chances, de salaire, de situation ; implication dans le champ social). Plus concrètement encore, définir des identités de genre, revient à attribuer des caractères intellectuels, physiques et moraux à des individus, en fonction de leur sexe biologique – et indépendamment de leur personnalité individuelle.

Dans les sociétés occidentales, éminemment patriarcales, les genres masculin et féminin se définissent historiquement par opposition l'un à l'autre. Pierre Bourdieu⁶ définit ce schéma de pensée comme inclus dans une construction sociétale basée sur des systèmes d'oppositions récurrents et homologues (masculin/féminin, haut/bas, dedans/dehors, droite/gauche), intériorisés par les individus comme des phénomènes naturels.

Les identités de genres, construits sociaux, culturels et historiques, sont donc naturalisés, au sens sociologique du terme, et c'est ce qui contribue, selon Sylvie Octobre, à « l'invisibilité des rapports sociaux de sexe »⁷. En d'autres termes, le fait de considérer que les différences hiérarchisées entre hommes et femmes résultent de l'inné, au même titre que le sexe biologique, renforce la difficulté d'identifier les cadres normatifs du genre, culturellement construits, de les penser et donc de s'en émanciper.

6 - Bourdieu P. - *La Domination Masculine*, Paris, Seuil, 1998, 134 p.

7 - Octobre S. (dir.) - *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014 p.9

La dualité entre féminin et masculin suppose en outre que l'un ne peut se définir sans référence à l'autre : ce qui est masculin n'est pas féminin, et vice-versa. Ainsi, quand les normes de l'un sont remises en question, les normes de l'autre en sont impactées.

B. Les normes du genre

Dans l'histoire des sociétés occidentales, le genre masculin, « l'homme », a été défini comme la norme, l'être humain de référence, à partir duquel pouvaient être déclinés (et donc hiérarchisés) les attributs de la féminité⁸. Aujourd'hui encore, le fait que *le masculin l'emporte*, reste une règle grammaticale et, comme le fait remarquer Élisabeth Badinter, « la langue française désigne du même mot le mâle et l'humain »⁹. Outre la base de la domination masculine, cette construction sémantique renvoie à nouveau à la notion d'invisibilité des rapports sociaux de sexe, et plus particulièrement à l'invisibilité du genre masculin¹⁰. En effet, si le masculin est la norme, l'homme devient l'être humain générique : il n'a pas de genre construit, puisqu'il est un représentant standard de l'humanité, *ce que devrait être un être humain de base*. Les cadres normatifs – culturels, historiques et sociaux – qui structurent la construction de l'identité de genre en demeurent d'autant plus invisibles.

Aussi, il apparaît presque normal que, dans l'histoire des rapports sociaux de sexe, ce soient systématiquement les femmes qui aient remis en question les normes genrées établies¹¹ : se voir imposer des normes restrictives et discriminatoires pousse de fait à s'interroger sur l'identité sociale que l'on assigne à son sexe. Or, comme évoqué précédemment, féminin et masculin se définissent dans une perspective relationnelle : interroger les normes assignées au féminin revient à remettre en cause les standards du masculin. Ainsi, au fil des revendications féministes¹² et des avancées sociales en faveur de l'égalité, des discours de la masculinité se développent dans le sens d'une perte de repères identitaires et d'une réaffirmation des identités conventionnelles¹³ de genre.

8 - Badinter E. - *XY, de l'identité masculine*, Paris, Éditions Odile Jacob, 1992, pp. 19-24

9 - *Ibid.* p.19

10 - Kimmel M. S. et Messner M. A. - *Men's Lives*, New York, Macmillan, 1989, 586 p.

11 - Dupuis-Déri F. « Le discours de la "crise de la masculinité" comme refus de l'égalité entre les sexes : histoire d'une rhétorique antiféministe », *Cahiers du Genre*, 1, n°52, 2012, pp 119-143.

12 - Le terme *féminisme* est employé dans ce mémoire selon sa définition première : « mouvement social qui a pour objet l'égalité entre femmes et hommes, en particulier dans les domaines juridiques, économiques et politiques ».

13 - Dans ce mémoire seront utilisés conjointement les qualificatifs « conventionnel » et « traditionnel » : le terme « conventionne », qui signifie « qui a attiré aux conventions » ou « conforme aux convenances » renvoie à la notion de construit social intériorisé par une société, là où « traditionnel » renverra à la notion d'antériorité historique de ce

A travers ces discours, qu'il étudie en tant que « discours de crise de la masculinité », Francis Dupuis-Déri – professeur à l'Institut de recherches et d'études féministes de l'Université de Québec, à Montréal – identifie des éléments définitoires des identités de genre conventionnelles. Les hommes sont ici associés à « l'autonomie, à la rationalité, à l'efficacité, à l'agressivité, à la force physique, à l'action et à l'esprit de compétitivité » ; et les femmes à « la douceur et à la passivité, au pacifisme, à l'entraide, à l'émotivité »¹⁴. Si ces termes sont à relativiser car issus de discours orientés en faveur d'un masculin supérieur (masculinisme), produits principalement par des auteurs antiféministes, ils permettent néanmoins d'observer la logique binaire exclusive qui régit la distribution des qualités masculines et féminines. En outre, les termes associés au masculin, aussi exacerbés soient-ils, renvoient à la notion de virilité, fondement de la *masculinité hégémonique* – soit l'idéal masculin.

Jean-Jacques Courtine, professeur d'anthropologie culturelle à la Sorbonne, définit la virilité comme « une construction culturelle » et « un ensemble de valeurs et de normes qu'on attribue aux hommes »¹⁵. Il explique qu'elle repose sur un triptyque : puissance physique – courage – puissance sexuelle, dont les concrétisations sociales varient en fonction des époques. En revanche, le caractère immuable de la virilité réside dans le fait de se construire en opposition à la féminité : Pascale Molinier – professeure de psychologie sociale à l'Université Paris 13 – explique ainsi que « le ressort psychologique de la virilité est la honte de passer pour une femme »¹⁶. La virilité est donc conçue comme l'outil du pouvoir masculin, que ce pouvoir s'exerce sur les femmes ou entre hommes.

C. Genres légitimes

De fait, quelles que soient ses modulations, la notion de virilité s'inscrit dans un processus de (re)production d'un genre masculin *légitime* (dont seuls les « vrais » hommes pourraient être les représentants), idéologie qui s'incarne dans un façonnage concret des *corps masculins légitimes*. Selon la sociologue Isabel Boni-Le Goff, les *corps légitimes* sont « socialement construits comme des références – implicites ou explicites – et participent à la différenciation et à la hiérarchisation entre

construit social.

14 - Dupuis-Déri F. *op.cit.* p.131

15 - Courtine J.J cité par Khelifa I. dans *Mâles d'hier, hommes d'aujourd'hui*, Paris, Seuil, 2018, 133 p.

16 - Molinier, P. « Virilité défensive, masculinité créatrice », *Travail, genre et sociétés*, vol. 3, n°1, 2000, pp. 25-44

groupe sociaux »¹⁷. Le corps masculin légitime est alors façonné à travers des injonctions qui poussent à développer des aptitudes physiques et des qualités morales dites dominantes. Il participe à une catégorisation inter-genre (puisque construit, toujours, en opposition à la féminité) et *intra*-genre, puisque la hiérarchisation s'opère au sein même du genre masculin, s'articulant alors avec des marqueurs de classe sociale et de race. En d'autres termes, l'homme est plus facilement reconnu comme représentant légitime du genre masculin s'il est viril, blanc, et de classe sociale supérieure¹⁸. *A contrario*, celui qui ne répondrait pas des normes restrictives de la virilité se risquerait à devenir « la figure repoussoir du garçon efféminé »¹⁹. *Notons à ce titre que les notions de virilité et de masculin légitime se développent particulièrement à travers une vision hétéro-normative et que la hiérarchisation des corps légitimes s'opère également dans le genre féminin.*

Être un homme ou une femme ne suffit donc pas à être reconnu comme tel : il faut (et l'injonction se vérifie) devenir un *vrai* homme, ou une *vraie* femme. C'est là que se joue la performativité du genre²⁰. L'identité de genre est construite sur des signes caractéristiques que l'on attribue à tel ou tel sexe, des stéréotypes, naturalisés et donc intériorisés ; apprenant à se définir, dès le plus jeune âge, selon leur sexe, les individus vont alors *performer* ces signes pour s'identifier et, plus encore, pour être reconnus comme appartenant bel et bien au genre que l'on attribue à leur sexe.

La performativité du genre se matérialise par des manières de parler, de penser, des gestes, des attitudes, des pratiques, une répétition perpétuelle d'actes renouvelés, qui vont contribuer à la construction d'un corps légitime socialement reconnu comme tel.

Ainsi, le genre, tel qu'étudié dans les sciences humaines, est un concept transversal désignant un système de relations sociales, culturellement et historiquement construit, adossé à la différence biologique entre sexe féminin et sexe masculin. Le genre repose sur :

- Un schème de pensée binaire et exclusif : le féminin se construit par opposition au masculin et on reconnaît aux hommes et aux femmes des qualités distinctes, des champs d'action différents.

17 - Boni-Le Goff I. - « Corps Légitime » dans Rennes J. (dir.), *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris, La Découverte, 2016, pp. 159-169.

18 - *Ibid.* p.162

19 - *Ibid.* p.164

20 - Butler J. - *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité* [1990], Paris, La Découverte, 2005, 294 p.

- Une perspective relationnelle : le féminin et le masculin se construisent à travers la relation de l'un à l'autre.
- Un processus de naturalisation : les normes du genre sont socialement intériorisées comme relevant *naturellement* du sexe biologique, et les inégalités qui en découlent comme conséquences des différences *naturelles* entre femmes et hommes, et ce malgré les nombreux travaux scientifiques et sociologiques qui infirment la notion de bicatégorisation sexuée²¹.
- L'invisibilité des rapports sociaux de sexe : qui repose tant sur la naturalisation des normes du genre que sur la normalisation et la neutralité grammaticale du masculin.
- La marque du féminin ; qui participe de la différenciation du féminin par rapport à la norme du masculin.
- Un rapport de pouvoir : le genre repose sur un principe de hiérarchisation des différences et, encore aujourd'hui, les modalités de la domination masculine sont incluses dans les rapports de genre.
- La performativité : les constructions identitaires de genre se jouent et se rejouent perpétuellement dans la mise en scène des corps légitimes.
- Un principe d'intersectionnalité, selon lequel les rapports de genre s'imbriquent avec d'autres rapports sociaux de pouvoir (origine sociale, âge, sexe, race, etc.) et sont toujours à analyser au regard de l'ensemble de ces déterminants sociaux.

II. Les pratiques culturelles : un espace de concrétisation des identités de genre

Dans le domaine de la culture, les pratiques culturelles font généralement référence aux loisirs culturels, aux pratiques artistiques amateurs - soit à l'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique²² - et par projection, aux publics de la culture. Il aurait été possible d'étudier les rapports de genre et les inégalités du secteur professionnel, mais dans la démarche de ce mémoire, nous nous attacherons plus particulièrement à évoquer, ici, les stéréotypes de genre qui affectent tant les publics que les objets culturels.

21 - Octobre S. - *op.cit.* p.11

22 - Coulangeon P. - *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte, 2016 [2005], p.4

En 2005, suite à l'analyse des résultats d'une vaste étude menée auprès des publics de la culture entre 1973 et 2003, Olivier Donnat met en évidence l'augmentation de la part des femmes dans les publics de la culture²³. S'en suit un intérêt sociologique croissant pour les profils sexués des publics, la catégorisation genrée des biens et pratiques culturels, et les modalités de construction du genre qui s'opèrent à travers ces pratiques. A partir des différentes études menées, entre autres, par Olivier Donnat, Sylvie Octobre et Marie Buscatto, nous tenterons ici d'identifier les déterminants de genre qui impactent les pratiques et les objets culturels.

A. La catégorisation genrée des pratiques culturelles

Comme nous l'avons vu précédemment, le genre oriente, de manière insidieuse, la construction des identités. Si le champ des loisirs a longtemps été considéré comme un espace de réalisation de desseins personnels, libres de tout déterminant social, plusieurs décennies d'études et d'enquêtes ont désormais prouvé le contraire. Il en va de même pour les pratiques culturelles, qui s'avèrent être un espace social dans lequel se construisent, et se reconstruisent sans cesse les identités de genre.

Ainsi, dès l'enfance, les univers modelés par le jeu, la communication et les activités tendent à mettre en place des rapports au monde et des manières d'être, opposés en fonction du sexe. En analysant des supports de communication ayant attirés à la culture enfantine, Isabel Boni-Le Goff²⁴ montre que la catégorisation des univers garçons/filles renvoie à la dichotomie traditionnelle *dedans/dehors* : en effet, les garçons sont plus facilement amenés à pratiquer des activités d'extérieurs, là où les filles sont renvoyées à des univers domestiques intérieurs. En outre, les activités catégorisées « pour garçons » tendent à la valorisation d'attributs masculins qui « signent leur supériorité »²⁵, notamment la force, l'endurance, la virtuosité.

En étudiant plus directement les comportements de 9 600 individus de 11 à 17 ans, Sylvie Octobre²⁶ montre quant à elle que les garçons tendent à s'investir dans des passions masculines fédérant

23 - Donnat O. - « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement Culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS, 2005.

24 - Boni-Le Goff I.- « Corps Légitime » dans Rennes J. (dir.), *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris, La Découverte, 2016, pp. 159-169.

25 - *Ibid.* p.163

26 - Octobre S. « Du féminin et du masculin. Genre et trajectoires culturelles », *Réseaux*, vol.168-169, n°4, 2011, pp. 23-57.

d'autres garçons, et basées sur des principes de compétitivité, d'action, d'expertise ou de dépassement de soi. Les filles, elles, se tourneraient vers des activités *intimistes*, fondées sur la confession et « le développement de relations interpersonnelles intenses »²⁷. Les univers fabriqués amènent ainsi à délimiter des entre-soi de même sexe.

Plus encore, la sociologue met en évidence le lien entre pratiques culturelles et éléments définitoires des genres, alors valorisés comme des attributs *naturels* du féminin ou du masculin. Les loisirs culturels pratiqués par les filles « renforcent le marquage du féminin à travers des qualités telles que la grâce, la douceur, l'harmonie, l'élégance »²⁸. Pour les garçons, se sont la force, la puissance, la combativité, qui sont renforcées. Identifier des pratiques culturelles dites masculines ou féminines reviendrait alors à reconnaître les valeurs et qualités qui, dans l'imaginaire collectif, y sont associées.

La catégorisation genrée des objets et des pratiques culturelles s'opère ainsi selon un double processus :

- Symbolique : les pratiques sont dites masculines ou féminines en fonction des valeurs qui y sont rattachées ; valeurs qui correspondent, dans l'imaginaire collectif, à des attributs de sexe, renforçant de fait la naturalisation du genre.
- Pragmatique : les activités sont rattachées au genre majoritaire qui les pratique, favorisant la délimitation de groupe de pratiquants par entre-soi sexués, ce qui renforce l'identification genrée légitime des individus.

Cette seule constatation d'une catégorisation des pratiques ne suffit cependant pas à expliquer ce qui détermine la prégnance du genre dans le choix des individus. Comment expliquer, à l'aune d'un XXI^{ème} siècle promoteur de liberté de choix, de mixité et d'égalité, que les pratiques culturelles restent un marqueur symbolique déterminant dans la construction des identités de genre ? Il faut pour cela étudier les processus de socialisation à l'œuvre dans la construction des rapports à la culture.

27 - Octobre S. (dir.) - *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, p.16

28 *Ibid.*, p.17

B. Les instances de socialisation

En mettant en perspective quatre études portant sur l'influence du genre dans le choix et la mise en œuvre des pratiques culturelles, Marie Buscatto met au jour trois instances de socialisation majeures, qui agissent de manière invisible sur l'organisation genrée des pratiques culturelles.²⁹

1. La famille

La première instance de socialisation identifiée est celle de la famille et, conjointement de l'école, qui tend, dès les premiers temps de la vie d'un individu, à normaliser des comportements genrés et à légitimer des pratiques artistiques et culturelles sexuées. Sont ainsi naturalisés la turbulence et le besoin de dépense physique des garçons, opposés à la discipline et au calme des filles³⁰. Le socle social établi dès l'enfance semble contribuer à renforcer la normalisation du patriarcat à travers la reproduction de normes de genre définies et hiérarchisées : les garçons agissent, les filles restent passives. De même les activités des enfants sont majoritairement orienté par les familles et le cadre scolaire (1^{er} cycle) vers des pratiques catégorisées selon le genre (selon le double processus d'identification exposé précédemment). Si ces premières influences sont particulièrement agissantes pendant l'enfance, les études de Viviane Albenga, Reguina Hatzipetrou-Andronikou, Catherine Marry et Ionela Roharik³¹ montrent qu'elles peuvent néanmoins se répercuter tout au long de la vie d'un individu, influençant la construction de ses univers culturels et ses choix « libres » d'adulte.

2. Les pairs

Le second cercle de socialisation est celui des pairs, qu'il s'agisse de cercles d'interactions sociales dans le cadre scolaire, étudiant, professionnel, ou de relations interpersonnelles d'ordre privées. Ici se joue et se rejoue l'attribution de caractères sexués à des pratiques culturelles, et la performativité du genre. La pratique de telle ou telle activité artistique ou culturelle, socialement

29 - Buscatto M. - « La culture c'est (aussi) une question de genre » dans Octobre S. (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp. 125-143.

30 - Boni-Le Goff I. *op.cit.* p.163

31 - Albenga V., Hatzipetrou-Andronikou R., Marry C., Roharik I. - « Pratiques musicales des amateurs à l'âge adulte : emprise ou déprise du genre ? » dans Octobre S. (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp. 101-124.

définie comme féminine ou masculine, va en effet favoriser la reconnaissance sociale de l'identité de genre. En outre, on y retrouve l'influence jouée par l'effet de masse à travers la délimitation par entre-soi de groupes d'individus de même sexe.

En revanche, une fois passée la socialisation primaire (famille, école), lors du passage de l'adolescence à l'âge adulte, la socialisation par les pairs, et plus encore par les relations interpersonnelles d'ordre privée (mise en couple, amitiés,...), favorise la prise d'indépendance vis-à-vis de la cellule éducative familiale et donc des socialisations culturelles passées. Femmes et hommes peuvent s'ouvrir à de nouveaux univers culturels, entraînant parfois un changement *d'habitus*, soit une modification de leur rapport au monde, et par extension, aux pratiques culturelles.

3. Les médias

Sous couvert d'une apparente liberté individuelle de choix, les individus sont cependant encore confrontés à une troisième instance de socialisation culturelle : les médias.

Selon l'anthropologue, sociologue et sémiologue Eliseo Verón, les médias structurent et encadrent nos rapports au monde et notre quotidien en étant « prescripteurs de valeurs, d'attitudes, de perceptions et de comportements par rapport [notamment] à la consommation culturelle, à l'utilisation des loisirs »³². Producteurs de discours structurant le champ social, les médias participent à l'élaboration des imaginaires collectifs et promeuvent des univers de références pour les groupes sociaux que constituent leurs publics³³. La théorie des « effets puissants », explore par ailleurs la très grande influence des médias de masse sur la formation des opinions et des valeurs, notamment dans le domaine des pratiques et des préférences culturelles³⁴.

Cinéma, série, livre, télévision, presse, radio... sont autant vecteurs de discours et représentations pesant sur la construction des identités individuelles et sur les perceptions du monde. La fiction, bien que les individus apprennent à s'en détacher, tout comme l'information, promeuvent des

32 - Verón E. - « La "réalité", les média et la démocratie. », *Cahiers d'Argentine*, Service Culturel de l'Ambassade de la République Argentine, 1994, pp.10-11.

33 - Boyer H., « Stéréotype, emblème, mythe. Sémiotisation médiatique et figement représentationnel. » *Mots. Les langages du politique*, 88, [en ligne], 2008

34 - Coulangeon P. - *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte, 2016 [2005], 125 p.

figures de références auxquels les individus s'identifient³⁵.

Cependant, la polysémie des discours véhiculés par les médias soulève la difficulté à interpréter de manière globale, si non exhaustive, leurs prismes d'influences. De plus, les logiques commerciales qui structurent le secteur médiatique poussent à interroger les mécanismes qui régissent la production des discours eux-mêmes : est-ce le média qui influence son public ou le public qui influence le discours du média ? Face à la neutralité du masculin, comment savoir réellement à qui le discours s'adresse ?

En outre, dans le champ des sciences humaines, peu d'études mettent en perspective les discours de la presse généraliste, les pratiques culturelles et les questions de genre.

Dans la troisième partie de ce chapitre, nous nous attacherons donc à délimiter un champ journalistique qui dit et crée ouvertement le genre : la presse magazine genrée ; et plus encore la presse magazine masculine, afin de comprendre les logiques qui régissent cet entre-soi discursif.

Ce tour d'horizon des instances de socialisation culturelle nous place face à un paradoxe. D'une part, la société semble s'entendre sur les questions d'égalité de droit, d'épanouissement personnel et de liberté de choix, non soumis aux contraintes sociales. Mais dans un même temps, les individus qui la composent semblent sujets à la prégnance d'une « idéologie de la complémentarité »³⁶, qui renforce et normalise les différences sociales entre les sexes. Les applications normatives du genre, entretenues par les différentes instances de socialisation, semblent de fait être intériorisées par les sujets comme des processus naturels, contre lesquels on ne peut rien. De plus, elles sont valorisées comme des conditions de respectabilité sociale, voir même des critères de réputation³⁷. Ainsi, le fait d'attribuer des caractères psychologiques, physiques ou moraux, caractéristiques d'un sexe, à des pratiques culturelles individuelles, assoie et fait paraître naturelle, la nécessité de se conformer à des domaines et des pratiques catégorisées.

35 - Pasquier D. « Les "savoirs minuscules". Le rôle des médias dans l'exploration des identités de sexe », *Éducation et sociétés*, vol.2, n°10, 2002, pp.35-44.

36 - Buscatto M. - *op.cit.* p.126

37 - Almar N., Cantacuzène R., Lefaucheur N. - « Pratiques culturelles, production des identités et questionnement des frontières de genre » *dans* Octobre S. (dir.) *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp. 75-99.

Néanmoins, la réalité n'est pas aussi absolue qu'il n'y paraît. En effet des pratiques atypiques existent et les constructions identitaires individuelles reposent parfois sur des transgressions des normes établies.

C. La transgression des normes du genre

En tant que partie du processus de construction identitaire d'un individu, les cadres normatifs du genre sont à la fois sujet à la conformation et à la différenciation. Si les cas restent minoritaires, on observe des individus qui s'approprient et transforment les normes du genre pour dépasser et/ou détourner les qualités attribuées à leur sexe ou à leurs pratiques. Ces individus peuvent alors s'aventurer vers des territoires genrés habituellement dévolus à l'autre sexe. Les exemples les plus couramment cités sont ceux des hommes qui pratiquent la danse classique, des femmes qui jouent aux jeux vidéos, ou pratiquent le *hip-hop*. Mais ces transgressions sont plutôt de l'ordre de l'individualité et revêtent des formes tout aussi différentes que subtiles. De fait, la transgression des normes du genre soulève de nombreuses difficultés principalement liées aux enjeux de la reconnaissance sociale.

A ce titre, Marie Buscatto³⁸ montre que la mise en œuvre de comportements et de pratiques *empruntées* à l'autre sexe n'est jamais totale, mais fait l'objet d'une négociation des frontières du genre. La transgression se double, le plus souvent, de mécanismes mis en place pour masquer cette transgression. Il peut s'agir d'un renforcement d'autres attributs du genre afin de confirmer l'identification au « bon » sexe ; d'un déplacement symbolique des qualités rattachées à une pratique (pour reprendre l'exemple de la danse, habituellement rattachée à la grâce féminine, il s'agira pour un homme de valoriser la dimension technique et la virtuosité de la pratique) ; ou encore d'une affirmation dans d'autres pratiques parallèles correspondant plus à son identité de genre (une fille qui joue aux jeux vidéo pourra renforcer son identité de genre en valorisant sa pratique de la lecture, par exemple). Ces mécanismes relèvent alors plus d'un besoin de reconnaissance d'autrui que d'un positionnement personnel intérieur. A nouveau, il est à noter que les mécanismes de transgression se recoupent avec d'autres déterminants sociaux (âge, catégorie socio-professionnelle, race, etc.).

38 - Buscatto M. - *Le genre fait-il la différence ? Les pratiques culturelles des enfants et des adolescents à l'épreuve du genre*, Campus Condorcet - Espace Fraternité, Aubervilliers, France Culture, juin 2015.

Il apparaît d'ailleurs que le cadre familial et le milieu social de l'individu sont des facteurs d'influence : Sylvie Octobre montre ainsi qu'en recourant de manière plus systématique aux discours de la mixité, les classe moyennes et supérieures sont plus propices aux transgressions des normes du genre que les milieux populaires³⁹.

S'ils restent encore minoritaires, et de l'ordre de la négociation personnelle avec les normes sociales, les phénomènes de transgression représentent cependant une entrée remarquable pour la mise en place de rapports sociaux réellement égaux et dépourvus d'assignations de genre hiérarchisées. De fait, en initiant une déconstruction des frontières du genre, ils défont de même les rapports de domination qui s'y jouent.

Or, en croisant différentes études portant sur le genre et les pratiques culturelles, on constate que, quelques soient les milieux sociaux, les transgressions sont beaucoup plus souvent opérées par les femmes que par les hommes.

Pour comprendre ce phénomène, il faut en premier lieu se pencher sur les éléments théoriques de la construction de l'identité masculine. En effet, l'établissement historique du masculin comme la norme et la hiérarchisation des différences genrées, entraîne à la fois une valorisation des attributs du masculin et une infériorisation des qualités rattachées au féminin. Comme évoqué dans la première partie de ce chapitre, la présence d'attributs féminins chez un homme tend à entacher sa virilité, et à dégrader sa position sociale d'homme « vrai », « authentique » et, par extension, *dominant*. Pratiquer une activité artistique ou culturelle jugée féminine, reviendrait alors, pour un homme, à remettre en cause sa crédibilité et sa position sociale, dans le cadre de la domination masculine, pour lui même et surtout pour les autres. Cette stigmatisation excessive peut être résumée par les mots de Sylvie Octobre : « paradoxalement, l'identité masculine est à la fois dominante et plus précaire que l'identité féminine »⁴⁰.

Parallèlement le matrimoine social transmis par des décennies de luttes féministes, semble avoir facilité la mise en place des mécanismes de transgression chez les filles et les femmes, qui valorisent plus aisément leurs épanouissements dans des univers masculins, et ce même si elles y sont retranchées, de prime abord, aux places les moins prestigieuses.

39 - Octobre S. « Du féminin et du masculin. Genre et trajectoires culturelles », *Réseaux*, vol.168-169, n°4, 2011, p.24

40 - Octobre S. - *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, p. 24

Aussi, et sans tomber dans une logique de victimisation des hommes ou de *crise de la masculinité* malmenée par le féminisme, il apparaît que les ressorts de la domination d'un masculin hégémonique s'exercent, bien que de manière différente, aussi bien sur les femmes, qu'au sein des hommes. Et dans le champ, aussi *féminisé*⁴¹ soit-il, des pratiques culturelles, il semblerait que les transgressions soient un vecteur nécessaire pour tendre vers une réécriture des normes du masculin et ainsi vers un idéal d'égalité et de démocratie culturelle, dépris de l'hégémonie d'un masculin tant inatteignable que répressif⁴².

Dans le champ social, le concept de genre est difficile à cerner car il ne correspond pas à une propriété figée, mais plutôt à un ensemble de normes, que les individus *performent* et transforment. En s'articulant avec d'autres déterminants sociaux, cet ensemble devient une partie du processus de leur construction identitaire. La problématique de cette construction est le fait qu'elle s'articule avec une différenciation sexuée et une hiérarchisation des différences en faveur du masculin. Un des enjeux de l'étude du genre est d'abord d'identifier les logiques genrées qui régissent les rapports sociaux. Il s'agit également de reconnaître leurs modalités de reproduction et de comprendre éléments définitoires qui les structurent.

Différentes instances opèrent dans l'orientation genrée des pratiques culturelles. Mais ces mêmes instances peuvent parfois favoriser la mise en œuvre de diverses transgressions des normes du genre. La famille, le milieu social, les pairs et même les politiques publiques – en mettant en place des mesures en faveur de l'égalité d'accès aux pratiques – peuvent être vecteurs de socialisations contraires et faciliter les transgressions. A travers les médias, si présents dans notre quotidien, le paradoxe est d'autant plus marquant : stéréotypes et contre-stéréotypes coexistent à travers les représentations fictionnelles et les discours des médias d'information, traditionnels et numériques (presse, TV, radio, internet)⁴³.

Un autre paradoxe est d'ordre sociétal : face aux évolutions sociales en faveur de l'égalité entre femmes et hommes, et aux débats concernant les représentations visuelles et discursives des

41 - Donnat O. - « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement Culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS, 2005, 11p.

42 - Octobre S. - « Du féminin et du masculin. Genre et trajectoires culturelles », *Réseaux*, vol.168-169, n°4, 2011, p.24

43 - Macé E., Rui S. - « Avoir vingt ans et "faire avec" le genre, Call of Duty et Desperate Housewives, métaphores de l'asymétrie », dans Octobre S. (dir.) - *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp.53-73.

femmes, comment expliquer la prégnance encore réelle d'un masculin supérieur et la difficulté des hommes à transgresser le genre ? Quelles représentations des pratiques culturelles les hommes intériorisent-ils ?

Pour tenter de comprendre cela, il semble nécessaire de s'intéresser aux discours qui façonnent les cadres normatifs du masculin, y compris en ce qui concerne le secteur culturel. Il faut alors identifier un média susceptible de s'adresser *officiellement* aux hommes : la presse magazine masculine.

La troisième partie de ce chapitre permettra d'appréhender les logiques discursives qui régissent la presse magazine genrée, de présenter les critères de sélection du corpus et les méthodes investies pour son analyse.

III. La presse masculine : un entre-soi discursif

A. Les magazines masculins généralistes : fabrique et mise en scène du genre.

Comme le soulève Jean-Marie Charon, sociologue spécialisé dans les médias et les transformations de la presse écrite, la presse magazine désigne à la fois un média à part entière, régit par des modalités de production propres, et un ensemble médiatique très hétérogène, dans les contenus proposés. Dans le cadre de cette étude, les conditions de production de la presse magazine ont ceci d'intéressant qu'elles reposent sur l'identification précise d'un public, une thématisation basée sur les centres d'intérêts de ce public et un contrat de lecture destiné à renforcer la relation du lecteur au magazine⁴⁴.

La périodicité longue (hebdomadaire, mensuelle, bimensuelle, trimestrielle, etc.) des magazines les oblige à créer un contenu différencié des médias d'actualité « chaude », puisque prévu plusieurs semaines ou mois à l'avance⁴⁵. L'équipe éditoriale doit par conséquent anticiper les modes et les tendances qui animeront les goûts et les pratiques de leurs lecteurs. Cette anticipation, qui peut faire l'objet d'ajustements, repose sur une connaissance profonde des publics cibles, ou plutôt de leurs consommations.

44 - Charon J.M., « La presse magazine. Un média à part entière ? », *Réseaux* 2001, vol.1, n°105, pp. 53-78.

45 - *Ibid.* p.61

Dans le cas de la presse magazine masculine, l'importance des publics est d'autant plus probante qu'elle constitue la condition principale de sa catégorisation. Face à la diversité des contenus proposés, ce sous-groupe est défini par un lectorat majoritairement masculin et des contenus « qui s'adressent aux hommes en leur proposant des articles en réponse à leurs aspirations d'hommes »⁴⁶. Les thématiques, elles, sont diverses : sport, automobile, mode, bien être, économie, ou tout simplement généraliste.

Les magazines masculins généralistes sont particulièrement intéressants car ils abordent conjointement différentes thématiques, à travers lesquelles transparaissent des représentations de la société, des univers culturels spécifiques, une actualisation des pratiques « à la mode ». En s'adressant intentionnellement aux hommes, en se faisant prescripteurs de leurs pratiques, et en entretenant une relation de proximité avec leurs lecteurs, les magazines masculins généralistes sont également des instances discursives dans lesquelles se fabrique le genre⁴⁷.

Longtemps assimilée aux seuls magazines de charme, la presse masculine était porteuse de représentations particulièrement stéréotypées d'un masculin dominant et d'un féminin *objet*. L'histoire de ces médias montrent que les différentes évolutions thématiques des magazines masculins se sont doublées d'une évolution des discours quant à l'identité genrée, plus encore l'identité masculine. Des magazines de charme aux magazines de mode jusqu'aux magazines *lifestyle*⁴⁸, bien-être, ou liés à la paternité, la presse masculine semble avoir su renouveler ses discours au fil des évolutions sociétales, participant à la transformations des normes et valeurs de la virilité⁴⁹. Que disent-ils aujourd'hui ?

46 - Bardelot E., « La "nouvelle presse masculine". Ou le renouvellement d'un champ de la presse magazine en France, *Réseaux* 2001 vol.1, n°105, p.164.

47 - Saint-Martin L. - *Postures Viriles, ce que dit la presse masculine*. Montréal, Les éditions du remue-ménage, 2011, 183p.

48 - Les magazines *Lifestyle* abordent des thématiques centrées sur les manières de vivre et les consommations qui traversent le quotidien de leurs lecteurs.

49 - Bardelot E. *op.cit.* p. 169

En 2018, suite aux changements sociaux des dernières décennies, et au cœur des questionnements sur les identités de genre qui traversent la société, comment la presse masculine met-elle en scène le genre masculin, le genre féminin, leurs rapports ?

Quelles représentations des pratiques culturelles les magazines masculins généralistes proposent-ils ? Quelles définitions de la culture apportent-ils et à travers quels marqueurs ?

En effet, si les transgressions des normes du genre, particulièrement dans le secteur culturel, sont moins observables chez les hommes que chez les femmes, nous pouvons supposer que la presse magazine masculine véhicule dans ses discours des représentations encore marquées d'un masculin hégémonique supérieur. Et, *a contrario*, d'un féminin inférieur. Cela tendrait alors à renforcer la naturalisation des différences genrées, l'invisibilité des normes du masculin et par conséquent, la structure d'un schéma social patriarcal.

B. Cibler un entre-soi discursif : présentation du corpus

Pour répondre à ces questions, il est nécessaire d'identifier un corpus selon des critères précis : les textes sélectionnés sont issus de magazines masculins *print*, en activité, identifiés et s'affirmant comme tel. Pour faciliter l'étude objective de leurs représentations culturelles, les magazines choisis présentent des rubriques identifiées ou identifiables comme ayant attrait au secteur culturel. L'ensemble du corpus est alors composé de magazines masculins généralistes et *Lifestyle*. Enfin, les titres sélectionnés répondent d'un ancrage fort dans le paysage de la presse magazine masculine, établi selon l'ampleur de leur diffusion, de leur audience et de leur légitimité médiatique – soit le fait qu'ils soient valorisés comme représentatifs de la presse masculine dans des articles et des études dédiés. Pour cela des grilles d'études des titres, de leur audience, de leur prix, de leurs espaces publicitaires et de leur ligne éditoriale ont été réalisées.

L'analyse portera ainsi sur les magazines suivants :

- **GQ** : magazine masculin généraliste le plus lu selon les chiffres de l'Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM), *GQ* répond d'une diffusion mensuelle moyenne de 85 515 exemplaires en 2017. Mensuel, donc, sa ligne éditoriale est axée sur l'esthétique, les loisirs (dits « intelligents », selon la rédaction), et les problématiques quotidiennes des

hommes. Son contenu oscille alors entre sujets de société et divertissement. Édité par Condé Nast, il est le pendant masculin de *Vanity Fair*. *GQ* est également le seul magazine masculin de ce corpus dont la rédaction est dirigée par une femme, Béline Dolat, depuis mars 2017. Il s'adresse à un cœur de cible jeune (18-30 ans), étudiants et jeunes actifs issus la classe moyenne.

- **LUI** : Relancé en 2013 après neuf ans d'interruption, *Lui* est un ancien magazine « de charme », aujourd'hui défini par Frédéric Taddei (directeur de la rédaction depuis le 1^{er} juin 2017) comme un magazine masculin, « moins sulfureux » mais néanmoins « tourné vers le luxe, la sensualité, l'hédonisme [...] et abordant des thématiques comme la mode, la culture, le design, [...] ». En 2016, sa diffusion trimestrielle moyenne était de 70 069 exemplaires (Chiffres Diffusion France Payée – DFP). Il s'adresse à des hommes entre 30 et 50 ans, issus des catégories socioprofessionnelles moyennes.
- **The Good Life** : La diffusion trimestrielle moyenne du magazine est de 55 547 exemplaires en 2017 (chiffres ACPM) ce qui en fait le second magazine masculin généraliste le plus lu. Selon sa *base line*, *The Good Life* se positionne comme « le premier magazine masculin hybride : business & lifestyle ». Sa ligne éditoriale est axée sur l'international, les tendances culturelles contemporaines et les loisirs, visant une sorte de « chic décalé ». Relativement polyvalent, il tend à proposer un art de vivre *citadin moderne*, centré sur le voyage, le design, la *High Tech*, la mode et des pratiques culturelles *mainstream* et *a priori*, relativement variées (expositions, sélections musicales, actualité culturelle, *comics* et séries). Son cœur de cible est composé d'hommes issus d'une catégorie socio-professionnelle favorisée (CSP +), entre 25 et 45 ans, étudiants d'école de commerce ou exerçant principalement dans les secteurs économiques et financiers.
- **L'Officiel Hommes** : Originellement magazine de mode (créé par un styliste), *L'Officiel Hommes* remplace, à partir de 2017, *l'Optimum*, magazine masculin de l'éditeur *Jalou Média Group*, pour devenir le nouveau magazine masculin « haut de gamme » de référence du groupe. Il tend à répondre aux attentes d'un « nouveau lectorat masculin » dont les centres d'intérêt « classiques » (« voyages, automobile, finance, musique, sport et cinéma ») se doubleraient de nouvelles attentes : « pop-culture, *gaming*, univers connectés... ».

Son cœur de cible est composé d'hommes de catégories socioprofessionnelles favorisées (CSP+) de 30 à 55 ans⁵⁰. En 2017, ce bimestriel a été diffusé en moyenne à 55 000 exemplaires.

Cette base généraliste pourra être mise en perspective avec deux cas particuliers, *Causeur* et *Daron magazine*, correspondant respectivement à deux extrémités du spectre *politique* de la presse masculine généraliste. De fait, *Causeur*, qui se positionne lui-même comme un magazine contestataire face aux débats publics, est plutôt décrit comme conservateur, provocateur et à tendance anti-féministe, par la presse d'information généraliste. Parallèlement, *Daron*, publication lancée en 2017 à destination des pères, semble tendre, de manière assumée, vers une redéfinition novatrice des rôles et des identités de genre, ce qui le place comme le magazine masculin le plus progressiste, *a priori*, de ce corpus.

L'objectif de l'étude est d'analyser les représentations des pratiques et des consommations culturelles que ces magazines proposent à leurs lecteurs masculins. Pour cela, la sélection des articles étudiés est opérée selon des critères objectifs : seront analysés uniquement les articles composant la rubrique appelée *Culture* ou dont la thématique est identifiée comme telle par le magazine. En outre, seront écartés du corpus les articles dont la situation d'énonciation implique majoritairement un locuteur extérieur au magazine (réponses des *interviewés*) : de fait, nous cherchons à observer le positionnement du magazine et les représentations qu'il légitime, aussi l'étude privilégiera les situations d'énonciation dans lesquelles le locuteur s'exprime au nom de la vision du magazine, implicitement ou explicitement, ce qui constitue la majorité des articles présentés dans la presse magazine⁵¹.

De plus, nous cherchons à étudier des discours qui s'ancrent dans une dimension actuelle, et qui sont susceptibles de toucher une audience relativement large. Les publications étudiées sont donc celles de l'année 2018, et les caractéristiques de diffusion de chaque magazine sont pris en compte dans la sélection des articles. Ainsi, *GQ*, qui se place comme un titre leader sur le marché de la presse magazine masculine – au regard de sa diffusion notamment – correspond au magazine le plus étudié de ce corpus.

50 - Jalou Média Group – *Médiakit l'Officiel Hommes*, 2013.

51 - Charon J.M. *op.cit.* p.64

L'analyse porte alors sur:

- quatre numéros de *GQ*, publiés entre janvier et avril 2018, soient treize articles de la rubrique culture ;
- deux numéros de *Lui*, (les deux seuls publiés dans la période correspondante, en raison de sa publication trimestrielle), soient six articles ;
- deux numéros de *l'Officiel Hommes* (publiés en avril et juillet 2018), soient sept articles ;
- deux numéros de *The Good Life*, (publiés en février et en mai 2018), soient quatre articles.

Enfin, deux articles de *Causeur* et un article de *Daron* nous permettrons de mettre en exergue certaines notions soulevées par ce corpus principal⁵².

C. Méthodes d'enquête et d'analyse du corpus

Cette étude cherche à appréhender la manière dont les discours de la presse magazine masculine catégorisent les pratiques culturelles et mettent en scène le genre, à travers elles. L'objectif est d'établir si les représentations transmises confirment l'emprise du genre sur les pratiques culturelles masculines ou si, au contraire, elles se détachent des normes genrées spécifiques circulant à travers les définitions des objets culturels.

Pour comprendre dans quelles mesures les représentations du genre véhiculées dans les rubriques culturelles de la presse magazine masculine tendent à limiter les transgressions des frontières conventionnelles du genre, nous chercherons à mettre en évidence les marqueurs spécifiques du masculin et du féminin, en fonction des pratiques et des objets présentés. Il s'agira également d'identifier si les magazines masculins, instances de socialisation culturelle et genrée, encouragent ou non les transgressions des normes du genre opérés par les acteurs et actrices culturelles.

52 - Tous les articles sélectionnés sont présentés en annexe.

A ce stade de l'étude, les éléments théoriques concernant le genre, les pratiques culturelles et les médias magazines permettent de rappeler les trois hypothèses formulées en introduction :

Hypothèse 1 : Les magazines masculins reproduisent une catégorisation genrée des pratiques culturelles tant à travers les thèmes culturels abordés qu'à travers les représentations des acteurs impliqués, ce qui ne permet de palier à l'emprise du genre sur préférences culturelles des hommes.

Hypothèse 2 : Le contenu et les discours des rubriques culturelles traduisent une continuité des cadres normatifs conventionnels du genre, participant à reproduire des schémas d'identifications genrés conventionnels.

Hypothèse 3 : Les discours de la presse magazine ne mettent pas en scène de transgression des pratiques culturelles, et ne proposent donc pas de nouveaux modèles d'identification qui pourraient tendre vers une réécriture des pratiques culturelles genrées dites légitimes.

Pour confirmer ou infirmer ces hypothèses, deux types d'analyse ont été mises en place : quantitative et qualitative⁵³.

L'analyse quantitative permettra d'établir la récurrence des thèmes et sous-thèmes abordés, afin d'identifier si les pratiques culturelles représentées correspondent ou non à une catégorisation masculine conventionnelle. Cette analyse du rubriquage se doublera d'une étude quantitative du contenu. Cela mettra au jour les angles favorisés dans la présentation des sujets, ce qui permettra d'identifier comment, et à travers quoi les objets et pratiques culturelles sont défini.e.s dans les magazines masculins. En outre cette étude s'attachera à repérer les causalités invoquées pour justifier le traitement des sujets par le magazine, ce qui permettra d'identifier les conditions de leur valorisation médiatique.

Une autre dimension de l'analyse sera qualitative. Il s'agira alors d'étudier le contenu des discours proposés à travers les 33 articles sélectionnés. Pour cela l'analyse s'appuiera sur les éléments méthodologiques de la sémiotique du genre⁵⁴ et de l'analyse du discours médiatique.

53 - Le modèle type de grille d'analyse ainsi que les tableaux de résultats chiffrés qui en découlent sont présentés en annexe.

54 - Juilliard V. - « Éléments pour une "sémiotique du genre" », *Communication et langages*, Septembre 2013, n°177, pp. 59-74.

L'objectif sera d'identifier les éléments définitoires du masculin et du féminin dans les discours à destination des hommes, de repérer les éléments caractéristiques des rapports sociaux de sexe qui se jouent dans le monde réel et d'étudier comment ils se manifestent dans l'entre-soi discursif que constituent les magazines masculins.

La sémiotique du genre nous permettra alors d'appréhender le genre autant comme un phénomène observable (répartition, naturalisation et hiérarchisation des différences entre les sexes) que comme un outil d'analyse, à travers lequel il est possible de repérer et de conceptualiser les manières dont les représentations médiatiques des loisirs culturels reproduisent (ou non) les rapports sociaux de sexe.

Ces analyses, appliquées à un dispositif de communication spécifiquement masculin, et articulées avec des concepts théoriques, permettront de confirmer ou d'infirmer les hypothèses présentées précédemment. Nous pourrions alors proposer des éléments de réponses quant à la définition des pratiques culturelles proposée au hommes et à l'agentivité⁵⁵ de genre que cela suggère (ou non).

55 - L'agentivité désigne ici la capacité des individus à déplacer les normes du genre, soit à être des *agents* actifs et décideurs de leur propre vie et des structures sociales qui encadrent leurs rapports au monde.

Chapitre 2

Personnification et personnalisation : **une définition de la culture au masculin.**

Dès 1985, Eliseo Verón conceptualise la notion de « contrat de lecture »⁵⁶, dispositif d'énonciation spécifique à tout organe de presse, permettant la mise en place d'une relation de lecture entre le magazine et ses lecteurs (favorisant dans l'idéal la fidélisation des lecteurs/consommateurs). C'est donc sur ce contrat de lecture que s'établit la transmission entre entités productrices du discours (ici les éditeurs et rédacteurs des magazines) et les entités réceptrices (ici, les lecteurs).

Dans la presse magazine masculine, le contrat de lecture repose sur la connaissance des aspirations propres aux catégories de publics ciblés (selon le sexe, mais également l'âge et la catégorie socio-professionnelle). Analyser ce contrat de lecture revient à étudier ce que dit le magazine, et plus particulièrement comment il le dit (soit la façon dont il aborde et traite un sujet). Il s'agit alors de comprendre quelles représentations du monde et d'eux-mêmes le magazine propose à ses lecteurs.

Nous nous intéresserons ici à la manière dont sont mis en forme et en discours les sujets relevant du secteur culturel, ainsi qu'aux enjeux sociaux qui structurent les modalités de production des discours.

L'objectif de ce chapitre est donc d'appréhender la ou les définition(s) de la culture que véhicule la presse magazine masculine généraliste, de manière générale et, plus spécifiquement selon les lignes éditoriales propres à chacun des titres sélectionnés. Il s'agit également de mettre au jour la manière dont les magazines mettent en forme un monde construit, basé sur l'élaboration d'un univers de référence spécifique.

56 - Verón E., «L'analyse du "contrat de lecture" : une nouvelle méthode de positionnement des supports de presse», dans *Les médias. Expériences, recherches actuelles, applications*. Paris, IREP, 1985.

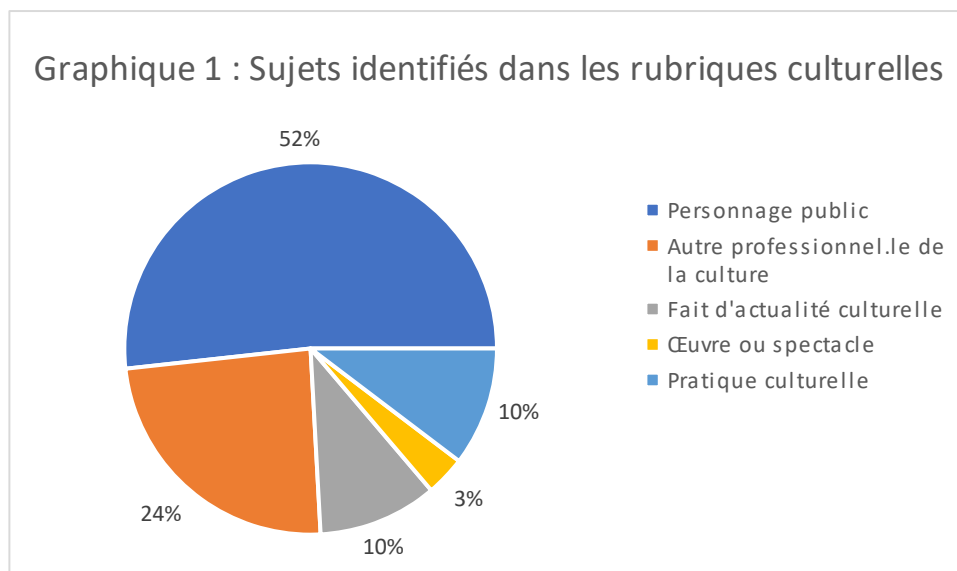
Nous verrons alors en quoi la mise en discours des sujets des rubriques culturelles participe d'une identification à des figures de références. De plus, l'analyse montrera que la sélection éditoriale des thèmes traités favorise une catégorisation pragmatique des pratiques et une hiérarchisation symbolique des préférences culturelles. Enfin, la différence de traitement d'un même sujet révélera un biais politique inhérent aux sujets culturels, à prendre en considération dans l'analyse des discours de cette presse magazine masculine.

Notons que les résultats chiffrés de l'analyse quantitative présentés ici ne prennent pas en compte les données de *Causeur* et *Daron*, qui sont toujours à étudier de manière différenciée, au regard de leurs spécificités éditoriales.

I. La culture personnifiée

A. Des objets culturels définis par leurs acteurs

Une première analyse quantitative du contenu des rubriques étudiées montre que les sujets traités consistent majoritairement en la présentation de personnes physiques (cf. *Graphique 1*). Selon les articles et les publications, les personnes peuvent être des personnages publics, dont la notoriété médiatique est acquise, ou des professionnels de la culture, moins connus du grand public. Ces articles se différencient alors de ceux traitant de faits d'actualité culturelle, d'œuvres ou de pratiques culturelles, lesquels, s'ils mettent également en scène des personnes physiques, ne le font que de manière sous-jacente. En terme journalistique, ces articles n'anglent pas leur sujet sur des personnes, mais sur les autres éléments identifiés dans le tableau.



Dans l'ensemble du corpus, 76% des articles consistent ainsi en la mise en scène de personnes physiques comme représentants de catégories artistiques ou culturelles. En effet, le séquençage des rubriques culturelles est toujours formalisé à partir de grands thèmes (Musique, Cinéma, Littérature, Spectacle Vivant, ...). Or dans le contenu, cette typologie des objets culturels renvoie en fait à la mise en valeur d'acteurs (ou actrices) de la sphère culturelle identifiée, comme le montrent parfois les titres des articles : « *Cinéma* : M. William Moulton Marston » (*L'Officiel Homme* n°55), « *Culture* : Donald Glover, rires et chansons » (*GQ* n°117), « *Musique* : KillASon » (rappeur) (*Lui* n°40).

En outre, les couvertures des magazines – qui correspondent généralement à des formats longs constituant le dossier central du numéro – présentent régulièrement des artistes ou des acteurs culturels. Dans ce cas, ce n'est plus la discipline qui renvoie à un actant, mais la notoriété du personnage, acquise à travers le champ culturel, qui le constitue en sujet : le chanteur Orelsan, devient par exemple « La marque Orel » dans *GQ* n°118, l'acteur Jean-Paul Belmondo est « Une légende française » dans *GQ* n°119, et le producteur et DJ Diplo, est un « *Hit Machine* », en couverture de *l'Officiel Hommes* n°55.

En étant quasi-systématiquement associés à des personnes physiques, les différents champs artistiques et culturels sont alors définis à travers la représentation des faits et de la personnalité d'*actants*, humains, qui agissent dans cette sphère. En cela, les magazines masculins concourent à une forme de personnification des secteurs culturels : en effet, ici, ce ne sont ni les pratiques, ni les créations qui dessinent les contours de tel ou tel champ, mais bien ses acteurs et plus encore, leurs *manières d'être*. Aussi, il ne s'agit pas d'une personnification au sens strict de la figure de style, en revanche, cela renvoie les objets culturels à des caractères humains spécifiques, ce qui nous fait parler de *personnification*.

De fait ces articles mettent en scène non seulement des acteurs et actrices de la scène artistique et culturelle mais aussi, et surtout, des individus, des êtres sociaux agissant dans le monde, porteurs à la fois de caractéristiques qui les rapprochent de tout un chacun (« *l'homme* », « *le garçon* » ou « *une femme* », « *le trentenaire* », « *un jeune français* », « *le natif de* ») et de compétences ou de valeurs qui les constituent en sujets particuliers (« *la star* », « *cet autodidacte* », « *cet Hercule* » « *le génie* », « *ce showman* ») . Lorsque la situation le permet, le vrai nom de l'individu est également mis en exergue au regard de son nom d'artiste et le passage de l'un à l'autre est *narrativement* construit comme une évolution, une métamorphose fondamentale induite par un parcours particulier : l'individu « devient » une figure de référence.

Ces marqueurs d'identification – soient les manières dont sont nommés, identifiés les sujets dans le discours – ainsi que la structure des textes mettent en scène le parcours personnel et professionnel de l'individu présenté à travers des manières d'être, et l'établissent en sujet/héros de son histoire.

De plus, tous les articles étudiés, y compris ceux traitants d'une pratique, d'une œuvre ou d'un fait d'actualité culturelle, sont associés à des photographies, plus ou moins artistiques, représentant les sujets ou des personnalités du secteur culturel abordé. Lorsque ces photographies représentent la personne dont il est question dans l'article, cette dernière est alors le plus souvent représentée dans une sorte de mise en scène du quotidien, renforçant l'importance de *l'ethos* et brouillant les frontières entre l'individu et la personnalité médiatique. La personnification textuelle se double donc d'une personnification visuelle, les thèmes culturels étant systématiquement associés aux images de leurs acteurs.

Les protagonistes ainsi présentés deviennent alors des figures de référence, auxquelles sont rattaché.e.s des objets et des pratiques culturelles, et des modèles conventionnels (de réussite artistique et/ou sociale) auxquels peuvent s'identifier les lecteurs.

B. Une vision majoritairement masculine

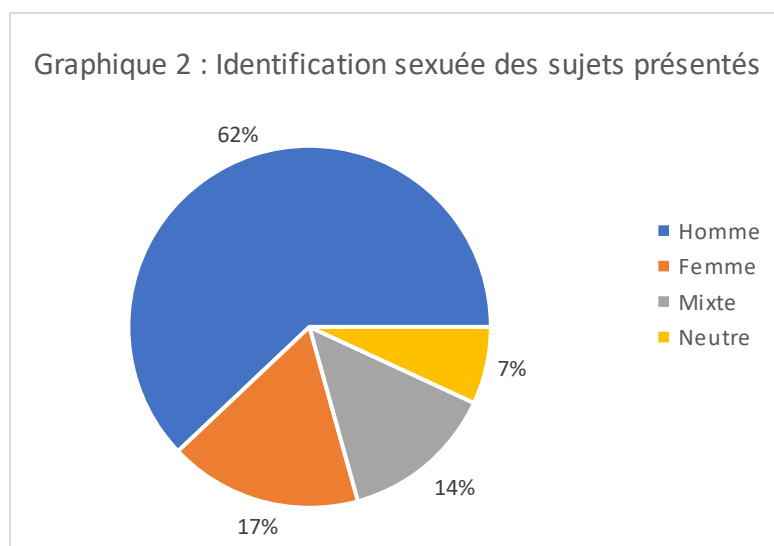
Comme nous l'avons vu dans le premier chapitre de ce mémoire, la dimension pragmatique du processus de catégorisation des pratiques ou préférences culturelles, repose sur la délimitation de groupes de pratiquants de même sexe. La récurrence, dans les représentations médiatiques, de figures masculines ou féminines associées à telle ou telle activité favorise alors l'identification de cette pratique à un marqueur de genre⁵⁷.

Or, dans le corpus étudié, on constate que 62% des articles se rapportent à des figures masculine (cf. *Graphique 2*), pour seulement 17% de figures féminines. Dans un premier temps, cette répartition inégale confirme une observation de Francis Dupuis-Déri selon laquelle les figures de références médiatiques sont majoritairement masculines, qu'il s'agisse de personnages fictifs ou de personnalités influentes, ce qui tend à conforter un aspect de la domination masculine contemporaine⁵⁸.

57 - Dafflon Novelle A. - « Identité sexuée : construction et processus », dans Dafflon Novelle A. (dir.) - *Filles garçons, socialisations différenciées ?*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2006, 399 p.

58 - Dupuis-Déri F. - « Le discours de la "crise de la masculinité" comme refus de l'égalité entre les sexes : histoire d'une rhétorique antiféministe », *Cahiers du Genre*, 1, n°52, 2012, p. 122-123.

D'autre part cela assoie l'affiliation symbolique de pratiques et préférences culturelles à une identité de genre, puisque certains thèmes sont exclusivement représentés à travers des figures masculines. De plus, l'influence des médias est à observer tant au regard des sujets traités que des thèmes occultés. La sous-représentation de figures féminines, dans les rubriques culturelles en général et dans certains thèmes en particulier, ne signifie pas que les femmes sont absentes de ces secteurs dans le monde réel, mais cela renforce encore l'identification de ces pratiques à des activités exclusivement masculines, faites par et pour les hommes⁵⁹.



En outre, la répartition des sujets montre que les thématiques dans lesquelles les femmes sont le plus représentées sont la littérature et le spectacle vivant, deux objets renvoyant, dans le monde réel, à des consommations majoritairement féminines⁶⁰. Nous avons également vu que le propre de la presse magazine, plus particulièrement de la presse magazine genrée, était de construire ses contenus à partir des aspirations, des pratiques et des habitudes de consommation quotidiennes de leurs lecteurs, ici masculins.

L'univers culturel construit à travers les représentations discursives des sujets s'appuierait donc sur une vision du monde réel co-entretenu par le magazine et ses lecteurs. Avant de nous pencher plus précisément sur les mises en scènes des identités au sein de l'espace discursif, nous nous attacherons donc à analyser les modalités de production des contenus des magazines étudiés, afin de mettre au jour une vision personnalisée des objets culturels.

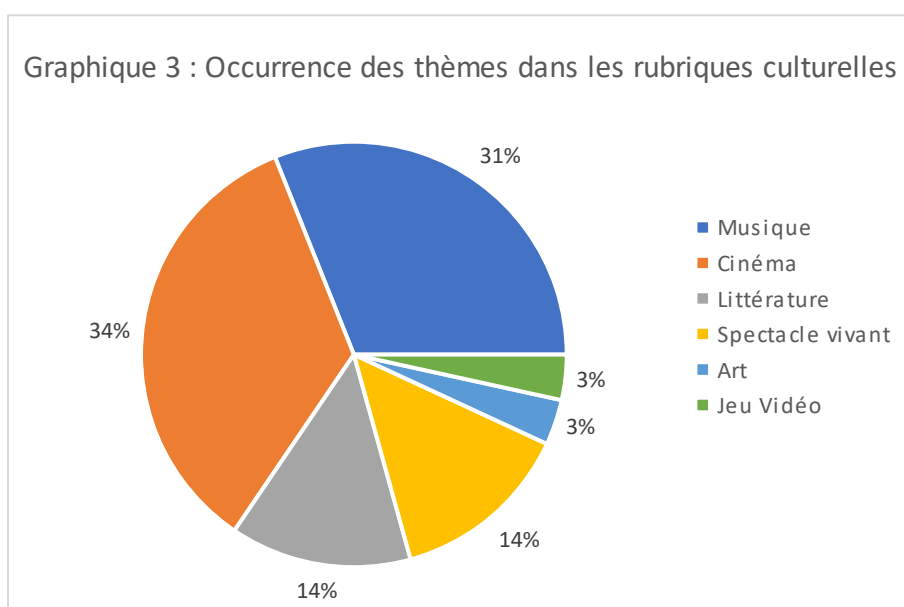
59 - Détrez C., Piluso C. - « La culture scientifique, une culture au masculin ? » dans Octobre S. (dir.), *Questions de genre, question de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp.27-51.

60 - Donnat O. - « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement Culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS, 2005, 11p.

II. Condition de production des discours : la culture personnalisée

A. Une thématisation fonctionnelle

L'analyse des thèmes abordés dans les rubriques étudiées témoigne tout d'abord d'une distribution très inégale des sujets : en effet, les thèmes *cinéma* et *musique* constituent à eux seuls 65% du corpus (cf. Graphique 3). Si ces deux thèmes renvoient à des loisirs culturels mixtes, particulièrement investis par les publics français, tout déterminant social confondu⁶¹, ils témoignent déjà d'une vision de la culture à la fois comme divertissement et comme objet de consommation courante.



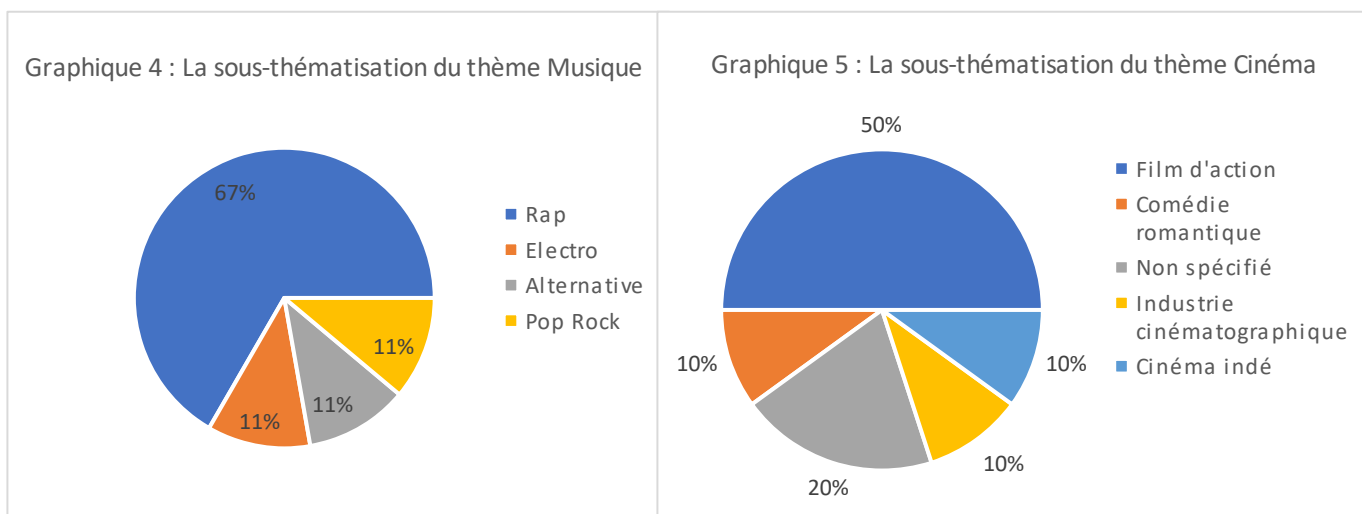
Ici, la faible représentation du thème *Jeu Vidéo* et l'entrée *Littérature*, relativement bien représentée, pourraient initier l'idée selon laquelle les magazines masculins feraient preuve d'une forme d'*agentivité*, se détachant des habitudes culturelles masculines conventionnelles. En effet, si les jeux vidéos constituent encore une pratique majoritairement masculine⁶², la lecture, elle, est encore particulièrement connotée comme féminine. La faible représentation du premier au profit du second et la grande place laissée au cinéma et à la musique pourrait alors appuyer l'idée d'une représentation mixte des pratiques culturelles au sein des magazines masculins.

61 - Ministère de la Culture et de la Communication, *Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2018*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, 2018, 288 p.

62 - Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC) – *Les pratiques de consommation de jeux vidéos des Français*, TNS Sofres, 2014, 22 p.

Cependant, dans une conférence donnée à Aubervilliers en 2015, Marie Buscatto met en lien différentes études montrant que, même dans le cas d'activités mixtes, femmes et hommes tendent à mettre en œuvre leurs pratiques de manière genrée⁶³. De la musique au cinéma en passant par les séries télévisuelles (TV) ou les mangas, des univers différenciés en fonction du genre apparaissent à nouveau. La répartition sexuée des publics met notamment en exergue des « instruments de filles » (cordes, piano) et des « instruments de garçons » (percussions, électroniques)⁶⁴, des genres musicaux masculins (rap, rock, électro) et féminins (variétés, pop)⁶⁵, des « séries TV sentimentales » féminines, et des « séries TV d'action » masculines, ou encore des mangas « shojo, pour filles », et « shonen, pour garçons »⁶⁶.

Or, dans le thème *musique*, on constate que 67% des articles sont consacrés au rap (cf. Graphique 4), les 33% restants se répartissant de manière égale entre *électro*, *musique alternative* et *rock*. De plus, les études chiffrées du Ministère de la Culture confirment que le rap, le rock et l'électro s'affirment comme des consommations musicales majoritairement masculines. De même, dans le thème *cinéma*, 50% des articles traitent de films d'action (cf. Graphique 5), corroborant à nouveau la légitimité de ces objets culturels en tant que composant des univers masculins.



63 - Buscatto M. - *Le genre fait-il la différence ? Les pratiques culturelles des enfants et des adolescents à l'épreuve du genre*, Campus Condorcet - Espace Fraternité, Aubervilliers, France Culture, juin 2015.

64 - Monnot C. - *De la harpe au trombone. Apprentissage instrumental et construction du genre*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. « Le sens social », 2012, 228 p.

65 - Ministère de la Culture et de la Communication – *Pratiques culturelles des français*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS, 2008.

66 - Détrez C. « Des *shonens* pour les garçons, des *shojos* pour les filles ? Apprendre son genre en lisant des mangas », *Réseaux*, vol.168-169, n°4, 2011, pp.165-186 ;

Ici, *Daron* confirme son statut particulier. En effet, dans un article intitulé « *Gamers de pères en fil(le)s* », le magazine oscille entre confirmation du jeu vidéo en tant que pratique masculine et renégociation de cette catégorisation. L'article normalise, d'une part, le jeu vidéo comme une activité masculine relevant du père. Dans une même temps, en revanche, le discours assoie l'importance d'une non différenciation entre filles et garçons, tant dans le rapport au jeu vidéo que dans le partage des activités paternelles et tend à montrer que cette pratique peut relever tout autant d'univers juvéniles masculins que féminins. Tout en participant d'une thématization axée sur une pratique dite masculine *Daron* tente ainsi d'amorcer une déconstruction de la catégorisation genrée dans le thème « Jeu vidéo ».

Dans l'ensemble du corpus principal, cependant, la sous-thématisation à l'œuvre semble conforter des habitudes de consommations masculines en matière de biens culturels, sans en interroger la catégorisation ou la porosité. En outre, cette sélection, qui laisse une large place aux cultures populaires, de masse (*rap / blockbusters*), nous amène à considérer un autre processus à l'œuvre dans la production des contenus : la formation des univers de références légitimes.

B. Légitimité culturelle : différenciation et hiérarchisation sociale

En tant que marqueurs des identités sociales, les pratiques culturelles sont également vecteurs d'une différenciation et d'une hiérarchisation symbolique entre catégories socio-professionnelles. De la même manière que s'élaborent les identités de genre, l'identification d'un individu à un groupe social déterminé tient à son adhésion à des pratiques culturelles dites légitimes, non seulement au regard de son sexe mais également de son origine sociale.

Selon Philippe Coulangeon⁶⁷, les catégories sociales « dominantes », disposant d'un fort capital économique (niveau de revenus, patrimoine et pouvoir d'achat) et culturel (niveau de diplôme), s'opposent aux catégories sociales « dominées » à travers la valorisation des *arts savants* et le rejet de la culture populaire, de masse.

Dans ce corpus, on constate que l'ensemble des titres s'adressent à un public-cible masculin au pouvoir d'achat relativement élevé puisque issu de catégories socio-professionnelles moyennes ou

67 - Coulangeon P. - *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte, 2016 [2005], p.7

supérieures. Nous pourrions alors supposer une uniformisation relative des thématiques abordées voir une valorisation systématique des pratiques culturelles dites savantes, c'est à dire nécessitant une connaissance étendue des processus de création et un capital économique et culturel élevé.

Or, dans ce contexte, rap et *blockbuster* apparaissent comme des sujets populaires, relevant d'une culture *mainstream*, de masse. Dans l'imaginaire collectif français, ces deux genres artistiques sont d'ailleurs encore souvent exclus du champ culturel⁶⁸. Deux mécanismes éditoriaux sont à observer ici.

D'une part, la nouvelle légitimité culturelle du rap semble passer par sa représentation en tant que pratique exclusivement masculine : en effet 100% des articles abordant ce sujet sont consacrés à des artistes masculins. La légitimité sociale de cette pratique serait alors concomitante avec sa catégorisation genrée.

D'autre part, deux univers de références distincts semblent se dégager du corpus. *GQ*, *Lui*, qui ciblent des publics issus des classes sociales moyennes, valorisent, à travers les thèmes de leurs rubriques *Culture*, des univers de référence issus des *mediacultures*, c'est à dire des objets culturels médiatiques et populaires qui constituent aujourd'hui « l'essentiel de la culture commune »⁶⁹, soit la *pop-culture*.

Dans une étude consacrée à la réception de ces *mediacultures* par des jeunes de 20 à 25 ans, Eric Macé et Sandrine Rui⁷⁰ montrent que les représentations qui en émanent tendent à faire co-exister une asymétrie inégalitaire entre masculin et féminin avec une sorte d'utopie de l'égalité. Les *mediacultures* véhiculeraient ainsi l'idée d'une singularité de l'individu, détaché des normes de genre (nous serions donc tous égaux dans notre construction identitaire), tout en mettant en forme des rapports au monde différenciés selon les sexes. Cela se traduit par la représentation de stéréotypes de genre renouvelés – et naturalisés par les récepteurs – et de contre-stéréotypes consistant en une prise de distance vis-à-vis des clichés sexistes *traditionnels* (sur-virilité masculine

68 - Ministère de la Culture et de la Communication, *Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2018*, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, 2018, p.121

69 - Macé E., Rui S. - « Avoir vingt ans et "faire avec" le genre, Call of Duty et Desperate Housewives, métaphores de l'asymétrie », dans Octobre S. (dir.) - *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, p.55.

70 - *Ibid.* pp. 53-73.

et sur-sexualisation et objectification féminine). En faisant de ces *médiacultures* le socle de leur univers de référence, *Lui* et *GQ* participeraient alors à la reproduction voir au renforcement de la naturalisation de cette ambiguïté.

The Good Life et *L'Officiel Hommes*, quant à eux, confirment leur ancrage au sein des catégories sociales supérieures (CSP+) en développant des univers de référence ayant plutôt attiré à la culture dite *savante*. Les sous-thématiques abordées tendent plus régulièrement vers l'art contemporain, le spectacle vivant et les modalités de production des œuvres, en faisant appel à des connaissances aiguisées de secteurs artistiques précis. En outre, l'entrée, effective, des *médiacultures* dans ces magazines se fait presque toujours sous couvert d'une référence à un auteur ou un réalisateur rattaché à l'univers symbolique des *arts savants*. *The Good Life* et *L'Officiel Hommes* valorisent alors une culture d'initiés, dont l'accès ne serait possible qu'à condition de cumuler des capitaux économiques et culturels particuliers.

Ces biais éditoriaux favorisent alors une différenciation des univers culturels corrélée à la catégorie sociale de leurs lecteurs. Les magazines cités tendent à reproduire, en sus d'une différenciation genrée, une catégorisation et une hiérarchisation sociale, établies sur la base de pratiques culturelles légitimes. Or, ce rapprochement entre légitimité masculine et de classe sociale confirme le processus de hiérarchisation *intra-genre* exposé précédemment⁷¹. Cette mécanique perpétue alors les logiques d'une domination masculine établie sur les normes d'une « virilité privilège »⁷² combinant marqueurs légitimés de genre et de classe sociale *supérieure*.

C. Littérature et danse : vers une dé-segmentation des publics ?

L'analyse des thèmes et sous-thèmes développés dans les magazines étudiés révèle l'émergence de sujets ayant attiré à la littérature et au spectacle vivant (*cf. Graphique 3*). Plus précisément, les sujets littéraires renvoient majoritairement au genre du roman, et le thème « spectacle vivant » fait plus généralement référence à la danse. De prime abord, ces deux entrées thématiques apparaissent comme une renégociation de la catégorisation des objets culturels, puisque la lecture de roman, comme la danse, sont des activités identifiées comme féminines. Pour comprendre les

71 - *cf. Chapitre 1, I.C – p.12*

72 - Boni-Le Goff I. - « Corps légitime », dans Rennes J. (dir.), *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris, La Découverte, 2016, p.162.

logiques qui régissent le traitement de ces sujets par la presse masculine, il faut s'intéresser de plus près aux spécificités des magazines concernés. En effet, la littérature est exclusivement présente dans *GQ*, et la danse, dans *The Good Life*.

La ligne éditoriale de *GQ* est, depuis mars 2017, coordonnée par Béline Dolat, rédactrice en chef. Or, dès son arrivée, Béline Dolat a manifesté son intention d'élargir le lectorat de *GQ* pour y inclure 25% de lectrices⁷³. Aussi, lorsqu'on étudie plus précisément le contenu des articles traitant du roman, on constate que le sujet tourne autour de la *New-Romance* et des romans *Feel Good*, deux genres littéraires majoritairement investis par des femmes. En outre, il s'avère que ces articles sont parmi les seuls, dans *GQ*, à être écrits par des femmes.

L'entrée de la littérature dans les pages de *GQ* semble alors relever plus d'une stratégie commerciale que d'une ouverture des frontières du genre. Plus encore, le fait d'utiliser la lecture et le roman sentimental comme une accroche pour un public féminin renforcerait la catégorisation genrée des pratiques culturelles.

Dans *The Good Life*, l'approche est encore différente. Se revendiquant comme un magazine hybride destinés aux classes sociales supérieures, l'entrée de la danse en tant que discipline du spectacle vivant semble plutôt devoir être abordée sous l'angle d'un éclectisme culturel. En effet, selon Philippe Coulangeon, la pluralité des goûts en matière d'objets et de loisirs culturels est une autre forme de légitimité culturelle développée au sein des groupes sociaux dits *supérieurs* ou *dominants*⁷⁴. L'éclectisme culturel consisterait alors à développer des attraits pour des disciplines artistiques en voie de légitimation, c'est-à-dire suffisamment sophistiquées mais relevant encore de groupes sociaux dévalorisés.

Dans le cas présent, si la danse est belle et bien installée en tant que discipline artistique légitime, elle l'est surtout en tant que pratique dite féminine. Aussi en évoquant des spectacles chorégraphiques dans ses pages et surtout en anglant ces sujets sur la présentation de chorégraphes masculins, *The Good Life* participe à légitimer la danse, en tant que spectacle, comme un loisir culturel socialement valorisable par des hommes.

73 - Bonacossa C. - « Béline Dolat (GQ) : au cœur des hommes », *Stratégies* [en ligne], 13 décembre 2017, consulté le 02 août 2018.

74 - Coulangeon P. - *op.cit.* pp. 64-67

Mais si l'entrée de la littérature et de la danse dans les magazines masculins semble plutôt relever de manœuvres économiques ou de valorisation sociale, l'insertion de pratiques dites féminines au sein d'un magazine masculin peut également être appréhendée sous un angle optimiste. D'une part rien ne semble empêcher la lecture de ces articles par des hommes, alors au contact de pratiques relevant symboliquement d'un autre genre. D'autre part l'aura symbolique du magazine peut permettre une représentation de cette pratique comme tout autant légitime pour un homme que pour une femme ; et par conséquent pourrait amener des lecteurs masculins à développer des pratiques non représentatives de leur identité de genre conventionnelle – soit transgresser les normes de leur genre.

Ces ouvertures, aussi mineures et biaisées soient-elles, pourraient alors constituer les prémices d'un décloisonnement des pratiques culturelles en tant que relevant d'attributs de sexes. En revanche, l'ensemble de l'analyse des thèmes et sous-thèmes rencontrés dans le corpus montre que le choix général des sujets assoie des habitudes de consommation et de participation culturelles influencées par leur catégorisation genrée. En outre, cela renforce la légitimité de certaines pratiques comme marqueurs d'identification à des groupes socio-économiques. La thématisation des magazines masculins confirmerait alors l'emprise de déterminants sociaux de sexes et de classes sur les préférences culturelles, et conforterait la construction de ces dernières comme vecteurs de dominations symboliques.

D. Biais éditoriaux : la culture (parfois) politisée

Bien que très minoritaires, certains articles des rubriques culturelles étudiées témoignent d'une certaine orientation politique des journalistes et à travers eux, des magazines. Cette ambiguïté est particulièrement observable dans le traitement différencié d'un même sujet, en l'occurrence le polar, sujet du thème littérature abordé conjointement par *GQ* et *Causeur*.

De fait, dans *GQ* (n°119), le polar français est présenté comme un genre en pleine évolution et, surtout engagé politiquement et socialement, comme l'évoque le titre : « *Le retour du polar militant (et vénère)* ». Si l'image qui accompagne l'article, tirée d'une scène de film, montre une femme, en talon et veste léopard, cambrée sur un bureau face à un homme sérieux en costume⁷⁵, la dimension

75 - Cf. Annexe, p.97

tendancieuse de l'illustration apparaît contrebalancée par une légende humoristique et par le contenu de l'article. En effet, à travers des termes mélioratifs, l'énoncé valorise ici un style littéraire investi par des auteur.e.s « *pro-féministes* », engagé.e.s en faveur de l'égalité sociale, ou encore de l'environnement. La journaliste, qui délègue ici sa responsabilité énonciative au magazine, évoque alors « *de vraies plumes* » qui « *pointent les dérives de l'ultra-libéralisme* », « *s'attaque[nt] aux questions environnementales* » et « *aux violences faites aux femmes* ».

Or, dans *Causeur* (n°58), le même sujet, traité sous l'angle d'un auteur disparu (Albert Simonin), devient un prétexte pour dénoncer des « *postures humanistes qui sont la plaie d'un certain polar d'aujourd'hui* » (celui honoré parallèlement par *GQ*) et valoriser un « *anarchisme de droite* ». En outre, les seuls auteurs cités ici, en plus d'Albert Simonin, sont systématiquement des hommes. Les termes forts employés dans l'article démontrent également d'un ancrage politique, assumé par le magazine qui est d'ailleurs inclus dans l'énonciation à travers l'utilisation du « *nous* ». Le recours à l'ironie voire à la causticité, et les références à des articles publiés dans des numéros antérieurs, supposent l'implication et la fidélité du lectorat ciblé.

Ces exemples soulignent deux choses. Tout d'abord les différentes identités des journalistes que l'on peut retrouver dans le corpus s'accordent en réalité à travers la ligne éditoriale et l'orientation du magazine. En d'autres termes, leur responsabilité de locuteur se confond avec celle du magazine. De fait, en prenant la responsabilité de l'énonciation, le magazine assure une cohérence dans son contrat d'énonciation, vis-à-vis de ses lecteurs.

En outre, cela illustre l'importance de prendre en considération l'orientation du magazine dans l'analyse des discours et des représentations qu'il véhicule. Dans une étude portant sur le masculinisme, Francis Dupuis-Déri montre l'imbrication entre des conceptualisations du genre, plus ou moins conservatrices ou progressistes⁷⁶, et des positionnements politiques⁷⁶. La hiérarchisation des différences entre masculin et féminin relève alors aussi de ressorts politiques visant à assurer le pouvoir et les privilèges des hommes dans les sphères publiques et privées. Or, si des inclinaisons politiques peuvent transparaître à travers la représentation des objets culturels, elles peuvent également impacter l'affirmation de ces derniers comme marqueurs des identités de genre.

76 - Dupuis-Déri F. - « Le "masculinisme" : une histoire politique du mot (en anglais et en français) », *Recherches féministes*, n°2, vol.22, 2009, pp.97-123.

Dans ce cadre, la catégorisation hiérarchisée des préférences et des pratiques culturelles devient un outil d'affirmation de la supériorité masculine.

En s'ancrant dans ces considérations politiques, sociales et genrées, les discours des magazines masculins se font alors miroirs des rapports sociaux structurant le monde réel. Plus encore, les représentations qu'ils proposent dans leurs rubriques culturelles correspondent à la fois à une vision personnifiée et personnalisée de la culture. La personnalisation se joue ici dans le lien entre consommations culturelles, modalités d'identification des lecteurs et thèmes proposés dans les rubriques culturelle. La personnification, elle, consiste en l'association quasi-systématique d'une discipline artistique ou culturelle à des personnes physiques, ce qui contribue à associer une pratique ou un secteur culturel à des caractéristiques humaines spécifiques.

Associées, ses composantes structurelles mettent en forme une définition de la culture comme loisir et objet de consommation, à travers lequel s'expriment des manières d'être et des rapports au monde structurant les constructions identitaires. D'une part, l'univers culturel présenté est majoritairement masculin, tant à travers la sélection des thèmes, qui confirment une catégorisation genrée des pratiques, qu'à travers la présentation de figures de références, principalement masculines. Cette analyse confirme alors la première hypothèse formulée et avec elle, la position des magazines masculins en tant que vecteurs de préférences culturelles en prise avec les normes du genre.

D'autre part, les figures de références, établies en sujets, sont systématiquement valorisées au regard d'attributs humains plus qu'artistiques. Il semble alors que la culture devienne un biais de transmission de modèles idéalisés, correspondant aux attentes des lecteurs. En cela, les rubriques culturelles constituent un espace discursif dans lequel se construisent des identités sociales de sexe, reproduisant des rapports sociaux observables et/ou répétés dans le monde réel.

Le troisième chapitre de ce mémoire, consistera alors à étudier la mise en scène du genre, à travers les rôles alloués, dans les discours, aux personnalités culturelles masculines et féminines, et aux attributs valorisés en fonction des sexes des personnes présentées.

Chapitre 3

La mise en scène du genre à travers les figures de références culturelles : entre rôles spécifiques et attributs revisités

Les analyses du précédent chapitre ont permis de montrer qu'à travers la mise en discours des objets culturels se jouaient des représentations du genre masculin, du genre féminin et des rapports sociaux de sexe. La mise en scène du genre se fait ici dans une perspective masculine puisque les magazines étudiés visent un lectorat constitué majoritairement, si non exclusivement, d'hommes. Le contrat de lecture établi repose alors sur une complicité tacite entre le magazine et ses lecteurs, renvoyant ces derniers à des représentations qui, selon le magazine, correspondent à leurs attentes.

Dans ce chapitre, nous étudierons donc la manière dont sont mises en scènes les figures de référence de la sphère culturelle, à travers des études de cas. Cette analyse permettra de montrer en quoi les représentations des hommes et des femmes renvoient les individus à des rôles genrés définis. Nous verrons également en quoi le recours à des stéréotypes parfois subrepticement renouvelés permet de rapporter l'évolution des rapports sociaux de sexe à un imaginaire collectif masculin, tout en naturalisant les différences genrées. Enfin, l'analyse de la représentation ou de la non représentation de certains faits d'actualité culturelle mettra en exergue l'invisibilité encore prégnante des rapports sociaux de sexes inégalitaires.

Le recours à la sémiotique du genre, dans cette étude, permettra donc de considérer les discours journalistiques ayant attrait au culturel, dans une perspective globale soulevant les enjeux de la reproduction des rapports sociaux de sexe.

Cette analyse nous permettra d'apporter des éléments de réponses quant aux hypothèses 2 et 3, qui concernent les cadres normatifs du genre, les nouveaux modèles idéalisés proposés aux hommes et par conséquent le périmètre accordé aux transgressions des normes du genre

I. Une réaffirmation des rôles différenciés de genre

Un des premiers éléments qui ressort de l'analyse du corpus est la délimitation des périmètres d'activités des figures féminines et masculines. Nous avons vu dans le chapitre précédent, que les femmes étaient totalement absentes de certaines thématiques abordées dans les rubriques culturelles.

Dans un premier temps, cette observation pointe l'association normalisée et automatique de certains champs disciplinaires à des pratiques exclusivement masculines. Cette délimitation genrée des secteurs d'activité se double alors de la mise en récit différenciée des agissements des hommes, représentés comme actifs, maîtres de leur destin, et des femmes, accompagnatrices passives.

En outre, lorsqu'une femme est établie en sujet de l'article, nous verrons que sa condition d'actrice du secteur culturel est toujours abordée sous couvert d'attributs caractéristiques, dans l'imaginaire masculin, d'une identité de genre conventionnelle. Que cette réaffirmation du genre passe par un renvoi à des univers féminins traditionnellement établis ou à une mise en exergue du corps, elle est alors symbolique d'une différenciation des modes d'accomplissement, au profit d'un masculin supérieur.

A. L'homme, sujet actif - la femme, adjuvante passive

Si l'ensemble des articles du corpus mettent en exergue des hommes agissants, acteurs principaux de leur parcours et de leurs réalisations personnelles, la dichotomie entre les rôles alloués aux hommes et aux femmes est particulièrement probante dans *L'Officiel Hommes*. En effet, dans ce magazine, si aucune femme n'apparaît en sujet principal des articles étudiés, des figures féminines sont néanmoins mises en scène au côté des hommes présentés. Les rapports entre les sexes qui émanent de ces articles renvoient alors à une complémentarité inégalitaire entre hommes acteurs et femmes accompagnatrices.

Dans un premier temps, nous pouvons souligner le fait que chacun des articles étudiés de *L'Officiel Hommes* est titré d'un « M » majuscule, (abréviation de Monsieur) suivi du nom du sujet présenté.

Ce premier élément de langage renvoie alors à la notion de respectabilité, et introduit donc le sujet comme un représentant légitime et un modèle du masculin.

Dans un article de *L'Officiel Hommes* (n°55) traitant de « *M. David Zwirner* », un galeriste allemand, le sujet est présenté, dès les premières lignes, puis tout au long de l'article, à travers des verbes d'action : « *En décembre 2017, l'exposition qu'il consacrait à Yayoi Kusama [...] En janvier dernier, il inaugurait une galerie [...] le galeriste allemand a instillé de nouveaux us et coutumes dans le monde de l'art* », mais aussi « *il identifie* », « *il emploie* », « *il fait merveille* », etc.

La réussite du galeriste, qui dépasse le seul cadre de sa profession puisque impactant l'ensemble de la sphère artistique, selon l'article, repose alors sur des caractères propres au personnage : ce sont « *sa détermination* », « *sa sensibilité* », « *sa connaissance* » ou encore « *sa culture* » qui lui confère sa « *puissance de frappe* » et « *sa longueur d'avance* ». En outre, lorsque l'article fait état d'une première ambition professionnelle non aboutie, la raison de cet échec est directement renvoyée à « *des dissensions* » dans un groupe « *qu'il a constitué* », d'ailleurs, et « *le menant à s'éloigner de la scène...* ». L'homme est donc maître et acteur de ses réussites, là où ses échecs ne relèvent pas de sa responsabilité.

Dans cette mise en scène du parcours du galeriste, on observe également que des femmes apparaissent. Elles sont alors incluses dans le discours comme des personnages permettant au sujet d'évoluer dans son parcours : à ses débuts, Barbara Gladstone « *lui confie la vente* » d'une œuvre importante et par la suite « *il recourt à l'expertise d'Annabelle Selldorf* ».

Ici, les femmes ne sont pas forcément représentées comme passives (même si dans le second exemple c'est David Zwirner qui « *recourt à* » une femme), ce que l'on pourrait supposer au regard de la logique binaire qui encadre la division fondamentale entre l'homme actif et la femme passive⁷⁷. En revanche, la construction de ce discours semble renvoyer à un schéma actantiel, tel qu'établi par Algirdas Julien Greimas⁷⁸ en 1966.

En effet, dans cet article, le sujet, David Zwirner, constitue le *héros* accomplissant des actions pour obtenir un objet : sa réussite professionnelle et sociale. Or dans cette construction narrative, les femmes présentées aident le sujet à accomplir des actions qui jalonnent son parcours vers la réussite. Elles deviennent donc, toujours en suivant le schéma actantiel de Greimas, des adjuvantes.

77 - Bourdieu P. - *La domination masculine*, Paris, Seuil, 1998, 134 pp.19-39.

78 - Greimas A.J. - *Sémantique structurale : recherche et méthode*, Larousse, 1966.

Or, tourné de la sorte, la structure du texte normalise la position de la femme en second plan de l'action. En n'agissant pas directement, la femme est reléguée à des rôles secondaires, moindres et donc inférieurs. Cette mécanique repose sur l'idée d'une complémentarité inégalitaire et reproduit ainsi la notion de valence différentielle des sexes, telle qu'exposée par François Héritier⁷⁹, et sur lesquelles se fondent les principes de différenciation et de hiérarchisation des sexes et des assignations sociales de genre. Les femmes sont de fait retranchées à un rôle social conventionnel et infériorisant, selon lequel elles doivent prendre soin physiquement et psychologiquement de l'homme, pour l'accompagner dans la réalisation de ses desseins⁸⁰.

On retrouve d'ailleurs cette représentation de la figure féminine accompagnatrice à plusieurs reprises dans le corpus. Dans « *M. William Moulton Marston* » (*L'Officiel Hommes* n°55), le sujet, créateur de l'héroïne Wonder Woman, est également accompagné par deux femmes : l'une « *lui fait découvrir les coutumes [d'une] sororité* », à partir desquelles il va élaborer certaines des caractéristiques de Wonder Woman, l'autre « *lui souffl[e]* » l'idée de faire de son personnage fictif une femme, et toutes deux accompagnent ainsi le parcours du héros vers son accomplissement, dont le mérite lui revient entièrement puisque c'est lui qui « *a donné à une femme un pouvoir que toutes revendiquent aujourd'hui* ».

Dans un article de *Lui* (n°40), le rappeur KillASon est « *encouragé* » par sa mère, qui « *pose un regard affûté* » sur son style vestimentaire, à partir duquel il va créer son identité scénique.

Dans cet article, on constate, de surcroît, une différence entre figure accompagnatrice féminine et *mentor* masculin : en effet, la mère, ici, s'occupe des questions d'apparence, là où la figure paternelle est présentée comme celui qui « *lui inculque [...] les connaissances qu'il a [...] en MAO (Musique Assistée par Ordinateur)* ». A la femme, l'esthétique, à l'homme, la technique et les connaissances fondamentales pour le métier du sujet (rappeur, compositeur).

Dans cette mise en scène des rapports entre femmes et hommes, on constate ainsi une ambivalence : d'une part, il semble que les discours s'éloignent de la distinction entre genre

79 - Héritier F. « 7. La valence différentielle des sexes », dans Maruani M. (dir.) *Femmes, genre et sociétés. L'état des savoirs*, Paris, La Découverte, 2005, pp. 52-56.

80 - Dupuis-Déri F. - « Le discours de la "crise de la masculinité" comme refus de l'égalité entre les sexes : histoire d'une rhétorique antiféministe », *Cahiers du Genre*, 1, n°52, 2012, p.136.

masculin actif et genre féminin passif. D'autre part, en revanche, les structures discursives reproduisent et normalisent des assignations hiérarchisées entre hommes agissants en premier plan et femmes auxiliaires de second plan.

Cependant, ces représentations prenant acte dans des articles dont les sujets sont des hommes, elles ne donnent pas l'entière mesure de la représentation des femmes dans les magazines masculins.

B. La femme sujet, renvoyée à des univers genrés conventionnels

Si la grande majorité des articles du corpus mettent en scène principalement des hommes, quelques un prennent pour sujets des femmes. Or, quel que soit le secteur culturel dans lesquelles ces dernières exercent, on constate que les journalistes ont recourt à des marqueurs physiques ou moraux les renvoyant à des normes conventionnelles du féminin.

Dans un article de *Lui* (n°40), l'auteure et comédienne Lætitia Loreni est ainsi, dès les première lignes, décrite comme « *souriante, pantalon noir et t-shirt floqué d'un message en typo rouge et ronde* », là où, dans le même numéro, à une page d'intervalle, le rappeur KillASon est décrit comme un « *artiste, bête de scène, chanteur, danseur, compositeur et dessinateur...* ». De manière encore très conventionnelle, l'image de la femme passe ici en premier lieu par le sourire, qui, selon Ervin Goffmann – sociologue et linguiste – « a une fonction apaisante qui manifeste une position d'infériorité »⁸¹. Dans la suite du texte, le parcours professionnel et privé de Lætitia Loreni est évoqué à travers un vocabulaire renvoyant aux domaines de l'affect, de la domesticité et de la maternité. Ainsi l'auteure « *flirt avec la notion d'introspection* », elle « *épouse les techniques de la [...] programmation neurolinguistique* », « *tombe amoureuse* » au cours de son premier emploi, elle est « *victime* » d'une relation, un homme « *la prend sous son aile* » et elle « *donne naissance* » à un personnage de roman. Le sujet féminin, qui exerce dans le secteur de la littérature, qui plus est sentimentale, est ainsi fortement assignée à une identité genrée conventionnelle. La dimension professionnelle de son parcours est presque effacée par un vocabulaire renvoyant au rôle conventionnel reproductif de la femme – par opposition à l'homme productif.

81 - Goffman E. cité par Julliard V. - *De la presse à Internet, la parité en question*, Paris, Lavoisier, coll. « Traitement de l'information », 2012, p.242.

Dans un article de *GQ* (n°119), le renvoi à une identification genrée de la protagoniste est particulièrement probant. L'article – réalisé à l'occasion de la publication d'un essai sur l'intelligence artificielle – consiste en une courte présentation suivie de la retranscription d'un échange avec Siri Hustvedt, essayiste, maître de conférence en psychiatrie et experte en neurosciences. Actrice du secteur littéraire mais surtout de la culture scientifique, Siri Hustvedt fait ainsi partie de ces femmes qui renégocient les frontières du genre en se professionnalisant dans un secteur considéré comme masculin (ici la culture scientifique)⁸². Or, comme pour réaffirmer l'identité de genre de la chercheuse, le titre de l'article est une phrase décontextualisée renvoyant à son corps : « *Siri Hustvedt : "J'ai souvent eu le mauvais corps"* ». Cette phrase, issue du dernier échange retranscrit, est utilisée originellement par Siri Hustvedt pour expliquer ses difficultés à être reconnue en tant que « *penseur* », car systématiquement réduite à ses caractéristiques physiques.

Il apparaît alors que la présentation d'une figure culturelle qui transgresse les pratiques conventionnelles de genre se double d'une réaffirmation de son identité de genre. En d'autres termes, en se référant aux modalités de production et aux logiques induites par la notion de contrat de lecture, l'intégration dans le magazine de figures féminines non conventionnelles semble soumise à un renvoi au genre identifiable par les lecteurs.

C. Le corps féminin, objet du masculin

Le recours au corps apparaît régulièrement dans la présentation des personnalités culturelles féminines. Dans un article de *GQ* (n°118) la mise en scène de l'actrice Alicia Vikander montre particulièrement en quoi ce recours au corps participe à la fois d'une réaffirmation des rôles et des normes genrées légitimes et d'une tentative de renégociation des éléments définitoires du féminin par les magazines masculins.

De fait, dans cet article l'actrice Alicia Vikander, interprète de l'héroïne Lara Croft dans le nouvel opus de *Tomb Raider*, est exclusivement représentée à travers sa préparation physique pour le rôle, et les méthodes de son coach sportif. L'actrice est alors régulièrement confondue, dans le texte, avec son personnage (« *Alicia Vikander une Lara Croft à toute épreuve* », « *Il n'a fallu que sept mois*

82 - Détrez C., Piluso C. - « La culture scientifique, une culture au masculin ? » dans Octobre S. (dir.), *Questions de genre, question de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp.27-51.

à Alicia Vikander pour devenir Lara Croft »), et les seuls propos rapportés sont ceux de son coach sportif (la parole n'est jamais donnée à l'actrice elle-même).

Dans un premier temps, l'analyse du champ lexical utilisé pour décrire l'actrice (ou plus précisément, son corps) révèle une ambiguïté entre des stéréotypes physiques féminins, et l'utilisation d'une terminologie sportive renvoyant à des attributs considérés comme masculins. En effet, l'actrice est d'abord décrite comme « *moins voluptueuse qu'Angelina Jolie [la précédente interprète de Lara Croft, ndlr] mais plus dessinée* ». A la suite de cette comparaison équivoque, le texte présente le programme sportif intensif suivi pour la préparation du rôle. La description physique de l'actrice se fait alors de manière paradoxale, dans le sens où, à chaque évocation d'une caractéristique physique relevant d'un attribut jugé masculin, le journaliste s'attache à réaffirmer la féminité de l'actrice. Ainsi Alicia Vikander « *deven[ait] de plus en plus forte tout en restant très féminine* », et « *ses épaules se sont élargies tout en restant très gracieuses* ».

Cette mécanique se confirme dans la suite de l'article, qui se décompose en quatre volets : « *la technique* » de l'actrice est associée à sa « *pratique [de] la danse classique à haut niveau au Royal Ballet de Suède* » ; « *la conviction* » renvoie en réalité à son manque d'assurance, et au rôle protecteur du coach sportif qui « *devait lui donner confiance* » ; le paragraphe concernant « *la ténacité* » explique que « *à défaut d'avoir la poitrine d'Angelina Jolie, Alicia Vikander a décidé de se sculpter un corps parfait* » ; et enfin « *la force* » est une nouvelle occasion de préciser que « *chaque muscle du dos de l'actrice se dessine* » mais que « *les cascadeuses [...] qui la doublaient [ont dû] s'amincir pour être raccord* ».

Aussi, l'attribution de caractéristiques physiques dites masculines ainsi de la pratique sportive intensive de l'actrice, qui pourraient contrevenir à son identification à des normes genrées conventionnelles, sont systématiquement contrebalancées par une réaffirmation de stéréotypes sexistes traditionnels. Le corps de l'actrice est en effet objectifié et sa personnalité s'efface au profit de son coach sportif, à nouveau présenté comme un homme agissant, mais également protecteur et, en quelque sorte, *façonneur* du personnage présenté.

La mise en exergue du rôle primordial de l'homme sur la femme passe ici par des citations directes (« je devais lui donner confiance », « j'ai dû lui conseiller plusieurs fois d'arrêter [...] afin de ne pas se blesser », « je lui ai envoyé [...] un programme d'exercices de cardio intensifs ») et par le discours journalistique (« *explique son coach Magnus* », « *Magnus la rejoint [...] pour les derniers préparatifs* » « *Cet entraînement [élaboré et mis en œuvre par le coach] a forgé son corps* » « *le coach d'Hollywood [...] a façonné la musculature de nombreux héros* » « *le travail du coach consistait à ..* »).

Cet article illustre ainsi le paradoxe des *médiacultures* – univers de référence développé par *GQ* – évoqué précédemment⁸³. De fait, l'actrice Alicia Vikander est ici confondue avec le personnage de Lara Croft, une des premières héroïnes de jeu vidéo, créée par un homme et longtemps considérée comme un fantasme masculin. En la faisant « *devenir Lara Croft* », et en insistant sur ses attraits féminins, le journaliste fait donc de l'actrice un objet de fantasme masculin. De plus, à l'instar du personnage de jeu vidéo, la structure narrative du texte représente la figure féminine comme façonnée par une figure masculine.

Or, dans un même temps, sont mis en exergue, de manière typographique, des attributs de « *force* », de « *ténacité* » et de « *technique* », qui signent traditionnellement la supériorité masculine. De la même manière, le programme sportif décrit tend à valoriser la puissance physique de l'actrice, un des piliers traditionnels de la virilité et instrument de la domination masculine⁸⁴.

Aussi, en faisant coexister stéréotypes et contre-stéréotypes féminins dans un même discours, l'article tend d'une part, à naturaliser des différences genrées (la femme est forte *mais* gracieuse, mince, féminine), tout en insérant des attributs féminins renouvelés dans un imaginaire collectif masculin stéréotypé. La négociation avec les normes du genre, se fait alors sous couvert d'une réaffirmation des cadres normatifs conventionnels correspondant au modèle de la féminité tel que développé, selon le magazine, dans l'imaginaire collectif des lecteurs.

83 - Cf. Chapitre 2, II.B – p.39

84 - Corbin A. Courtine J.J. Vigarello G. (dir.) - *Histoire de la virilité, Tome 3 :La virilité en crise ? XXe-XXIe siècles*, Paris, Seuil, 2015, 592 p.

Ces différentes analyses confirment ainsi l'utilisation de la mise en discours des figures culturelles comme vecteur de normalisation de rapports sociaux de sexe inégalitaires. La réaffirmation des rôles conventionnels de l'homme *héros* agissant ainsi que la mise en scène des femmes comme passives, adjuvantes ou circonscrites à des univers féminins conventionnels, naturalise la différenciation et la hiérarchisation des assignations sociales de genre. Par ailleurs, le fait que la représentation de figures féminines moins conventionnelles se double d'une mise en exergue d'attributs féminins considérés comme légitimes, particulièrement aux yeux des hommes, semble témoigner d'une difficulté à sortir des cadres normatifs du genre et par conséquent d'une difficulté à valoriser les transgressions de genre.

La deuxième partie de ce chapitre s'attardera alors sur la mise en scène des figures de références masculines et sur les caractéristiques qui les instaurent en modèles légitimes. Nous pourrons alors mettre en perspective, les représentations des figures culturelles féminines et des rapports sociaux de sexe avec celles des figures de référence masculines.

II. La masculinité contemporaine : entre mythe d'une virilité perdue et reformulation des normes conventionnelles

En suivant le cheminement de cette recherche, l'étude des représentations des figures culturelles masculines vise à identifier la manière dont sont construits les modèles d'identification masculins. La sur-représentation de figures masculines dans le corpus permet alors de croiser différentes approches, de l'évocation d'une virilité prétendument disparue à la négation timide avec les frontières du genre en passant par la représentations de modèles conventionnels contemporains qui tendent à reproduire les logiques de la domination masculine.

A. La virilité sacralisée

Si l'ensemble des figures culturelles masculines mises en scènes dans les articles du corpus renvoient à des modèles d'identification, certains hommes en particulier sont explicitement identifiés comme des références légitimes.

Dans un article de *GQ* (n°119), l'acteur Jean-Paul Belmondo, qui fait d'ailleurs la couverture du magazine, est introduit comme « *une légende française* ». Le terme « *légende* », ici, renvoie à la notion de personnage mythique, c'est à dire sacralisé, dans sa représentation à la fois réelle et fictionnelle, par l'imaginaire collectif. Le texte, construit comme un portrait plus littéraire que journalistique, ne se contente pas de décrire le parcours et les succès professionnels de l'acteur, mais s'emploie à présenter les attributs rattachés au personnage médiatique devenu un « *mythe vivant* ».

Dans sa construction, son énonciation et sa structure, le texte en lui-même est un cas particulier du corpus. Tout d'abord c'est le seul article étudié dont l'auteur (Frédéric Beigbeder), en locuteur modalisé se détache ouvertement du magazine en employant le « *je* » et en prenant position (« *J'ai chopé très tôt le virus belmondien* » « *je me disais que..* », « *j'ose affirmer* », « *Personnellement...* », etc.). Le discours est alors subjectif mais surtout mélioratif. Il tend à valoriser toute action de l'acteur, renforçant son image d'homme admiré de tous et toutes (« *Si Jean-Paul Belmondo est en forme, la vie de la nation [...] peut reprendre son cours* » « *il a incarné un certain stéréotype du Français qu'on aime* », « *[les hommes] n'arrivent pas à jalouser celui dont ils rêveraient d'être l'ami* », « *le public qui l'aimait tant* » ...)

Or les qualificatifs utilisés, soient les valeurs rattachées au sujet, renvoient à trois éléments : la puissance physique, basée sur la violence (Jean-Paul Belmondo est un « *ancien boxeur* » qui peut « *vous foutre son poing dans la gueule* »), un sens de l'honneur (il est un « *valeureux* » qui a du « *courage* ») et, surtout, la puissance de séduction (il est « *un séducteur* », un « *Casanova* » avec qui « *les femmes voulaient coucher* », plus encore il est « *l'homme qui a séduit les plus belles femmes du monde* » et qui « *peut faire fondre les groupies énamourées qui continuent de l'encercler partout où il passe* »). L'aura du personnage médiatique, repose ainsi sur un cadre normatif conventionnel de la virilité⁸⁵.

Dans le premier chapitre de ce mémoire, nous évoquons la notion de virilité comme fondement d'un idéal masculin hégémonique inatteignable et, surtout, outil du pouvoir des hommes sur les femmes et entre eux. Aussi, en faisant l'éloge d'une figure culturelle dont la représentation symbolique est basée sur des normes d'une virilité conventionnelle, l'article, qui constitue, qui plus

85 - Cf. Chapitre 1. I.B : la notion de virilité repose sur un triptyque puissance physique – courage – puissance sexuelle.

est, le dossier central du magazine, sacralise ici cet idéal masculin. Ce dernier est par ailleurs d'autant plus inatteignable qu'il relève d'un amalgame de représentations fictionnelles largement véhiculées par les œuvres cinématographiques des années 1960⁸⁶. L'idéal viril est alors fondé sur des stéréotypes sexistes, pérennisant l'asymétrie inégalitaire entre hommes dominants et femmes dominées, et renforçant la hiérarchisation entre hommes supérieurs légitimes (violents, hermétiques aux émotions, séducteurs) et hommes « illégitimes »⁸⁷(qui ne répondrait pas à ces injonctions).

Il est ici intéressant de constater que dans *Causeur* (n°58), on retrouve cette même valorisation des figures cinématographiques des années 1960, dans l'article, évoqué précédemment, consacré à Albert Simonin. Si nous avons soulevé la différence de traitement journalistique entre les deux magazines, l'aura de l'idéal viril de cette époque ne semble alors pas souffrir de leurs orientations politiques divergentes. Cette récurrence appelle ici à faire référence à l'idée entretenue par les discours de crise de la masculinité selon laquelle les hommes du XXI^{ème} siècle seraient en proie à une perte de repères identitaires, associés de fait à une perte de leur virilité, et induite par les femmes, féministes en tête⁸⁸. Les études de Francis Dupuis-Déri montrent alors que ces discours de crise de la masculinité sont en réalité porteurs d'un refus de l'égalité entre les sexes et d'une volonté de réaffirmer la suprématie d'une masculinité conventionnelle⁸⁹. Or, en mystifiant la figure de l'acteur viril, les magazines ici présentés universalisent et naturalisent cette construction identitaire fondée sur des représentations fictionnelles et des normes sociales historiquement et culturellement entretenues⁹⁰.

Aussi en sacralisant la virilité telle qu'entretenue dans les représentations cinématographiques des années 1960, et donc passée, ils tendent à appuyer les discours de crise identitaires des hommes.

En outre, à l'instar de Francis Dupuis-Déri, Jean-Jacques Courtine montre que la virilité a toujours été considérée comme un héritage à défendre, entraînant une prétendue crise de l'identité

86 - Khelifa I. - *Mâles d'hier, hommes d'aujourd'hui*, Paris, Seuil, 2018, p.26

87 - Boni-Le Goff I.- « Corps Légitime » dans Rennes J. (dir.), *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris, La Découverte, 2016, pp. 159-169.

88 - Dupuis-Déri F. « Le discours de la "crise de la masculinité" comme refus de l'égalité entre les sexes : histoire d'une rhétorique antiféministe », *Cahiers du Genre*, 1, n°52, 2012, p.120,121

89 - *Ibid* – pp.119-143

90 - Creissels A. - « Mythe/métamorphose » dans Rennes J. (dir.) *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris, La Découverte, 2016, pp.390-399

masculine perpétuellement répétée au fil des siècles⁹¹. Aussi, les attributs de la virilité, en tant qu'outils de la domination masculine, se concrétisent dans la sphère sociale de manière systématiquement renouvelée.

B. Des normes renouvelées du masculin légitime ?

Face à cette éloge d'une virilité passée, des modèles contemporains émergent ainsi dans les rubriques culturelles. L'analyse révèle qu'à travers une récurrence des attributs valorisés des figures culturelles représentées se dessine néanmoins un cadre normatif des modèles masculins légitimes. En croisant les différents articles du corpus, il apparaît également qu'en renforçant la représentation de l'une ou l'autre de ces normes, les magazines instaurent des modèles genrés légitimes variables en fonction des groupes socio-économiques ciblés.

De fait, l'analyse globale des articles montre que trois grandes familles de marqueurs appréciatifs se réitèrent au fil des articles :

1. Polymathie

A l'endroit où, comme nous l'avons souligné précédemment, les figures féminines sont renvoyées à un mode de réalisation délimité, les figures masculines, quelle que soit leur discipline artistique, sont valorisées au regard de leur capacité à se déployer activement dans plusieurs domaines d'activités.

Cette particularité est d'abord observable dans le fait que tous les thèmes et sous-thèmes présentés dans les rubriques culturelles sont investis par des hommes, pour certains à 100% (ensemble des sous-thèmes *Musique*), là où les représentations féminines ne dépassent guère le cadre de la littérature que pour de rares incursions dans le thème cinéma ou spectacle vivant.

91 - Corbin A. Courtine J.J. Vigarello G. (dir.) - *Histoire de la virilité, Tome 3 : La virilité en crise ? XXe-XXIe siècles*, Paris, Seuil, 2015, 592 p.

De plus tous les magazines du corpus principal sont traversés par des discours, qui en mettant en scène des acteurs culturels, insistent sur leur propension à « *multiplie[r] les casquettes* » (GQ n°117 et n°118), à avoir « *plus d'une corde à [leur] arc* », à être « *curieux de tout* », à se réinventer pour être « *capable[s] de surprendre encore* » (L'Officiel Hommes n°55 et n°57), à être « *touche-à-tout* » (The Good Life n°32)... donc à être professionnellement « *hyperactif[s]* » (Lui n°40, L'Officiel Hommes n° 55).

Cette pluriactivité est le plus souvent mise en exergue par des énumérations marquant l'accumulation des compétences des acteurs présentés : ils sont par exemple chanteurs ou musiciens mais aussi « *danseur, compositeur et dessinateur* », (Lui n°40), « *producteur, tiers [d'un] groupe [...], DJ, lance[ur] d'une nouvelle chaîne de radio...*» (L'Officiel Hommes n°55). Même lorsqu'ils ne relèvent que du cadre scolaire, ou d'activités mineures, les domaines éloignés des activités principales des hommes présentés sont également valorisés (« *et comme si ça ne suffisait pas [...] il excelle à l'université [...] en communication* » (Lui n°40), « *ce qui a fini de faire de lui un personnage adoubé [...] se sont ses percées récentes dans le monde de la mode* » (Lui n°39) « *c'est l'étudiant de l'école de management [...] dont il est sorti diplômé, qui parle* » (GQ n°118)). Enfin, lorsque les figures culturelles présentées n'exercent que dans un seul domaine, l'accent est mis sur la diversité de leurs pratiques personnelles ou de leurs productions (ils « *multiplient les projets* », ont des « *sources d'influences multiples* »). C'est par exemple le cas de la présentation de l'acteur Joaquin Phoenix, dans L'Officiel Hommes (n°57), qui insiste sur la diversité et la complexité de ses rôles : « *[il continue de] créer encore et encore des personnages aussi dissemblables les uns des autres, qu'inoubliables* » suivi d'une énumération de nombreux rôles récompensés qui sont tour à tour « *tangible* », « *renversant* », « *intenses* » et « *dans [son prochain film] il sera le plus perturbé, le plus instable, le plus violent* ».

Cette polymathie assoie ainsi la supériorité intellectuelle des hommes représentés, particulièrement au regard des femmes mises en scènes, limitées à un seul mode de réalisation. De fait, ils apparaissent non seulement sur-agissants mais surtout capables d'exceller dans tous les domaines, dépassant ou maximisant le cadre de leurs compétences artistiques. En outre, cette propension à déployer leurs compétences est renforcée par le champ lexical du voyage, voir de la conquête (la figure culturelle masculine « *explore* » (Lui n°40), « *voyage* » dans les univers artistiques (The Good Life n°32), « *conquiert la planète* » (GQ n°120), a « *le goût de l'aventure* » (L'Officiel Hommes n°57),

il est un « pionnier » ou un « défricheur » (*L'Officiel Hommes n°55*)...). Cette dimension reproduit alors la dichotomie traditionnelle *dedans/dehors*, caractéristique de la catégorisation opposable des univers féminins (introspection et domesticité) et masculins, dont nous avons observé les matérialisations dès l'enfance⁹².

2. Pouvoir économique

Contrairement aux représentations des figures féminines, encore une fois, la valorisation des parcours à succès des hommes passe par la mise en scène de leur pouvoir économique. Ce dernier peut se concrétiser, dans le discours, par la mise en exergue d'un sens des affaires et de l'entreprise, d'une influence sur un marché, à l'international, ou encore de données chiffrées.

Les démarches artistiques des acteurs culturels sont alors quasi-systématiquement associées au langage des affaires, du commerce, du *business*. Selon les articles, l'artiste est « une vraie petite entreprise à lui tout seul » (*GQ n°118*), il « supervise » toute la « chaîne de production » (*GQ n°118*), il « étend son influence planétaire [...] entre deux avions » (*L'Officiel Hommes n°57*), sa carrière artistique est « un business », ses productions « des affaires » (*L'Officiel Hommes n°55*), etc.

Il est intéressant de constater qu'à travers ces analogies entre production artistiques et monde de l'entreprise, se dessine les contours d'un *homo œconomicus*, soit un homme (puisqu'il s'agit ici exclusivement de figures masculines) agissant de manière parfaitement rationnelle pour maximiser son intérêt et atteindre ses objectifs. Or, si au XIX^{ème} siècle, la virilité est conceptualisée à travers la capacité d'un homme à se battre pour défendre son territoire et sa famille, à partir des années 1960, cette norme s'efface progressivement au profit de celles du travail et de la rationalité⁹³. Et aujourd'hui encore, Francis Dupuis-Déri rappelle que la rationalité, comme l'efficacité et la force, sont des fondements du genre masculin conventionnel⁹⁴.

De surcroît, l'analogie entre sphère culturelle et *business*, se double d'un champ lexical renvoyant à la puissance voire à la guerre : dans *L'Officiel Hommes n°55*, les spectacles musicaux sont ainsi

92 - cf. Chapitre 1, II.A – p.14

93 - Corbin A., Courtine J.J., Vigarello G. (dir.) - *Histoire de la virilité, Tome 2 : Le triomphe de la virilité. Le XIXe siècle*, Paris, Seuil, 2011, 504 p.

94 - Dupuis-Déri F. « Le discours de la "crise de la masculinité" comme refus de l'égalité entre les sexes : histoire d'une rhétorique antiféministe », *Cahiers du Genre*, 1, n°52, 2012, pp.133

qualifiés de « *machines de guerre lucratives* », dans le n°57, l'article concernant David Zwirner évoque « *la puissance de frappe* » du galeriste, dans *Lui* n°39, le parcours du rappeur Yung Beef est un « *tour de force* », le rappeur KillASon fait preuve de « *force d'action* » dans sa création (*Lui* n°40), et dans *GQ* (n°117 et n°120), les succès artistiques sont « *massifs* ».

Au delà de leurs compétences artistiques, les acteurs culturels représentés sont ainsi légitimés en tant que modèle masculins conventionnels à travers des marqueurs signant leur rationalité et leur puissance économique.

3. Puissance de séduction

La troisième famille de marqueur du genre masculin dans les rubriques culturelles est relative au pouvoir physique et sexuel. Pilier symbolique de la domination masculine, cette puissance sexuelle se confirme ici à travers la valorisation de la figure du séducteur, et de l'attractivité physique des hommes présentés.

La grande majorité des articles mettant en scène des hommes fait au moins une référence à leur physique. Dans une première sous-partie nous évoquions la valorisation de la figure de séducteur de Jean-Paul Belmondo, mais dans le reste du corpus, ce rapport à la séduction comme norme du masculin se retrouve à plusieurs reprises. Dans *GQ* n°120, un portrait du chanteur Orelsan précise ainsi que « *les femmes adorent Orel* ».

Dans ce même magazine, un journaliste dresse un portrait de l'acteur Jeff Goldblum comme « *une silhouette massive* » à la « *beauté baroque* », « *qui fascine* » ; « *un corps qui déborde du cadre* », « *sculpté* » ; « *un séducteur* » à « *la voix suave* ». Or dans cette description physique, on retrouve une fois encore l'expression des attributs de la virilité : en effet de part sa stature imposante, l'homme répond d'un corps masculin légitime et par conséquent, selon le journaliste, d'un pouvoir de séduction et d'attractivité (il est donc « *séducteur* » il « *impressionne* », et « *fascine* »). Une nouvelle fois, on remarque le signe d'une supériorité masculine, exprimée ici sous l'angle d'une supériorité physique.

Enfin, le rapport à l'attractivité physique et la puissance sexuelle se joue également dans des métaphores et des analogies. Dans *Lui n°40*, KillASon est une « *bête de scène* » qui « *impressionne* » par « *son énergie presque animale* ». Et dans *L'Officiel Hommes n°57*, le spectacle de David Byrne est « *jouissif* ».

Au regard de ces différentes familles de marqueurs, il apparaît que la seule dimension artistique ne suffise pas à légitimer un homme en tant que modèle masculin conventionnel. De fait, les renvois à la puissance physique, les analogies avec le pouvoir économique ainsi que la valorisation poussée de la pluriactivité et de la puissance intellectuelle se rapportent à une justification de leur entrée dans le magazine, tout en correspondant à une réaffirmation de leur identité genrée.

Au sein de l'espace discursif des rubriques culturelles étudiées, les hommes apparaissent donc en situation de supériorité numérique, intellectuelle et économique, au regard des femmes. En outre, les attributs physiques retenus dans les descriptions des figures masculines renvoient également à des normes conventionnelles signant leur supériorité (puissance physique, séduction). Aussi il apparaît que si les marqueurs du genre masculin sont reformulés au regard des tendances économiques et sociétales contemporaines, ils reposent toujours sur des standards de virilité combinant aujourd'hui force de travail et rationalité, puissance intellectuelle et, toujours, pouvoir sexuel (force et séduction).

Dès lors, ces analyses nous montrent que la mise en scène du genre dans la presse magazine masculine reproduit incessamment les logiques de la naturalisation et de la hiérarchisation des normes du genre, sans contrevenir aux logiques de la domination masculine. La réaffirmation des rôles sociaux différenciés qui pérennisent la domination masculine, le renvoi systématique des femmes à des univers de réalisation et des attributs conventionnels marquant le féminin, la sacralisation d'une virilité masculine traditionnelle et la valorisation d'aptitudes et de qualités morales masculines qui signent leur supériorité, ancrent ainsi les représentations des figures culturelles dans un cadre normatif conventionnel et inégalitaire du genre. Si la seconde hypothèse se vérifie ici, elle doit néanmoins être reformulée : les modèles de référence masculins contemporains proposés résultent en effet d'une subreptice reformulation de stéréotypes

traditionnels. En revanche ces modèles participent toujours d'une valorisation des corps masculins légitimes renvoyant à des standards d'hommes blancs, cisgenres, hétérosexuels, intellectuellement, physiquement et économiquement *supérieurs*, renforçant ainsi la domination d'une « virilité privilège ».

En outre, une comparaison entre les différents titres permet de confirmer que la mise en scène des figures culturelles participent d'une catégorisation sociale *intra-genre*, que nous évoquions précédemment⁹⁵. De fait *GQ* et *Lui*, dont le lectorat a été identifié comme appartenant à la classe moyenne, tendent à privilégier l'utilisation des marqueurs physiques et intellectuels, tandis que *L'Officiel Hommes*, particulièrement, et *The Good Life*, assoient la puissance économique des acteurs culturels présentés à travers une mise en exergue de nombreuses données chiffrées.

C. Des négociations timides

Malgré la reproduction majoritaire de ces schémas conventionnels, certains articles du corpus amorcent des négociations souvent furtives, ou non assumées, avec les normes du genre.

Dans *GQ* (n°118), à l'instar de l'article traitant d'Alicia Vikander⁹⁶, la présentation de deux artistes du secteur musical témoigne à nouveau d'une ambiguïté entre valorisation des transgressions des normes du genre et négation de ces transgressions. L'article intitulé « *Pop : la revanche des gentils* » introduit ainsi la présentation des chanteurs en précisant que « *deux français timides et chevelus bousculent les codes de la chanson modeste et raffinée* ». Dès les premières lignes, et dans la suite de l'article, il apparaît néanmoins que ce sont moins les codes musicaux que les codes du genre qui sont évoqués. Les artistes sont en effet d'abord décrits comme « *timides* » « *mignons, fragiles* », qualifiés de « *gentils losers qui bricolent dans leur chambre de bonne* ». L'ensemble de ces termes renvoient alors à des attributs considérés comme féminins car construits en opposition aux normes de la virilité masculine : comportement réservé, fragilité (qui signe traditionnellement l'infériorité physique et morale de la femme) et ancrage dans l'univers domestique.

95 - Cf. Chapitre 2, II.B – p.40

96 - Cf. Chapitre 3, I.C – p.50

Dans un premier temps le terme « *losers* » confirme que les deux chanteurs sont considérés par le journaliste comme des représentants *illégitimes* de la figure culturelle masculine. Dans la suite du texte, en revanche, le journaliste tend à réhabiliter leur légitimité en désamorçant les premiers termes employés.

En effet, la première description des artistes est suivie par une nouvelle présentation plus précise de leurs démarches respectives, dans laquelle ils sont cette fois décrits comme « *faussement timides* », « *sans fausse pudeur* ». Leur réhabilitation en tant que figures culturelles de référence passe alors par la valorisation de leurs parcours (« *Il a écrit et composé pendant des années pour des stars* »), de leurs albums (« *un disque [...] qui montre une incontestable assurance sonore* ») et de leur précision technique (« *autotune millimétré, rythmiques reggae futuristes, dépouillement synthétique* »). La conclusion retient alors que « *ce n'est pas parce qu'on est hyper sensible qu'on est pas hyper ambitieux* ».

Cet article montre deux choses : tout d'abord il confirme que les marqueurs de la féminité conventionnelle sont jugés infériorisant et dégradant lorsque appliqués à des hommes ; et que la maîtrise technique de la musique électronique est un domaine légitime du masculin. Cela renforce une nouvelle fois la naturalisation et la hiérarchisation de différences et de pratiques genrées.

De plus il apparaît que, sous couvert d'une réécriture désamorçant la radicalité de la transgression (ou réhabilitant certaines normes conventionnelles de genre) et d'une valorisation des qualités artistiques et techniques, de nouveaux modèles masculins peuvent être mis en scène pour déplacer les frontières du genre. Ces nécessaires négociations ont d'ailleurs, *a priori*, été entendues par le chanteur Chaton (présenté dans l'article) qui précise, dans une citation : « *il y a quelque chose de très couillu à montrer sa fragilité* ».

Dans un article de *Lui* (n°39), la négociation des frontières du genre se présente d'une manière encore différente. L'ensemble de la présentation du rappeur Yung Beef joue en effet sur la dimension atypique du personnage. Dès les premières lignes, il est qualifié de « *garçon d'ailleurs* » dans une phrase qui souligne la particularité du rappeur (« *pourquoi diable quelques uns des meilleurs producteurs [...] ont-ils décidé ces temps-ci de servir ce garçon d'ailleurs ?* »). Dans la suite du texte, Yung Beef est à la fois décrit comme « *un rappeur qui donne dans la canaille* », et « *une*

drôle de tige » aux « *manières exotiques* ». Le décor ainsi planté, le journaliste évoque l'activité de mannequin de l'artiste comme « *ce qui a fini de faire de lui un personnage adoubé par la tendance* », et justifie le fait qu'il « *lui a[i] fallu enfiler des cuissardes lustrées* », par une citation des propos de Yung Beef : « *La mode est un art, et moi, je fous des genres. L'important, c'est d'être soi, de tracer son propre sillon* ».

C'est donc ici la singularité du rappeur à succès qui est mise en discours, ce qui permet d'aborder une configuration du genre contrevenant à quelques normes conventionnelles. En d'autres termes, la légère transgression opérée par l'artiste dans sa pratique peut être valorisée puisque l'ensemble de ces autres caractéristiques identitaires (pratique du rap, attitude combative, succès artistique et commercial) le placent néanmoins dans une configuration genrée légitime.

Dans *The Good Life* (n°32), un article concernant le chorégraphe et danseur Radhouane El Meddeb, témoigne d'une incorporation plus subtile des transgressions du genre des pratiques culturelles. De fait, le danseur qui de par sa pratique déplace déjà les frontières jugées conventionnelles du genre, est présenté uniquement à travers son travail artistique dans un discours journalistique soutenu. Dans sa position vis-à-vis du sujet, le journaliste n'évoque en rien les questions du genre, et le discours tend à normaliser la pratique de la danse en tant que pratique masculine. En outre, dans la description de ces œuvres, le ton de l'énonciateur et les termes utilisés participent également à instaurer des attitudes et des attributs contrevenant aux normes répressives de la masculinité conventionnelle.

Ainsi, les pièces de Radhouane El Meddeb renvoient à « *la fragilité* », son premier solo est « *psychanalytique* », dans son second « *il livre avec pudeur son chagrin* » et danse de dos « *comme s'il cachait ses larmes* ». Si on peut dans un premier temps penser que la figure du danseur est simplement rapportée à des attributs conventionnels de la féminité, une phrase dans la suite de l'article vient contrebalancer cette hypothèse.

Le journaliste évoque en effet une pièce écrite par le chorégraphe en hommage à une danse orientale (traditionnellement pratiquée par des femmes) et qu'il « *fait interpréter [...] par quatre hommes qui se déhanchent, interrogeant ainsi leur virilité* ». Or par cet unique renvoi à la notion de genre, justifié par la démarche de l'artiste, le journaliste normalise définitivement, par opposition,

les autres éléments du discours qui pourraient être associés au genre féminin conventionnel. En d'autres termes, en pointant cette conscience de la virilité, le discours normalise des caractères liés à la fragilité et à l'émotion comme des attributs humains et non spécifiquement féminins : il assume ainsi totalement la transgression des frontières conventionnelles du genre masculin.

Cas particulier : la transgression des pratiques genrées dans *Daron*

Pour prendre le contre-pied de ces représentations nuancées des transgressions des normes du genre, nous pouvons nous attarder un instant sur le magazine *Daron*, cas définitivement très particulier de cette étude. Dans un article consacré aux jeux vidéo, le magazine met en discours la figure du joueur. Si, comme nous l'avons vu, le jeu vidéo est encore une pratique majoritairement masculine et connotée comme telle, le magazine propose en revanche de présenter le cas d'un père et sa fille. Le jeu vidéo est alors appréhendé à la fois comme un apprentissage vidéoludique et un moyen de créer un lien fort entre un enfant (ici une fille) et son père (« *On est très lié par ce jeu* »). Or tout au long du texte, aucune allusion n'est faite à l'éventuelle contradiction entre la pratique du jeu vidéo et l'univers conventionnel de réalisation d'une fille. En outre, le texte s'attache à ne jamais différencier un jeu *pour fille* d'un jeu *pour garçon*. Au contraire, l'ensemble du discours témoigne d'une volonté de mettre en avant la dimension de partage pouvant s'opérer entre les univers d'un père et de sa famille, à travers la pratique commune d'un jeu vidéo. Ainsi, l'article précise que « *les expériences partagées les plus marquantes ne reposent pas forcément sur les jeux que l'on croit* », (le jeu vidéo auquel s'adonne la fille et son père est qualifié de « *âpre* »), mais également qu'il faut « *[se] méfi[er] des idées reçues* ». Enfin, les citations du père mettent l'accent sur le fait qu'il est « *émerveillé de la voir se confronter pour la première fois aux mécanismes classiques du jeu de plateforme et de voir comment elle les appréhende* ».

Aussi, en ne catégorisant pas les jeux vidéo, en n'utilisant pas de marqueur spécifique du genre et en soulignant la qualité de la relation créée entre un père et sa fille à travers cette pratique, l'article banalise et valorise alors subtilement la transgression des pratiques conventionnelles du genre. Par conséquent, si *Daron* apparaît difficilement intégrable à la globalité de cette étude, il permet en revanche de souligner que d'autres mises en scène du genre sont possible dans la presse magazine masculine.

L'analyse du corpus principal montre quant à elle qu'à l'instar des transgressions des normes du genre opérées par les individus dans leurs pratiques culturelles – dans le monde réel – différents mécanismes se mettent en place dans l'espace discursif de la presse magazine masculine. *GQ* et *Lui*, réaffirment l'appartenance genrée des figures contrevenant aux normes conventionnelles à travers la valorisation de pratiques ou de schémas stéréotypiques. *Lui* participe également d'un déplacement symbolique des qualités rattachées à une pratique afin de l'intégrer dans un mode de réalisation conventionnel du masculin (la mode devient ainsi un moyen d'asseoir la notoriété d'un artiste plus qu'une pratique renvoyant à des attributs conventionnels de la féminité). Dans l'article présenté, *The Good Life*, met quant à lui en place un mécanisme de normalisation des transgressions, tout en représentant dans d'autres articles les normes conventionnelles du genre.

De plus, il apparaît que transgresser le genre dans les pratiques culturelles est tout de même plus admis dans les discours d'un magazine masculin à destination des classes sociales supérieures (*The Good Life*) que dans ceux des magazines à destination des classes moyennes (*GQ*, *Lui*). Ces derniers, en rattachant des modèles contrevenant aux normes du genre à des schémas conventionnels, et en mettant en scène, dans l'ensemble de leurs articles, des rapports de sexe inégaux et des pratiques genrées différenciées, limitent de fait les représentations qui pourraient déplacer les frontières du genre. Ils participent ainsi à la reproduction des systèmes hiérarchisés du genre qui assoient les principes de la domination masculine.

Aussi, notre troisième hypothèse se doit d'être nuancée. En effet, mêmes mineures, certaines transgressions des normes du genre sont représentées dans la presse magazine masculine. En revanche, leurs mises en scène résultent de mécanismes visant à masquer la transgression, à l'atténuer, ou à rattacher les sujets à des modes de réalisation considérés comme conventionnels. Les discours étudiés tendent alors à déposséder les modèles de référence de leur capacité à contrevenir aux normes genrées légitimes, limitant de fait les transgressions des frontières conventionnelles du genre.

Dans une dernière partie, pour achever cette analyse des représentations du genre dans les rubriques culturelles, nous verrons en quoi les magazines masculins étudiés, en plus de naturaliser des normes conventionnelles du masculin et du féminin, participent d'une invisibilité des rapports sociaux de sexes effectifs dans le monde réel.

III. L'invisibilité normalisée des rapports sociaux de sexe

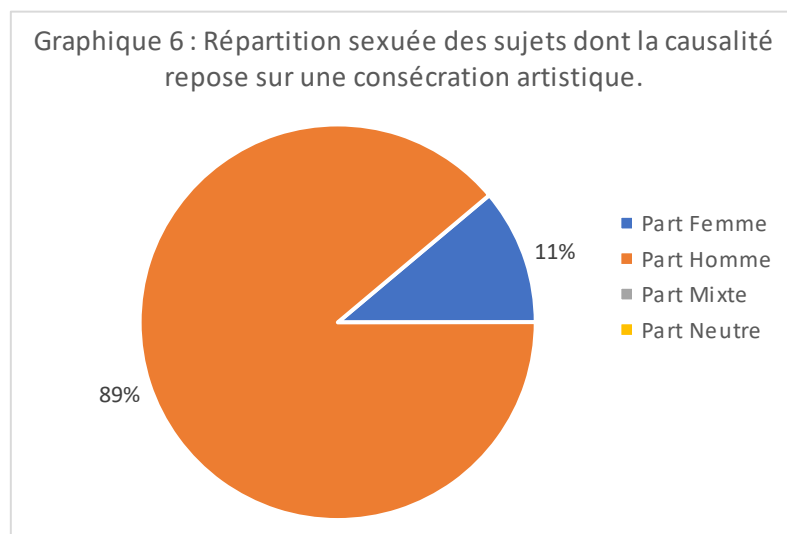
Dans le corpus, la thématisation et la catégorisation des rubriques culturelles, ainsi que les mises en scènes genrées des figures culturelles et leur rapports, participent à une naturalisation des différences et des hiérarchies entre les sexes, comme au sein des groupes masculins. Or, dans cette partie, nous verrons que cette naturalisation des rapports inégalitaires passe également par le non traitement de la question des inégalités sociales de sexes.

A. La non-information au service de la normalisation des rapports inégalitaires

Dans un premier temps, nous pouvons constater que la non représentation des femmes dans certains champs culturels n'est soumise à aucune interrogation de la part des magazines étudiés. Si le fait de cibler un lectorat exclusivement masculin pourrait éventuellement justifier le choix de privilégier des modèles de référence de même sexe, le faible périmètre accordé aux transgressions de genre ainsi que la valorisation des cadres normatifs du masculin conventionnel montre que cette démarche éditoriale participe à une normalisation de l'invisibilité du féminin dans certaines pratiques. La reproduction, dans la mise en scène des figures culturelles, de la catégorisation et de la hiérarchisation des différences genrées, systématise également l'attribution de certaines pratiques à des univers exclusivement masculins.

En outre, l'analyse des causalités des différents articles étudiés – soient les éléments qui justifient le traitement journalistique d'un sujet à un moment spécifique – montre que proportionnellement, les hommes sont plus souvent représentés pour leur consécration artistiques (38% des hommes représenté le sont au regard d'une récompense) que les femmes (20%). Ainsi, 89% des articles du corpus dont la causalité repose sur une consécration artistique ont pour sujet un homme (*Cf. Graphique 6*).

Ici encore, si les magazines n'interrogent jamais cette répartition inégalitaire, la sur-représentation des consécration artistique des hommes vient normaliser une inégalité bien réelle du secteur culturel⁹⁷.



L'invisibilité des rapports sociaux de sexe est également présente à travers la non mise en scène de certaines figures culturelles. Dans *The Good Life* (n°33), un articles intitulé « *Sol Leon et Paul Lightfoot, éloge de la fragilité* », présente un couple de chorégraphes, présenté dans le chapô comme un duo professionnel (« *couple dans la vie comme à la scène* »). Or dans le texte, Sol Léon (la femme) n'est jamais évoquée qu'à travers le duo qu'elle forme avec Paul Lightfoot (« *leur nouvelle création* », « *ils signaient* », « *leur maître* »...), là ou se dernier est directement mis en scène à travers des citations (« *Dès que j'ai franchi le seuil [...], j'ai su que c'était un endroit différent, raconte Paul Lightfoot, ...* »). Aussi, si cette mise en discours n'est pas forcément réfléchi dans le sens d'un effacement de la figure féminine, elle participe néanmoins à représenter des rapports inégalitaires de genre, qui plus est au sein d'un couple femme/homme.

Enfin, en sélectionnant des magazines masculins publiés entre janvier et juillet 2018, ce corpus s'ancre dans une période qui suit l'affaire Weinstein, *Me Too* ou encore *Balance ton porc*, et les débats médiatiques qui en ont découlé. Or un seul article dans l'ensemble des rubriques culturelles étudiées évoque ce fait d'actualité culturelle et social, ancré dans les problématiques des rapports sociaux de sexe.

97 - Ministère de la Culture et de la Communication - *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication*, Paris, Mars 2014, p.10 : « On compte seulement une femme réalisatrice parmi les 51 Palmes d'Or décernées depuis 1970 et, 4 réalisatrices seulement ont été lauréates du César du meilleur film sur 39 prix décernés. Dans le livre, parmi les quelques 700 lauréats des principaux prix littéraires décernés depuis 1900, 140 sont des femmes, soit 23% des lauréats. Cette part ne progresse que depuis très récemment. »

B. Cas particulier : l'après Weinstein selon *Lui* (n°40)

Écrit entièrement en blanc sur fond noir, l'article est intitulé « *Hollywood, les femmes se tapent l'affiche* ». Dans le langage commun, « se taper l'affiche » renvoie à la honte ou la gêne de s'être fait remarqué, en public, généralement de manière négative. L'idiome utilisé ici, donne alors son ton ironique à l'article, qui dénote de l'ensemble des textes du corpus.

En effet, le texte, qui traite de l'industrie cinématographique hollywoodienne « *six mois après Weinstein* », revêt une forme et un fond particulier, pour le magazine, dénonçant et interrogeant les logiques qui régissent l'augmentation du nombre de femmes sur les écrans et à la réalisation depuis les six derniers mois.

Dans un premier temps, la journaliste explique ainsi « *que les femmes sont la priorité numéro un et que leur accès à des prérogatives autrefois toutes masculines s'imposent* ». Elle dresse également la liste des blockbusters, « *genre historiquement dévolu aux hommes* », qui devraient être confiés à des réalisatrices en 2018. L'article, souligne ainsi la répartition inégalitaire des postes de réalisation qui s'opérait jusqu'ici au sein de l'industrie cinématographique américaine.

Par la suite, le texte s'emploie à expliquer les intérêts économiques qui se jouent derrière l'augmentation des femmes, actrices ou réalisatrices, sur les plateaux de cinéma : « *Hollywood a surtout constaté que le cinéma d'action porté par des femmes pouvait être lucratif* », et la journaliste d'ironiser « *Il n'en fallait pas plus pour convaincre les magnats de miser sur "le sexe faible" qui, ancien facteur à risque dans leurs esprits rétrogrades, devient une juteuse cash machine, devant et derrière la caméra* ».

Enfin, l'ensemble de la deuxième page de l'article consiste à expliquer, à force de citations, les combats menés par les actrices activistes de cette industrie hollywoodienne, le rôle joué par les actrices et réalisatrices dans l'évolution des personnages féminins représentés ainsi que les risques que « *sans dirigeantes et dirigeants impliqués, les bonnes résolutions [soient] glissées sous le tapis* ».

L'article, écrit par une femme, donne ainsi la parole à un homme, à des femmes, dénonce et interroge « *le sexisme à Hollywood* » et les représentations de femmes au cinéma... au cœur d'un magazine masculin dont on a vu, qu'il reproduisait, systématiquement, des représentations genrées basées sur la différenciation et la hiérarchisation de sexes.

Aussi, *Lui*, en s'attaquant aux questions du sexisme dans l'industrie cinématographique outre Atlantique, est à la fois le seul magazine du corpus à évoquer des problématiques liées aux rapports sociaux de sexe, mais également un magazine parmi tous ceux du corpus à ne pas aborder les problématiques sexistes du secteur culturel français, ni interroger ses propres représentations du genre.

CONCLUSION

Au terme de cette étude, les pratiques culturelles et plus précisément leurs représentations dans la presse magazine masculine, apparaissent presque toujours comme des espaces symboliques dans lesquels se construisent des identités sociales de sexes inégalitaires.

Une première étude conceptuelle nous a permis d'établir que le genre en tant que construit social, culturel et historique, reposait sur un processus de naturalisation des différences entre les sexes, une logique binaire et un principe de hiérarchisation des caractères attribués aux hommes et aux femmes, induisant la mise en œuvre de rapports sociaux inégalitaires.

Nous avons alors constaté que le genre en tant que partie prenante du processus de construction identitaire des individus, s'exprimait, entre autre, à travers la mise en œuvre de pratiques culturelles différenciées. Nous nous sommes alors interrogés sur les instances de socialisation participant à la catégorisation symbolique et pragmatique des loisirs culturels, ce qui nous a permis d'appréhender les médias et la presse magazine genrée comme vecteurs de cadres normatifs structurant les identités de genre.

En outre, les transgressions des normes du genre dans les pratiques culturelles nous sont apparues comme des moyens de déconstruire les frontières symboliques entre les sexes, d'abolir la catégorisation genrée et par conséquent, de défaire les rapports domination inter-genres et intra-genre. Nous avons alors constaté que les femmes étaient plus propices à mettre en œuvre des mécanismes de transgression que les hommes.

Nous avons donc cherché à comprendre en quoi les magazines masculins, en tant que producteurs de discours structurant les imaginaires collectifs et les identités de genre, participaient à limiter les transgressions des frontières du genre masculin. Plus particulièrement nous avons cherché à établir les définitions de la culture que proposaient ces médias et les mises en scène du genre qu'ils opéraient à travers leurs représentations.

Nous avons alors émis l'hypothèse selon laquelle la thématisation et les angles des sujets des rubriques culturelles participaient à reproduire une catégorisation genrée de ces loisirs.

L'étude de ces rubriques nous a permis de confirmer cette hypothèse et de révéler des procédés relevant d'une personnification et d'une personnalisation de la culture.

En reproduisant une catégorisation des pratiques et préférences culturelles aux prises avec des normes d'identification sociales et genrées, il est apparu que les magazines masculins étudiés proposaient une définition de la culture comme catalyseur des identités sociales des individus ; soit un espace de réalisation personnelle à travers lequel s'expriment des manières d'être et des rapports au monde qui constituent un individu en sujet. Or, il s'avère que la culture, dans l'espace discursif des magazines étudiés, est un univers dominé numériquement et symboliquement par des hommes dits *légitimes*.

En effet, l'analyse des discours mettant en scène des acteurs et actrices du secteur culturel a montré que les représentations véhiculées par les magazines masculins tendaient à réaffirmer une différenciation sexuée des rôles sociaux, des modes de réalisation culturels, et des caractères individuels, en faveur d'un masculin hégémonique supérieur. Cette hégémonie masculine repose sur l'idéalisation d'une virilité passée et la naturalisation d'aptitudes et qualités morales qui signent la supériorité d'un masculin légitime contemporain. Le modèle masculin de référence s'ancre alors dans un standard viril subrepticement renouvelé mais correspondant toujours à des injonctions de puissance (physique, morale, économique et sexuelle).

Cette analyse nous a ainsi permis de vérifier notre deuxième hypothèse selon laquelle les représentations des figures culturelles reposent sur des cadres normatifs conventionnels du genre, pérennisant les logiques de la domination symbolique des hommes sur les femmes, et entre eux – puisque la domination du modèle hégémonique masculin repose sur des normes strictes et répressives de genre, de classe et de race. Combinés avec des représentations restrictives voir stéréotypées des femmes, ces schémas discursifs laissent alors peu de place à la réécriture des identités sociales libérées du joug des assignations genrées.

Néanmoins, quelques cas, minoritaires, mettent en scène des figures contrevenant aux normes conventionnelles du genre. Si nous avions supposé que les transgressions n'étaient tout simplement pas représentées dans les magazines masculins, il nous a alors fallu nuancer quelque peu notre positionnement initial.

En effet les discours des magazines masculins étudiés tendent à représenter, parfois, des schémas identitaires transgressifs. A l'instar des mécanismes opérés par les individus lorsqu'ils négocient les frontières du genre, les journalistes mettent alors en place des procédés discursifs visant à réintégrer ces modèles novateurs dans des cadres normatifs conventionnels, identifiables et valorisables vis-à-vis des les lecteurs.

Ainsi, à travers une thématisation pragmatique, une valorisation systématique de modèles masculins hégémoniques conventionnels, une reproduction des assignations traditionnelles du féminin, une réaffirmation des normes genrée établies visant à masquer les transgressions, et, enfin, une normalisation de l'invisibilité des rapports sociaux de sexe, les discours de la presse magazine masculine contraignent la possible ouverture des frontières du genre dans les pratiques culturelles.

Ce mémoire met ainsi en exergue des représentations genrées, limitées et peu diversifiées des préférences culturelles et de leurs acteurs et actrices, dans les rubriques dédiées de la presse magazine masculine. Il confirme alors que la culture, dans ses représentations médiatiques à destination des hommes, est un biais de normalisation et de réaffirmation des identités conventionnelles de genre. Les magazines masculins reproduisent des schémas sociaux et des mécanismes d'identifications à des groupes (de genre, de classe, d'âge) qu'ils considèrent encore majoritaires au sein de leurs lectorats. Peut-on parler de marketing inversé ? Qui du lecteur ou du magazine, influence l'autre ?

Certains cas particuliers et minoritaires ont montré que d'autres représentations étaient possibles, et que certains discours tendaient subtilement à réécrire ces cadres normatifs. Ont-ils perçus, avant les autres, la potentialité d'un équilibre social renouvelé ? L'égalité, qui semble aller de paire avec la déprise des déterminants sociaux sur nos choix personnels, est-elle possible sans un réel engagement médiatique en ce sens ?

Un corpus plus important d'étude permettrait d'aller plus loin et aurait pu apporter une pertinence encore meilleure à ces réflexions. De même confronter ces analyses à des études similaires dans la presse magazine féminine, afin de comparer les orientations culturelles valorisées dans les instances médiatiques genrées, aurait été une piste digne d'intérêt.

Enfin, une suite particulièrement intéressante à ces analyses et aux réflexions qu'elles soulèvent, pourrait consister en une étude concernant la réception de ces discours par les publics, afin de mettre nos résultats en perspective avec leurs pratiques et préférences culturelles effectives.

REMERCIEMENTS

En premier lieu, je tiens à remercier Eva-Marie Goepfert, ma directrice de mémoire, pour ses conseils pertinents et son accompagnement dans la rédaction de ce mémoire.

Je souhaite également remercier l'ensemble de l'équipe pédagogique du Master DPACI, pour leurs enseignements qui m'ont permis de développer connaissances et réflexion.

Plus particulièrement, je tiens à remercier Camille Jutant, pour son suivi, ses conseils et sa patience.

Elle a su m'orienter justement vers Stéphanie Kunert, que je remercie également pour m'avoir guidée dans mes lectures.

Enfin, pour leur soutien sans faille, leurs relectures attentives, et nos échanges avisés, je remercie très sincèrement Thomas Murena, mon éternel complice, et Frédéric Audibert, mon père.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles scientifiques :

- ALBENGA V., HATZIPETROU-ANDRONIKOU R., MARRY C., ROHARIK I. - « Pratiques musicales des amateurs à l'âge adulte : emprise ou déprise du genre ? » dans OCTOBRE S. (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp. 101-124.
- ALMAR N., CANTACUZÈNE R., LEFAUCHEUR N. - « Pratiques culturelles, production des identités et questionnement des frontières de genre » dans OCTOBRE S. (dir.) *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp. 75-99.
- BADINTER E. - *XY, de l'identité masculine*, Paris, Éditions Odile Jacob, 1992, pp. 19-24
- BARDELOT E. - « La "nouvelle presse masculine". Ou le renouvellement d'un champ de la presse magazine en France, *Réseaux* 2001 vol.1, n°105, p.164.
- BONI-LE GOFF I. - « Corps Légitime » dans Rennes J. (dir.), *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris, La Découverte, 2016, pp. 159-169.
- BOURDIEU P. - *La Domination Masculine*, Paris, Seuil, 1998, 134 p.
- BOYER H.- « Stéréotype, emblème, mythe. Sémiotisation médiatique et figement représentationnel. » *Mots. Les langages du politique*, 88, [en ligne], 2008
- BRUNO A. - « Judith Butler et la fabrique discursive du sexe », *Raisons politiques*, vol.4 n°12, 2003, pp. 99-121.
- BUSCATTO M. - « La Culture c'est (aussi) une question de genre », dans Octobre S. (dir.), *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp.125-142.
- BUTLER J. - *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité* [1990], Paris, La Découverte, 2005, 294 p.
- CHARAUDEAU P. et MAINGUENEAU D. (dir.) - *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris, Seuil, 2002, 672 p.
- CHARON J.M. - « La presse magazine. Un média à part entière ? », *Réseaux* 2001, vol.1, n°105, pp. 53-78.
- CORBIN A., COURTINE J.J., VIGARELLO G. (dir.) - *Histoire de la virilité, Tome 2 : Le triomphe de la virilité. Le XIXe siècle*, Paris, Seuil, 2011, 504 p.
- CORBIN A. COURTINE J.J. VIGARELLO G. (dir.) - *Histoire de la virilité, Tome 3 : La virilité en crise ? XXe-XXIe siècles*, Paris, Seuil, 2015, 592 p.
- CREISSELS A. - « Mythe/métamorphose » dans Rennes J. (dir.) *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris,

La Découverte, 2016, pp.390-399

COULANGEON P. - *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte, 2016 [2005], 125 p.

DAFFLON NOVELLE A. - « Identité sexuée : construction et processus », dans Dafflon Nouvelle A. (dir.) - *Filles garçons, socialisations différenciées ?*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2006, 399 p.

DÉTREZ C. - « Des *shonens* pour les garçons, des *shojos* pour les filles ? Apprendre son genre en lisant des mangas », *Réseaux*, vol.168-169, n°4, 2011, pp.165-186 ;

DÉTREZ C., PILUSO C. - « La culture scientifique, une culture au masculin ? » dans Octobre S. (dir.), *Questions de genre, question de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp.27-51.

DONNAT O. - « La féminisation des pratiques culturelles », *Développement Culturel*, Ministère de la Culture et de la Communication – DEPS, 2005.

DUPUIS-DÉRI F. - « Le "masculinisme" : une histoire politique du mot (en anglais et en français) », *Recherches féministes*, n°2, vol.22, 2009, pp.97-123.

DUPUIS-DÉRI F. - « Le discours de la "crise de la masculinité" comme refus de l'égalité entre les sexes : histoire d'une rhétorique antiféministe », *Cahiers du Genre*, 1, n°52, 2012, pp. 119-143.

GERSTLÉ J. - *Sociologie des Médias, Encyclopædia Universalis* [en ligne], 12 p.

GREIMAS A.J. - *Sémantique structurale : recherche et méthode*, Larousse, 1966.

HÉRITIER F. - « 7. La valence différentielle des sexes », dans Maruani M. (dir.) *Femmes, genre et sociétés. L'état des savoirs*, Paris, La Découverte, 2005, pp. 52-56.

JUILLIARD V. :

- *De la presse à Internet, la parité en question*, Paris, Lavoisier, coll. « Traitement de l'information », 2012, 286 p.

- « Éléments pour une "sémiotique du genre" », *Communication et langages*, Septembre 2013, n°177, pp. 59-74.

- « Un mode d'appropriation des *gender studies* par les sciences de l'information et de la communication : la sémiotique du genre », *Questions de communication* [En ligne], 25, 2014, mis en ligne le 01 juillet 2016, consulté le 01 janvier 2018.

JUILLIARD V. et OLIVESI A., « La presse écrite d'information : un média aveugle à la question du Genre », *Sciences de la société*, n°83, 2011, pp. 36-53

KHELIFA I. - *Mâles d'hier, hommes d'aujourd'hui*, Paris, Seuil, 2018, 133 p.

KIMMEL M. S. et MESSNER M. A. - *Men's Lives*, New York, Macmillan, 1989, 586 p.

- KUNERT S. - « Stratégies de légitimation et configurations discursives de la "cause des hommes" », *Études de communication*, vol. 48, n°1, 2017, pp. 91-110.
- SAINT-MARTIN L. - *Postures Viriles, ce que dit la presse masculine*. Montréal, Les éditions du remue-ménage, 2011, 183p.
- MACÉ E., RUI S. - « Avoir vingt ans et "faire avec" le genre, Call of Duty et Desperate Housewives, métaphores de l'asymétrie », dans Octobre S. (dir.) - *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, pp.53-73.
- MICHARD C. - « Genre et sexe en linguistique : les analyses du masculin générique ». dans CAPITAN C. et VIOLLET C. (dir.) - *Mots*, n°49,1996, pp. 29-47
- MOLINIER P. - « Virilité défensive, masculinité créatrice », *Travail, genre et sociétés*, vol. 3, n°1, 2000, pp. 25-44
- MONNOT C. - *De la harpe au trombone. Apprentissage instrumental et construction du genre*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. « Le sens social », 2012, 228 p.
- OCTOBRE S. :
- *La fabrique sexuée des goûts culturels, Construire son identité de fille ou de garçon à travers les activités culturelles*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, 12 p.
 - « Présentation. Le genre, la culture et l'enfance », *Réseaux*, vol.4, n° 168-169, 2011, pp. 9-22.
 - « Du féminin et du masculin. Genre et trajectoires culturelles », *Réseaux*, vol.4, n°168-169, 2011, pp. 23-57.
 - (dir.) - *Questions de genre, questions de culture*, Ministère de la Culture – DEPS, 2014, 150 p.
- OLIVESI A., - « Dire le genre dans la presse magazine féminine et masculine », *GLAD!* [En ligne], 02 | 2017, mis en ligne le 01 juin 2017.
- PASQUIER D. - « Les "savoirs minuscules". Le rôle des médias dans l'exploration des identités de sexe », *Éducation et sociétés*, vol.2, n°10, 2002, pp.35-44.
- RENNES J. (dir.) - *Encyclopédie Critique du Genre*, Paris, La Découverte, 2016, 740 p.
- VERÓN E. :
- « L'analyse du "contrat de lecture" : une nouvelle méthode de positionnement des supports de presse », dans *Les médias. Expériences, recherches actuelles, applications*. Paris, IREP, 1985.
 - « La "réalité", les média et la démocratie. », *Cahiers d'Argentine*, Service Culturel de l'Ambassade de la République Argentine, 1994, pp. 10-11.

Articles de presse, documents d'information :

BONACOSSA C. - « Béline Dolat (GQ) : au cœur des hommes », *Stratégies* [en ligne], 13 décembre 2017, consulté le 02 août 2018.

JALOU MÉDIA GROUP – *Médiakit l'Officiel Hommes*, 2013.

Études statistiques :

CENTRE NATIONAL DU CINÉMA ET DE L'IMAGE ANIMÉE (CNC) – *Les pratiques de consommation de jeux vidéos des Français*, TNS Sofres, 2014, 22 p.

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION – *Pratiques culturelles des français*, Paris, Département des Études et de la Prospective (DEPS), 2008.

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION – *Observatoire de l'égalité entre femmes et hommes dans la culture et la communication*, Paris, Mars 2014.

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION – *Chiffres clés, statistiques de la culture et de la communication 2018*, Paris, Département des Études et de la Prospective (DEPS), 2018, 288 p.

MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION – *L'emploi dans le secteur culturel*, Série « *Données de cadrage* », Paris, Département des Études et de la Prospective (DEPS), n°31, février 2004, 35 p.

Conférence :

BUSCATTO M. - *Le genre fait-il la différence ? Les pratiques culturelles des enfants et des adolescents à l'épreuve du genre*, Campus Condorcet - Espace Fraternité, Aubervilliers, France Culture, juin 2015.

ANNEXES

1. Grille type d'analyse qualitative : cette grille a été appliquée à chaque article du corpus, (présentés ci-après)

Date, publication	
Contexte particulier	
Thème (annoncé → identifié)	
Contenu (sujet de l'article)	
Titre	
Référence à l'auteur.e	
Forme d'écriture inclusive	
Structure et organisation du texte	
Modalisation du sujet énonciateur (apparaît-il ou non, le sujet s'exprime-t-il directement ou à travers le prisme du magazine?)	
Citations (qui et à propos de quoi?)	
Relation à l'allocutaire (modalités d'énonciation : déclaration, question, ordre, exclamation etc.)	
Ton de l'énonciateur (ironique, empathique, agressif, etc.)	
Marqueurs axiologiques de l'énonciateur (expression de valeurs esthétique, morale, éthique, vis-à-vis de l'énoncé)	

<p>Identification du sujet (comment est-il identifié dans le texte ? identités nominales, H/F ; présentation...)</p>	
<p>Qualificatifs (comment le sujet est-il caractérisé ? attributs, valeurs rattaché.e.s au sujet) Positif/Négatif</p>	
<p>Analogies / comparaisons</p>	
<p>Sujets secondaires identifiés autour du sujet (quels sont les autres thématiques ou personnes identifiées dans le texte?)</p>	
<p>Action (identité narrative, fait présenté, qu'est-ce qui est mis en récit ? Verbes d'action utilisés)</p>	
<p>Causalité (justification de la présentation de tel ou tel sujet)</p>	
<p>Images et légendes</p>	

2. Tableaux d'analyse quantitative :

2.1 – Occurrence et répartition genrée des sous-thèmes selon les thèmes :

Musique							
Sous Theme	Occurrence	Représentation	Part Femme	Part Homme	Part Mixte	Part Neutre	Total
Rap	7	70%	0%	100%	0%	0%	100%
Electro	1	10%	0%	100%	0%	0%	100%
Alternative	1	10%	0%	100%	0%	0%	100%
Pop Rock	1	10%	0%	0%	100%	0%	100%
Total Musique	10	100,00%	0%	90%	10%	0%	100%

Lire par exemple : Dans le thème musique, le sous-thème rap apparaît 7 fois, il représente 70% du thème musique du corpus ; il est composé de 100% d'articles présentant un homme, acteur du secteur culturel.

Cinéma							
Sous Theme	Occurrence	Représentation	Part Femme	Part Homme	Part Mixte	Part Neutre	Total
Film d'action	5	50%	20%	80%	0%	0%	100%
Comédie romantique	1	10%	0%	100%	0%	0%	100%
Non spécifié	2	20%	0%	100%	0%	0%	100%
Industrie cinématographique	1	10%	0%	0%	100%	0%	100%
Cinéma indé	1	10%	100%	0%	0%	0%	100%
Total Cinéma	10	100,00%	20%	70%	10%	0%	100%

Littérature							
Sous Theme	Occurrence	Représentation	Part Femme	Part Homme	Part Mixte	Part Neutre	Total
Essai	1	20%	100%	0%	0%	0%	100%
Polar	2	40%	0%	50%	0%	50%	100%
Roman	2	40%	50%	0%	50%	0%	100%
Total Littérature	5	100,00%	40%	20%	20%	20%	100%

Spectacle vivant							
Sous Theme	Occurrence	Représentation	Part Femme	Part Homme	Part Mixte	Part Neutre	Total
Stand Up	1	25%	100%	0%	0%	0%	100%
Concert	1	25%	0%	100%	0%	0%	100%
Danse	2	50%	0%	50%	50%	0%	100%
Total Spectacle vivant	4	100%	25%	50%	25%	0%	100%

Art							
Sous Theme	Occurrence	Représentation	Part Femme	Part Homme	Part Mixte	Part Neutre	Total
Art contemporain	1	50%	0%	100%	0%	0%	100%
Art moderne	1	50%	0%	100%	0%	0%	100%
Total Art	2	100,00%	0%	100%	0%	0%	100%

Jeu Vidéo							
Sous Theme	Occurrence	Représentation	Part Femme	Part Homme	Part Mixte	Part Neutre	Total
Non spécifié	1	100%	0%	0%	0%	100%	100%
Total Jeu Vidéo	1	100,00%	0%	0%	0%	100%	100%

2.2 – Analyse croisée de la causalité et du genre :

Causalité par genre

Causalité	Occurrence	Représentation	Part Femme	Part Homme	Part Mixte	Part Neutre	Total
Production artistique	8	25%	25%	50%	25%	0%	100%
Consécration artistique	9	28%	11%	89%	0%	0%	100%
Actualité	4	13%	25%	50%	0%	25%	100%
Notoriété	5	16%	0%	100%	0%	0%	100%
Débat public	3	9%	0%	33%	33%	33%	100%
Autre	3	9%	33%	33%	33%	0%	100%

Lire par exemple : Dans le corpus, 8 articles entretiennent un rapport de causalité avec une production artistique (la sortie d'un album, ou d'un livre, par exemple), ce qui représente 25% du corpus ; 25% de ces articles concernent la production artistique d'une femme, 50% concernent la production artistique d'un homme.

Genre par Causalité

Genre	Occurrence	Représentation	Part Production artistique	Part Consécration artistique	Part Actualité	Part Notoriété	Part Débat public	Part Autre	Total
Homme	21	66%	19%	38%	10%	24%	5%	5%	100%
Femme	5	16%	40%	20%	20%	0%	0%	20%	100%
Mixte	4	13%	50%	0%	0%	0%	25%	25%	100%
Neutre	2	6%	0%	0%	50%	0%	50%	0%	100%
Total	32	100%							

Lire par exemple : Dans le corpus 21 articles ont pour sujet un homme, ce qui représente 66% du corpus. 19% de ces articles sont justifiés par une production artistique, 38% par une consécration artistique, 10% par un fait d'actualité, 24% par la seule notoriété de l'acteur culturel, etc.

3. Corpus :

Organisation du corpus :

GQ : n°117 (31 janvier 2018)

- Donald Glover, rires et chansons

n° 118 (28 Février 2018)

- Alicia Vikander, une Lara Croft à toute épreuve ?

- Pop, La revanche des gentils

- Ce que je sais... Par Luca Guadagnino « le cinéma doit vous mettre KO »

- La Marque Orel

n° 119 (28 Mars 2018)

- Siri Hustvdt : « J'ai souvent eu le mauvais corps »

- Le rap français, c'est comme une chanson populaire !

- Pourquoi Spielberg est resté fan des années 80

- Le retour du polar militant (et vénère)

- Jean-Paul Belmondo, une légende française

N°120

- Jeff Goldblum « le faux m'a rendu plus vrai »

- 120 min...Nora Hamzaoui, la dame de pique

- Toi aussi devient un écrivain riche et célèbre !

L'Officiel Hommes : n°55 (5 Avril 2018)

- M. WILLIAM MOULTON MARSTON

- M. DAVID ZWIRNER

- M. DIPLO

- Le pays où naissent les mégatournées

n°57 (30 juillet 2018)

- Le jeu vidéo intronisé 10^e art ?

- DAVID BYRNE EN PREMIERE LIGNE

- M. JOAQUIM PHOENIX

Lui : n°39 (Mars 2018)

- Nouvelle Génération – Killason
- Nouvelle Génération – Laetitia Loreni
- Hollywood, les femmes se tapent l'affiche

n°40 (Juin 2018)

- Nouvelle Génération : Fiona Godivier
- Nouvelle Génération : Yung Beef
- Le cinéma est mort, vive le cinéma !

The Good Life : n° 32 (février 2018)

- Radhouane El Meddeb, Rébellion pudique
- Le Son de The Good Life : The Good Playlist

n°33 (Mai 2018)

- Sol Leon et Paul Lightfoot, éloge de la fragilité
- Le Son de The Good Life : The Good Playlist

Daron : n°2 (décembre 2017)

- Gamers de pères en fil(le)s

Causeur : n° 58 (5 Juin 2018)

- Albert Simonin, tonton flingueur du polar
- Le journal de l'ouvreuse, La Battle de Berlin.



Culture



Donald Glover, rires et chansons

Star de la télévision américaine, Donald Glover multiplie les casquettes : il présente la deuxième saison de sa série *Atlanta* et son album de rap est nommé aux Grammy Awards. Portrait d'un slasher à prendre au sérieux.

Par Étienne Meunier



Donald Glover, et ses Ernest Marks, et ses acolytes dans la série *Atlanta*.

QUAND CE NUMÉRO sera imprimé, Childish Gambino aura peut-être surclassé Jay Z et Lorde aux Grammy Awards, dans la catégorie « album de l'année ». Puis, Donald Glover (son vrai nom) verra la série qu'il a créée, *Atlanta*, entamer sa deuxième saison sur la chaîne FX après avoir été récompensée de quatre prix aux Emmy Awards l'an passé. S'il reçoit tant d'honneurs, le travail bi-céphale de Glover ne se laisse pourtant pas facilement étiqueter. « C'est parfois dur de manœuvrer entre les deux mais ça me rend plus libre, confie-t-il à une radio américaine. Si j'étais juste un rappeur

normal, on ne m'aurait pas laissé monter ma propre série. »

ÉLEVÉ EN GEORGIE, Donald démarre sa carrière en 2005 en écrivant pour *30 Rock*, une des plus importantes séries comiques du moment, puis en jouant dans une autre, non moins géniale, *Community*. Il y pratique un humour de black ward mal à l'aise mais mignon. Il poursuit en sortant des mixtapes dont le son se situe entre Drake et Kanye West. Sans conquérir immédiatement l'ensemble du public rap, il séduit néanmoins une fanbase solide, qui apprécie d'autant plus ses spectacles de stand-up et ses apparitions sur le petit et le grand écran. En

2016, il rompt la malédiction du comédien qui se lance dans la musique et passe le cap du comique désireux de se lancer dans des histoires plus sérieuses. Son album *Awaken, My Love!*, hommage contemporain à une soul seventies pleine de pulpe, et *Atlanta*, sa série douce-amère, rencontrent un succès massif. Désormais les choses roulent. En 2017, on a vu Donald dans *Spider-Man : Homecoming*. Et en mai prochain, on le croquera dans *Solo*, le sequel de « Star Wars » sur la jeunesse de Han, dans lequel il jouera Lando. La force est avec lui !

ATLANTA SAISON 2 EN VOIE DE DÉBUTER. DONALD GLOVER ET ERNEST MARKS EN TÊTE DE LA MARCHÉ.

ROBERT ANSCREFF/GETTY IMAGES/MARKS / BRISSE



Alicia Vikander, une Lara Croft à toute épreuve ?

Dans le nouveau *Tomb Raider*, l'actrice suédoise campe une héroïne moins voluptueuse qu'Angelina Jolie, mais plus dessinée. Et pour ça, elle a tout donné.

Par Alexandre Loserges

IL N'A FALLU QUE SEPT MOIS à Alicia Vikander (*Ex machina*, *The Danish Girl*, *Agents très spéciaux*) pour devenir Lara Croft. « Tout a commencé en juin 2016, explique son coach Magnus Lygdback. Après une première rencontre avec Alicia, je lui ai envoyé des vidéos comprenant un programme d'exercices de cardio intensifs mais fractionnés, pas plus de cinquante minutes par jour, découpés en cycles : pompes, abdos, haltères. C'était une élève très consciencieuse qui ne reculait jamais devant l'effort. » À partir d'octobre 2016, Magnus la rejoint à Londres avant de la suivre au Cap pour les derniers préparatifs avant le tournage. « Au cours de ces trois mois, nous avons augmenté peu à peu les cadences, mais jamais plus d'une heure par jour. Parfois en deux sessions, le matin et l'après-midi, en alternant cardio, escalade, MMA et boxe, dont elle allait avoir besoin pour le film. » Cet entraînement allié à un régime très protéiné à base d'œufs, de poissons et de viande a forgé son corps et déteint sur son mental. « Elle était surprenante, je la voyais progresser chaque jour, devenant de plus en plus forte tout en restant très féminine. De loin ma meilleure élève. » La preuve par quatre.

FROM RAIDER TO BOB OPELO, EN SAULE LE 14 MARS

96 GENTLEMEN'S QUARTERLY

Cinéma



DAVID MERRIN / ART - COMMERCE / RM / VISUALS UNUSUAL / ANTHONY MARRIOTT

56

Mars 2018

En 2005, Lara Croft a été désignée comme « l'héroïne humaine de jeu vidéo ayant le mieux réussi » par le Guinness des records. L'incarnation de l'archéologue par Alicia Vikander ne devait pas trahir cette prophétie.



LA TECHNIQUE

Le coordinateur de combat Grant Powell gaîdait Alicia comme un chorégraphe, ce qui convenait à l'actrice qui s'applique à pratiquer la danse classique à haut niveau au Royal Ballet de Suède dans sa jeunesse. Le travail du coach consistait alors à proposer des échauffements puis des étirements après les efforts. « Elle s'est quand même fait des sacris bleus et j'ai dû lui conseiller plusieurs fois d'arrêter de tourner pour la journée afin de ne pas se blesser. »

LA CONVICTION

« Alicia Vikander joue une archéologue courageuse et déterminée dotée de vraies aptitudes physiques, mais elle se cheminé encore, en tout cas beaucoup plus qu'Angelina Jolie », insiste Magnus Lygdback. De virage dans la psychologie du personnage, sorte de préquel des aventures de 2001 et 2003, était souhaité par Alicia, qui voulait repartir d'une page blanche. « Je devais lui donner confiance en sa force physique, afin qu'elle se glisse dans la tête de cette nouvelle héroïne. »

LA TÉNACITÉ

À défaut d'avoir la « vraie » sensibilité paltrine d'Angelina Jolie, Alicia Vikander a décidé de se sculpter un corps parfait et des abdos en béton armé. Grâce à sept mois d'entraînement et à un régime protéiné drastique, elle a pris 8 kg de muscles.

LA FORCE

Sur les vidéos de l'entraînement, chaque muscle du dos de l'actrice suédoise se dessine lorsqu'elle s'exerce aux tractions. Au moment du tournage, elle était capable de soulever son propre poids. « Ses épaules se sont élargies tout en restant gracileuses », souligne le coach, qui a dû demander aux cascadeuses Hannah Bohan et Heidi Dieksen, qui la doubleaient, de s'entraîner afin d'être « record ».

L'HOMME QUI FAIT SUER LES STARS

Le coach d'Hollywood Magnus Lygdback a façonné la musculature de nombreux héros. Deux exemples saillants.



ALEXANDER SKARSGÅRD (TARZAN, 2016)

Le coordinateur d'Wicia (True Blood, Jeopardier, Meteorobola) a offert une belle publicité au coach avec son rôle de Seigneur de la jungle à cheveux longs, pour lequel il a pris 10 kg de muscles.



GAL GADOT (WONDER WOMAN 2, 2019)

« Contrairement à Lara Croft, explique Magnus Lygdback, Wonder Woman est une capter héroïne qui se bat à l'épée - les deux arts de service de Gal dans l'armée israélienne sont en vers à aboz. »



Non, ce barbu n'est pas le fils de Denis Roussos, mais Simon Siméon.

Pop : la revanche des gentils

Deux Français timides et chevelus bousculent les codes de la **chanson** modeste et raffinée.

Chronique d'une petite révolution musicale à bas bruit. Par Étienne Menu

DÉPIS LES PREMIERS disques de M- et de Philippe Katerine, les chanteurs mignons, fragiles et un peu fous sont devenus une spécialité française. Côté mainstream, Julien Doré a ainsi exploité sans pitié le filon « décalé » avant de se transformer en motard barbu dévorant le macadam californien. Chez les talents moins opportunistes, le cliché du gentil loser qui bricole ses petites chansons dans sa chambre de bonne semble enfin se dissiper. En témoignent ce mois-ci deux merveilleux disques. D'abord celui de Barbaggio, chanteur et batteur toulousain qu'on a croisé à bord du vaisseau psychédélique Aquaserge et qui signe sur son deuxième album des chansons pop faussement timides et pas si simples que ça. « Je dirais que ma musique est ambitieuse car

elle va là où on a souvent peur d'aller, au cœur des émotions humaines, de leur complexité », confie-t-il. Simon Siméon, alias Chaton, est quant à lui un Parisien dont le nom de scène peut laisser perplexe, même s'il s'agit juste du surnom que lui donna sa copine. Selon lui, « il y a quelque chose de très coquille à montrer sa fragilité ». Sous une abondante pilosité, ce trentenaire aux textes introspectifs et sans fausse pudeur a écrit et composé pendant des années pour des stars de la chanson francophone. Aujourd'hui, il sort un disque attachant et détaché des standards, qui montre une incontestable assurance sonore : autotune millimétré, rythmiques reggae futuristes, dépeuplement synthétique proche de Christophe ou de Salsolo. La leçon à retenir de ces deux albums ? Ce n'est pas parce qu'on est hyper sensible qu'on ne peut pas être hyper ambitieux.

PRÉFÈRE, DE CHATON (SIRIUS), SORTIE LE 2 MARS. JAMES DANS LES ALIÈNES, DE BARBAGGIO (SIRIUS), SORTIE LE 2 MARS.



Barbaggio. L'enchanteur de la pop-male.

50



Timothée Chalamet, 25 ans, révélation du film et pépète en devenir.

L'art de raconter l'invisible. En se plongeant dans ses films, on a l'impression que tout est plus simple, plus visible. Tout comme Proust, d'ailleurs. J'en rêve de faire un film à partir de *La Recherche* pour prouver à tout le monde combien ce livre est universel. Proust et Rohmer sont bien plus que des artistes, ce sont des guides pour apprendre à vivre.

Ce que je sais... par Luca Guadagnino "Le cinéma doit vous mettre KO"

Réalisateur de *Call Me By Your Name*, surprise des Oscars, Luca Guadagnino œuvre pour un cinéma qui bouscule et nous rend meilleurs.

Par Romain Cros

L'ART DONT LES HOMMES ONT BESOIN

Le cinéma, c'est ma vie. Je crois que c'est l'art dont on a le plus besoin, celui qui vous prend par surprise et vous met KO. Quand je vois les larmes du public à la fin de *Call Me By Your Name*, je sais pourquoi je fais ce métier. Un film doit vous sauvegarder, vous laisser une trace indélébile sinon ça ne sert à rien de perdre son temps à le faire ou à le voir.

L'ÉPOQUE EST CYNIQUE, OSONS L'ÉMOTION

Je déteste la postmodernité et tout ce qui a mis un filtre entre les émotions et nous. Je crois à la sincérité. Ça fait peut-être vieux jeu, mais j'assume. C'est facile de se moquer et de tout regarder de travers. Notre époque nous fait croire qu'on est plus intelligent quand on maîtrise ses émotions. Je pense au contraire qu'on a beaucoup à apprendre de



Luca Guadagnino a notamment réalisé *A Simple Plan*, remake de *La Pêche* de Jacques Deray (1989).

ce qu'on ne contrôle pas. Sur un tournage, je ne fais confiance qu'à mon ressenti.

ROHMER ET PROUST, LES MEILLEURS DES REMÈDES

Ce sont des maîtres dont l'élégance et la justesse m'inspirent en permanence. Il y a un peu de Proust à *La plage* et du Genet de Claire dans *Call Me By Your Name*. Quand on veut filmer des émotions, on pense forcément à Rohmer, qui a

LA PATIENCE VOUS APPREND QUI VOUS ÊTES. Faire un film oblige à prendre le temps. C'est rare, à notre époque ; pratiquement un luxe. C'est pour ça que le cinéma est précieux. Toute mon enfance, j'ai rêvé de faire ce métier et je me rends compte combien mon envie de faire des films m'a appris l'obstination et la persévérance. Elle m'a donné un autre regard sur le monde et sur moi-même. Juste après avoir terminé le tournage de *Call Me By Your Name*, j'ai enchaîné sur celui du remake de *Suspense*. Tout va trop vite. J'ai besoin de retrouver du temps pour le perdre et désirer à nouveau, puis d'attendre que ça arrive. Vous connaissez ce frisson d'excitation ? Ça n'existe que si vous avez été patient et obstiné. Savoir ce que l'on veut et être capable de le recevoir, c'est être vivant ! Et c'est de ça que parlent mes films.

CALL ME BY YOUR NAME, DE LUCA GUADAGNINO, EN SALLES.

Cover

LA MARQUE

Il y a une dizaine d'années, le rappeur créait la polémique avec ses punchlines acérées. Aujourd'hui, Aurélien Cotentin, aka Orelsan, est une vraie petite entreprise à lui tout seul. Le jeune homme de 35 ans, sacré artiste masculin aux Victoires de la musique, a lancé une marque de vêtements, réalise des films, des clips... Sans jamais oublier ses origines caennaises, ni sa petite mamie.

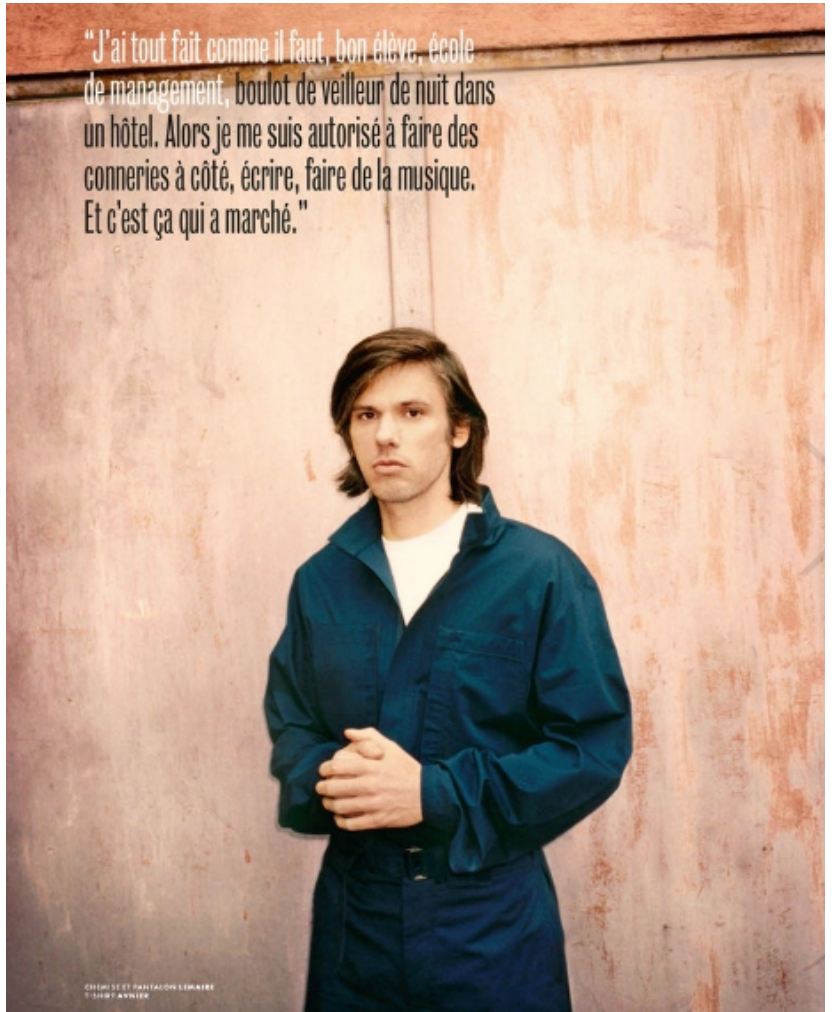
Par Pascale Nivelis, Photographies Tom Craig, Réalisation Laetitia Paul

OREL

80 GENTLEMEN'S QUARTERLY

86

"J'ai tout fait comme il faut, bon élève, école de management, boulot de veilleur de nuit dans un hôtel. Alors je me suis autorisé à faire des conneries à côté, écrire, faire de la musique. Et c'est ça qui a marché."



CHIFFONNIER PANTALON LEMAIRE
© 2014 AURÉL



l'astuce qui me simplifie le quotidien / c'est d'avoir installé le lave-linge et le sèche-linge juste à côté du dressing / Ça m'évite de traverser tout l'appartement avec les paniers de linge. » Ceci n'est pas une punchline d'Orelsan sur l'horizon ébriqué de la classe moyenne. C'est Aurélien Cotentin dans la vraie vie, qui livre ses conseils déco au magazine Côté Maison au moment d'emménager dans un loft industriel à Paris. Carreaux du métro, verrières, cactus, meubles chinés sur Le Bon Coin et canapé à franges récupéré chez sa mamie Jeannine, ses goûts parlent aux trentenaires et à ceux qui voudraient le rester toujours.

Dans son quartier, près du canal Saint-Martin, il y a du bio, des bistrots, des T-shirts à cent euros et du pain à la coupe, la vie y est chère quand on ne sait rien cuisiner sauf les pâtes. Orelsan travaille chez lui, dans un studio intégré tout en bois. Il ne va jamais au cinéma, « c'est trop long une heure et demie, j'ai besoin de faire des pauses pour analyser », et plutôt que lire, il télécharge des livres audios. Dans sa playlist, il y a Alexandre Dumas, auteur « de cuf » que ses parents, institutrice et directeur d'école, n'ont jamais réussi à lui faire lire : « C'est le roi du scénario, comment il a sorti Les Trois Mousquetaires en un an et demi ! » Lui a mis six ans à écrire son dernier album, *La fête est finie*, et s'est entouré des gros vendeurs du moment, Stromae, Maître Gims, Nekfeu, Iyeyi. « J'ai bossé. Je veux que chaque phrase ait du sens. »

Le soir, il passe un bout de film de Judd Apatow, ou un technicolor vintage de Claude Sautet, où les canapés ressemblent au sien. « J'aime trop cette époque de Sautet, je la vois comme la France. Tu vas chez tes grands-parents, tu éprouves une sorte de nostalgie. » Depuis qu'il a quitté Caen pour Paris, Orelsan vit avec sa copine, qui travaille dans la mode, et assure qu'il ne pourrait « être plus heureux ».

Petit bémol, la nostalgie justement. À 35 ans, brutalement tombé de l'adolescence dans l'âge adulte, il regarde déjà sa Normandie avec des yeux de Chimène. « L'endroit d'où tu viens, tu n'en vois que les défauts et quand tu t'en vas tu le regrettes. Maintenant que j'en suis parti, et que je suis loin de ma famille, je vois les défauts

de Paris. » Même le crachin de Caen lui manque. Il en a fait une chanson, intitulée « La Pluie » : « Julien Clerc dans l'monospace / J'freestylais dans ma tête sur le bruit des essuie-glaces / Y'a la pluie en featur'ing dans toutes mes phrases. » Dans la vie et dans ses clips, Orelsan parle avec la même voix. On l'écoute, et on l'entend rapper.

MAMIE JEANNINE

Paris en octobre. La fête est finie, son troisième album solo, a été disque d'or en moins de trois jours, et triple platine à Noël (300 000 ventes). La tournée qui a débuté en février affiche complet. Le rap est la new pop et Orelsan un chanteur très populaire, qui parle du temps qu'il fait et du temps qui passe à des générations de Français. Dans ses concerts, les 10-20 ans sont debout devant la scène, « et plus tu recules, plus l'âge monte, raconte-t-il, au dernier rang, les gens ont 60 ans ». Popstar le rappeur ? Nouveau yéyé comme on lit ça et là ? Sa musique raconte la banlieue sans la problématique des banlieues, il rappe sans les tics des rappeurs bling-bling.

« Il a parfaitement mis en scène son histoire et construit un personnage, un double de lui-même, super-héros loser », explique Renan Cros, journaliste et prof de cinéma passionné de scénario, qui compare Orelsan à Houellebecq. « C'est la voix des pavillons, de la France suburbaine, des villes qui n'en sont pas, où il y a un champ au bout de la rue et un centre commercial pour tout lieu de rencontre, estime le critique musical Saphia Fanes, sa singularité est d'être normal, il parle de tout le monde à tout le monde. » Cette France, rarement célébrée, cette « classe moyenne, moyennement classe / Où tout le monde cherche une place » comme il dit dans « La Pluie », Orelsan en vient, et l'a quittée sans la ramener. « J'ai tout fait comme il faut, bon élève, école de management, boulot de vendeur de nuit dans un hôtel. Comme j'avais atteint le but de ma vie, je me suis autorisé à faire des conneries à côté, écrire, faire de la musique. Et c'est ça qui a marché. » Ses thèmes favoris, l'ennui, la glande, les rappers sur la télé et les ciels bas sont devenus la marque du « rappeur de ...

... Caen », repéré par les critiques dès son premier album. Orelsan : « Au début ça m'a complexé, "rappeur de Caen", je ne me sentais pas légitime. Mais finalement c'est ce qui m'a donné mon style. » Sa jeunesse caennaise, on la suit dans *Comment c'est loin*, qu'il a écrit et réalisé en 2016, et que certains critiques ont comparé à d'autres films générationnels, comme *Les Valseuses* ou *Marché à l'ombre*. Une autobiographie entièrement tournée en décors naturels dans la capitale normande, starring Orelsan, son copain Gringe et sa grand-mère Jeannine. Le pitch : « Après une dizaine d'années de non-productivité, Orel et Gringe, la trentaine, galèrent à écrire leur premier album de rap », dévoile l'essentiel de l'intrigue. Tout tient aux deux héros, amis depuis dix-huit ans. « La première fois que je l'ai vu, il était lunaire, raconte Gringe, alias Guillaume Brabant. Il se promenait à Caen dans un uniforme de l'armée cambodgienne, assez

décalé. » Leur duo, les Casseurs Flowvers, a commencé à rapper pour Radio 888, servante des radios libres des années 1980. Quand ils ne ridaient pas au skatepark de Caen, ils composaient dans le garage des parents d'Orel, pas encore affublé du « son » (signe de cordialité dans le jargon oral) des mangas. « Il avait une copine, une chouette famille, il bossait pour s'acheter son matériel, se souvient Gringe, c'était un mec assez équilibré au fond, qui avait le confort affectif. » L'intelligence de ses parents, régulièrement égratignés dans les textes et les films d'Orelsan, est d'avoir compris son univers de mangas, de hip-hop, et de prozac. « La fiction est la métaphore de la vie, assure Orelsan. C'est comme Tarantino : une discussion qu'on pourrait avoir, toi et moi, n'est pas la même s'il y a un flingue sous la table. » Sous son fasteul, dans le bureau de style chic où il nous reçoit autour d'une tasse de thé vert, il n'y a

que ses pieds poliment croisés, dans des Salomon Speed Cross 4 de trailer. Orelsan n'est pas du genre à courir 170 km autour du Mont Blanc en quarante heures. C'est le trail qui est devenu streetwear.

LA PUNCHLINE DE TROP ?

L n 2016 est parue la meilleure analyse du phénomène Orelsan, signée par le cour d'appel de Versailles : « Il dépeint, sans doute à partir de ses propres tourments et errements, une jeunesse désenchantée, incomprise des adultes, en proie au mal-être, à l'angoisse d'un avenir incertain, aux frustrations, à la solitude sociale, sentimentale et sexuelle. Les propos de ses personnages sont le reflet du malaise d'une génération sans repères, notamment dans les relations hommes-femmes. » Cet arrêt venait clerc en long marathon judiciaire, débuté quand Orelsan le lunaire a fait irruption sur la scène nationale en 2008, directement par la case scandale. Dans le clip de « Sale Pute », il incarne un type qui vient de se faire plaquer et insulte sa copine : « On verra comment tu sucotes quand j'te déboulterai la mâchoire / T'es juste une truie tu mérites ta place à l'abattoir. »

Cette punchline et quelques autres aussi imagées (« J'vais te Marie-Trinitigner », dans la chanson « Saint-Valentin »...), prises au premier degré, l'ont précipité dans le grand bain. Des féministes, les partis socialistes et communistes, le Front National et la ministre du droit des Femmes ont hurlé en chœur à l'« incitation à la violence contre les femmes ». Le ciel médiatique est tombé sur la tête du Normand. Quarante concerts ont été annulés, il est resté blacklisted et l'affaire s'est prolongée devant les tribunaux.

Avec son air de Calimero biberonné au rap américain, le jeune homme alors âgé de 25 ans a défendu sa prose composée dans son garage de Caen, assurant qu'il voulait « refaire Orange Mécanique ». Sept ans plus tard, le cour d'appel a conclu que sanctionner de tels propos « reviendrait à censurer toute forme de création artistique inspirée du mal-être, du désarroi et du sentiment d'abandon d'une génération ».

Et Orelsan a changé de ton. « C'est moi qui devrais avoir des doutes parce que tu les baisses toutes / J'comprends pas pourquoi tu t'inquiètes quand tu prends du ...



60 **ENTRETIEN'S QUARTERLY**

60

Mars 2018

... poils / Pour moi, c'est ça d'pris, ça fait toujours plus de toi », chante-t-il dans « La fête est finie ». La période polémique l'a rendu célèbre, elle est derrière lui : « Je suis bien chez moi, bien en couple, je commence un nouveau cycle. »

TOUJOURS DEUX RÉVEILS

Quand il sort de chez lui, il met une casquette de baseball basique, du genre qu'il portait à la fin du millénaire dernier quand il roulait avec Gringo sur le bitume mouillé de Caen. Sur le pavé parisien, il promène son propre sigle, Avnier (contraction de « avant-dernier »), lancé il y a trois saisons avec un styliste de Lausanne. Depuis que Pharrell Williams et Kanye West ont créé leurs propres logos et des collections chez Uniqlo, A.P.C. ou Vitton, tous les rappeurs s'y mettent. Orelsan, qui promet des collaborations avec des marques plus célèbres que lui, a lancé la sienne sur Internet et dans une boutique streetwear à deux pas de chez lui, 40 euros la casquette, 120 le sweat. Soit une venteuse, ce sont surtout des femmes qui s'habillent en Avnier. « Les femmes adorent Orel, assure Gringo. Il a rencontré sa copine au moment de l'affaire "Sale Pute", les filles de notre âge ont compris ce qu'on voulait dire. »

Comme beaucoup de sa génération mid-trentenaire, Orelsan avait envie d'être son propre boss. Quand il évoque sa marque, c'est l'étudiant de l'école de management de Normandie, dont il est sorti diplômé en 2004, qui parle. Il détaille comment il applique le ratio du rap « 50 % personnalité, 50 % musique », à ses collections « capsule », dont il supervise le design, le sourcing, la production, le merchandising, la communication, perfectionniste jusqu'à tourner lui-même les vidéos de site. La case business cochée, il passe à ses autres projets, sa tournée, un nouveau film, un clip avec sa grand-mère, 87 ans, qu'il a déjà fait chanter dans Comment c'est loin.

« On va parler de lui longtemps, prophétise Benjamin Biolay. Sa chanson "Notes pour trop tard", c'est très très grande classe. Il arrive à faire rire et pas seulement avec un truc de vieux con qui explique la vie à un jeune homme. » Orelsan dans la peau d'un vieux con – comprendre proche de la quarantaine, c'est Rimbaud qui parle de sa jeunesse, « J'avais vingt ans / Je ne laisserai personne dire que c'est le plus bel âge de la vie / Tout

menace un jeune homme. » « Notes pour trop tard » commence par « Ok, j'avais ton âge y'a à peu près ton âge / Le passage à l'âge adulte est glissant dans les virages / Devenir un homme : y'a pas d'étage, pas d'attribution / Maintenant, t'es dans l'grand bain, devine comment on rage... Et se termine ainsi : « Arrête de passer la vie à fuir, angoissé par l'avenir / Parce qu'y'a rien à faire pour s'apprêter au pire... / Tu verras des gens heureux prendre un appel / Leur visage se décompose et rien n'est plus jamais pareil / Y'a rien à faire, à part être présent / Passer les plaisirs, changer les pensamentos / Le seul remède, c'est le temps. »

Ces derniers vers tournent dans la tête de son ami Kyan Khojandi, auteur de la mini-série Bref que les Trentenaires adorent. « Ça me fait pleurer, c'est tellement difficile d'être simple. » Orelsan et lui partagent « l'ennui, la réalité quotidienne, la passion du fantasme ». Et « la dépression » ajoute Kyan, « on est passés par cette case lui et moi ». En 2013, il a travaillé avec Orelsan et Gringo, sur les 120 épisodes de *Bloqués*, dif-

fusés dans le « Petit Journal » de Canal+. « Eux et moi, c'était une évidence », dit l'acteur, qui rêve de retenter l'expérience. Dans ce monument de sociologie du XXI^e siècle, par ailleurs hilarant, les deux pote, coprés-collés des rappeurs de Caen, tchatchent au ralenti, vautrés dans un canapé. Effet d'optique, selon Harry Tordjman, producteur de la série : « Orel paraît très lent à l'extérieur mais son cerveau fonctionne à mille à l'heure, c'est un grand observateur du monde, qui a toujours un temps d'avance sur son époque. » Le rappeur, qui se décrit comme un « branleur qui bosse » serait ponctuel, limite maniaque, toujours deux réveils sur sa table de nuit. Et pas du genre à compter ses heures. « Pour *Bloqués*, il arrivait à 7h15, on bossait jusqu'à 18 heures et après, il partait au montage de son film », raconte Kyan Khojandi. Dans ses clips de plus en plus sophistiqués, dans ses concerts de plus en plus chers, il continue de chanter « Taffer c'est pas un job ». Le rap est une métaphore de la vie, Orel est sur tout bien chez lui, sur le canapé de sa mamie. _____

“On va parler de lui longtemps. Il arrive à faire rire et pas seulement avec un truc de vieux con qui explique la vie à un jeune homme.”

Benjamin Biolay





Siri Hustvedt : "J'ai souvent eu le mauvais corps"

Dans *Les Mirages de la certitude*, la « vagabonde intellectuelle » autoproclamée continue de mêler les disciplines pour vanter les vertus du doute. Entretien.

Par Lisa Vignoli, Photo Paul Rousteau



ROMANCIÈRE, ESSAYISTE, FÉMINISTE, maître de conférences en psychiatrie, autodidacte en neurosciences... Siri Hustvedt publie *Les Mirages de la certitude*, un essai qui interroge l'intelligence artificielle ou encore la séparation du corps et de l'esprit. L'intellectuelle américaine au nom imprononçable offre ainsi une réflexion qui réhabilite le doute comme mode de pensée et comme hygiène de vie. Nous l'avons rencontrée lors de son passage à Paris, dans les jardins d'Actes Sud.

POURQUOI ÉCOUTER SANS CESSER LE CHAMP DE VOS SAVOIRS ?

J'ai d'abord étudié les lettres, la philosophie et l'histoire. Quand j'ai commencé à m'intéresser aux êtres humains, je me suis rendu compte qu'une seule matière ne permettait pas de les comprendre. La psychologie ne suffit pas ; la biologie ne suffit pas ; pour analyser la réalité humaine, il faut poser plusieurs questions dans plusieurs matelons. Je suis en quelque sorte contre la spécialisation.

UN EXEMPLE DES VERTUS DE VOTRE « NON-SPECIALISATION » ?

Depuis *La Femme qui tremble* (son essai sur les troubles neurologiques paru en 2010, ndr), je donne souvent des master class à des neurologues, des psychiatres. J'adore ça, car dans ce monde-là, je ne suis pas une professionnelle. Je suis un ovni et ça me permet de voir ou de dire des choses qu'eux ne peuvent pas voir ou dire car ils ne s'intéressent qu'à leur seule discipline. Je suis plus libre, je peux bousculer les idées toutes faites et apporter une image globale. Alors ils me questionnent et entendent autre chose que ce qu'ils croient.

VOUS ÉCRIREZ QU'IL N'EXISTE PAS QU'UNE SEULE VÉRITÉ, UNE SEULE RÉPONSE, ET REMPLACEZ LE DOUTE AU CŒUR DE NOS VIES.

Le statisticien anglais George Box disait : « Tous les modèles sont faux, mais certains sont utiles. » J'ai fait même cette citation. Si nous le faisons tous, le monde irait bien.

UN CONSEIL POUR PRATIQUER QUOTIDIENNEMENT CET EXERCICE SALUTAIRE ?

Où, il y a une chose très efficace : lire des essais, des théories avec lesquelles on n'est pas d'accord, qui vont contre notre propre tempérament, que l'on rejette a priori. Je me suis astreinte à cet exercice et cela change la façon dont l'esprit fonctionne. Vous verrez, celui-ci acquiert alors une flexibilité impressionnante.

IL EST AUJOURD'HUI BEAUCOUP QUESTION D'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, D'UN DES SUJETS QUE VOUS TRAITÉZ DANS CET ESSAI. PENSEZ-VOUS VRAIMENT QU'ON POURRA UN JOUR REMPLACER LE CERVEAU HUMAIN PAR UNE SUPER MACHINE ?

La robotique va faire des progrès techniques gigantesques mais nous n'aurons jamais de robots conscients comme dans les films. Ceux-ci vont pouvoir réaliser tout un tas de tâches (comme le fait un corps), mais je ne vois pas comment ils pourront ressentir (comme le fait un esprit). De un être humain est un tout. Les algorithmes peuvent nous déplacer vous et moi, mais sont incapables de programmer la façon dont nous interagissons à cet instant précis.

LE CORPS ET L'ESPRIT... VOUS ESTIMEZ QUE, MALGRÉ LE DÉBAT ACTUEL SUR LA PLACE DES FEMMES, LES REPRÉSENTATIONS TRADITIONNELLES PERSISTENT.

Depuis l'Antiquité grecque, l'esprit est masculin et le corps, féminin. Dans ma prose vie, j'ai souvent eu le mauvais corps. Mais en vieillissant, tout s'arrange. Il est plus facile d'être considérée comme un penseur à mon âge que lorsque j'étais plus jeune. Imaginez une scène toute simple : dans un cocktail, une jeune femme sublime, décolleté plongeant, coupe de champagne à la main, rit aux éclats. À l'autre bout de la pièce, deux personnes l'observent. L'un d'eux dit : « Sais-tu qu'elle vient de publier un excellent ouvrage de microbiologie à peine sortie de son doctorat ? » Instinctivement, l'autre a du mal à le croire, qu'il soit femme ou femme.

LES MIRAGES DE LA CERTITUDE (ACTES SUD), 208 PAGES, 19 €.



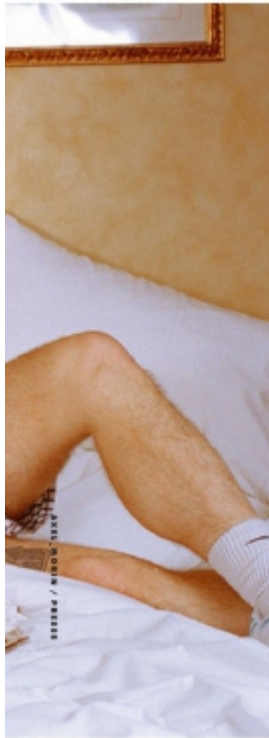
Attention à ne pas passer de Mych sur les drops.

Le rap français, c'est comme une nouvelle chanson populaire !

Rencontre avec trois jeunes Français qui se libèrent du joug américain pour réinventer la variété française. Alors, tu rappes ou tu chantes ?

Par Étienne Menu

C'EST OFFICIEL : sur les plateformes de streaming, dans les bacs, les médias et les conversations, le rap est désormais devenu la première musique de France. Nouvelle LVI de la pop hexagonale, il s'imprègne logiquement d'autres idiomes, et donc du riche et vénérable patrimoine formé par notre chanson et notre variété. D'autant plus que l'autotune, ce correcteur vocal dont les rappeurs usent et abusent, a banalisé la mélodie au sein d'un genre qui était jadis plutôt allargique. Chez certains de ces jeunes artistes qui dépassent le cadre du « simple hip-hop », on se demande même où fait le rap et où commence la chanson. GQ est donc allé poser la question à trois gars qui nourrissent leur musique de Youliz, de Brel ou de Bishung : est-ce du rap ou de la chanson ?



BERBERE / BLOUS, TEXTE

MYTH SYZER

« Au départ je ne suis ni chanteur ni rappeur : je suis beatmaker, je fais les instrumentaux sur lesquels d'autres posent leur voix. Je me suis mis à prendre le micro un peu au hasard et ça a bien fonctionné. Du coup, j'ai enregistré un disque sous mon nom où je chante sur presque tous les morceaux, et je rappe un peu aussi. J'ai des références très anglo-saxonnes, Dr. Dre, Sade, Future, mais sur mon album *Blous*, mes levités et moi ne nous exprimons qu'en français. J'ai pu chercher l'inspiration du côté de certains tubes de Voulz, Berger, Lavilliers, mais j'ai surtout voulu faire sonner le disque comme un disque français d'aujourd'hui, sans me référer à un trac spécifique de notre patrimoine variétés. Je crois que quelque chose se passe en ce moment autour du français chanté, chez la jeune génération d'artistes. Ça va de gens a priori proches de moi comme Hamza ou Muddy Monk, à un groupe de rock comme La Femme, dont la chanteuse, Aja, est présente sur un titre de *Blous*. J'ai voulu exposer tout cet engouement sur mon album. »

BLOUS (ANIMALS&BELIEFS) SORTIE LE 20 AVRIL.



HYACINTHE

« Pendant longtemps, j'ai écouté uniquement du rap français. Et puis depuis deux ans, j'en viens petit à petit à m'intéresser à des chanteurs, notamment Alain Bashung et Gérard Manesset. J'ai commencé à fréquenter des artistes qui ne venaient pas du rap, qui m'ont fait découvrir et apprécier des auteurs comme Michel Berger. C'est important pour moi car en tant que rappeur français, je ne vois pas l'intérêt de faire du rap qui reste soumis aux Ricains : je veux piocher dans notre patrimoine, m'inspirer de la langue de ces chanteurs, de leur rapport aux mots. Mais je reste un rappeur. Et je ne vais pas lâcher le style de musique et les modèles d'écriture avec lesquels j'ai grandi, comme Bobba, Saïf, Tandem ou Nessbeal. »

PARAN (WARRIAL) DISPONIBLE.



EDDY DE PRETTO

« J'ai grandi à Créteil. Chez moi, ma mère écoutait Barbara et Brel, et en bas de mon immeuble ça passait du Rohff, du Diam's, du Bobba... Je ne me définis pas comme un rappeur, même si je suis imprégné par le rap. J'essaie de ne pas appartenir à un genre. Je viens du théâtre, donc pour moi les textes et la performance passent avant tout. Ce sont toujours les mots, puis les mélodies qui me viennent en premier sur un morceau, pas les beats et la production. Quand je vois les artistes français qui émergent aujourd'hui, comme Juliette Armanet, je me dis qu'on arrive enfin à chanter notre langue. Après des années de complexes, on parvient à mettre des mots pleins de tendresse sur nos vies. »

COUS D'AMOUR (UNIVERSAL) DISPONIBLE. TOUR DE BOUTE EN EN COURSE DANS TOUTE LA FRANCE.

Pourquoi Spielberg est resté fan des années 80

Avec *Ready Player One*, Steven Spielberg filme une ode aux *eighties*, la décennie qui a tout changé. Ernest Cline, l'auteur du livre éponyme, explique les raisons de cette rétrophilie galopante.

Par Alexandre Legeron



PRODUCTION: JAMES W. WOODS
READY PLAYER ONE (2018)
DANS UN CADRE D'ÉCRAN LARGE
RÉSERVÉ À 16/9 (2:35)

40 | ENTERTAINMENT'S QUARTERLY

40

Avril 2018

Steven Spielberg et Ernest Cline, l'auteur du livre.



IL SE DÉPLACE À BORD d'une DeLorean, récite par cœur des passages du film *War Games* et réalise le meilleur score au jeu *Jempest* sur une borne d'arcade Atari. Wade Watts et son avatar Parzival, le héros du film *Ready Player One* tiré du livre d'Ernest Cline, serait-il retourné en 1983 ? Non, l'action du nouveau Spielberg se déroule en 2045, dans une ambiance post-apocalyptique. Mais c'est la connaissance encyclopédique du jeune Wade sur les années 1980 qui lui permet de participer au concours qui lui offrira peut-être 500 milliards de dollars et les clés du plus vaste univers virtuel du monde : l'Oasis. Avec cette dystopie déclinée au futur-anéleux inspirée par *Charlie et la Chocolaterie*, où le cacao serait remplacé par des jeux vidéo, Steven Spielberg réalise une ode hyper référencée aux *eighties*, la décennie qui a bouleversé la pop culture et dont il a contribué à façonner l'esthétique. « Il a fallu que je me pinçe lorsque je me suis retrouvé la première fois devant Steven Spielberg, le héros de mon enfance, raconte l'écrivain Ernest Cline, d'autant que j'ai écrit mon livre en référence aux films qu'il a réalisés ou produits, à commencer par *E.T.* et *Retour vers le Futur*. » L'auteur possède lui-même le background du proto-geek parfait : né en 1972 dans l'Ohio, fils d'exploitants agricoles, il s'est totalement identifié au jeune Luke Skywalker de *Star Wars* (épisode IV), prisonnier comme lui d'une ferme, mais sur la planète Tatooine. Pour passer le temps, le jeune Cline se passionne pour les jeux de rôles et devient accro à sa console Atari 2600. « J'ai raconté à Steven Spielberg avoir découvert dans *E.T.* que j'étais comme le héros Elliott et ses amis qui jouent à *Dungeons and Dragons*. Aujourd'hui, avec Internet, tous les fans de comics ou de films fantastiques peuvent se retrouver et échan-

ger, mais à l'époque c'était impossible, nous étions isolés. Les gens se moquaient de nous, ce n'était pas "cool" du tout d'être geek ! »

MAIS POURQUOI les années 1980 fascinent toujours autant, comme le démontre le succès de la série *Stranger Things*, l'histoire d'ados aux pouvoirs surnaturels dans une petite ville de l'Indiana entre 1983 et 1985 ? Hubert Artus, auteur de *Pop Corner*, la grande histoire de la pop culture (Seuil, 2017) apporte un élément de réponse : « Le cinéma des années quatre-vingt a réinitialisé la manière de transmettre les grands mythes et légendes par sa nouvelle façon de relier des sagas familiales à des histoires universelles, d'en faire les matrices de la grande histoire collective, grâce à des emprunts à l'imaginaire enfantin. » Avant d'ajouter que « l'ensemble de la marchandisation de la pop culture prend ses racines dans les années 80 avec l'émergence des vidéoclips, de MTV (1981) et des liens de plus en plus étroits qui se tissent entre télévision, musique et cinéma, ce que l'on ne va pas tarder à appeler le multimédia. » Ernest Cline, de son côté, insiste sur l'importance de l'invention du magnétoscope qui se répand dans les foyers américains à cette période : « Avec la VHS, il devenait possible de voir et revoir à domicile ses films préférés. C'est le début du binge watching. » Et pour découvrir le plus de films possible, Cline travaille dans un vidéoclub, exactement comme Quentin Tarantino dans ses jeunes années. ...



10 Le garage d'Ernest Cline est un véritable musée dédié aux années 1980, avec une affiche de *K 2000* et l'horvobour de *Marty McFly* de *Retour vers le Futur* (2), (3) Luke Skywalker dans *Star Wars* (1977).

... « Lorsque un film me plaisait, je commandais le script par la poste pour l'étudier, se souvient l'auteur, j'ai donc potassé les scénarios de John Hughes (*Breakfast Club*) et de Steven Spielberg. »



A 35 ANS, cet ado atterré écrit son premier scénario : *Fanboys* (2009), l'histoire d'un groupe d'amis fans de *Star Wars* qui veulent dérober à George Lucas le scénario de l'épisode 1, *La Menace fantôme*, pour le faire lire à us de leurs potes atteint d'un cancer incurable. Malheureusement, tout ne se passe pas comme prévu : le film réalisé est tellement éloigné du script original de Cline que l'auteur, fâché, décide de se plonger dans l'écriture d'un roman pour rester seul maître de son récit. Deux ans plus tard, *Ready Player One* (2018) devient un best-seller planétaire

traduit en vingt langues et dont les droits d'adaptation sont immédiatement achetés par Warner Bros et la réalisation proposée à Steven Spielberg. « Il a tellement adoré mon livre qu'il en avait un exemplaire anéanti en permanence près de lui pendant tout le tournage. C'était une expérience extraordinaire de travailler avec lui, j'ai eu l'impression de boucler une boucle. Il ne me reste plus qu'à travailler sur la suite. » *EQ* suggère un titre : *Ready Player Two* !

READY PLAYER ONE, DE STEVEN SPIELBERG, AVEC ERNEST CLINE ET THE SOBRIANIN (EN BARRÉ).

40 | ENTERTAINMENT'S QUARTERLY

42



CHRISTOPHEL

Le retour du polar militant (et vénère)

Depuis une trentaine d'années, il avait disparu des radars. Mais le roman noir social et engagé fait son come-back. Plus offensif que jamais.

Par Élise Lépine

RETOUR À LA POLITIQUE et à l'engagement. Alors que se profile le « Festival de Cannes » du roman policier (Quis du polar, à Lyon), le genre retrouve en France ses accents révolutionnaires des années 1970 et 1980. Le néo-polar, d'abord incarné par Jean-Patrick Manchette, est alors porté par des auteurs comme Didier Daeninckx ou Thierry Jonquet. Leurs romans, dits « d'intervention sociale », engagés et très à gauche, s'intéressent de près à la politique. Dans leur sillage, le polar français se fait littéraire : Patrick Raynal, fin lettré, prend la tête de la collection Série Noire en 1991 et lance de vraies plumes, telles que

Jean-Claude Izzo et Maurice G. Dantes. Les éditeurs, alléchés par le succès, s'emparent du genre. Plus de quarante ans plus tard, popularisé, mondialisé, tiberonné aux nouvelles technologies, parfois objet de grandes campagnes marketing, le polar français n'a pas perdu de vue sa dimension sociale. Dans les rayons des librairies, à côté de Dominique Manotti, qui écrit depuis plus de vingt ans les dérives politiques et socio-économiques de notre pays, et des romans anticapitalistes de Jean-Bernard Pouy, toujours insurgé, s'illustrent de nouveaux auteurs adeptes des sujets brûlants. Tandis que Nicolas Mathieu et Marin Lédan pointent les dérives de l'ultra-libéralisme au sein des entreprises, Pascal Dessaint s'attaque aux questions environnementales, Marie Vindy et Elia Mapeau aux violences faites aux femmes et Patrick K. Dewdney à l'immigration clandestine.

La liste des auteurs engagés est longue. « La tradition du polar français, qui a évolué avec la société, repose largement sur l'argument social », estime Jeanne Guyon, qui vient de prendre la direction de la mythique collection Rivages/Noir. Hélas, « face au polar engagé, le public, qui cherche d'abord à se divertir, ne suit pas toujours », déplore Aurélien Masson, qui lance Équinoxe, première collection de romans noirs au sein des éditions Les

Arènes. À son catalogue, une majorité d'auteurs français, dont des nouvelles voix très engagées et (pour l'instant) peu connues, comme Thomas Sanders, farouchement antimacroniste, Benoît Philippon, pro-féministe, et le Belge Patrick Delperdange, chantre des ruralités esquintées.

Si le polar français revient à sa tradition sociale héritée des années 1980, il demeure néanmoins fidèle à ses influences américaines. En 1945, quand Marcel Duhamel fonde la Série Noire, il fait surtout traduire des auteurs d'outre-Atlantique, désormais légendaires : Raymond Chandler, Jim Thompson... Jusqu'à l'arrivée du néo-polar, la tendance est aux gangsters, aux privés, aux shérifs. À la fin des années 1990, le marché français se reprend de passion pour l'Amérique, en lorgnant cette fois du côté du thriller. Jean-Christophe Grangé s'impose avec des best-sellers calqués sur le modèle US, suivi par Franck Thilliez, maestro du thriller scientifique, et Bernard Minier, qui fait la part belle aux serial-killers.

LE ROMAN NOIR franchit les frontières, cultive l'exotisme, réinvente l'espionnage. Les écrivains DGA, virtuose du thriller d'espionnage international, et Caryl Féray, qui fait voyager ses

lecteurs de Nouvelle-Zélande jusqu'en Amérique du Sud, font carton plein auprès du grand public, tout en s'attirant les faveurs de la critique littéraire, plutôt avare de compliments envers les auteurs de la « noire ». D'héritage en innovation, de tradition en hybridation, le panorama éditorial du noir se diversifie et s'enrichit sans cesse, dans la veine sociale et ailleurs. « Il faut publier ce qu'on aime, tout en sachant s'extraire de l'image de sa collection », estime Jeanne Guyon, qui cherche notamment à « sortir du mépris de classe envers le polar historique ». À la rentrée prochaine, Rivages/Noir publiera 2004, du journaliste algérien francophone Adlène Meddi, consacré à la « décennie noire » de l'histoire algérienne. Une voix très littéraire, un texte ultra-documenté. Et pour ceux que l'argument social déprime, un autre courant se consolide : celui du polar humoristique, incarné par Fred Vargas depuis vingt ans, la veine satyrique se renouvelle avec, entre autres, Franz Bartelet et Hannelore Cayre. Dans un secteur éditorial en pleine expansion et bien déterminé à miser sur le made in France, le polar n'a pas fini de rimer, et encore moins de s'insurger.

FESTIVAL NOIR DU PRINTEMPS, DU 6 AU 8 AVRIL À LYON.



QUATRE ROMANS NOIRS DU (BON) CRU



RACKET
DE DOMINIQUE MANOTTI
Inspiré de l'affaire Abdo, le dernier opus de l'auteur de *Dr. Xiphi* nous les roules d'une révélation politique, économique et financière. Possérez-le.
LES ARÈNES (BOURGENE), 200 PAGES, 16 €, EN LIBRAIRIES.



LA GRIFFE DU CHAT
DE SOPHIE CHABANEL
Un meurtre dans un bar à chats, une enquête en contrepèsoir, un fils contre-troque... Jouez le carte de surtapis, l'écrivaine nous embarque dans une intrigue bien ficelée.
RÉVÉL (GRAND MOULIN), 270 PAGES, 16 €, EN LIBRAIRIES.



NÉVAL
DE PATRICK PÉCHEROT
Le grand stylé de roman noir traque et interroge les fantômes de la guerre d'Algérie et s'attaque au gardien de la mémoire sombre de notre histoire collective.
GALLIMARD (GRAND MOULIN), 260 PAGES, 16 €, DÉJÀ LE 6 AVRIL.



LE DERNIER INVITÉ
D'ANNE BOURREL
Au matin de son mariage, une fiancée est confrontée au souvenir d'un drame enfoui. Une ténacité obsessionnelle sur la violence faite aux femmes, le poids du silence et la résilience.
LA MANUFACTURIÈRE DE LYONS, 220 PAGES, 17,90 €, DÉJÀ LE 6 AVRIL.

Cover

JEAN-PAUL BELMONDO UNE LÉGENDE FRANÇAISE

Par Frédéric Beigbeder

Il s'apprête à fêter ses 85 ans, mais il reste toujours aussi solaire. Surtout, Jean-Paul Belmondo occupe une place à part dans le cœur des Français.

Capable de faire la jonction entre François Truffaut et Claude Zidi, de fasciner les intellos comme les petites frappes, Bébel a su dépasser tous les paradoxes, avec style et panache. Portrait d'un géant.

2018 ____ Avril

81

GENTLEMEN'S QUARTERLY ____ 00

Quand Jean-Paul Belmondo entre chez Lipp, généralement à l'heure du déjeuner, toute la brasserie se tait. Le brouhaha s'éteint comme si un ingénieur du son avait soudain réglé le volume sur « silence respectueux », le temps pour la Légende, qui fête ses 85 ans cette année, de faire son entrée, avec sa canne dans la main gauche, et son vieil ami Charles Gérard au bras droit. Bébél se fend alors d'un large sourire, s'écrie « eh ouais ! » et toute la salle est prise de rire. La France est rassurée, ainsi que les touristes chinois qui n'en reviennent pas de croiser le seul acteur français qu'ils reconnaissent. Si Jean-Paul Belmondo est en forme, la vie de la nation, c'est-à-dire cette bruyante conversation politique qui n'en finit pas depuis la Révolution, peut reprendre son cours. Les femmes vérifient en se mirant dans leur miroir qu'elles n'ont pas de rouge à lèvres sur les dents. (Cette phrase n'est pas machiste mais le résultat de notre enquête fact-checkée sur le terrain.) Quant aux hommes, ils n'arrivent pas à jalouser celui dont ils rêveraient d'être l'ami. Comme Dean Martin, Belmondo a toujours su se mettre les deux genres dans la poche : les femmes voulaient coucher avec lui et leur mari lui offrir un verre – parfois c'était l'inverse. Mais comme Belmondo n'est pas crooner, on préfère le comparer à Steve McQueen. Il en a l'élégance, la désinvolture. Osons dire : le panache. On a beaucoup argoté sur « les deux France » ces

derniers temps, quand Jean d'Ormesson et Johnny Hallyday ont tiré leur révérence à quelques heures d'intervalle. Belmondo réconcilie nos deux patries : l'intellectuelle et la populaire. La littérature et la boxe. Antoine Blondin et Jean-Claude Bouttier. Le casino de Monte-Carlo et la choucroute garnie. Comme Steve McQueen, c'est un séducteur et un sportif, un type qui porte aussi bien le costume trois pièces que le blouson d'aviateur. Et qui a toujours l'air de suivre la devise de Stendhal : « SFCDDT = Se Foutra Carrément De Tout. »

Qu'évoque ce nom, Jean-Paul Belmondo, pour un enfant né dans les années soixante ? Tout d'abord, Michel Poiccard : un voyou de 25 ans portant chapeau et lunettes de soleil qui conduit une bagnole en noir et blanc sur la RN 7, se passe le pouce sur les lèvres et improvise les plus inoubliables répliques : « Hoho ! Des petites filles qui font de l'autostop ! D'accord, je stoppe et je facture un baiser du kilomètre ! » ; « Allez... mets-toi toute nue... » (Réponse : « À quoi ça serve ? ») ; « Vous êtes cons les Américains ! La preuve, c'est que vous admirez La Fayette et Maurice Chevalier, les plus cons des Français ! » ; « Il ne faut jamais freiner. Comme disait le vieux père Bagatti, les voitures sont faites pour rouler, pas pour s'arrêter. » Depuis 1960, Belmondo symbolise la liberté, la vitesse, l'arrogance, la Mégaléité. Récemment, les Mémoires de Belmondo (Milla ...

Jean-Paul Belmondo réconcilie nos deux France :
l'intellectuelle et la populaire. La littérature et
la boxe. Antoine Blondin et Jean-Claude Bouttier.
Le casino de Monte-Carlo et la choucroute garnie.



... mes valent mieux qu'une, Fogard, 2016) nous ont appris ce que nous devinons déjà : la plupart des phrases que Michel Poissard prononce dans *À bout de souffle* ne figuraient pas dans le scénario de Truffaut et Godard. « Et là, je dis quoi ? » demandait le jeune Belmondo sur le tournage. « Ce que tu veux », répondait Godard.

« GIGOT SANS AIL »

Cet ancien boxeur s'inspira de Paul Gégauff, le scénariste diague de Chabrol, pilier des discothèques de Saint-Germain-des-Près à la fin des années cinquante. Depuis l'affaire Weinstein, on a entendu des dames patronnesses clamer que le premier film de Jean-Luc Godard était ignoblement phallocrate. Un film dont le héros est tué à la fin après que sa petite amie l'a dénoncé ? Alors, c'est précisément le contraire : le personnage joué par Jean Seberg a inauguré le mouvement #BalanceTonPorc avec cinquante-sept ans d'avance. Si l'homme qui a séduit les plus belles femmes du monde passe pour un misogynne, c'est à cause d'une réplique qui reste d'une effrayante actualité : « La femme américaine domine l'homme, la femme européenne pas encore. » Oh, my God : Belmondo et Deneuve, même combat ? Ce sont deux impertinents survivants dans une époque de consensus dur.

J'ai chopé très tôt le virus belmondien. Dans ma jeunesse, au Caca's Club, notre jeu favori était de jouer à Gabriel Fouquet et de chasser « Nuits de Chine, nuits câlines » en torçant les voitures avec nos vestes devant la Flote. La police n'aimait pas ce sport : il paraît que c'était un jeu dangereux, surtout en état d'ivresse. Tout ça, c'est la faute à Bébel, Bébel, comme Gainsbarre, est une créature imaginaire, une déformation professionnelle, le moment où un acteur se change en mythe. Bébel, c'est Belmondo + Gabin + Audard. C'est avant tout Gabriel Fouquet dans un film sous-estimé à l'époque (1962), et devenu cultissime aujourd'hui : *On s'gno en hiver* d'Henri Verneuil. Belmondo y interprète un publicitaire alcoolique qui vient rendre visite à sa fille, internée dans un pensionnat de

Tigreville (en réalité Villerville, en Normandie). La scène de corrida au Cabaret Normand est d'anthologie. L'un des plus beaux monologues d'Audard mérite d'être cité dans son intégralité : « Y'aura du monde ! Luis Miguel attire toujours la foule ! Y'a longtemps que je rêve de triompher à Madrid... Le public sera exigeant... Surtout derrière Miguelito... Je vais être obligé de prendre des risques... Je vais mettre mon costume blanc, celui de mes débuts... Vous vous souvenez de cette novillada de Tolède... Ce vent froid... Ce public affreux... Et ce taurero qui ne voulait pas mourir... Depuis, j'en ai estoqué plus de cent ! » Les dialogues cités à partir du roman de Blondin, le feu d'artifice final sur la plage, l'émotion des retrouvailles du père absent avec sa fille enfermée chez les bonnes sœurs : ce film est une merveille d'humanité. « Une paelia sans coquillages, c'est un gigot sans ail, un escroq sans rosetta : quelque chose qui déplaît à Dieu. » Qu'est-ce qu'un grand comédien ? Quelqu'un qui peut énoncer des mots d'esprit comme s'il parlait naturellement à un copain bourré. Et quand l'esbergiste réclame le paiement de l'addition, et que le vieux Gabin rétorque, bravache : « Adressez-vous à l'intendance ! Nous, on ne paie plus, on ne connaît plus, on ne salue plus », c'est alors que Jean-Paul Belmondo ajoute avec l'insolence du désespoir : « On méprise. » Michel Audard n'étant plus là pour se défendre, j'ose affirmer, sans la moindre preuve, que cet ajout extraordinaire fut aussi improvisé au tournage, comme dans *À bout de souffle*. Je le sens, je le devine, et même : je l'espère. Car ma théorie est simple : Belmondo n'est pas seulement

un acteur, c'est aussi un auteur. Et si vous n'êtes pas d'accord avec ma méthode journalistique approximative, « sachez, Messieurs, que votre accueil me bouleverse, mais ne saurait égarer mon jugement ». L'abus de citations est dangereux pour la santé mentale, mais il est impossible de brosser un portrait de Belmondo sans citer ses répliques, car l'art de Belmondo est un art du verbe. C'est une façon de se cambrer ornementalement pour dire quelque chose de prétentieux qui prête à rire. Belmondo rend heureux parce qu'il se moque des frimeurs. C'est Cyrano sur un ring de boxe.

EN PEIGNOIR À LA PORTE

Dans ses Mémoires, il raconte qu'il déconnaît à pleins tubes avant de faire du cinoche : il jetait son lit par la fenêtre des hôtels, il prenait des ascenseurs à poil, il se bagarrait pour un oui ou pour un non, gobait des amphétamines... Belmondo a changé nos vies en sauvant la sienne. Il a incarné un certain stéréotype du Français qu'on aime : un fétard qui a des Lettres, un dragueur romantique, un fils qui se comporte comme un voyou, et même un écrivain qui se prend pour un aventurier. Le style Bébel, c'est un mélange de façade et de brusquerie. Il a quelque chose du Basque ou du Corse : on ne sait jamais si Jean-Paul Belmondo va vous sortir la vanne du siècle ou vous foutre son poing dans la gueule. De là une vie à suspense et rebondissements : un jour il est amoureux d'Ursula Andress sur le tournage des *Tribulations d'un Chinois en Chine*... Une rumeur prétend que Philippe de Broca est allé gratter à la porte de la ...

COLLECTION GÉNÉRALISTE

Dans ses Mémoires, il raconte qu'il déconnaît à pleins tubes avant de faire du cinoche : il jetait son lit par la fenêtre, gobait des amphétamines... Belmondo a changé nos vies en sauvant la sienne.



Ce combat au tournage de *On s'gno en hiver* de Henri Verneuil.
Page de titre : (1) Doree Perreault/AGF (2) Yves Besse/AGF (3) La Botz / Heca / AGF (4) Jacques Compagnon / AGF (5) Yves Besse/AGF (6) Jacques Compagnon / AGF (7) Yves Besse/AGF (8) Yves Besse/AGF (9) Yves Besse/AGF (10) Yves Besse/AGF (11) Yves Besse/AGF (12) Yves Besse/AGF (13) Yves Besse/AGF (14) Yves Besse/AGF (15) Yves Besse/AGF (16) Yves Besse/AGF (17) Yves Besse/AGF (18) Yves Besse/AGF (19) Yves Besse/AGF (20) Yves Besse/AGF (21) Yves Besse/AGF (22) Yves Besse/AGF (23) Yves Besse/AGF (24) Yves Besse/AGF (25) Yves Besse/AGF (26) Yves Besse/AGF (27) Yves Besse/AGF (28) Yves Besse/AGF (29) Yves Besse/AGF (30) Yves Besse/AGF (31) Yves Besse/AGF (32) Yves Besse/AGF (33) Yves Besse/AGF (34) Yves Besse/AGF (35) Yves Besse/AGF (36) Yves Besse/AGF (37) Yves Besse/AGF (38) Yves Besse/AGF (39) Yves Besse/AGF (40) Yves Besse/AGF (41) Yves Besse/AGF (42) Yves Besse/AGF (43) Yves Besse/AGF (44) Yves Besse/AGF (45) Yves Besse/AGF (46) Yves Besse/AGF (47) Yves Besse/AGF (48) Yves Besse/AGF (49) Yves Besse/AGF (50) Yves Besse/AGF (51) Yves Besse/AGF (52) Yves Besse/AGF (53) Yves Besse/AGF (54) Yves Besse/AGF (55) Yves Besse/AGF (56) Yves Besse/AGF (57) Yves Besse/AGF (58) Yves Besse/AGF (59) Yves Besse/AGF (60) Yves Besse/AGF (61) Yves Besse/AGF (62) Yves Besse/AGF (63) Yves Besse/AGF (64) Yves Besse/AGF (65) Yves Besse/AGF (66) Yves Besse/AGF (67) Yves Besse/AGF (68) Yves Besse/AGF (69) Yves Besse/AGF (70) Yves Besse/AGF (71) Yves Besse/AGF (72) Yves Besse/AGF (73) Yves Besse/AGF (74) Yves Besse/AGF (75) Yves Besse/AGF (76) Yves Besse/AGF (77) Yves Besse/AGF (78) Yves Besse/AGF (79) Yves Besse/AGF (80) Yves Besse/AGF (81) Yves Besse/AGF (82) Yves Besse/AGF (83) Yves Besse/AGF (84) Yves Besse/AGF (85) Yves Besse/AGF (86) Yves Besse/AGF (87) Yves Besse/AGF (88) Yves Besse/AGF (89) Yves Besse/AGF (90) Yves Besse/AGF (91) Yves Besse/AGF (92) Yves Besse/AGF (93) Yves Besse/AGF (94) Yves Besse/AGF (95) Yves Besse/AGF (96) Yves Besse/AGF (97) Yves Besse/AGF (98) Yves Besse/AGF (99) Yves Besse/AGF (100) Yves Besse/AGF (101) Yves Besse/AGF (102) Yves Besse/AGF (103) Yves Besse/AGF (104) Yves Besse/AGF (105) Yves Besse/AGF (106) Yves Besse/AGF (107) Yves Besse/AGF (108) Yves Besse/AGF (109) Yves Besse/AGF (110) Yves Besse/AGF (111) Yves Besse/AGF (112) Yves Besse/AGF (113) Yves Besse/AGF (114) Yves Besse/AGF (115) Yves Besse/AGF (116) Yves Besse/AGF (117) Yves Besse/AGF (118) Yves Besse/AGF (119) Yves Besse/AGF (120) Yves Besse/AGF (121) Yves Besse/AGF (122) Yves Besse/AGF (123) Yves Besse/AGF (124) Yves Besse/AGF (125) Yves Besse/AGF (126) Yves Besse/AGF (127) Yves Besse/AGF (128) Yves Besse/AGF (129) Yves Besse/AGF (130) Yves Besse/AGF (131) Yves Besse/AGF (132) Yves Besse/AGF (133) Yves Besse/AGF (134) Yves Besse/AGF (135) Yves Besse/AGF (136) Yves Besse/AGF (137) Yves Besse/AGF (138) Yves Besse/AGF (139) Yves Besse/AGF (140) Yves Besse/AGF (141) Yves Besse/AGF (142) Yves Besse/AGF (143) Yves Besse/AGF (144) Yves Besse/AGF (145) Yves Besse/AGF (146) Yves Besse/AGF (147) Yves Besse/AGF (148) Yves Besse/AGF (149) Yves Besse/AGF (150) Yves Besse/AGF (151) Yves Besse/AGF (152) Yves Besse/AGF (153) Yves Besse/AGF (154) Yves Besse/AGF (155) Yves Besse/AGF (156) Yves Besse/AGF (157) Yves Besse/AGF (158) Yves Besse/AGF (159) Yves Besse/AGF (160) Yves Besse/AGF (161) Yves Besse/AGF (162) Yves Besse/AGF (163) Yves Besse/AGF (164) Yves Besse/AGF (165) Yves Besse/AGF (166) Yves Besse/AGF (167) Yves Besse/AGF (168) Yves Besse/AGF (169) Yves Besse/AGF (170) Yves Besse/AGF (171) Yves Besse/AGF (172) Yves Besse/AGF (173) Yves Besse/AGF (174) Yves Besse/AGF (175) Yves Besse/AGF (176) Yves Besse/AGF (177) Yves Besse/AGF (178) Yves Besse/AGF (179) Yves Besse/AGF (180) Yves Besse/AGF (181) Yves Besse/AGF (182) Yves Besse/AGF (183) Yves Besse/AGF (184) Yves Besse/AGF (185) Yves Besse/AGF (186) Yves Besse/AGF (187) Yves Besse/AGF (188) Yves Besse/AGF (189) Yves Besse/AGF (190) Yves Besse/AGF (191) Yves Besse/AGF (192) Yves Besse/AGF (193) Yves Besse/AGF (194) Yves Besse/AGF (195) Yves Besse/AGF (196) Yves Besse/AGF (197) Yves Besse/AGF (198) Yves Besse/AGF (199) Yves Besse/AGF (200) Yves Besse/AGF (201) Yves Besse/AGF (202) Yves Besse/AGF (203) Yves Besse/AGF (204) Yves Besse/AGF (205) Yves Besse/AGF (206) Yves Besse/AGF (207) Yves Besse/AGF (208) Yves Besse/AGF (209) Yves Besse/AGF (210) Yves Besse/AGF (211) Yves Besse/AGF (212) Yves Besse/AGF (213) Yves Besse/AGF (214) Yves Besse/AGF (215) Yves Besse/AGF (216) Yves Besse/AGF (217) Yves Besse/AGF (218) Yves Besse/AGF (219) Yves Besse/AGF (220) Yves Besse/AGF (221) Yves Besse/AGF (222) Yves Besse/AGF (223) Yves Besse/AGF (224) Yves Besse/AGF (225) Yves Besse/AGF (226) Yves Besse/AGF (227) Yves Besse/AGF (228) Yves Besse/AGF (229) Yves Besse/AGF (230) Yves Besse/AGF (231) Yves Besse/AGF (232) Yves Besse/AGF (233) Yves Besse/AGF (234) Yves Besse/AGF (235) Yves Besse/AGF (236) Yves Besse/AGF (237) Yves Besse/AGF (238) Yves Besse/AGF (239) Yves Besse/AGF (240) Yves Besse/AGF (241) Yves Besse/AGF (242) Yves Besse/AGF (243) Yves Besse/AGF (244) Yves Besse/AGF (245) Yves Besse/AGF (246) Yves Besse/AGF (247) Yves Besse/AGF (248) Yves Besse/AGF (249) Yves Besse/AGF (250) Yves Besse/AGF (251) Yves Besse/AGF (252) Yves Besse/AGF (253) Yves Besse/AGF (254) Yves Besse/AGF (255) Yves Besse/AGF (256) Yves Besse/AGF (257) Yves Besse/AGF (258) Yves Besse/AGF (259) Yves Besse/AGF (260) Yves Besse/AGF (261) Yves Besse/AGF (262) Yves Besse/AGF (263) Yves Besse/AGF (264) Yves Besse/AGF (265) Yves Besse/AGF (266) Yves Besse/AGF (267) Yves Besse/AGF (268) Yves Besse/AGF (269) Yves Besse/AGF (270) Yves Besse/AGF (271) Yves Besse/AGF (272) Yves Besse/AGF (273) Yves Besse/AGF (274) Yves Besse/AGF (275) Yves Besse/AGF (276) Yves Besse/AGF (277) Yves Besse/AGF (278) Yves Besse/AGF (279) Yves Besse/AGF (280) Yves Besse/AGF (281) Yves Besse/AGF (282) Yves Besse/AGF (283) Yves Besse/AGF (284) Yves Besse/AGF (285) Yves Besse/AGF (286) Yves Besse/AGF (287) Yves Besse/AGF (288) Yves Besse/AGF (289) Yves Besse/AGF (290) Yves Besse/AGF (291) Yves Besse/AGF (292) Yves Besse/AGF (293) Yves Besse/AGF (294) Yves Besse/AGF (295) Yves Besse/AGF (296) Yves Besse/AGF (297) Yves Besse/AGF (298) Yves Besse/AGF (299) Yves Besse/AGF (300) Yves Besse/AGF (301) Yves Besse/AGF (302) Yves Besse/AGF (303) Yves Besse/AGF (304) Yves Besse/AGF (305) Yves Besse/AGF (306) Yves Besse/AGF (307) Yves Besse/AGF (308) Yves Besse/AGF (309) Yves Besse/AGF (310) Yves Besse/AGF (311) Yves Besse/AGF (312) Yves Besse/AGF (313) Yves Besse/AGF (314) Yves Besse/AGF (315) Yves Besse/AGF (316) Yves Besse/AGF (317) Yves Besse/AGF (318) Yves Besse/AGF (319) Yves Besse/AGF (320) Yves Besse/AGF (321) Yves Besse/AGF (322) Yves Besse/AGF (323) Yves Besse/AGF (324) Yves Besse/AGF (325) Yves Besse/AGF (326) Yves Besse/AGF (327) Yves Besse/AGF (328) Yves Besse/AGF (329) Yves Besse/AGF (330) Yves Besse/AGF (331) Yves Besse/AGF (332) Yves Besse/AGF (333) Yves Besse/AGF (334) Yves Besse/AGF (335) Yves Besse/AGF (336) Yves Besse/AGF (337) Yves Besse/AGF (338) Yves Besse/AGF (339) Yves Besse/AGF (340) Yves Besse/AGF (341) Yves Besse/AGF (342) Yves Besse/AGF (343) Yves Besse/AGF (344) Yves Besse/AGF (345) Yves Besse/AGF (346) Yves Besse/AGF (347) Yves Besse/AGF (348) Yves Besse/AGF (349) Yves Besse/AGF (350) Yves Besse/AGF (351) Yves Besse/AGF (352) Yves Besse/AGF (353) Yves Besse/AGF (354) Yves Besse/AGF (355) Yves Besse/AGF (356) Yves Besse/AGF (357) Yves Besse/AGF (358) Yves Besse/AGF (359) Yves Besse/AGF (360) Yves Besse/AGF (361) Yves Besse/AGF (362) Yves Besse/AGF (363) Yves Besse/AGF (364) Yves Besse/AGF (365) Yves Besse/AGF (366) Yves Besse/AGF (367) Yves Besse/AGF (368) Yves Besse/AGF (369) Yves Besse/AGF (370) Yves Besse/AGF (371) Yves Besse/AGF (372) Yves Besse/AGF (373) Yves Besse/AGF (374) Yves Besse/AGF (375) Yves Besse/AGF (376) Yves Besse/AGF (377) Yves Besse/AGF (378) Yves Besse/AGF (379) Yves Besse/AGF (380) Yves Besse/AGF (381) Yves Besse/AGF (382) Yves Besse/AGF (383) Yves Besse/AGF (384) Yves Besse/AGF (385) Yves Besse/AGF (386) Yves Besse/AGF (387) Yves Besse/AGF (388) Yves Besse/AGF (389) Yves Besse/AGF (390) Yves Besse/AGF (391) Yves Besse/AGF (392) Yves Besse/AGF (393) Yves Besse/AGF (394) Yves Besse/AGF (395) Yves Besse/AGF (396) Yves Besse/AGF (397) Yves Besse/AGF (398) Yves Besse/AGF (399) Yves Besse/AGF (400) Yves Besse/AGF (401) Yves Besse/AGF (402) Yves Besse/AGF (403) Yves Besse/AGF (404) Yves Besse/AGF (405) Yves Besse/AGF (406) Yves Besse/AGF (407) Yves Besse/AGF (408) Yves Besse/AGF (409) Yves Besse/AGF (410) Yves Besse/AGF (411) Yves Besse/AGF (412) Yves Besse/AGF (413) Yves Besse/AGF (414) Yves Besse/AGF (415) Yves Besse/AGF (416) Yves Besse/AGF (417) Yves Besse/AGF (418) Yves Besse/AGF (419) Yves Besse/AGF (420) Yves Besse/AGF (421) Yves Besse/AGF (422) Yves Besse/AGF (423) Yves Besse/AGF (424) Yves Besse/AGF (425) Yves Besse/AGF (426) Yves Besse/AGF (427) Yves Besse/AGF (428) Yves Besse/AGF (429) Yves Besse/AGF (430) Yves Besse/AGF (431) Yves Besse/AGF (432) Yves Besse/AGF (433) Yves Besse/AGF (434) Yves Besse/AGF (435) Yves Besse/AGF (436) Yves Besse/AGF (437) Yves Besse/AGF (438) Yves Besse/AGF (439) Yves Besse/AGF (440) Yves Besse/AGF (441) Yves Besse/AGF (442) Yves Besse/AGF (443) Yves Besse/AGF (444) Yves Besse/AGF (445) Yves Besse/AGF (446) Yves Besse/AGF (447) Yves Besse/AGF (448) Yves Besse/AGF (449) Yves Besse/AGF (450) Yves Besse/AGF (451) Yves Besse/AGF (452) Yves Besse/AGF (453) Yves Besse/AGF (454) Yves Besse/AGF (455) Yves Besse/AGF (456) Yves Besse/AGF (457) Yves Besse/AGF (458) Yves Besse/AGF (459) Yves Besse/AGF (460) Yves Besse/AGF (461) Yves Besse/AGF (462) Yves Besse/AGF (463) Yves Besse/AGF (464) Yves Besse/AGF (465) Yves Besse/AGF (466) Yves Besse/AGF (467) Yves Besse/AGF (468) Yves Besse/AGF (469) Yves Besse/AGF (470) Yves Besse/AGF (471) Yves Besse/AGF (472) Yves Besse/AGF (473) Yves Besse/AGF (474) Yves Besse/AGF (475) Yves Besse/AGF (476) Yves Besse/AGF (477) Yves Besse/AGF (478) Yves Besse/AGF (479) Yves Besse/AGF (480) Yves Besse/AGF (481) Yves Besse/AGF (482) Yves Besse/AGF (483) Yves Besse/AGF (484) Yves Besse/AGF (485) Yves Besse/AGF (486) Yves Besse/AGF (487) Yves Besse/AGF (488) Yves Besse/AGF (489) Yves Besse/AGF (490) Yves Besse/AGF (491) Yves Besse/AGF (492) Yves Besse/AGF (493) Yves Besse/AGF (494) Yves Besse/AGF (495) Yves Besse/AGF (496) Yves Besse/AGF (497) Yves Besse/AGF (498) Yves Besse/AGF (499) Yves Besse/AGF (500) Yves Besse/AGF (501) Yves Besse/AGF (502) Yves Besse/AGF (503) Yves Besse/AGF (504) Yves Besse/AGF (505) Yves Besse/AGF (506) Yves Besse/AGF (507) Yves Besse/AGF (508) Yves Besse/AGF (509) Yves Besse/AGF (510) Yves Besse/AGF (511) Yves Besse/AGF (512) Yves Besse/AGF (513) Yves Besse/AGF (514) Yves Besse/AGF (515) Yves Besse/AGF (516) Yves Besse/AGF (517) Yves Besse/AGF (518) Yves Besse/AGF (519) Yves Besse/AGF (520) Yves Besse/AGF (521) Yves Besse/AGF (522) Yves Besse/AGF (523) Yves Besse/AGF (524) Yves Besse/AGF (525) Yves Besse/AGF (526) Yves Besse/AGF (527) Yves Besse/AGF (528) Yves Besse/AGF (529) Yves Besse/AGF (530) Yves Besse/AGF (531) Yves Besse/AGF (532) Yves Besse/AGF (533) Yves Besse/AGF (534) Yves Besse/AGF (535) Yves Besse/AGF (536) Yves Besse/AGF (537) Yves Besse/AGF (538) Yves Besse/AGF (539) Yves Besse/AGF (540) Yves Besse/AGF (541) Yves Besse/AGF (542) Yves Besse/AGF (543) Yves Besse/AGF (544) Yves Besse/AGF (545) Yves Besse/AGF (546) Yves Besse/AGF (547) Yves Besse/AGF (548) Yves Besse/AGF (549) Yves Besse/AGF (550) Yves Besse/AGF (551) Yves Besse/AGF (552) Yves Besse/AGF (553) Yves Besse/AGF (554) Yves Besse/AGF (555) Yves Besse/AGF (556) Yves Besse/AGF (557) Yves Besse/AGF (558) Yves Besse/AGF (559) Yves Besse/AGF (560) Yves Besse/AGF (561) Yves Besse/AGF (562) Yves Besse/AGF (563) Yves Besse/AGF (564) Yves Besse/AGF (565) Yves Besse/AGF (566) Yves Besse/AGF (567) Yves Besse/AGF (568) Yves Besse/AGF (569) Yves Besse/AGF (570) Yves Besse/AGF (571) Yves Besse/AGF (572) Yves Besse/AGF (573) Yves Besse/AGF (574) Yves Besse/AGF (575) Yves Besse/AGF (576) Yves Besse/AGF (577) Yves Besse/AGF (578) Yves Besse/AGF (579) Yves Besse/AGF (580) Yves Besse/AGF (581) Yves Besse/AGF (582) Yves Besse/AGF (583) Yves Besse/AGF (584) Yves Besse/AGF (585) Yves Besse/AGF (586) Yves Besse/AGF (587) Yves Besse/AGF (588) Yves Besse/AGF (589) Yves Besse/AGF (590) Yves Besse/AGF (591) Yves Besse/AGF (592) Yves Besse/AGF (593) Yves Besse/AGF (594) Yves Besse/AGF (595) Yves Besse/AGF (596) Yves Besse/AGF (597) Yves Besse/AGF (598) Yves Besse/AGF (599) Yves Besse/AGF (600) Yves Besse/AGF (601) Yves Besse/AGF (602) Yves Besse/AGF (603) Yves Besse/AGF (604) Yves Besse/AGF (605) Yves Besse/AGF (606) Yves Besse/AGF (607) Yves Besse/AGF (608) Yves Besse/AGF (609) Yves Besse/AGF (610) Yves Besse/AGF (611) Yves Besse/AGF (612) Yves Besse/AGF (613) Yves Besse/AGF (614) Yves Besse/AGF (615) Yves Besse/AGF (616) Yves Besse/AGF (617) Yves Besse/AGF (618) Yves Besse/AGF (619) Yves Besse/AGF (620) Yves Besse/AGF (621) Yves Besse/AGF (622) Yves Besse/AGF (623) Yves Besse/AGF (624) Yves Besse/AGF (625) Yves Besse/AGF (626) Yves Besse/AGF (627) Yves Besse/AGF (628) Yves Besse/AGF (629) Yves Besse/AGF (630) Yves Besse/AGF (631) Yves Besse/AGF (632) Yves Besse/AGF (633) Yves Besse/AGF (634) Yves Besse/AGF (635) Yves Besse/AGF (636) Yves Besse/AGF (637) Yves Besse/AGF (638) Yves Besse/AGF (639) Yves Besse/AGF (640) Yves Besse/AGF (641) Yves Besse/AGF (642) Yves Besse/AGF (643) Yves Besse/AGF (644) Yves Besse/AGF (645) Yves Besse/AGF (646) Yves Besse/AGF (647) Yves Besse/AGF (648) Yves Besse/AGF (649) Yves Besse/AGF (650) Yves Besse/AGF (651) Yves Besse/AGF (652) Yves Besse/AGF (653) Yves Besse/AGF (654) Yves Besse/AGF (655) Yves Besse/AGF (656) Yves Besse/AGF (657) Yves Besse/AGF (658) Yves Besse/AGF (659) Yves Besse/AGF (660) Yves Besse/AGF (661) Yves Besse/AGF (662) Yves Besse/AGF (663) Yves Besse/AGF (664) Yves Besse/AGF (665) Yves Besse/AGF (666) Yves Besse/AGF (667) Yves Besse/AGF (668) Yves Besse/AGF (669) Yves Besse/AGF (670) Yves Besse/AGF (671) Yves Besse/AGF (672) Yves Besse/AGF (673) Yves Besse/AGF (674) Yves Besse/AGF (675) Yves Besse/AGF (676) Yves Besse/AGF (677) Yves Besse/AGF (678) Yves Besse/AGF (679) Yves Besse/AGF (680) Yves Besse/AGF (681) Yves Besse/AGF (682) Yves Besse/AGF (683) Yves Besse/AGF (684) Yves Besse/AGF (685) Yves Besse/AGF (686) Yves Besse/AGF (687) Yves Besse/AGF (688) Yves Besse/AGF (689) Yves Besse/AGF (690) Yves Besse/AGF (691) Yves Besse/AGF (692) Yves Besse/AGF (693) Yves Besse/AGF (694) Yves Besse/AGF (695) Yves Besse/AGF (696) Yves Besse/AGF (697) Yves Besse/AGF (698) Yves Besse/AGF (699) Yves Besse/AGF (700) Yves Besse/AGF (701) Yves Besse/AGF (702) Yves Besse/AGF (703) Yves Besse/AGF (704) Yves Besse/AGF (705) Yves Besse/AGF (706) Yves Besse/AGF (707) Yves Besse/AGF (708) Yves Besse/AGF (709) Yves Besse/AGF (710) Yves Besse/AGF (711) Yves Besse/AGF (712) Yves Besse/AGF (713) Yves Besse/AGF (714) Yves Besse/AGF (715) Yves Besse/AGF (716) Yves Besse/AGF (717) Yves Besse/AGF (718) Yves Besse/AGF (719) Yves Besse/AGF (720) Yves Besse/AGF (721) Yves Besse/AGF (722) Yves Besse/AGF (723) Yves Besse/AGF (724) Yves Besse/AGF (725) Yves Besse/AGF (726) Yves Besse/AGF (727) Yves Besse/AGF (728) Yves Besse/AGF (729) Yves Besse/AGF (730) Yves Besse/AGF (731) Yves Besse/AGF (732) Yves Besse/AGF (733) Yves Besse/AGF (734) Yves Besse/AGF (735) Yves Besse/AGF (736) Yves Besse/AGF (737) Yves Besse/AGF (738) Yves Besse/AGF (739) Yves Besse/AGF (740) Yves Besse/AGF (741) Yves Besse/AGF (742) Yves Besse/AGF (743) Yves Besse/AGF (744) Yves Besse/AGF (745) Yves Besse/AGF (746) Yves Besse/AGF (747) Yves Besse/AGF (748) Yves Besse/AGF (749) Yves Besse/AGF (750) Yves Besse/AGF (751) Yves Besse/AGF (752) Yves Besse/AGF (753) Yves Besse/AGF (754) Yves Besse/AGF (755) Yves Besse/AGF (756) Yves Besse/AGF (757) Yves Besse/AGF (758) Yves Besse/AGF (759) Yves Besse/AGF (760) Yves Besse/AGF (761) Yves Besse/AGF (762) Yves Besse/AGF (763) Yves Besse/AGF (764) Yves Besse/AGF (765) Yves Besse/AGF (766) Yves Besse/AGF (767) Yves Besse/AGF (768) Yves Besse/AGF (769) Yves Besse/AGF (770) Yves Besse/AGF (771) Yves Besse/AGF (772) Yves Besse/AGF (773) Yves Besse/AGF (774) Yves Besse/AGF (775) Yves Besse/AGF (776) Yves Besse/AGF (777) Yves Besse/AGF (778) Yves Besse/AGF (779) Yves Besse/AGF (780) Yves Besse/AGF (781) Yves Besse/AGF (782) Yves Besse/AGF (783) Yves Besse/AGF (784) Yves Besse/AGF (785) Yves Besse/AGF (786) Yves Besse/AGF (787) Yves Besse/AGF (788) Yves Besse/AGF (789) Yves Besse/AGF (790) Yves Besse/AGF (791) Yves Besse/AGF (792) Yves Besse/AGF (793) Yves Besse/AGF (794) Yves Besse/AGF (795) Yves Besse/AGF (796) Yves Besse/AGF (797) Yves Besse/AGF (798) Yves Besse/AGF (799) Yves Besse/AGF (800) Yves Besse/AGF (801) Yves Besse/AGF (802) Yves Besse/AGF (803) Yves Besse/AGF (804) Yves Besse/AGF (805) Yves Besse/AGF (806) Yves Besse/AGF (807) Yves Besse/AGF (808) Yves Besse/AGF (809) Yves Besse/AGF (810) Yves Besse/AGF (811) Yves Besse/AGF (812) Yves Besse/AGF (813) Yves Besse/AGF (814) Yves Besse/AGF (815) Yves Besse/AGF (816) Yves Besse/AGF (817) Yves Besse/AGF (818) Yves Besse/AGF (819) Yves Besse/AGF (820) Yves Besse/AGF (821) Yves Besse/AGF (822) Yves Besse/AGF (823) Yves Besse/AGF (824) Yves Besse/AGF (825) Yves Besse/AGF (826) Yves Besse/AGF (827) Yves Besse/AGF (828) Yves Besse/AGF (829) Yves Besse/AGF (830) Yves Besse/AGF (831) Yves Besse/AGF (832) Yves Besse/AGF (833) Yves Besse/AGF (834) Yves Besse/AGF (835) Yves Besse/AGF (836) Yves Besse/AGF (837) Yves Besse/AGF (838) Yves Besse/AGF (839) Yves Besse/AGF (840) Yves Besse/AGF (841) Yves Besse/AGF (842) Yves Besse/AGF (843) Yves Besse/AGF (844) Yves Besse/AGF (845) Yves Besse/AGF (846) Yves Besse/AGF (847) Yves Besse/AGF (848) Yves Besse/AGF (849) Yves Besse/AGF (850) Yves Besse/AGF (851) Yves Besse/AGF (852) Yves Besse/AGF (853) Yves Besse/AGF (854) Yves Besse/AGF (855) Yves Besse/AGF (856) Yves Besse/AGF (857) Yves Besse/AGF (858) Yves Besse/AGF (859) Yves Besse/AGF (860) Yves Besse/AGF (861) Yves Besse/AGF (862) Yves Besse/AGF (863) Yves Besse/AGF (864) Yves Besse/AGF (865) Yves Besse/AGF (866) Yves Besse/AGF (867) Yves Besse/AGF (868) Yves Besse/AGF (869) Yves Besse/AGF (870) Yves Besse/AGF (871) Yves Besse/AGF (872) Yves Besse/AGF (873) Yves Besse/AGF (874) Yves Besse/AGF (875) Yves Besse/AGF (876) Yves Besse/AGF (877) Yves Besse/AGF (878) Yves Besse/AGF (879) Yves Besse/AGF (880) Yves Besse/AGF (881) Yves Besse/AGF (882) Yves Besse/AGF (883) Yves Besse/AGF (884) Yves Besse/AGF (885) Yves Besse/AGF (886) Yves Besse/AGF (887) Yves Besse/AGF (888) Yves Besse/AGF (889) Yves Besse/AGF (890) Yves Besse/AGF (891) Yves Besse/AGF (892) Yves Besse/AGF (893) Yves Besse/AGF (894) Yves Besse/AGF (895) Yves Besse/AGF (896) Yves Besse/AGF (897) Yves Besse/AGF (898) Yves Besse/AGF (899) Yves Besse/AGF (900) Yves Besse/AGF (901) Yves Besse/AGF (902) Yves Besse/AGF (903) Yves Besse/AGF (904) Yves Besse/AGF (905) Yves Besse/AGF (906) Yves Besse/AGF (907) Yves Besse/AGF (908) Yves Besse/AGF (909) Yves Besse/AGF (910) Yves Besse/AGF (911) Yves Besse/AGF (912) Yves Besse/AGF (913) Yves Besse/AGF (914) Yves Besse/AGF (915) Yves Besse/AGF (916) Yves Besse/AGF (917) Yves Besse/AGF (918) Yves Besse/AGF (919) Yves Besse/AGF (920) Yves Besse/AGF (921) Yves Besse/AGF (922) Yves Besse/AGF (923) Yves Besse/AGF (924) Yves Besse/AGF (925) Yves Besse/AGF (926) Yves Besse/AGF (927) Yves Besse/AGF (928) Yves Besse/AGF (929) Yves Besse/AGF (930) Yves Besse/AGF (931) Yves Besse/AGF (932) Yves Besse/AGF (933) Yves Besse/AGF (934) Yves Besse/AGF (935) Yves Besse/AGF

... chambre d'Ursula Andress le premier soir du tournage... et que c'est Bibbel en peloton qui lui a ouvert la porte ! Le lendemain il s'autopastiche en cascadeur ringard avec Raquel Welch. C'est pourtant ce Casanova en costard Smalto qui peut dire les mots les plus sensibles à Catherine Deneuve dans *La Sirène du Mississippi* de Truffaut (1969) : « Quand je te regarde, c'est une souffrance. – Pourtant hier tu disais que c'était une joie. – C'est une joie et une souffrance. » Ce grand comédien de théâtre, ancien élève du Conservatoire, s'est permis de boudier le cinéma intelto pour jouer les flics drôles et/ou sérieux pendant vingt ans avec un succès inégalé, avant de porter des petits yorkshires sous le bras dans sa loge à Roland-Garros.

« C'EST ÇA LE SOLEIL ! »

Tout est autorisé à un mythe vivant, même de voir sa vie privée avec Barbara Gandolfi étalée dans les journaux à scandales dans les années 2000... ou de servir de modèle à tous les choix filmographiques de Jean Dujardin depuis dix ans (*Clouzot Lelouch*, les films en costumes, *La Frotch...*). Le sacrot de cet homme fut de dépasser le snobisme. Les critiques, il les avait dans la poche avec sa filmographie des années soixante. Sa place dans le dictionnaire était déjà acquise avant l'âge de 30 ans. Le reste, les années 1970-1980, s'appelle le star-system, il fut le dernier, avec Delon, à connaître le sens du mot gloire. Il en a profité

jusqu'à la corde, tournant des films de plus en plus populaires mais de moins en moins bien écrits. Le public, qui l'aimait tellement, a mis plus de temps à s'en apercevoir que lui-même. Il savait que tout lui réussissait. Son nom était devenu une marque en haut des affiches. À sa place, on aurait fait la même chose. C'est pour cela qu'on lui pardonne quelques bavets sur la fin. Le sourire, toujours. L'absence de prétention. Cet homme a choisi la joie de vivre, contrairement à l'autre monstre sacré, si mélancolique et seul, embaumé vivant par lui-même dans son pantéonisme qu'il conjugue à la troisième personne... On respecte aussi Delon, Belmondo et Delon, c'est comme les Beatles et les Stones : il faut choisir son camp. Vous préférez le solaire ou le tadturme ? Le blagieur ou le chalouin ? *L'Incorrigible* ou le *Sansouci* ? Faites vos jeux. Leur mano a mano dure depuis si longtemps. Les deux hommes s'apprécient comme deux champions d'autrefois, aucun n'ayant jamais pu vaincre l'autre. La dernière fois que j'ai croisé Belmondo, c'était à un déjeuner au Café de l'Alma. Il souriait toujours autant avec toutes ses dents et son bronzage d'hédoniste cannois. Et je me disais qu'elle a pourtant dû être fatigante, sa vie. Dune, pénible et losque, avec ses problèmes de santé, son AVC en 2001, ses divorces... Mais quelle rigolade ! Qu'on se le dise : le fils du sculpteur Paul Belmondo n'est pas un acéle couchant. C'est sa grande victoire sur Steve McQueen : être toujours vivant. Il est plus facile d'être culte quand on est mort en 1983. En 2018, malgré ses

cheveux blancs et sa canne, Jean-Paul Belmondo a gardé l'œil pétillant de Gabriel Fougère quand il casse le flamenco sur la table du Cabaret Normand de Villerville, et qu'il crie : « C'est ça, le soleil ! Je rentre seul ; un matador rentre toujours seul. Plus il est grand, plus il est seul. Arrière, les esquimaux ! Je vous laisse à vos igloos, à votre banquise, à vos pingouins ! » D'un clin d'œil, d'un « Ok ! » ou « Voilà ! », il peut faire fondre les groupies énamourées qui continuent de l'encercler partout où il passe. Son sourire est celui d'un vainqueur ; le temps passé, l'adversité, les problèmes s'évaporent. Sur la scène du Châtelet où il recevait un César d'honneur l'an dernier, pour la première fois de sa vie, il parla de son courage. « Quand j'allais au théâtre, tout le monde disait que j'avais une sale gueule. Ma mère m'a dit : tu dois être comme ton père, avoir du courage. Je n'ai jamais manqué de courage. »

BAROUD D'HONNEUR

J'avais fondu l'ennure. Le mystère de Belmondo était enfin révélé : son sourire n'est que la politesse de son courage. Celui que vous prenez pour un guignolo est un valeureux. Belmondo a encore envie de s'amuser, comme avec ce dernier projet de film : *Le Coup du chapeau*, réalisé par Fabien Onteniente et produit par Olivier Delbosc. L'histoire d'un ancien cascadeur qui quitte sa maison de retraite en Cadillac, avec ses deux fils, pour retrouver une ancienne amoureuse italienne. Un dernier baroud d'honneur que ce road-movie sur la Riviera inspiré de *Fanfarou* de Dino Risi, mais dont la nostalgie rappelle plutôt les derniers Fellini, style *Ginger et Fred*. Fabien Onteniente raconte qu'il a accompagné Belmondo à un match de foot au stade Vélodrome, début 2018 : « La foule tournait le dos à la pelouse pour regarder Jean-Paul ! » Ce jour-là, il portait une étolite au bras. Voyant certains regards agités devant une éventuelle chute, Belmondo lança : « Je me suis battu... » Personnellement, en entendant Fabien me rarrer cette dernière piroquette, j'ai VU, de mes yeux VU la banquise, les igloos, les pingouins, avec au centre, le manécan relevé, le fier torero Luis Miguel, dit Miguelito.

D'un clin d'œil, il peut faire fondre les groupies énamourées qui continuent de l'encercler partout où il passe. Son sourire est celui d'un vainqueur : le temps passé, l'adversité, les problèmes s'évaporent.





CINÉMA / EN SAISON D'ÉTÉ

"Je dois avoir quelque chose d'un peu étranger au monde, mais en même temps, je m'en sens vraiment citoyen, de ce monde !"

Therapy), puis à le consacrer au côté de Jean-Pierre Cassel et de Daniel Gelin (lui qui) dans *Météorite* (1982). La même année, ce le retrouve en ex-mari d'Andromède (c'est lui) dans *Le Règne du singe fou*, un polar horrifique qui explore les bas-fonds de la capitale. « Des films étranges mais très beaux. J'ai adoré les faire ! D'ailleurs, vous savez pour être que ma femme Émilie Desgripes, ancienne médaillée olympique de gymnastique française par sa mère ? Elle porte français à nos deux enfants ! »

Après ses années d'errance constructive, Goldblum embarque alors sur du très sérieux. En 1995, Steven Spielberg le caresse dans *Archie* Park pour jouer son Malcolm, mathématicien dragueur au look ni-gringa ni-cyberpunk. Son travail de scientifique perturbé rajoute son ça de séducteur romantique : un profil qui il reprendra entre autres en 1996 dans *Independence Day*, puis l'année

suivante dans *Le Monde perdu*, le suite de Jurassic Park dans laquelle il tient cette fois-ci le tout premier rôle. Goldblum est désormais riche et aimé : « Le succès de ces trois films a rendu ma vie beaucoup moins stressante », reconnaît-il. Il se plonge dans la méditation et se livre à ses passions. Ses bas clients en prose télé, ses apparitions sur le plateau du présentateur Conan O'Brien sont des classiques complaisants sur YouTube. Et aime s'imposer son statut d'exception : celui d'un quinquagénaire qui n'a plus rien à prouver car il n'a jamais cherché qu'à jouer et à communiquer son amour du jeu. « J'imagine que je dois avoir quelque chose d'un peu étranger au monde, mais en même temps, je m'en sens vraiment citoyen, de ce monde ! » En 2001, il jouait le maître du monde, GrandMaster, dans *Thor*; Ragnarok et offrira ses ossements à notre mémoire. « Mais je ne vous ai pas dit, je viens

de tourner avec un comédien français fantastique, il est même austral, Denis L'Évent. Vous connaissez ? » Le film en question, *The Moustache*, sortira à la fin de l'année. Entre-temps, on aura entendu la voix grave de Goldblum le 11 avril dans l'ivoire des chiens de Wes Anderson. Une voix qui, raspe-les-fils, à aussi été celle de nombreuses campagnes Apple, dont celle pour le premier Mac, en 1977.

Malgré ce haut potentiel vocal, Jeff Goldblum ne chante pas. Mais il est pianiste de jazz tous les vendredis dans un club de LA, le Roosevelt. « J'ai découvert le jazz en même temps que la comédie. Quand j'ai lu mes premiers accords synopsés, ça m'a rendu fou de joie ! Je crois que la joie que j'éprouve à jouer du jazz est comparée à celle que j'éprouve à jouer mes rôles. » Et le rap, alors, qu'en pensez-vous ? Ici qu'on a vu sur Instagram faire du shopping avec la star Gwyneth, du trio Migos ? Il s'écroule les yeux et murmure : « C'est un garçon charmant mais je dois avouer que je n'ai pas encore écouté de musique. C'est comment ? » C'est bien, lui répond-on, un peu loin du jazz, même si ça reste très sympa. Une collaboration à venir, peut-être ? Espérons-le. Dernière son piano, Jeff fermement moche. _____

JEFF GOLDBLUM, MALIN COMÉDIEN ET CHER ANTHROPOLOGUE, DÉBUTE EN FRAIS DANS LE FILM À VENIR DE WES ANDERSON, LE SAUVÉ.

120 minutes avec... Nora Hamzawi, la dame de piques

Théâtre, radio, télé, cinéma... Nora Hamzawi brille partout où elle passe grâce à un sens aigu de l'autodérision, qui tire sa source des hilarantes (et si universelles) névroses de la trentenaire.

Par Lisa Vignoli, Photographies Samuel Kirzenbaum



06 GENTLEMEN'S QUARTERLY

44

Mai-Juin 2018

EN JANVIER DERNIER, Nora Hamzawi nous conviait à la dernière de son spectacle au Casino de Paris. Le lendemain, l'humoriste s'excusait par texto d'avoir été « pénible » – on n'avait pas vécu les choses ainsi. Deux mois plus tard, on prenait de ses nouvelles et elle disait n'avoir « pas vraiment d'actu ». Juste une chronique hebdomadaire dans « Quotidien » et Grazia, un rôle dans E-book d'Olivier Assayas qui sortira à l'automne, l'écriture d'un nouveau spectacle et un tournage à la rentrée aux côtés d'Anaïs Demoustier et de Fabrice Luchini. Rien que ça...

16 HEURES

THÉÂTRE LE RÉPUBLIQUE, PLAGE DE LA RÉPUBLIQUE À PARIS

Ici, elle a passé quatre ans à jouer son spectacle. Un stand-up sur les errances d'une trentenaire, entre alcoolisation, envie de plaisir et questionnements féminins. « Mon personnage n'était pas forcément célibataire, mais beaucoup l'ont vu comme ça. Quand je demandais pourquoi, on me répondait : "Parce qu'elle lose." Ça me rendait dingue ; on peut loser à deux, aussi ! Et si elle trouve un mec, elle est guérie, c'est ça ? » Dans la salle de 500 places, vide ce jour-là, elle pose en évitant son mauvais profil – le gauche –, elle le sait, elle y tient. Elle teste aussi de se remettre de la remarque du photographe à son arrivée : « Tu es vachement plus belle qu'à la télé. » Elle en rit : « Il a même développé d'un "Parce qu'avec ma meuf on se demande si t'es une vraie belle ou une fausse belle." Le verbatim est cool, mais ça veut quand même dire qu'on se pose la question de savoir si je suis chum ou pas. »

17 H 30

CAFÉ, RUE DE BRETAGNE, PARIS 3

« 17h30, c'est tôt pour une coupe de champagne, non ? À 18 heures, ça passerait. » Ce sera détox et citron chaud. Dans ce café du Marais où elle vit – au-delà même de la gentrification –, personne ne parle français. À la table d'à côté, deux Américains ne s'embarrassent pas de questions temporelles : ils commandent un steak tartare et deux coupes. C'est sur le trottoir d'en face qu'elle a rencontré le réalisateur Olivier Assayas, concrétisation de ce qu'elle a pris

pour un terrible malentendu. « J'étais dans un train pour Toulouse et Élis, mon agent, m'envoie un texto : "Boum ! Olivier Assayas veut te rencontrer." » Du tac au tac, elle répond : « Tu t'es trompée de destinataire mais merci ! » Complexe de l'humoriste qui ne se voit que dans de la comédie de marché face au cinéma d'auteur. C'est bien elle qu'il veut voir, pourtant. Le week-end suivant, elle regarde Personal Shopper et Clean. Le jour dit, Assayas est assez réservé (plénissime), elle très intimidée (euphémisme). Elle ose : « Pourquoi moi ? » Le metteur en scène n'a pas la télé. Il a regardé sur YouTube ses chroniques chez Yann Barthès – des réponses hilarantes à des questions d'enfants – et a aimé son naturel. Face à ses doutes, il l'interroge : « Mais tu as déjà joué dans mille choses, non ? » Ouais, Boule et Bill. « Petit rôle, grand rôle ? Peu importe, l'ex-élève du Cours Florent qui s'imaginait comédienne à 16 ans a tranché : « C'est Assayas, si je dois appuyer sur un bouton d'imprimante au fond de plan, je le fais. »



18 HEURES

MÊME ENDROIT, RUE SUR LA RUE

Nora s'interrompt : « Tiens, c'est pas Marion Cotillard ? » Elle a la maladie des sosies ; elle en voit partout. Ce n'était pas Cotillard. Elle reprend sur ce début de carrière au cinéma qui la conduit à jouer dans le prochain film de Nicolas Pariser et le premier long-métrage de son frère Amro Hamzawi, scénariste de 20 ans d'écart. « Je me suis mise au one-man parce que rien ne bougeait de ce côté-là. » Écrire et se faire jouer lui a longtemps suffi, mais elle apprécie ce délicieux ego trip de la comédienne : être choisie. « J'ai adoré ça, je n'étais plus toute seule à me faire confiance et à m'écouter. » Elle s'interrompt encore : « Oh regarde, c'est Pauline Lefèvre ! » Encore raté. Dans E-book, Nora joue aux côtés de Vincent Macaigne, Juliette Binoche et Guillaume Canet une conseillère politique hyper sincère, la seule qui n'appartienne pas au milieu de l'art (les autres sont écrivain, actrice ou éditeur). Deux semaines d'un tournage « génial » mis à part le vol vers Majorque, une épreuve pour cette phobique « grave » de l'avion qui pleure et tient la main de ses

voisins pendant le trajet. Pour être sympa, la production lui a dit : « Comme on sait que tu es peur, on t'a mise à côté de Binoche. » « C'était un petit avion, Macaigne s'est endormi avant le décollage et Binoche, même quand il y avait un micromouvement de l'avion, faisait exprès de me parler pour que je ne panique pas. Parfois, je me disais "C'est un rêve, je vais me réveiller." En plus, elle sentait hyper bon. » Juliette Binoche devrait proposer des stages Air France...

19 HEURES

À LA CROISÉE DE NOS CHEMINS

Nora part « délivrer la nounou » (bien vu pour la champagne). Il y a deux ans et demi, elle est devenue maman, mais dans son nouveau spectacle, elle ne compte pas traîner sur le sujet, « trop chiant ». Elle a déjà écrit la moitié de son texte, préfère s'intéresser à l'usage du couple et aux centres d'intérêt apparus avec sa « vieillesse » (34 ans !) : « La décoration, l'immobilier et la façon dont j'ai commencé à mélanger tous ces sujets dans ma vie, au point de m'entendre dire : "Si on avait de beaux pléids, on rigolerait plus." » Nous nous quittons là-dessus.



Toi aussi, deviens un écrivain riche et célèbre !

Vous rêvez d'être le nouveau Marc Levy ou la nouvelle Anna Gavalda ? Ça tombe bien, le marché n'attend que vous. Une histoire foelgood, un peu de sexe et une narration bien ficelée, voici les secrets d'un livre à gros succès (potentiel).

Par Éricson Mayo, illustration Andy Rosemer

TRouve UN SUJET QUI FAIT OUÏR

En France, le marché du best-seller et du roman populaire en général était resté jusqu'aux années 1990 relativement conservateur, dans son contenu comme dans sa manière d'être vendu. Beaucoup d'histoires de campagne, des romans « d'époque », de romances à l'au-delà, et des auteurs qui restaient à distance de leur public voire qui se scandalisaient, comme l'inénarrable Paul-Loup Sulitzer. « Mais il y a une dizaine d'années on a assisté à un vrai renouvellement de la littérature grand public », constate Fabrice Flouat, rédacteur en chef de Livres-Médec. Même s'ils sont rejetés par la millesième germanoprincesse, « les travaux de Marc Levy, Guillaume Musso, Katherine Pancol ou même Anna Gavalda ont eu le grand mérite de moderniser le genre et de le rendre ac-

cessible à un nouveau lectorat, analyse-t-il. Les textes sont devenus plus branchés, urbains, leur écriture s'est essoré du cinéma et des séries. » En parallèle, les blogs littéraires ont ouvert la voie à des auteurs ou jeunesses plus jeunes, plus semblables à celles et ceux auxquels ils s'adressent. « Aujourd'hui, commente Flouat, le carton rouge par ce qu'on appelle les foelgood books est le fait de jeunes femmes – Raphaëlle Giordano ou Agnès Martin-Lagarde, pour n'en citer que deux – qui s'inspirent de leurs horreurs, de leurs malheurs et de leurs questionnements, pour les mettre en scène de façon romantique mais en gardant un style souvent parlé, familier, qui s'adresse aux lecteurs. » Une certaine manière, contemporaine et pragmatique, de mettre à jour le roman d'apprentissage, et dont les fruits peuvent s'écouler à des centaines de milliers d'exemplaires – ce espère que les auteurs en question ont désormais de quoi se foelgood.

INVESTISSEZ PAS À ÊTRE GUS-GUS

C'est le marché et « de niche » qui explosent en quelques années : le new romance. Ce sous-genre venu des États-Unis grâce à Dominique Guéryne a aussi vu la saga After d'Anna Todd, connaît un succès phénoménal en France, où il n'est pas rare qu'un titre se vende à 60 000 ou 80 000 exemplaires, soit un chiffre considérable comparé à celui d'un roman « parisien » primé par la rentrée littéraire. Son principe : présenter l'été d'une ancienne école – à savoir Barbara Cartland ou les films Harlequin – de scène sexuelle plus ou moins explicites. Les éditions Hugo, qui ont les honneurs envers cet édénique en France, ont même établi une « grille de lecture à quatre niveaux » pour indiquer le niveau de saleté de leurs publications, qui consistent surtout en des traductions pour l'étranger. « En dépit de mépris dont elle a fait l'objet chez certains, le new romance est une scène très vivante et très exigeante, estime le traductrice et auteur Lucie Michel. Les lectrices pratiquent le binge reading et connaissent très bien l'offre, elles n'hésitent pas à critiquer ce qu'elles trouvent mal écrit ou mal traduit. » Il faut dire que la plupart des auteurs ont démarré elles-mêmes en tant que lectrices et ont publié leurs premiers travaux sur des plateformes de partage telles que Wattpad,

où celles qui les avaient commenté, s'enthousiasmement ou désigné. « Certaines romancières ont fait des formations de creative writing, ça se sent, même si ce n'est pas dans un cadre de figures imposées, explique Lucie Michel. L'amour riche, viril et mystérieux, les milieux professionnels prestigieux ou branchés, des scènes de ouï plutôt crues et vicieuses... C'est d'ailleurs parfois décalé de traduire certains termes usuels : un foelgood squabale en anglais donnera en français un balso-moi qui peut éventuellement faire passer dans un bouquin de Virginie Despentes. »

ET AUTOPUBLIEZ-VOUS SUR KINDLE ?

Si les auteurs de new romance ou de foelgood books ont fait leurs armes sur Internet avant de conquérir les étagères puis les librairies et les espaces culturels de la grande distribution, certains romanciers font eux le choix de considérer les réseaux électroniques comme leur vecteur principal. De la même manière que des musiciens indépendants préfèrent ne vendre leurs disques qu'en streaming ou en téléchargement, ces écrivains hors-cadre écrivent leurs textes sur Word puis les transforment sur une plateforme de publication mise en place par Amazon – le distributeur s'appelle KDP, pour Kindle Direct Publishing. « Le manuscrit est proposé tel quel au lecteur sur Kindle, sans révision ni coupes, l'auteur est donc entièrement indépendant et responsable de ce qu'il écrit », affirme Sébastien Thevery, dont le thriller *Un crime de trop* s'est écoulé depuis la fin 2017 à 20 000 exemplaires, vendus trois euros pièce. Là encore, l'écriture est très visuelle et là encore le public est composé de lecteurs boulimiques, mais parfois plus variés dans les histoires de secrets de famille ou les polaris post-nordiques que dans les cotés sauvages contre des balso-vivants. Mais quelle carrière est-elle possible pour ces auteurs autopubliés et auto-entrepreneurs ? « Je touche 70 % du prix de vente là où un auteur en touche maximum 12 % avec un éditeur standard, même si certains sont vendus bien plus cher, analyse Sébastien Thevery. Si je signe deux romans par an et que je fais les mêmes efforts, je peux espérer un vivre. » Le milliardaire Jeff Bezos serait-il le bienfaiteur des auteurs indépendants ?



M. WILLIAM MOULTON MARSTON

cinéma
Auteur JEAN-PASCAL GROSSO



Derrière l'héroïne au lasso magique incarnée à l'écran par Gal Gadot, se cache cet auteur sulfureux, diplômé de Harvard, psychologue, féministe convaincu, et tout autant amateur de bondage que bigame avéré. Le film "My Wonder Women", d'Angela Robinson, revient sur sa trajectoire singulière.

70

PHOTO: DRI - AHC - CBS





Une couverture de Wonder Woman publiée en 1943.

Lorsqu'il débarque à Harvard au début des années 1910, William Moulton Marston (né en 1893) poursuit un rêve : faire du cinéma. Iconoclaste, l'homme est un travailleur acharné – il sera diplômé es lettres, en droit et en psychologie – qui, à l'occasion, prend la plume. Et il remporte son premier succès lors d'un concours de scénario inter-universités. Le film qu'il a écrit – *Jack Kennard, Coward* (1915) – est diffusé à travers les États-Unis. Marston, qui a plus d'une corde à son arc, a assisté à une scène qui, d'un point de vue à la fois intellectuel et politique, l'a marqué profondément. À l'automne 1911, la Britannique Emmeline Pankhurst, grande figure du mouvement des suffragettes, invitée par l'association masculine de Harvard en faveur du vote des femmes, se voit refuser l'entrée du campus par le conseil d'administration. Elle parvient néanmoins à s'exprimer aux portes de l'université. La bouillonnante Pankhurst, comme d'autres figures revendicatrices de l'époque, bouleverse le futur créateur de *Wonder Woman*.

En 1943, il expliquera à la revue *American Scholar* que *"même les filles ne voudront pas être des filles tant que nos archétypes féminins manqueraient de force, de vigueur et de puissance"*.

En 1915, William Moulton Marston épouse Elizabeth Holloway, brillante étudiante en psychologie à l'université de Boston. Les deux se retrouvent très vite en

dehors de la thèse porte sur le test de pression sanguine systolique : ce qui fait de lui, dans l'inconscient collectif américain, le "père" du détecteur de mensonges. Avec sa jeune épouse, il va également se battre, en vain, pour que les femmes puissent intégrer plus librement les jurys des tribunaux – elles sont alors encore proscrites dans une trentaine d'États.

UN PAPA, DEUX MAMANS

À la suite d'une obscure histoire de fraude qui ne sera finalement jamais élucidée, il commence à enchaîner les mutations. La première l'entraîne à l'université Tufts, dans le Massachusetts. C'est là qu'il fait la rencontre de l'une de ses élèves, Olive Byrne, nièce de la grande figure du féminisme américain Margaret Sanger, auteure du célèbre *Woman and the New Race*, sur la prise du pouvoir par les femmes. Un soir, la jeune femme lui fait découvrir les "coutumes" de sa sororité : des jeunes filles mises en rang dans un couloir obscur, les yeux bandés, avant d'être soumises, à coups de bâton, aux "supplices" de leurs aînées. Le psychologue note alors le trouble des participantes à ces petits jeux... tout sauf innocents. Cette inclination pour la soumission ne quittera pas Olive plus jamais son esprit, allant même jusqu'à trouver un écho chez sa "créature". À l'instar d'un Superman très attaché à l'équilibre psychologique, ce personnage perd

ses pouvoirs qu'à une seule occasion : lorsqu'un homme parvient à l'enchaîner. Olive Byrne a 22 ans lorsqu'elle rejoint le foyer déjà formé par William et Elizabeth et leurs deux enfants afin de vivre pleinement une relation bigame et "polysexuelle" comme le professe le maître de maison qui s'est lui-même baptisé "le pauvre papa avec ses deux mamans". Olive et lui auront également deux enfants. *"C'était tellement étrange pour l'époque qu'ils ont dû beaucoup en rire"*, souligne la journaliste Jill Lepore, auteure de *The Secret History of Wonder Woman*. Mais du côté de ses collègues, le triangle amoureux fait beaucoup moins sourire que jaser et, dans l'Amérique conservatrice de l'entre-deux-guerres, cette situation peu commune lui vaut d'être remercié de plusieurs universités.

CORAVES BLONDES ET BRUNES

Plus cocasse, Olive trouvera, elle, un emploi de rédactrice dans un magazine destiné aux mères de famille, *Family Circle*, leur prodiguant des conseils pour tenir leur foyer selon les conventions de l'époque. Au milieu des années 20, Marston officie à l'université de Columbia où il est maître de conférences. L'insatiable d'une expérience qu'il mène dans une salle de New York, face à la presse, afin de mesurer la différence de niveau d'excitation entre hommes et femmes pendant l'acte.



New York, 1931. Le directeur Marston invite de nombreuses femmes de la Grande-Bretagne, de province, à se faire acheter son esquisse... au jeu.

cubaines préalablement microstées entre elles – devant le film *La Chair et le Diable*, avec Greta Garbo, lui fait perdre ce dernier poste. Il trouve un éphémère travail de psychologue pour les studios Universal, à Los Angeles, puis s'installe, en 1929, le livre *The Art of Sound Pictures* ou l'art et la manière de créer un film en évitant soigneusement la censure promulguée par chaque État d'Amérique. La même année, il lance Equitable Pictures, maison de production de films "pro-femmes", projet que le krach boursier réduira à néant.

CONTRE LES LOUES DE VERTU

"Les grandes qualités des femmes ont été méprisées à cause de leur faiblesse. Le remède logique est de créer un personnage féminin avec toute la force de Superman plus l'allure d'une femme bienveillante et belle." Intrigué par un article que Marston a signé dans *Family Circle* ("Don't Laugh at Comics"), Max Gaines, créateur du comic book et éditeur, fait appel à lui afin de réfléchir à la façon d'apporter au genre des modèles positifs pour contrer les exquises des lignes de vertu. William Marston Marston va faire beaucoup mieux : il crée un personnage d'amazone au lasso magique et à l'épreuve des balles, volant dans un avion invisible, et délivrant un discours féministe d'avant-garde. À l'origine, le professeur imaginait un super héros dont le moteur ne serait pas

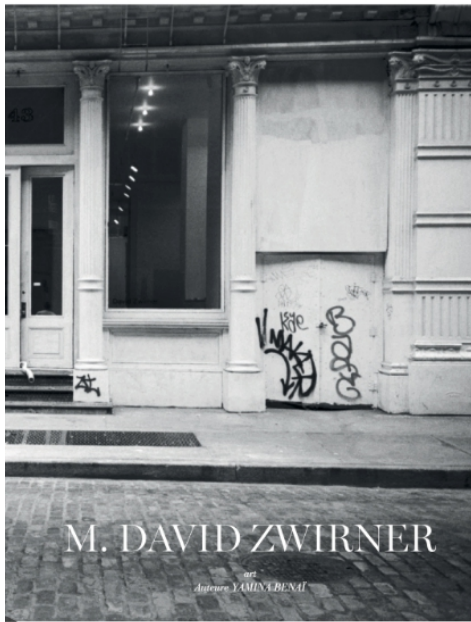
la survie de l'humanité ou la "vengeance... mais l'amour. *"Il faut que ce soit une femme alors"*, lui souffle Elizabeth.

AMAZONE GLOBALE ET SOLAIRE

Ainsi naît *Suprema, the Wonder Woman*, qui, judicieusement, sera rebaptisée *Wonder Woman* par le responsable éditorial de All Star Comics (maison qui publie déjà Green Lantern et The Flash). *"En plus, les petites filles se mettent à acheter des bandes dessinées"*, concède Marston, visionnaire. La première aventure paraît en décembre 1941. Un communiqué de presse annonce que *"Wonder Woman a été conçue par le docteur Marston [...] pour lutter contre l'idée que les femmes sont inférieures aux hommes et pour inspirer aux jeunes filles la confiance en elles et la réussite dans les sports, les activités et les métiers monopolisés par les hommes."* Un an plus tard, durant l'été 1942, *Wonder Woman* obtient son propre titre et devient la première super-héroïne de l'histoire à avoir un comic à son nom. À sa mort en 1947, victime d'un cancer de la poitrine, Marston laisse derrière lui deux femmes, quatre enfants, et un personnage qui verra son aître croître au fil des ans. Elizabeth tentera bien de reprendre le flambeau en demandant à DC Comics (qui a absorbé All Star Comics) de l'engager, on lui préférera Robert Kanigher pour poursuivre le récit des aventures de la

super héroïne la plus célèbre de la planète. Elle finit par accepter un emploi dans une compagnie d'assurance tandis qu'Olive travaillera dans une boutique. Les deux femmes continuèrent de vivre ensemble. En 2017, plus de soixante-quinze ans après sa création, le film *Wonder Woman*, interprété par l'actrice insoumise Gal Gadot, dépasse les 800 millions de dollars au box-office mondial rejoignant à ces sommets le *Dark Knight* transcendé par Christopher Nolan. Jamais la guerrière de Paradise Island, l'amazone post-moderne, alliée justicière aux côtés du faillible Superman et d'un Batman cadennassé à ses névroses, n'aura été autant d'actualité, globale et solaire. Toutes les petites filles veulent se reconnaître en elle ; #MeToo pourrait être "hashtagger" en écho à leurs mères, voire leurs grands-mères. Voilà la grande victoire posthume du sulfureux William Moulton Marston : avoir donné à une femme un pouvoir que toutes revendiquent aujourd'hui. Chapeau, l'almuiste!

My Wonder Woman, d'Angela Robinson, avec Luke Evans, Rebecca Hall, Bella Heathcote... Sortie le 18 avril.



M. DAVID ZWIRNER

art
d'artiste YAMIN BENALI

143

En décembre 2017, l'exposition qu'il consacrait à Yayoi Kusama enregistrait 75 000 visiteurs. Un record. En janvier dernier, il inaugurerait une galerie de près de 950 m² aux 5^e et 6^e étages d'une tour de verre à Hong Kong ; en 2020, c'est un édifice de cinq étages repensé par Renzo Piano qui montera à quatre le nombre de ses galeries new-yorkaises. Respecté et craint, le galeriste allemand a instillé de nouveaux us et coutumes dans le monde de l'art.



David Zwirner, assis.

Dans l'univers des maisons d'édition comme dans celui des galeries, les transferts non désirés d'uteurs / artistes se connaissent pas l'instabilité : blessures d'ego et conséquences économiques garanties. Ainsi, en 1993, lors de l'ouverture de sa première galerie à Greene Street, SoHo, David Zwirner a-t-il choisi de montrer des sculptures de Franz West. L'absence totale de ventes ne dissuade pas Zwirner, alors âgé de 29 ans, d'accorder un solide soutien à West dans son projet d'ouverture d'un atelier à Vienne. Aussi, en 2000, l'annonce faite par West de sa décision de rejoindre la galerie Gagosian a-t-elle l'effet d'un uppercut : "Soudain, vous avez l'impression que le monde s'écroule", lâche Zwirner. Dans son cas, toutefois, un court instant seulement. Car il prend alors conscience que la défection de West n'est pas à inscrire au crédit de la guerre des galeries mais de ce

qu'il identifie comme un défaut de conseil de sa part à l'égard de l'artiste. "Je n'avais alors que la galerie de SoHo, Gagosian, lui, a proposé de l'exposer à Londres. Je l'en ai dissuadé. Or, en toute objectivité, c'était une opportunité pour West. J'ai raisonné en termes d'intérêt pour ma galerie et non pour l'artiste. Une erreur que je n'ai plus jamais commise." De fait, depuis cet épisode initiatique, nul autre artiste n'a tenté de prendre la tangente. "Si je perçois une forme d'insatisfaction de la part d'un artiste, je considère que mon travail n'est pas correctement accompli."

Aujourd'hui, à 53 ans et après vingt-cinq ans de brillants et fructueux services, David Zwirner est hors d'atteinte. Comprenez intouchable. En 2010, il faisait face à un procès initié par le puissant collectionneur et promoteur immobilier Craig Robins (cofondateur de la foire Design Miami et développeur du Miami Design District). Nature du litige : des toiles de la Sud-Africaine Marlene Dumas que le galeriste lui aurait réservées et qui auraient été cédées à un autre. Zwirner n'a pas simplement tout engagement en ce sens. Les affaires entre les deux ont depuis repris leur cours. Signe d'une évidente puissance de frappe.

SENSIBILITÉ ARTY DE NAISSANCE

Certes, le galeriste doit à son milieu de naissance d'avoir mis à portée de son regard des œuvres majeures du xix^e siècle. Sa sensibilité et sa détermination ont permis le reste. David Zwirner est le fils de Rudolf Zwirner, influent galeriste établi au début des années 1960 et cofondateur de la foire Art Cologne (1967), maître-étalon d'Art Basel (1970). Établi à Cologne, où David Zwirner naît en 1964, il accaillie une noria

d'artistes dans l'appartement familial, situé au dessus de la galerie. Les œuvres de Cy Twombly, de Claes Oldenburg, de Raymond Pettibon, de Joseph Beuys, de Roy Lichtenstein ou encore d'Andy Warhol constituent le quotidien du jeune Zwirner. À 14 ans, il s'installe à New York, à la suite de la séparation de ses parents. École privée et fréquentation, dans le sillage familial, de personnalités du monde de l'art (directeurs de musées, historiens de l'art, commissaires d'expositions, artistes). Mais son inclination initiale le conduit vers la musique. Une carrière de bassiste se profile, vite contrariée par des dissensions dans le groupe qu'il a constitué le menant à s'éloigner de la scène. Il n'en demeure pas moins fidèle à une certaine tradition : à 25 ans, il épouse Monica Seeman (cofondatrice en 2000 de la grille de sacs à main MZ Wallace) et tous deux emménagent dans le loft mis à disposition par Zwirner père. Qui, jouant de ses relations, lui permet d'obtenir un poste à la Brooke Alexander Gallery. Il fait merveille auprès des collectionneurs et des directeurs de musées, séduit par sa culture européenne, et se forge un réseau qui l'aide à ouvrir sa propre galerie. Chose faite, donc, par l'entremise d'une donation paternelle : Greene Street est alors à l'écart du mercato arty. Tandis que son père travaillait avec des artistes modernes, lui se penche sur les créateurs contemporains. Au début, son patronyme aara, à n'en pas douter, constitue un sésame pour capter l'attention de certains d'entre eux. Barbara Gladstone, galeriste majeure, lui confie ainsi la vente d'une peinture de Gerhard Richter. Dès les débuts, il recourt à l'expertise d'Annabel Selldorf, également originaire de Cologne. L'architecte du Parc des ateliers de la Fondation Luma, à Arles, facture alors à son compatriote la modique

PHOTOS COURTESY DAVID ZWIRNER, NEW YORK/LONDON/HONG KONG - JASON SCHMIDT

150



Installation Five Years, 1985-1998, une exposition de groupe qui commémore les cinq premières années d'existence de la galerie de Greene Street, à New York, en 1998. De g à dr, les sculptures de Jason Rhoades, John McCracken et Franz West.

somme de 30 000 dollars pour repenser les modestes 148 m² où Zwirner s'assure la présence de deux assistantes. Aujourd'hui, il emploie 165 personnes et le coût des services de Selkirk pour l'édification de la galerie de West Chelsea (2013) est passé à 35 millions de dollars (achat des murs inclus). Aux deux galeries de Chelsea et à celle de l'Upper East Side s'ajoute celle de Londres, à Mayfair, sise dans un bâtiment jadis demeure de la marquise de Salisbury. En plantant pavillon en Asie (Hong Kong, janvier 2018), Zwirner s'assure une vitrine/plaquéforme indispensable pour les nombreux et riches collectionneurs asiatiques – chinois notamment. Le mini territoire qui, depuis 2013, accueille Art Basel, est un solide condensé d'opportunités complémentaires pour les ventes d'œuvres. Zwirner a vécu les évolutions du métier. Alors qu'à ses débuts, près de 95 % des ventes étaient issues des expositions, la moitié seulement des 1 400 œuvres vendues par la galerie en 2017 – totalisant plus de 500 millions de dollars – est à inscrire au crédit des expositions, le reste étant généré par les foires et le second marché (à savoir la revente d'œuvres confiés à la galerie par des collectionneurs).

UN TROPISME RADICAL

Très tôt, son mélange ancien/nouveaux mondes et sa connaissance de la scène artistique de Cologne confèrent à Zwirner une longueur d'avance. Avant-gardiste, la ville impose l'acuité et la justesse d'une vision. Avant l'heure, elle porte un intérêt appuyé à l'immense créativité de la côte Ouest des États-Unis, dont Paul McCarthy (né en 1945) est une figure de proue. Dès 1993, Zwirner inscrit McCarthy sur sa programmation. L'artiste incite

le galeriste à prêter attention au travail de l'un de ses étudiants à UCLA, Zwirner, convaincu sur photo par le geste du jeune artiste, lui propose illico une exposition. Jason Rhoades entrera ainsi solennement dans le monde de l'art. "David Zwirner est quelqu'un d'extrêmement énergique, qui prend beaucoup de risques. Si sa galerie est devenue incontournable dans le paysage de l'art contemporain, il n'en continue pas moins à s'intéresser à de très jeunes artistes, il apprécie particulièrement ceux qui ont un monde très fort et habité", analyse Hervé Mikaeloff, consultant en art et commissaire d'exposition. Ami d'Oscar Murillo, alors âgé de 27 ans, auquel Zwirner propose en 2013 de rejoindre sa galerie. Si aujourd'hui Zwirner représente des artistes de grande ampleur (Yayoi Kusama, On Kawara, Sherrie Levine, Isa Genzken...), de même que de considérables successions (Donald Judd, Fred Sandback, Franz West, Dan Flavin, Félix González-Torres...), il conserve toutefois son tropisme radical. Ces cinq dernières années, les artistes qu'il représente ont fait l'objet de 247 expositions personnelles dans 40 pays. Le classement 2017 *ArtReview* des 100 personnes les plus influentes du monde de l'art contemporain le place en 5^e position après des artistes, théoriciens et curateurs... mais il est le premier dans la catégorie galeriste. Devant Hauser & Wirth (7^e) Gavin Brown (10^e) et... Larry Gagosian (15^e).

davidzwirner.com



En 1994, le sculpteur Franz West (à g.) travaille sur l'installation pour les besoins de son exposition solo "Franz West: Home Elements (A Retrospective)", avec laquelle David Zwirner (à droite) a inauguré sa première galerie, à New York, 43 Greene Street.



Photographie de Diplo à Los Angeles pour le magazine *ENFOIRÉ* d'ARNAUD L'HERMITEZ.

M. DIPLO

coverstory

Auteure EUGÉNIE ADDA

Photographe LUC COIFFAIT

Styliste SAMANTHA RHODES

Producteur de génie, tiers du groupe Major Lazer et DJ des scènes émergentes, l'hyperactif Diplo lance une nouvelle chaîne radio et étend un peu plus son influence planétaire avec le récent "California", EP aux six titres hip-hop solaires.

Pas personne n'arrêtera Diplo. Incarnation du flegme californien, mage sonore rompu depuis quinze ans à un DJing précis adalé par les irrités, le natif de la ville d'Elvis multiplie les collaborations avec les plus grands noms de la pop mondiale – Beyoncé, Justin Bieber, Madonna, Lil Wayne ou M.I.A. – sans perdre pour autant de vue les scènes électro des villes émergentes qu'il encourage avec un acharnement discret. Une block party géante à Islamabad en février dernier avec son groupe Major Lazer à La Havane en 2016 devant 400 000 personnes – une première pour un

artiste US depuis le rétablissement des relations diplomatiques avec Cuba – documentée par le film *Give Me Future*, des dates en Ouganda, au Nigeria et en Éthiopie lors de sa dernière tournée africaine... Celui qui tient quasiment résidence dans les meilleurs clubs de Vegas officie en parallèle sur les scènes confidentielles du monde entier et offre une visibilité aux courants locaux alternatifs, qu'il explore depuis *Favorite of Blast*, docu qu'il réalisait en 2008 sur les artistes new funk des quartiers pauvres de Rio. Le voilà de nouveau dans la lumière, sur son EP *California*, dévoilé en mars, dont la tracklist

réunit des collaborations avec les nouveaux noms de L.A. : Lil Yachty, Lil Xan, D.R.A.M. ou Trippie Redd, autant de rappers têtes de file de la jeune garde, dont les visages tatoués, le flow et les textes néopunka remplacent la pop édulcorée des gros labels dans les oreilles de la jeunesse américaine. Six titres en tout, à la fois mélancoliques et dansants, où le sautillant Diplo s'essaye à l'introspection et rend hommage à ceux qui incarnent la scène hip-hop californienne et s'apprennent – tout comme lui – à rejoindre la lumière. Rencontre avec l'intéressé, entre deux avions, dans une villa abondante de Beverly Hills.



LE PAYS OÙ NAISSENT LES MÉGATOURNÉES

show business
Auteur BAPTISTE PIÉGAY

*Beyoncé, U2, Kanye West ou Madonna
leur doivent leurs extravagantes scénographies.
En Pennsylvanie, les ingénieurs
de TAIT Towers concrétisent leurs rêves
et ne connaissent aucune limite.*

Nulle part n'existe plus, sans doute : la carte du monde est compléte. Pour l'univers, on verra, mais pour ce qui est du globe terrestre, c'est bon, merci. On n'écrit donc pas que les ingénieurs de TAIT Towers sont installés au milieu de nulle part. Mais tout de même : en territoire amish, ils ont construit des hangars où sont conçus les dispositifs scéniques les plus fous des trois dernières décennies. On évitera aussi de signaler la dissonance étonnante entre le cadre spirituel rigide et la dimension infernale des masques populaires, elle va de soi. Quoique : c'est d'ici qu'a été expédiée la sculpture du Christ en croix, haute de 3,6 mètres, devant laquelle le pape François célébra une messe au Madison Square Garden, le 25 septembre 2015. C'est ainsi qu'entre les villes de Lititz (environ 9 400 habitants) et Manheim (4 800 habitants), que TAIT s'est implanté, en 1978. Comme le voudrait le scénario du film racontant cette aventure, il faut désormais un flashback, si possible transcontinental : ilens donc du

côté d'Oxford Street, à Londres, en 1968, et rencontrons Michael Tait, australien, derrière le comptoir du bar The Speakeasy Club. Tout le monde y est passé – Bob Marley, les Stones, et ainsi de suite. Un soir, le jeune groupe Yes (bientôt célèbre pour son rock progressif compassé et usant) joue au Speakeasy.

BARNEY MANLOW ET NEIL DIAMOND

Leur manager embauche Michael pour les conduire à la prochaine étape de leur tournée anglaise, à Leeds. L'Australien assiste à un concert où, techniquement, rien ne tient, tout casse, crame, se court-circuite. Lui sait, sent, qu'il a les réponses à ces problèmes récurrents. Pendant quinze ans, il suivra le groupe, gérant sons et lumières. Il construit ainsi la première pédale d'effets sonores (c'est peu dire que leur guitariste était friand d'essaminures et de falbalas tapageurs) et réorganise leur répartition sur scène, les enjoignant à se tenir en arc de

cercle, inventant une scène mobile, avancée. Intuition brillante qui s'avérera également rentable : plus d'espace autour de la scène, donc de billets à vendre, et plus de billets premium à valoriser... Barry Manilow et Neil Diamond, superstars de l'époque, deviennent ses clients. Pour stocker le matériel, de plus en plus imposant, Tait choisit Lititz, moins pour son aura religieuse que pour sa proximité avec les frères Clair. Roy et Gene sont des personnages pas du tout secondaires du drame qui se joue : si 12 sociétés travaillant dans l'industrie du divertissement XXL sont installées dans le périmètre, c'est un peu grâce à eux. Les frères bricolaient paisiblement dans leur garage quand l'université locale de Lancaster les sollicita pour construire un système sonore pour un concert – jusqu'à présent, ils n'avaient eu pour seuls interlocuteurs que des frères locaux, où il s'agissait d'amplifier des discours de notables. À Miami se joue une autre scène décisive : Frankie Valli et ses Four Seasons,

photo Getty Images



Michael Tait, le fondateur de TAIT Towers.



Marcusson "Mati" Hirsén, ouvrier, au département métal de l'entreprise.

La démesure selon TAIT Towers

600

salles

100 000 \$
à 20 M \$

le budget moyen
pour la conception
d'un concert

4830 m²

pour la salle
de répétition

9,24 Mds \$

le business des
concerts aux États-
Unis en 2017

2017 & 2018

plus fréquentés au plus
innovants du monde du
spectacle vivant par le
magazine *Forbes*

pas encore vedettes, joué en première partie de Herb Alpert & Tijuana Brass, qui lui refuse indolamment l'usage de ses amplis. Par un hasard dont on ne connaît pas les détails (les meilleurs scénarios ont leurs trous d'air), Vuill entend parler des deux frères et leur commande un système sur mesure pour son passage à Lancaster en 1966. Et bientôt, les voilà aménageant les sonorisations des concerts d'Elvis... En 1972, ils avaient perfectionné en pionniers des amplifications suspendues pour des concerts dans des stades. En 1978, ils étaient incontournables, et pas décidés à quitter un paysage familier. C'est à eux qu'il fallait venir, et pas l'inverse.

INFLATION DU SPECTACULAIRE

Avec Michael Tait, ils mirent au point d'extrêmement moments de la pop culture des années 80-90: la scène sur laquelle Michael Jackson effectua son premier moonwalk, en 1983, celle de la tournée Voodoo Lounge des Stones... et plus proche de nous, l'arriérée de la tournée 360° de U2, en 2009. L'obligation de faire des tournées des machines de guerre lucratives et mémorables (instagrammables, partageables instantanément, un plateau de concert est

aujourd'hui un peu comme l'avocado toast du brunch dominical: son intérêt premier est d'être photographié) a encouragé l'inflation spectaculaire dont profitent pleinement les équipes de TAIT, confrontées à des défis logistiques dignes d'un superhéros devant sauver la planète de la catastrophe nucléaire. Ainsi, la tournée 2014-2015 de Katy Perry mise au point par leurs services réclamait 59 000 kilos de matériel, répartis dans 17 semi-remorques, à monter et à démonter à 130 reprises, sur trois continents... en cinq heures maximum.

L'entreprise a un atout dans cette perspective: une salle de concert au format stade, pouvant accueillir des répétitions grandeur nature (Taylor Swift et Beyoncé en ont profité).

Un écosystème vertueux composé de sociétés intervenant à différentes étapes s'est organiquement développé autour de TAIT et de Clair Global: Atomic est spécialisée en lumières, Control Freak dans l'intégration de vidéos, StageCo dans la construction de structures métalliques...

La complexité mécanique à l'œuvre dans chaque minute de concert est ainsi résoluble localement. Restons dans la métaphore gastronomique: c'est un peu l'idéal autoréflétant d'un restaurateur élevant ses

bêtes et cultivent ses légumes (sans oublier la communauté amish, dont l'art de la forge est mis à contribution). Quoique imprévisible par l'artiste (aucun on ne dit jamais non, bien sûr) entraîne un défi technologique supplémentaire ne pose pas d'autres problèmes que sa résolution sur place, avec quelques frissons. Lorsque U2 leur a commandé le dispositif scénique pour la tournée commémorant les trente ans de la publication de l'album *The Joshua Tree*, la technologie nécessaire à la concrétisation du concept imposé n'était pas encore tout à fait mise au point...

Leur savoir-faire, utilisé bien au-delà des tournées XXL, au théâtre, pour des conférences high-tech, des événements sportifs (la cérémonie d'ouverture des JO de Londres en 2012), semble sans égal. Et d'autant plus éblouissant qu'il est né de talents frissonnés par le hasard. "Nous sommes la marque que vous avez vue des centaines de fois, mais dont vous n'avez jamais entendu parler", plaisaient les responsables. Maintenant, vous savez.



NEWS

Epo

LE JEU VIDÉO INTRONISÉ 10^E ART ?

Après des années de débats houleux sur le statut artistique du jeu vidéo, il semble que les faits finissent par donner raison à certains... Dès le 8 septembre, le Victoria and Albert Museum accueillera l'exposition "Vidogames: Design/Play/Disrupt". Soudain est la game over de la polémique ?

Qu'est-ce donc qu'un jeu vidéo ? Né en 1972 avec *Pong*, créé par Ralph Baer, il n'a cessé d'évoluer. Il est constitué dès le départ d'images animées dans une interface, d'un gameplay accompagné de sons. Les premiers jeux étaient en noir et blanc, l'apparition de la couleur intervient en 1977. Les images furent d'abord en 2D avant le recours à la 3D dans les années 1990. Il s'agit donc avant tout d'un divertissement... qui deviendra vite populaire. Mais le jeu vidéo est aussi un style de dessin qui lui est propre, allant de l'image pixelisée à l'image réaliste. Bien vite, il a fallu des graphistes et des artistes pour créer les univers virtuels et musicaux de chaque jeu. Et peu à peu, le jeu s'est mis à inspirer l'art et vice versa.

Pourtant, pour qu'il gagne ses lettres de noblesse, le chemin fut long. En 2006, Wikipédia avait lancé un débat : le jeu vidéo pouvait-il entrer dans la catégorie Art de l'encyclopédie en ligne ? La réponse avait été sans appel : non. En 2011 puis 2013, des expositions retraçant l'histoire du jeu vidéo s'installent au Grand Palais à Paris. Une première dans un grand musée mais qui est alors considérée comme un simple hommage au rétrogaming. C'est le MoMA, en 2013, qui ira un peu plus loin en faisant l'acquisition de 14 jeux, dont les fameux *Tetris* et *Pac-Man* mais aussi *Another World*. Le jeu vidéo est alors intégré dans une exposition permanente plus globale

de design moderne appliqué, ce qui permet de retourner la polémique sur le statut d'œuvre d'art du jeu vidéo. Un tour de

passé-passé intellectuel que l'on doit à la brillante curatrice Paola Antonelli. Même la beauté du code des jeux devient partie intégrante de l'œuvre. Mais le doute subsiste encore. Comme bien des arts tels que le pop art ou même l'impressionnisme en leur temps, il faudra attendre quelques années avant que les mentalités évoluent.

ENTRE CRÉATION ET INNOVATION

En France, berceau de nombreux jeux créatifs, c'est le monde politique, aidé du Seli (Syndicat des éditeurs de logiciels libres), qui va pousser à la reconnaissance du jeu en tant qu'œuvre. Emmanuel Martin, délégué général du Seli, le martèle :

"Le jeu vidéo est une culture à part entière, à la croisée des chemins entre création artistique et innovation technologique."

Le processus créatif d'un jeu vidéo nécessite à la fois des métiers artistiques et des métiers technologiques et la plupart des créateurs de jeu vidéo maîtrisent ces deux aspects."

Françoise Nyssen, ministre de la Culture, a réaffirmé l'ambition de l'État de soutenir l'industrie vidéoludique, soulignant le fait que *"le jeu vidéo est un vrai élément de la culture en France"*. Elle continue ainsi le mouvement lancé par Axelle Lemaire, alors secrétaire d'État au Numérique, qui avait annoncé que *"d'ici vingt ans, le jeu vidéo sera/af) reconnu comme un art à part entière"*. Autre fait marquant : Michel Ancel, créateur des *Lapins crétins* et de *Rayman*, Frédéric Raynal, créateur d'*Alone in the*

Dark, ou Shigeru Miyamoto, créateur de *Super Mario* et de *Zelda*, ont été décorés de la médaille de chevalier des Arts et des Lettres.

Autre point très intéressant, le monde du jeu vidéo courtisé de plus en plus des artistes reconnus. David Bowie fut l'un des premiers à collaborer dans le registre musical. Plus récemment, le graffeur C215 a eu l'occasion de réaliser à la demande d'Ubisoft une commande d'œuvres street art pour le jeu *Far Cry 4*. Elles furent intégrées aux décors de façon parfaitement naturelle sans galvauder son travail, bien au contraire. L'artiste reconnaît lui-même que le jeu vidéo est art et est une *"porosité complète qui fait que l'on parle même d'artemaisonnement"* et *"que l'artiste devient lui-même gouverner en convoquant les points regardés par les réseaux sociaux à force de likes et de followers, mais aussi en offrant des œuvres ludiques qui divertissent le public"*. *Space Invaders* en est l'exemple ultime selon C215. La nouvelle génération d'artistes a donc incubé le jeu vidéo, il fait partie de son ADN. La fusion des deux mondes s'est bien faite, en douceur.

"Vidogames : Design/Play/Disrupt, Explore the design and culture of contemporary videogames", au Victoria and Albert Museum, du 8 septembre 2018 au 24 février 2019, vam.ac.uk

DAVID BYRNE EN PREMIÈRE LIGNE

S'il ne cesse de tourner, ce n'est jamais en rond. L'ex-chanteur des Talking Heads se réinvente inlassablement. Son nouveau spectacle, convoquant pop, danse et mode, en atteste avec une réjouissante énergie.



David Byrne et sa troupe, lors de l'American Utopia Tour. Costumes signés Kenzo.

Curieux de tout, capable encore de surprendre, intranquille, esquissant la routine comme la peste bubonique, David Byrne, qui n'est plus leader des Talking Heads depuis longtemps, mène sa carrière solo avec aplomb et audace. Si le son romantique avec son ancien groupe a partant semé ses graines pour offrir à la pop des fleurs fraîches cueillies ici (*Vampire Weekend*) et là (*Angélique Kidjo*), il n'a cessé d'explorer des terres vierges, soucieux de faire d'un glorieux passé un beau souvenir, pas une pension de retraite. Hâier défricheur tout terrain, il n'a rien perdu de son appétit pour la création. À l'ère des mégajournées façon Bismarck qui devenaient alors la norme esthétique, le film *Stop*

Making Sense, filmé en 1984 par Jonathan Demme au cœur des concerts des Talking Heads, démontre sa capacité à prendre le contrepied des clichés, à en faire des ombres, au feu de joie. Son costume XXL, clin d'œil ironique adressé aux stylistes triomphants et à leurs vestes à épaulettes, marque son époque, comme le costume blanc de Michael Jackson sur la pochette de *Thriller*. Son nouveau spectacle, inmanquable, sur les brisées de son dernier album, *American Utopia*, offre un cocktail inédit de chorégraphie, d'installation artistique et de pop, comme une exposition dans laquelle le visiteur danserait pour passer de pièce en pièce. On a vu peu de concerts aussi ludiques, réfléchis et joyeux. Parmi les

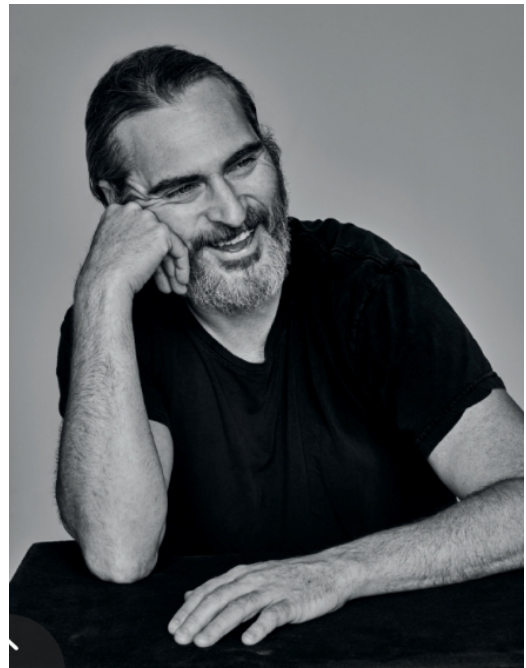
éléments participant de cette scénographie un peu folle, les costumes, dessinés par le tandem créatif Opening Ceremony qui applique sa vision à la maison Kenzo depuis 2011, proposent des silhouettes grises, où se cachent détails et finitions inédites. Byrne nous apprend décidément autant à regarder qu'à écouter. Et à danser, à l'image de son récent refrain *I Dance Like This, Because It Feels So Damn Good*, parfait slogan pour une trajectoire en toute liberté rencontrant la démarche de créateurs uniques, patiemment libres.

* Toutes les dates sur davidbyrne.com *American Utopia* (Tokusundo/Nonotack).

M. JOAQUIN PHOENIX

coverstory
Auteur REX WEINER
Photographe ERIC RAY DAVIDSON

À 43 ans, l'acteur américain ne lasse pas, et ne se lasse pas. Son goût de l'aventure, son talent et son éthique de travail le distinguent sans peine de ses collègues.



“Dans *Les Frères Sisters*, le premier film anglophone de Jacques Audiard, il sera Charlie Sisters, le plus perturbé, le plus instable et le plus violent des deux frères. Avec son aîné, Eli, ils forment un tandem de tueurs engagés sur une mission dans le périlleux Nord-Ouest américain des années 1850, en pleine ruée vers l'or.”

40

“Chaque nouveau projet me terrifie. Et c'est probablement une bonne chose, n'est-ce pas ?” Joaquin Phoenix évoquait le rôle du Joker qu'il venait d'accepter, dans un film qui racontera la gonzée du clownesque et fippant ennemi juré de Batman. Créer un tel personnage, même pour un acteur lauréat d'un Grammy et d'un Golden Globe, trois fois nommé aux Oscars et aux Bafta, ne va pas de soi. Du tout. “C'est le moment le plus angoissant”, confesse-t-il, les sourcils froncés, avec la tête de celui qui ne comprend toujours pas comment il a pu surmonter de rudes épreuves, et encore moins comment il affrontera celles à venir. Je l'ai rencontré un matin d'été ensoleillé, après une séance photo, dans un studio d'Hollywood. Rolls Royce et organisai, au même moment, un événement promotionnel pour une de ses luxueuses nouveautés... Phoenix est tout à l'opposé de cet univers. Décrit comme l'un des acteurs les plus doués de sa génération, assis à côté de moi sur le canapé, en tee-shirt, il semble particulièrement bien dans ses pompes. D'ordinaire sur la réserve avec les journalistes, si ce n'est d'humeur combative, il est disposé à révéler un peu de son processus créatif, en prononçant avec un jamais paraître prétentieux.

DES PERSONNAGES INCROYABLES

“Je n'ai pas de méthode à proprement parler. Je ne sais même pas ce qui fonctionne ou pas”, admet-il. Je crains alors qu'il ne soit pas du tout enclin à entrer dans les détails de sa démarche. Avec quatre films dans les salles entre 2017 et 2018, il ne tient pas en place, et cogite déjà à la suite : créer encore et encore des personnages aussi

dissimilaires les uns des autres qu'inoubliables. Dans *A Beautiful Day*, réalisé par Lynne Ramsay, Phoenix interprète un vétéran de la guerre du Golfe, dévasté par son expérience, qui gagne sa vie comme tueur à gages – rôle qui lui a valu un Prix d'interprétation à Cannes, en mai 2018. Dans *Marie Madeleine*, de Garth Davis, il était un Jésus presque tangible, face à une Marie Madeleine incarnée par Rooney Mara, sa compagne. Et il était enfin un renouveau John Callahan dans *Don't Worry, He Won't Get Far on Foot*, devant la caméra de Gus Van Sant racontant l'histoire véridique d'un alcoolique, qu'un accident de voiture laissa paraplégique, confronté à ses démons et à la célébrité inattendue que lui amènent ses deserts et sa nouvelle carrière d'artiste.

Dans *Les Frères Sisters*, le premier film anglophone de Jacques Audiard, il sera Charlie Sisters, le plus perturbé, le plus instable et le plus violent des deux frères. Avec son aîné, Eli, ils forment un tandem de tueurs engagés pour une mission dans le périlleux Nord-Ouest américain des années 1850, en pleine ruée vers l'or. Comment un acteur, né dans une famille créative, qui fait ce métier depuis ses huit ans, partageant sa vie avec une actrice courtisée, réussit-il à échapper à la tourmente hollywoodienne et à l'attention oppressante des tabloïds, tout en ne perdant rien de son énergie artistique ? “Quand je ne travaille pas, j'aime ne rien faire. Je reste assis, et ne fais littéralement rien”, dit-il. En effet, les jours où il faisait la une pour ses excentricités sont révolus. Comme cette époque où il avait déclaré arrêter le cinéma pour se lancer dans le rap, concoctant en 2010 avec son beau-frère

Casey Affleck un faux documentaire capturant cette aventure, *I'm Still Here*. Mais quand il décide de travailler, c'est une affaire sérieuse : “Le scénario est généralement le point de départ. Il doit me procurer une réaction émotionnelle. Le plus important, parfois, c'est simplement le cinéma. Mais il y en a que j'admire qui m'ont proposé des films que je n'aurais pas, à sauter soit du scénario, soit du personnage. Ces deux paramètres – le scénario et le réalisateur – sont essentiels. Je crois qu'au final il s'agit de vivre une expérience que je ne connaîtrai pas dans ma vie quotidienne. Je veux me sentir vidé à l'issue du tournage. C'est cela que je recherche.”

COWBOY VEGAN

Adapté d'un roman picaresque de l'écrivain canadien Patrick deWitt, dont les droits avaient été acquis en 2011 par son partenaire à l'écran, John C. Reilly, le scénario a été transmis à Joaquin quatre ans plus tard, alors que Jacques Audiard venait d'accepter de réaliser le film. “Même dans sa première version, il avait une personnalité incroyable. Nous avons parlé au téléphone avec Jacques, et malgré la barrière de la langue, ce qui est ressorti de la conversation m'a fortement intrigué. Ce qu'il me disait me le rendait familier, et j'avais envie de passer du temps avec lui.” Parle-t-il du personnage ou du cinéaste, ce n'est pas clair. De toute façon, l'ambiguïté est le milieu naturel de l'acteur. Il éclate de rire : “Et je trouvais très drôle l'idée de jouer le frère de John, nous sommes si différents physiquement !” Porté par des interprétations intenses (on y croise Jake Gyllenhaal, le rappeur britannique

43

“Audiard était un putain de général ! Le premier debout, jamais fatigué, toujours volontaire. C’était merveilleux à observer, c’était comme regarder un artiste dégageant de bonnes vibrations. Il est vraiment unique.”

Riz Ahmed et les vétérans Raiger Hauer et Carol Kane), tourné dans le désert d'Adalouaso, à l'image de nombreux westerns spaghetti, le film propose une vision brute, crue, de l'Ouest américain. Un territoire sale, misérable, où des hommes et des femmes risquent leur vie pour accomplir leur rêve d'or arraché à des rivrières boueuses, où une nuit de sommeil peut être interrompue par la menace fatale d'une araignée se glissant dans la bouche d'un homme ronflant paisiblement.

Si la troupe du film a enduré des conditions de tournage difficiles, Audiard a montré la voie, selon Phoenix : *“Audiard était un putain de général ! Le premier debout, jamais fatigué, toujours volontaire. C’était merveilleux à observer, c’était comme regarder un artiste dégageant de bonnes vibrations. Il est vraiment unique.”*

Joaquin y joue un cavalier endurci, qui gagne sa vie en taunt des gens. Cela posait un problème : vegan, activiste engagé pour la protection des animaux, poëliste, il ne porte ni laine, ni soie, ni cuir. Pour que ses costumes soient néanmoins authentiques tout en respectant ses principes, la costumière Milena Canonero (récompensée par quatre Oscars, pour *Barry Lyndon*, *Les Chariots de feu*, *Maria Antoinette* et *The Grand Budapest Hotel*) a imaginé des holsters, une sacoche et tout l'attirail de l'époque en matière végétale. Il n'a pas pu se dispenser en revanche de monter à cheval – ce qu'il fait très bien. *“Mais je l'ai mal vécu”,* admet-il en songeant aux montures et aux pistolets dont il fait un usage assez libéral tout au long du film.

Le parcours de ces frères impitoyables raconte au moins autant leur quête épique à la recherche de leurs objectifs que leur psychologie trouble. Sans aucun doute, cette dimension a dû trouver une résonance particulière chez Joaquin, qui a vu son frère mourir d'une overdose sur le trottoir devant une boîte de nuit du Sunset Strip. Audiard, lui, avait perdu son frère, François, en 1975, à 26 ans, dans un accident de la circulation. Il était étrange pour ces deux hommes de travailler sur une telle histoire de fraternité, en partageant une tragédie analogue. Phoenix affirme qu'il ne savait pas pourquoi Audiard dédiait son film *“À mon frère”*.

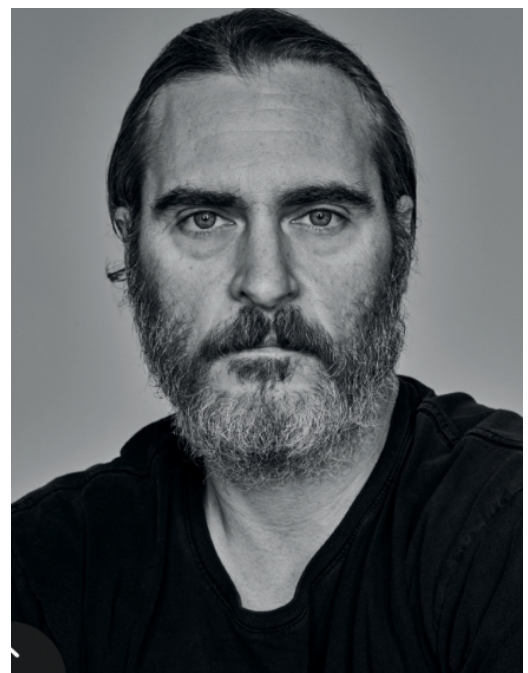
DANS LA PEAU DU JOKER

Phoenix est déjà loin de cet univers de possédés (il assure curieusement *“Mêstère des westerns”*), alors qu'il se prépare à entrer dans la peau du Joker, ce psychopathe sadique apparu pour la première fois en 1940, dans le premier épisode des aventures de Batman publié par DC Comics. Doué d'un humour pervers, il déploie des trésors d'imagination pour faire aux citoyens de Gotham City et se débarrasser de Batman. Dans les pas de Jack Nicholson (qui avait rendu séduisant son personnage, presque plus que celui de l'irréprochable superhéros) et de Heath Ledger (dont la performance dans *The Dark Knight* avait été couronnée d'un Oscar posthume), comment va-t-il s'en sortir ? *“Eh bien, dit-il en grattant ses joues barbus, pour l'instant, je cherche tous azimuts, dans des livres, des photographies, des vidéos. Tout ce qui pourrait servir.*

Ensuite, cinq semaines en amont du tournage, vint le temps de la véritable préparation...” La première étape n'est pas toujours gratifiante. Si un livre peut d'abord s'avérer pertinent, *“il m'apparait que le personnage n'y est pas, que cela ne lui correspond pas. Et je reviens aux vidéos que j'ai surveillées, et je suis aussi déçu. Il y a beaucoup de recherches... en espérant qu'à la fin tout cela s'imbriquera. Que vous trouvez ce qui sera exactement ce dont vous avez besoin.”* Il se retient de continuer et ne regarde en baissant les épaules. *“Enfin, je n'en sais foutrement rien.”* Mais, bien sûr, il finira par savoir.

Les Frères Sisters, un film de Jacques Audiard. Avec aussi Jake Gyllenhaal et John C. Reilly. En salles le 19 septembre.

Traduction Fabrizio Massoca





YU PAR LUI

NOUVELLE GÉNÉRATION

ILS SONT RAPPEURS, ACTEURS, ÉCRIVAINS OU STYLISTES. VOICI LES PETITS NOUVEAUX REPÉRÉS PAR LA RÉDACTION.

KILLASON

ÂGE: 23 ANS
NATIONALITÉ: FRANÇAIS
PROFESSION: RAPPEUR, DANSEUR, COMPOSITEUR
SITUATION FAMILIALE: EN COUPLE
PÈRE SPIRITUEL: ANDRÉ 3000

Sur scène, *«je démarre avec un gros manteau de fourrure, ma paire de Doc, habillé tout en noir et je finis torse nu, à la manière de Prince.»* Prince, Childish Gambino, Lenny Kravitz et Tricky pour la déguise, André 3000 ou Tyler The Creator pour l'univers singulier. Hyperactif avec une énergie presque animale, KillASON impressionne. À seulement 23 ans, l'artiste, bête de scène, chanteur, danseur, compositeur et dessinateur, n'en finit pas d'explorer les genres et d'imposer sa créativité renversante. Le 26 janvier dernier, il dévoilait son EP, *STW2*, suite de *STW1* pour *Strange The World*, signant un diptyque d'une richesse musicale hors norme. Le jeune artiste qualifie lui-même son œuvre aux influences multiples de «hip-pop». À ses compositions envoûtantes, KillASON ajoute un propos engagé. Dans son titre *Bleu*, il dénonce la xénophobie et les failles de la politique migratoire. Et comme si ça ne suffisait pas, il conçoit tout le graphisme de son clip *Ghoul* en s'inspirant de la cover du vinyle: *«C'est un masque léon, imprimé en 3D par des pots, que j'ai redessiné au trait fluorescent sur Photoshop.»* Autant d'aisance et d'aptitudes, ça ne s'invente pas. Sa mère danseuse chorégraphe et son beau-père musicien l'ont encouragé dès son enfance à booster ses talents. Si on lui demande pourquoi il chante en Anglais, KillASON explique que ses parents l'ont nourri aux films en VO sous-titrés dès l'âge de 6 ans. Pour les bests, Yvan,

son beau-père, lui inculque en dix mois les connaissances qu'il a mis dix ans à absorber en MAO (musique assistée par ordinateur). Sur son style, sa mère pose un regard affiné: *«Dis qu'il y a une affaire de fashion», c'est elle.* Ensemble, ils créent Supanova, à la fois label et société de production. Le business se gère en famille, qu'il s'agisse de l'organisation de tournées, de le-shop ou de la réalisation de clips. En plus d'avoir eu *«la chance d'être bien entouré»*, Marcus, de son vrai prénom, excelle à l'université Paris Dauphine en communication. Il confie que l'école lui a appris la méthode: *«Organiser mes idées, rédiger un texte et aller droit au but dans ce que j'exprime.»* Conscient d'avoir parcouru un beau chemin, il se réveille malgré tout chaque matin avec la boule au ventre et la volonté de vibrer toujours plus fort: *«J'ai la rigueur, mais la passion, pour moi, se traduit par la force d'action.»* Une force d'action que l'on retrouve chez les héros de tous les mangas et les comics qu'il a épluchés petit, *«même fan d'Alvin et de Marvin, avec une grosse période X-Men.»* Normal qu'il soit fan de Gorillaz et qu'on le perçoive comme un super-héros, bondissant sur une planète fantasmagorique. Dans *Free*, qui sort à la rentrée, il réalise pour la première fois et met en scène un étrange récit familial. Une pièce intime et majestueuse, tournée sur des plages bretonnes, qui raconte l'histoire touchante de son grand-père. Sa première femme, disparue au Gabon dans des conditions mystérieuses lui insuffle un message d'amour: *«Oh my baby, free some space»* — comme pour lui dire *«Ne ferme pas ton cœur»*. KillASON délivre avec ce titre une performance aussi émouvante qu'esthétique et, comme à son habitude, crève l'écran. On ne s'étonne pas d'apprendre que ce showman donnera bientôt la réplique, au cinéma, dans un film sur la danse. →

PAR AÏSHA RAVATE - PHOTO ANTONIN GUIDICI

MARIO SIMONE PUGLISI

LÆTITIA LORENI

ÂGE: 30 ANS
 NATIONALITÉ: FRANCO-ITALIENNE
 PROFESSION: AUTEURE, COMÉDIENNE
 SITUATION FAMILIALE: CÉLIBATAIRE
 PÈRE SPIRITUEL: FELLINI

Elle arrive souriante, pantalon noir et t-shirt floqué d'un message en typo rouge et ronde: «*Lire et danser*». Lætitia Loreni, comédienne et auteure de son premier roman *Thérapie de groupe*, ne rechigne pas à nous raconter sa vie. À 18 ans, elle file à New York suivre la formation Actors Studio de la Parsons school. Premier flirt avec la notion d'introspection – la méthode purement américaine d'acting, pour incarner au plus près un rôle, «*aller chercher au fond de soi tout ce que peut ressentir le personnage en développant une forte empathie*». Autrement dit, une analyse approfondie de la psyché du caractère à la manière du profiling. Prémices d'un nouveau chemin. Le réalisateur Tony Scott (*True Romance*, *Top Gun*...) la prend sous son aile et lui conseille vivement de s'intéresser aux différentes méthodes de développement personnel. Elle s'inscrit alors au séminaire d'un certain Tony Robbins, coach spécialisé sur le sujet, «*à l'époque où il n'était pas encore reconnu comme la star internationale subliminale d'aujourd'hui*». C'est le déclic. Initiée à la discipline de coach-gourou, elle épouse les techniques de la PNL, ou programmation neuro-linguistique, et essaie l'hypnose ericksonienne. Lætitia Loreni se sert de ces nouveaux outils pour son travail de comédienne et à des fins personnelles via la thérapie par l'écriture. Elle rentre en Europe, devient présentatrice culture sur une chaîne internationale, interviewe réalisateurs, écrivains et mille autres personnalités inspirantes et tombe amoureuse. Une histoire intense,

avec un acteur maître qui se révèle être une relation toxique. Si on ne l'a pas vécu soi-même, on en a déjà entendu parler, de celui-ci ou celle-là sous l'emprise d'un tel ou d'une telle: des passions arribilantes, des prédateurs, des proies. Lætitia Loreni, victime mais proactive, n'hésite pas à faire part de son expérience. Son auditoire est captivé: «*Mes amis, hyperintéressés, me demandaient des détails et surtout des conseils*». Solide et réfléchie, elle ne compte pas se laisser abattre: «*Pour m'en sortir, j'ai appliqué à la lettre tous les préceptes de Tony Robbins*». Sa thérapie fonctionne, pourquoi ne pas la partager autour d'elle? «*Permettre à d'autres gens de sortir de leur quotidien dark, de reprendre confiance. En se regardant intelligemment, on peut accéder à la lumière dans tous les domaines*», assure-t-elle. Elle donne naissance à Émilie, personnage fictif qui s'amourache de Julio, chanteur à succès. «*Je n'ai pas trouvé intéressant de raconter ma vie, j'ai banalisé l'histoire pour qu'elle soit accessible et que chacun puisse s'y reconnaître. Les épreuves qu'elle vit sont similaires aux miennes, mais le contexte est différent*». Elle commence par un scénario, mais la structure cinématographique et les détails scéniques la rebutent. Tant pis, ce sera un roman qui soigne, un roman-thérapie. «*Écrire un livre, c'est une revanche sur cette génération qui te pousse à être dans l'image. On est tous groupés, on suit et on idéalise des gens qu'on ne connaît pas*». La jeune femme, qui a longtemps emprunté des mots en tant que comédienne, est fière d'avoir pu formuler les siens pour aider les autres. Elle définit son roman comme un livre *feel good* et projette de faire «*lire et penser*» dans un deuxième ouvrage, pourquoi pas sur le couple. En attendant, elle continue de jouer. On la verra prochainement dans *Red Snake*, de Caroline Fourest. ➔

PAR AÏSHA RAVATE - PHOTO ANTONIN GUIDICI

RÉTROPROJECTEUR

HOLLYWOOD LES FEMMES SE TAPENT L'AFFICHE

SIX MOIS APRÈS WEINSTEIN, À COUPS DE TALENT ET DE BÉNÉFICES RECORDS, LES ACTRICES, RÉALISATRICES ET PRODUCTRICES PRENNENT LA TÊTE DU BOX-OFFICE AMÉRICAIN : ENTRE FÉMINISME-WASHING ET RÉFORME D'UN SYSTÈME PATRIARCAL POUSSIÉREUX, LA JUTEUSE INDUSTRIE SE CHERCHE UN NOUVEL ÉQUILIBRE. ET SI LES FEMMES ÉTAIENT L'AVENIR DU CINÉMA ?

PAR JULIETTE MORRAN

18



APRÈS L'AFFAIRE WEINSTEIN, ACTRICES INFLUENTES ET ACTIVISTES SE SONT ASSOCIÉES POUR LANCER TIME'S UP, UN MOUVEMENT D'ÉCARTILLEMENT AUX VICTIMES D'ABUS SEXUELS SUR LEUR LIEU DE TRAVAIL. LES STARS ONT OUVERT L'ÉVÉNEMENT AUX GLOBES D'OR EN JANVIER 2018. CE LES SONT APPARUES : VÉTÉRANES DE MARCHÉS ET ACCOMPAGNÉES D'ACTRICES ET DE RÉALISATRICES ASSOCIATION, DE SALON À ÉCRITE, TAYLOR SIMONE, NICHELLE WILLIAMS, AMERICA FURBER, JESSICA CHASTAIN, AMY POEHLER, MERYL STREEP, KERRY WASHINGTON, NICOLE POTTER, AJEN POU ET SARU JAYARAMAN.

LE «SEXE FAIBLE»,
ANCIEN FACTEUR
À RISQUES DANS
LES ESPRITS
RÉTROGRADES DES
MAGNATS DU CINÉMA,
DEVIENT UNE JUTEUSE
CASH MACHINE

007 sera-t-il bientôt joué par une femme ? La question anime les discussions à Hollywood, plus encore depuis le cataclysme de « l'affaire Weinstein », qui a complètement redistribué les cartes. Après les prises de parole pour dénoncer les abus et les violences, le temps de l'action est venu. Le 7^e Art tout entier somme le branle-bas de combat : les femmes sont désormais la priorité numéro un, et leur accès à des prérogatives autrefois toutes masculines s'impose, porté par des stars engagées et politisées. De plus en plus de blockbusters, genre historiquement dévolu aux hommes, sont ainsi confiés à des réalisatrices : Niki Caro prend le relais de *Mulan* en *live action* pour Disney, Jennifer Yuh Nelson celles de *Darkest Minds*, un film d'ados mutants pour la Fox, et Anna Boden co-signera *Captain Marvel*. Une première aux États-Unis, où l'on compte moins de femmes cinéastes que de femmes générales ! « Si les récents scandales ont activé le mouvement, Hollywood a surtout constaté que le cinéma d'action porté par des femmes pouvait être lucratif. Et c'est bien ça le moteur de l'industrie hollywoodienne », explique Charles-Antoine Courcoux*, chercheur en cinéma et enseignant à l'université de Lausanne. *Star Wars: Les Derniers Jedi*, mené par un personnage féminin, *La Belle et la Bête* avec Emma Watson et *Wonder Woman* centré sur une super-héroïne et mis en scène par Patty Jenkins composent en effet le tiercé gagnant du box-office américain 2017. Il n'en fallait pas plus pour convaincre les magnats de miser

sur le « sexe faible » qui, ancien facteur à risques dans leurs esprits rétrogrades, devient une juteuse cash machine, devant et derrière la caméra. Les projets de remakes et les films au casting exclusivement féminin se multiplient donc comme des petits pains. Au programme : *Expandables* au féminin, une nouvelle version de *Drôles de dames* par Elizabeth Banks, ou *Ozzy* 8, un remake d'*Ozzy* 11 avec Rihanna, Cate Blanchett et Sandra Bullock. À Cannes, en plus d'un jury très féminin, Jessica Chastain, Lupita Nyong'o, Penelope Cruz, Marion Cotillard et Fan Bingbing ont pitché *833*, un projet de thriller d'espionnage. Soit autant de nouveaux modèles à suivre et à construire. Du moins, en théorie, car une cinéaste aux commandes n'est pas nécessairement gage de qualité : signé Ava DuVernay, *Un sacre dans le temps*, premier blockbuster à plus de 100 millions de dollars confié à une femme noire, a été un flop artistique et économique. Il faut donner une vraie place aux femmes, oui, mais avec du fond, intelligemment, comme le reverséique Amy Pascal, productrice du *SOIS FANTÔME* avec Kristen Wiig et Melissa McCarthy. « Mon but a toujours été de raconter des histoires avec des héroïnes qui changent le monde, des histoires où les femmes sont responsables de leurs actions, qu'elles soient les méchantes ou pas. Je veux changer la vision que les filles ont d'elles-mêmes », expliquait-elle dès 2016, affirmant son souhait d'en finir avec les stéréotypes de demoiselles en détresse, faire-valoir pour surhommes

DES CHARTES SONT
À L'ÉTUDE POUR
VEILLER À L'ABSENCE
DE DISCRIMINATION
ET DE HARCÈLEMENT
AU SEIN DE
L'INDUSTRIE
CINÉMATOGRAPHIQUE

protecteurs ou atouts stratégiques tapés dans l'ombre. Une tendance suivie par Kathleen Kennedy, patronne de Lucasfilms: Rey, héroïne des nouveaux *Star Wars*, ne vit aucune romance et n'est plus obligée d'être une «sœur de» pour détenir le pouvoir suprême des Jedi. Chez les *Avengers*, Scarlett Johansson sauve régulièrement la mise à ses copains bodybuildés: «*Qui dit héroïne d'action ne dit plus nécessairement érotisation et love story*, explique l'actrice. *Nous jouons à armes égales avec les hommes, qui ne sont plus les seuls sur ce terrain. Le sexisme est une réalité à Hollywood, comme partout ailleurs. Aussi, je veille à choisir des rôles de femmes indépendantes, déterminées, avec des caractéristiques physiques et émotionnelles qui n'alimentent pas les clichés.*» Même combat pour Charlize Theron qui, dans *Atomic Blonde*, dégomme de l'espion en minijupe et culsardes. «*Les films à tonner féminin, dans lesquels on parle plus des problèmes des femmes que des hommes en tant que problème, sont souvent liés à une star et à sa capacité à imposer certains choix*», constate Charles-Antoine Courcoux. L'interprète de Furiosa dans *Mad Max: Fury Road*, mais aussi Jessica Chastain, Jennifer Lawrence, Reese Witherspoon, Angelina Jolie ou Natalie Portman sont assez bankables pour monter des projets sur leurs seuls noms – quand elles ne les produisent pas directement – et pour imposer des critères d'égalité salariale, de respect et de parité trop souvent bafoisés dans un système faisant la part

belle aux mâles dominants et au sexisme. En janvier, à la Women's March, l'héroïne de *Léon* dénonçait d'ailleurs l'hypersexualisation dont elle a été victime dès l'âge de 15 ans. Charlize Theron fustigeait quant à elle le machisme de son milieu dans les colonnes de *Variety* US: «*J'ai honte de faire partie d'une industrie qui n'a jamais accordé de budget plus haut que celui de Wonder Woman à une femme. C'est une attitude d'homme des cavernes. J'espère que ce film changera la donne pour de bon.*» Des chartes sont actuellement à l'étude pour veiller à l'absence de discrimination et de harcèlement au sein de l'industrie cinématographique, qui devra se remettre en cause au plus haut niveau. Kathleen Kennedy, boss de Lucasfilms, et Stacey Snider, directrice générale de la Fox, font encore figure d'exceptions aux fonctions les plus convoitées. Or, sans dirigeantes et dirigeants impliqués, les bonnes résolutions risquent d'être peu à peu glissées sous le tapis. «*C'est tout ce que l'on veut éviter*, réagit Jessica Chastain. *Mais il ne faut pas non plus croire qu'il s'agit d'une problématique purement hollywoodienne. Le harcèlement et les indignités concernent toute la société, de la Maison Blanche à Wall Street, en passant par les exploitations agricoles.*» Au cinéma de montrer qu'il peut vraiment changer le monde. •

Des machines à des hommes. Masculinité et technologie dans le cinéma américain contemporain, de Charles-Antoine COURCOUX, Georg Olms, collection *Expertes* de 196, 180 pages, 18,00 €.

l'Espresso

EVA HERZIGOVA
SOLVE SUNDSE
LOUISE BOURGOIN
CHRISTOPHE CASTANER
PATTY HEARST
OLIVIER ZAHM
LUKA SABBAT
PURIENNE



VU PAR LUI

FIONA GODIVIER

ÂGE: 30 ANS
NATIONALITÉ: FRANCO-CHILIENNE
PROFESSION: RÉALISATRICE
SITUATION FAMILIALE: EN COUPLE
PÈRE SPIRITUEL: MARILYN MANSON

À 30 ans, cette réalisatrice franco-chilienne compte déjà deux sélections dans de prestigieux festivals, dont Cannes l'année dernière. Et prépare son premier long-métrage avec Summer Phoenix. De son père, architecte français qui a entraîné ses guêtres à l'extrême gauche, elle a hérité l'appétence pour la politique et l'actualité. De sa mère, ancienne mannequin chilienne ayant déserté un foyer pro-Pinochet pour découvrir l'Europe, elle tient son goût du voyage et sa sensibilité arty. Pour le reste, Fiona Godivier s'est faite seule: elle est arrivée dans le monde du cinéma par la petite porte. Et si les castings de ses deux premiers courts-métrages comptent Scarlett Johansson ou Joaquin Phoenix, elle ne le doit qu'à sa bonne étoile. Et à ses capacités de persuasion. «*Quand j'étais ado, j'étais une petite délinquante*», confesse Fiona Godivier. Virée de tous les lycées et boîtes à bac de Paris, elle est envoyée au Chili à 15 ans par des parents qui espéraient lui mettre un peu de plomb dans la tête. Mais elle n'est pas faite pour l'école. «*Je détestais ça, j'étais dyslexique, j'avais l'impression d'être bête*», se souvient-elle. Sans le bac, elle se lance dans la vie professionnelle grâce au carnet d'adresses familial: assistante photographe, assistante styliste puis assistante dans une boîte de production. Elle y attrape le virus du cinéma: «*Le plateau, l'ambiance, j'ai immédiatement adoré*». Après un bref passage dans une école d'animation 3D, Godivier entame une formation d'assistante-réalisatrice et commence à tourner. Pour la mode, d'abord. Mais l'envie

d'écrire n'est pas très loin. Elle déménage ensuite aux États-Unis, où elle monte, avec trois fois rien, son premier projet. Le succès est au rendez-vous: *Deep Down* (2014) court-métrage mettant en scène les règlements de compte au parloir entre une prostituée maltraitée et son ex, a été primé au festival de Toronto. «*Ça donne un immense élan*», confie Godivier. Elle enchaîne avec un deuxième court, *Across the Land*, portrait d'une famille américaine qui chasse le migrant au fusil d'assaut à la frontière avec le Mexique. Produit par Joaquin Phoenix, interprété entre autres par Summer Phoenix, il a été sélectionné à Cannes l'année dernière. Chaque fois, l'ex-cancro puise son inspiration dans les journaux; à la rubrique faits divers, pour *Deep Down*, et à la rubrique politique pour *Across the Land*. «*À l'époque, j'étais en Arizona et je lisais tout sur ce projet de mur anti-immigration hérité de l'ère Bush, poursuivi sous Obama et porté maintenant par Trump*», se souvient-elle. Godivier passe même quelques jours avec les Border Patrol et les Minutemen, ces miliciens bas du front qui voient derrière chaque Mexicain les cartels de la drogue. «*Ils étaient insupportables*». Mais la jeune femme aime se coltiner au réel. Pour son premier long-métrage, elle voulait même écrire l'histoire des femmes dans les FARC. Elle crapahutait d'ailleurs en Colombie avec les équipes de la Croix Rouge pour rencontrer d'anciens guérilleros, lorsqu'elle a appris sa sélection au festival de Cannes, l'année dernière... Depuis, ses projets ont changé. C'est qu'une sélection à Cannes vous pose un jeune talent. Exit le tournage hors budget dans la jungle colombienne, Godivier écrit un scénario – sur lequel elle a déjà réussi à embarquer Summer Phoenix –, inspiré de la chasse aux sorcières en Europe au xv^e siècle. Une page de l'histoire qu'on apprend très peu en classe et qui n'est, étrangement, jamais au programme du bac. →

PAR MARIE-LYD LUBRAND

© PHOTONIC/AGF

YUNG BEEF

ÂGE: 28 ANS
 NATIONALITÉ: ESPAGNOL
 PROFESSION: RAPPEUR
 SITUATION FAMILIALE: CÉLIBATAIRE
 MÈRE SPIRITUELLE: LANA DEL REY

La scène hip-hop d'Atlanta est comme un petit monde refermé sur lui-même. Une bulle d'orgueil, où l'on s'échange des basses et des rimes entre seuls affiliés, camarades de bande ou voisins de coin de rue. Alors pourquoi diable quelques-uns des meilleurs producteurs de ce qui est aujourd'hui considéré comme la Mecque du genre ont-ils décidé ces temps-ci de servir ce garçon d'ailleurs ? « Je suis comme eux, j'ai la même attitude », dit celui-là. Il a l'anglais qui roule, surtout. Yung Beef est espagnol, mais tout chez lui raconte ce qui fait la sève des faubourgs de la capitale de l'État de Géorgie et de la trap music. Le swing nonchalant en bandoulière, voilà un rappeur qui donne dans la canaille en rimant avec la langue de Picasso à propos de rues sombres, de soirées suantes et de cet argent qu'on gagne loin des règles. « Je me fiche du rap concient. Je suis gangsta. Je fais de la musique pour les truquants », assume Yung Beef. Des manières exotiques que cette drôle de tige balade maintenant depuis plusieurs saisons, au gré d'une ribambelle de projets qui, selon un buzz Internet redoutable, ont fini par lui forger une solide réputation internationale, d'Atlanta à Paris. Sacré tour de force pour un garçon débarqué des confins de la péninsule ibérique. Yung Beef est un Andalou de

Grenade. Une terre où le rap n'est pas grand-chose, mais où l'on a la fierté accrochée à la chair. « J'ai grandi au milieu des danseurs de flamenco. Cela crée des émotions fortes, une façon de parler sèche. Finalement, je suis né dans la trap music aussi », claironne celui qui, à l'ombre de l'Alhambra, était Fernando Galvez Gomez. Enfin, parce que la ville de son cœur lui paraissait trop étroite pour ses passions, il a vite filé par-delà la Sierra Nevada. Yung Beef a été vagabond. On l'a croisé à Marseille pendant un temps et à Londres aussi, et il s'est fait un nom à Barcelone. Accompagné du Pxxr Gvng – prononcer Poor Gang –, une équipe de crooners louvoyants, il a imposé sur les premiers plans ses façons où le rap emprunte aux rythmes acidulés du reggaeton latino. « On parlait de la nuit, des filles. Il y avait toujours du rythme. On était les seuls à faire ça en Espagne, au départ », raconte Yung Beef. Mais ce qui a fini de faire de lui un personnage adoubé par la tendance, ce sont ses percées récentes sur le terrain de la mode. Avec cette silhouette ciselée habillée çà et là de marques d'encre qui lui donnent des airs presque sorciers, Yung Beef a tapé dans l'œil de plusieurs maisons. Certaines, comme Calvin Klein, l'ont bombardé égérie de poster, et d'autres l'ont fait parader sur les podiums. Il y a eu en juin dernier le défilé Pigalle, où il portait la toque blanche sur le côté, et Hood By Air aussi, pour qui il lui a fallu enfilier des cuissardes lustrées. « La mode est un art, et moi, je me fous des genres. L'important, c'est d'être soi, de tracer son propre sillon », tempête Yung Beef. Rien d'étonnant alors que le rappeur, qui a sorti au début du mois de février un nouvel album intitulé *I Can't Feel My Soul*, porte au bras un tatouage disant *Lana Del Rey*. « C'est ma muse », sourit-il.

PAR ALEX FRENDEL

LE CINÉMA EST MORT, VIVE LE CINÉMA

JEAN GABIN A DIT: « C'EST DU VENT LE CINÉMA, DE L'ILLUSION, DES BULLES, DU BIDON. » MAIS CE SONT DES CHIFFRES AUSSI.

Décidément, le cinéma, en France, se porte comme un charme. 809 millions de spectateurs ! On n'avait pas vu ça depuis 1968. C'est le CNC, via sa présidente Frédérique Bredin, qui nous le dit: « Après une année 2016 historique en termes de fréquentation, ces chiffres confirment l'engagement des Français pour le cinéma. » Un détail d'appréciation semble toutefois avoir disparu des radars institutionnels. Certes, les spectateurs se sont précipités dans les salles, mais pour aller voir quoi ? Célébrer la quantité est une chose mais, s'agissant d'un organisme public, un petit mot sur la qualité des films ayant marché n'aurait pas été scandaleux. Après tout, on parle du septième art. Cap donc sur le box-office 2017. 27 films ont dépassé les 2 millions d'entrées, dont 15 totalisent à eux seuls près d'un tiers de la fréquentation. Des franchises, d'abord : *Star Wars*, épisode VIII (7 millions d'entrées), *Fist and Fury* 2 (3,8 millions), *Les Gardiens de la galaxie 2* (3,2 millions), *Pirates des Caraïbes 5* (3,6 millions), *Jumanji 2* (3,1 millions), *Cinquante nuances plus sombres* (3,1 millions), *La Planète des singes: Suprématie* (2,7 millions), *Thor: Ragnarok* (2,4 millions), *Spider-Man Homecoming* (2,3 millions). Ensuite, des films d'animation : *Moi, moche et méchant 2* (5,6 millions), *Coco* (4,4 millions), *Baby Boss* (3,9 millions), *La Belle et la Bête et Tous en scène* (3,5 millions), *Cars 3* (2,7 millions). Enfin, des comédies françaises : *Raid dingue*, de et avec Dany Boon (4,5 millions), *Abbi.com* (3,5 millions), de et avec Philippe Lacheau, ex-animateur de la chaîne Fun-TV, *Le Sens de la fête* de Nakache et Toledano (3 millions), *Épouse-moi mon pote* (2,4 millions), toujours avec Philippe Lacheau. Sans oublier *Fidélité*, le pudding avarien de Luc Besson et ses 4 millions de spectateurs.

PAR JEAN-BAPTISTE THORET



« EN 1968, C'ÉTAIT UNE AUTRE HISTOIRE: ON TROUVAIT ENCORE DES CINÉASTES AU BOX-OFFICE: LEONE, POLANSKI, DEVILLE... »

Et puis, plus rien. Pas l'ombre d'un auteur, d'un cinéaste ambitieux, d'un film dont on se dit qu'il laissera une trace dans l'histoire (*Duolerique* arrive en 19^e position, *Au revoir là-haut* en 37^e et *Get Out* pointe à la 40^e place).

Jetons un œil sur le box-office de la fameuse année 1968, que nous venons d'égaliser. À l'époque, 18 films dépassaient les 2 millions d'entrées. Un film d'animation occupait déjà le haut du podium, *Le Livre de la jungle* (14,6 millions d'entrées). Les germes des mauvaises comédies françaises actuelles étaient déjà présents: Louis de Funès caracolait dans le classement avec *Le Gendarme se marie* (6,8 millions d'entrées), *Le Petit baigneur* (5,5 millions), *Le Tabou* (5,2 millions) et deux films avec Bourvil, *Les Oncles* (2,9 millions) et *La Grande leuve* (2,1 millions). Et pour le reste, c'était une autre histoire. On trouvait encore des cinéastes: Sergio Leone (*Le Bon, la brute et le truand*, 6,3 millions d'entrées), puis Roman Polanski (*Le Bal des vampires*, 3,4 millions), Stanley Kubrick (*2001, L'Odyssée de l'espace*, 3,2 millions) et Michel Deville (*Benjamin ou les mémoires d'un pucier*, 2,5 millions), tandis que *Le Loublin* de Milo Nichols, *Bonnie and Clyde* d'Arthur Penn et *La Planète des singes* de Franklin Schaffner frôlaient les 2 millions. Trois grands films d'auteur, emblématiques de l'histoire du cinéma qui, en 60 ans, n'ont pas pris une ride...

Alors, que s'est-il passé? Pourquoi LE cinéma attirait-il les foules en 1968 et les fait-il fuir aujourd'hui? Dans les années 1970, le modèle du blockbuster s'est imposé et la curiosité esthétique suscitée par un auteur ou une vision particulière (Kubrick, Melville, Fellini, Bertolucci, Coppola...)

a été remplacé par un désir spectaculaire et d'émotions fortes. 1977 fut l'année charnière: *Star Wars* totalisait 6,4 millions d'entrées. La suite du box-office était à l'avenant: *Deux super-flics*, comédie débile avec Terence Hill et Bud Spencer (3,4 millions d'entrées), *L'Animal* de Claude Zidi avec Belmondo (3,1 millions), *Lâche-moi les baskets* (3 millions), *Arrête ton char... bidasse!* (1,9 million), *La Septième compagnie au clair de lune* (1,8 million), sans oublier le Disney annuel (*Les Aventures de Bernard et Bianca*, 7,2 millions d'entrées) et la franchise *James Bond* (*L'Espion qui m'aimait*, 3,5 millions). Il y avait bien *Nous irons tous au paradis* d'Yves Robert (2 millions) et *Mort d'un pourri* de Georges Lautner avec Alain Delon (1,8 million), queue de comète d'un cinéma populaire de qualité en voie de disparition.

Faut-il en vouloir aux spectateurs? Bien sûr que non, on a toujours les films qu'on désire voir. Soumis à une offre d'images considérable (jeux vidéo, séries télé, Internet, etc.), leurs attentes ont changé et l'industrie a répondu à la demande: shoots d'adrénaline et grosses rigolades. « Cette excellente fréquentation démontre une fois de plus que la salle de cinéma offre une expérience irremplaçable », analyse Madame Bredin dans son rapport. Économiquement, elle a raison, le cinéma reste un produit attirant. Artistiquement, c'est une autre histoire. Le CNC devrait le savoir: brandir les bons chiffres de fréquentation sans se préoccuper de la qualité des films revient à mesurer la santé de la littérature à l'aune des ventes de Marc Levy et Guillaume Musso. En France, en 2017, 809 millions de spectateurs sont effectivement allés voir des films au cinéma, mais ont-ils vu du cinéma? Il y a peu de chances. •

The Good Speed

ARMEMENT : ISRAËL À LA POINTE DE LA TECHNOLOGIE

The Good Collage

ÉCOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE : GLOBAL ATTITUDE & EXCELLENCE

The Good Tips

PORTLAND : BIG CITY ET BERCEAU DU MOUVEMENT HIPSTER

The Good Design

LE MOUVEMENT MEMPHIS : LES ANNÉES 80 EN BOOMERANG

The Good Shows

L'INDUSTRIE DE LA CHAUSSURE DE LUXE AU SCANNER

The Good Test

MINI COUNTRYMAN HYBRIDE RECHARGEABLE

The Good Vibrations

MUSIQUE, PHOTO, ART CONTEMPORAIN

RAPPORT SPÉCIAL
THE GOOD FLIGHT
70 PAGES SUR
L'ÉVOLUTION DES
MARCHÉS AÉRIENS
DANS LE MONDE.
FOUR TOUT SAVOIR
SUR LES MEILLEURES
COMPAGNIES

Think
Positive

Think
Global

Business
is
beautiful



Extremely addictive



THE GOOD VIBRATIONS

THE GOOD PROFILE - ON STAGE

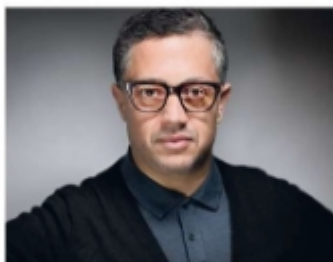
Radhouane El Meddeb



Rébellion pudique

Sa dernière pièce, *Face à la mer, pour que les larmes deviennent des éclats de rire*, a été vivement remarquée lors des Plateaux 2017, présentés à La Briqueterie, centre de développement chorégraphique national du Val-de-Marne. Voyage théâtral et dansé dans lequel le chorégraphe Radhouane El Meddeb évoque, à travers l'exil, les revers du déracinement.

Par Serge Gietz



Les titres de ses pièces portent en eux leur dramaturgie, mais surtout la fragilité des choses. « J'aime ce qui est à fleur de peau, confirme-t-il. J'aime lorsque la danse raconte la vie, dévoile nos secrets. » *Pour en finir avec MOI*, son premier solo, forcément psychanalytique, est traité comme un combat, afin de régler le rapport au métier, au théâtre, à la scène, à la solitude. Dans un autre solo intitulé *A mon père, une dernière danse* et un premier baiser, non seulement il livre avec pudeur son chagrin, mais il envoie aussi un message dans l'au-delà, pour dire ce qu'il n'a pas eu le temps de dire, « au revoir », à celui qui est parti trop vite. Et comme s'il cachait ses larmes, il danse de dos, « mais plutôt pour éviter trop de frontalité avec le public, reprend-il, pour ne rien imposer, ne pas trop s'exposer ou rechercher la compassion. Chaque spectacle est une rencontre, et l'esthétique est importante pour aller au-devant de l'autre sans l'agresser. » Avec *Héros*, il s'aventure vers d'autres latitudes, tout comme avec *Sous leurs pieds*, le paradis, hommage qu'il rend aux mères avec le chorégraphe Thomas Lebrun, en 2012, sur une chanson d'Oum Kalthoum, lors du festival Montpellier Danse. « J'aime les danses qui racontent notre humanité, s'approprient l'actualité, racontent le chaos, le désordre, la peur de disparaître, clament la liberté. » C'est à nouveau un hommage aux films

Parcours

Après une formation à l'institut supérieur d'art dramatique de Tunis, Radhouane El Meddeb débute sa carrière artistique par le théâtre, auprès de compagnies phares du monde arabe (Fadhel Jaïbi, Taoufik Jebali, Mohamed Driss...) et françaises (Jacques Rosner, Catherine Boskowitz...). En 1996, il quitte la Tunisie et s'installe à Paris, et crée, en 2005, *Pour en finir avec MOI* aux Rencontres chorégraphiques de Carthage, et fonde, un an plus tard, sa compagnie, la Compagnie de SOI. En 2008 et 2009, il participe à « Mon corps, mon lieu », opération soutenue par la fondation Culture et Diversité, afin de sensibiliser à la danse contemporaine et à la transmission d'écriture chorégraphique les jeunes issus de zones d'éducation prioritaire, les femmes membres

d'associations de quartier et les personnes âgées. En 2010, il crée sa première pièce de groupe, *Ce que nous sommes*, et *Chant d'amour*, autour du film *Un chant d'amour*, de Jean Genet. En 2011, il crée *Tunis, 14 janvier 2011* au Beirut Art Center, au Liban. En 2014, nouvelle création avec *Au temps où les Arabes dansaient*, au centre de développement chorégraphique national (CDCN) Toulouse Midi-Pyrénées, puis au Cent Ouate, à Paris. En 2015, il présente *Héros*, prélude au Panthéon, à Paris, dans le cadre de la première édition de *Monuments en mouvement*; en 2016, *A mon père, une dernière danse* et un *premier baiser*, au festival Montpellier Danse; et en 2017, *Face à la mer, pour que les larmes deviennent des éclats de rire*, une création pour le Festival d'Avignon.

Agenda

Face à la mer, pour que les larmes deviennent des éclats de rire: le 29 mai, à la scène nationale d'Albi; le 31 mai, à L'Apostrophe, scène nationale

de Cergy-Portoise; les 19 et 20 juin, à la Grande Halle de la Villette, à Paris. Renseignements: www.lacompaniedesoi.com

des années 40, à la danse orientale, à une époque où les corps des femmes étaient vénérés, et où leur nombril était le centre du monde, qu'il rend avec *Au temps où les Arabes dansaient*. Et pour provoquer, mais toujours avec la même pudeur, il fait interpréter son pamphlet par quatre hommes qui se débanchent, interrogeant ainsi leur virilité. « Il s'agissait, ici, d'aborder un contexte géopolitique actuel tout en prenant soin d'éviter l'écueil folklorique et orientaliste. » *Face à la mer, pour que les larmes deviennent des éclats de rire* raconte donc tout ce que les déracinés emportent dans leur bagage ou ont laissé derrière eux, l'exil, le sentiment d'avoir déserté, d'avoir manqué quelque chose. « Je suis passé à côté de deux choses essentielles dans ma vie et dans l'histoire de ma terre natale : la mort de mon père et la révolution tunisienne. Même si, aujourd'hui, je me sens dépassé par ce pays que j'aime tant et qui a beaucoup changé. » Le manque fait donc partie de ses pièces, qui interrogent toujours le corps avec une grande pudeur et tisse entre la danse et le théâtre une frontière toujours aussi ténue. Comme l'un des grands projets sur lequel il travaille en ce moment, la réinterprétation d'un ballet du répertoire romantique qui sera dansée par la compagnie d'un opéra national en mars 2019 et qu'il évoque d'une manière discrète, histoire de conjurer le mauvais sort.

PHOTO: OLIVIER ROLLER

Le son de *The Good Life*



Soul, funk, rétro, électro, jazz, pop, chanson française... Nous prenons tout... Du moment que la musique est bonne et surtout qu'elle swingue : cela vaut toutes les remises en forme du monde !

Par Laurent Blanc et
Jean-Christophe Camuset



Vocal jazz

Ah! Stacey Kent. Avec elle, pas la peine de se demander si son album va être bon ou pas : elle est toujours là où on l'attend, au firmament de la chanson. Cette artiste américaine francophile possède un chant qui vient de l'âme, son phrasé est impeccable et sa voix, claire et lucide. Elle sait transformer une chanson classique en cascade mélodique éblouissante. Son dernier album, *I Know I Dream*, enregistré aux studios Angel, à Los Angeles, avec un orchestre d'une soixantaine de musiciens, est d'une rare beauté. Je vous conseille sa version de *La Rue Madame* de Nino Ferrar, une tuerie, et aussi *That's All*, que vous allez sûrement fredonner toute la journée! **L. B. *I Know I Dream*, *The Orchestral Sessions*, Stacey Kent, Sony Music.**

Chanson française

Cet album est sans doute le meilleur de l'année. Mais qu'est-ce qui a pris à Ibrahim Maalouf de sortir un LP entièrement consacré à Dalida? En fait, c'est Barclay, le label historique de la chanteuse,



qui a commandé à Maalouf une création originale autour de son répertoire à l'occasion des trente ans de sa disparition. Il faut dire que le compositeur, arrangeur, jazzman et trompettiste franco-libanais a façonné une petite pépite. À sa manière, avec humilité, sans avoir l'air d'y toucher, il nous fait redécouvrir tous les morceaux qui ont bercé notre enfance. C'est simple, il n'y en a pas un à jeter. Entouré de son big band et d'un lot d'invités fabuleux (Thomas Dutronc, Amos...), il nous enchante. Mes préférées : *J'attendrai*, avec la géniale Melody Gardot; *Paroles Paroles*, avec Monica Bellucci et M; et *Love in Portofino*, avec Golshteyn Farahani. Euphorisant! **L. B. *Dalida by Ibrahim Maalouf*, Barclay, Universal.**



Rock underground

Avez-vous déjà entendu *The Limifanas*? Si oui, tant mieux. Sinon, précipitez-vous pour écouter leur dernier album! Ce couple de quadragénaires originaires de Perpignan, qui baignent dans la culture underground et rament en gros depuis vingt ans, est en train de devenir « le » meilleur groupe de rock français. Ces deux esthètes se sont inspirés d'un tas de trucs (The Stooges, The Troggs, Nick Cave, Can...) et mettent tout le monde à genoux. D'abord, il y a le son : guitare jazz, tambourin, sitar. Ensuite, il y a les paroles, drôles, pleines de détachement. Et puis, il y a le look improbable, et le tout devient chic, cool, sexy et évident... Comme quoi! **L. B. *Shadow People*, *The Limifanas*, *Because Music*, en concert le 29 mars au Trianon, à Paris.**



Rock électro

HollySiz, comme son nom ne l'indique pas, est une chanteuse française, fille de Jean-Pierre Cassel et demi-sœur de Vincent et de Mathias Cassel. Cette touche-à-tout a fait du cinéma (*Le Premier Jour du reste de ta vie*, *Demain tout commence*) et chante à présent. C'est son deuxième album, porté par le single du même nom, *Rather Than Talking*. On tombe sous le charme de cette Blondie Française. J'aime beaucoup *Karma* et son style Bollywood, et aussi *Fox*, où on retrouve un peu de la Madonna d'*American Dream*. L'album est excellent, marqué par des sons rock, dance hall et même cubains. HollySiz est auteur-compositeur sur le titre *Unlimited*. Elle a sans doute trouvé sa voix et un nom qui n'appartient qu'à elle. Elle est dans l'énergie, une belle énergie, très rock, comme venue d'un garage de Brooklyn. **L. B. *Rather Than Talking*, HollySiz, Parlophone. En tournée à partir du 6 avril à La Rochelle, le 1^{er} juin à l'Olympia, à Paris.**



Chanson française

Bon, on a presque tout dit sur Brigitte, ce duo de chanteuses françaises (Sylvie Hoarau et Aurélie Saada) récompensées aux Victoires de la musique en 2012. Parties à Los Angeles afin d'enregistrer un ou deux morceaux, elles ont fini par y rester pour concevoir tout leur album. Un LP qui parle d'amour, pour les femmes, pour les hommes aussi, et pour la vie. Elles partagent toutes leurs failles, leurs forces et ce qui les a construites en tant que femmes. Onze jolies chansons,

très mélodiques (*Palladium*, *Sauver ma peau*), de beaux textes, comme sur *Mon intime étranger*, pour parler des relations difficiles que peut avoir une fille avec son père, ou sur *Le Goût du sel de tes larmes*, qui évoque le lien avec la mère. Un album moderne, poétique, doux, qui nous rappelle un peu les meilleurs moments de France Gall et Michel Berger. **L. B. *Nues*, Brigitte, Sony Music.**



Pop vocale

First Aid Kit, c'est l'histoire de deux sœurs qui ont grandi dans la banlieue de Stockholm, bercées par les disques de leurs parents (de Billie Holiday aux Poésie). Un jour, elles découvrent la musique country : Emmylou Harris, Leonard Cohen, Johnny Cash, Gram Parsons... Un terrain d'expérimentation idéal pour les harmonies vocales qu'elles développent depuis l'enfance. Le tandem a ainsi conquis toute la planète avec ses chansons dépouillées qui mettent leurs voix en valeur. Sur son quatrième album, First Aid Kit déploie son talent sur des chansons enregistrées à Portland en compagnie de spécialistes de l'Americana, dont Peter Buck, le guitariste de R.E.M., et richement orchestrées. **J.-C. C. *Ruins*, First Aid Kit, Columbia.**

Retrouvez l'univers musical de *The Good Life* sur Spotify : ouvrez votre application Spotify, cliquez sur « Recherche », appuyez sur l'icône appareil photo et faites le code ci-dessous.



PHOTOS : G&P

Le premier magazine masculin hybride : business + lifestyle

Maximal City

HONG KONG OU LE MEILLEUR DES DEUX MONDES

The Good Speed

ET SI LA PROCHAINE RÉVOLUTION ÉTAIT QUANTIQUE

The Good Motorbikes

DOSSIER SPÉCIAL MOTOS & SCOOTERS, UN MARCHÉ EN PLEIN BOOM

The Good Direction

SÉOUL À LA CONQUÊTE DU MONDE PAR LA GASTRONOMIE

The Good Match

PORSCHE PANAMERA HYBRIDE CONTRE TESLA MODEL S

The Good Sea

LE SWIFT TRAWLER 35 DE BÉNÉTEAU

The Good Vibrations

MUSIQUE, PHOTO, ART CONTEMPORAIN

RAPPORT SPÉCIAL
THE GOOD WATCHES
40 PAGES SUR LE MARCHÉ DE L'HORLOGERIE DE LUXE (P. 186)

Think Positive

Think Global

Extremely addictive

Business is beautiful

THE GOOD VIBRATIONS

THE GOOD PROFILE - ON STAGE

Sol León et Paul Lightfoot



Eloge de la fragilité

Chorégraphes et à la direction artistique de l'une des plus belles compagnies de danse contemporaine du monde, Sol León et Paul Lightfoot, couple dans la vie comme à la scène, présentent leur nouvelle création, *Shut Eye*, en juin prochain au festival Montpellier Danse. Dans la lignée de leurs chefs-d'œuvre antérieurs,

Par Serge Gleizes



Grand mur blanc tournant comme les aiguilles d'une horloge derrière lequel solos, duos et trios apparaissent et disparaissent. Silhouettes en costume sombre ou pantalon blanc, avec chignon bas, rouge à lèvres vif, cheveux gominés... Ici, l'élégance est partout, et surtout dans la virtuosité, la créativité et l'émotion. Ainsi en est-il de *Siège et Muses*, ballet de Sol León et Paul Lightfoot inspiré du *Yin-Yang - Le Livre des changements*, interprété sur une musique de Jean-Sébastien Bach. Dans ce bal qui oscille entre rigueur monastique et symphonie pastorale, les sauts silencieux sont aussi fascinants que les déliés de pieds, de bras et de mains. Même culte de l'essence et du mouvement qui endosse un état d'âme avec *Step-Motion*, dansé sur une musique de Max Richter. Une réflexion sur les thèmes de l'adieu et de la transformation, où un duo est exécuté sur un sol recouvert de poudre blanche magnifiant le mouvement. En toile de fond, le visage de Saura, la fille des chorégraphes, projeté sur grand écran. Dansés avec l'essence de la technique classique, et une théâtralité maîtrisée, ces deux ballets en noir et blanc livrent la peinture mélancolique d'un monde

Bio express

Paul Lightfoot, natif de Kingsley, en Angleterre, est diplômé de la Royal Ballet School de Londres ; et Sol León, originaire de Contoux, en Espagne, de l'Académie du Ballet national de Madrid en 1987. Ils rejoignent, en 1989, le NDT2, avec lequel ils interprètent les chefs-d'œuvre

de la compagnie, puis le NDT1, dont ils deviennent chorégraphes résidents à partir de 2002. Ils sont nommés respectivement directeur artistique et conseiller artistique en 2011 et 2012 et ont créé, en vingt-six ans de collaboration, plus de cinquante ballets.

Agenda

• Du 22 juin au 7 juillet 2016 : Festival Montpellier Danse. Tél. +33 (0)4 67 80 83 80. www.montpellierdanse.com

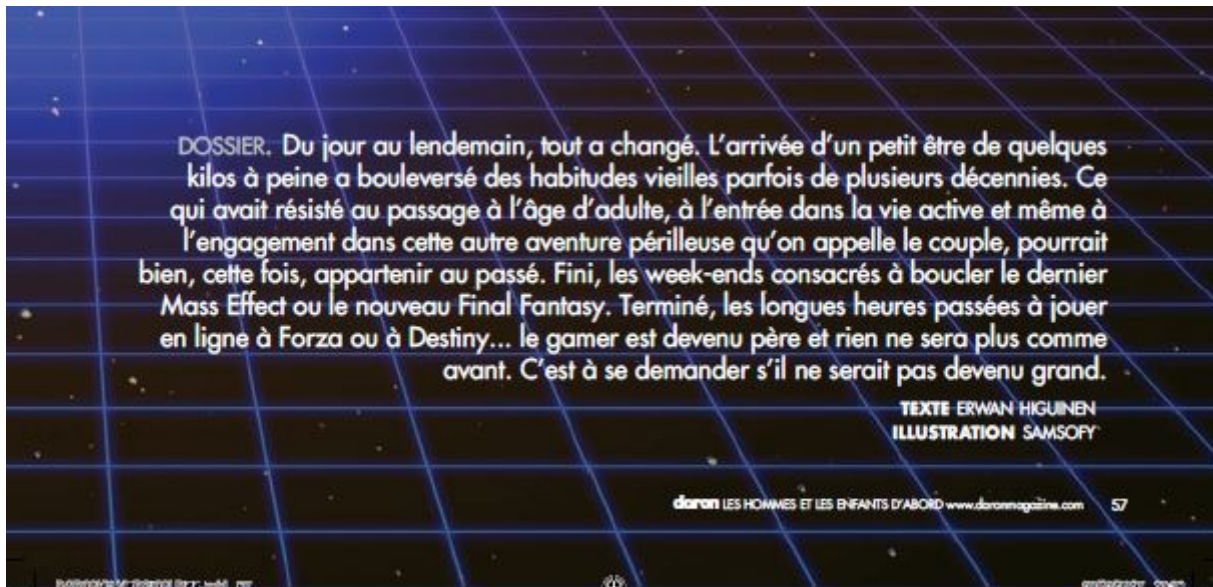
• Du 18 avril au 23 mai 2016 : *Shut Eye* et *Hand et Speak for Yourself*. Opéra national de Paris. www.operadeparis.fr

qui a perdu sa couleur, mais pas sa flamme. Ce furent assurément les deux plus beaux spectacles que le couple présentait à Chaillot-Théâtre national de la danse en juin 2017. Performances dont ils signaient également les décors et les costumes, et dans lesquelles se profilait, sans l'encre d'un plagiat, l'héritage de leur maître, Jiri Kylián. Chaillot les avait déjà accueillis en 2004 avec *Subject to Change* et *Shutter Shot*, d'après le poème de Gertrude Stein, et en 2014, avec *Shoot the Moon*. *Shut Eye*, qu'ils présenteront lors du prochain festival Montpellier Danse, et à propos duquel tout est encore secret, sera l'une de leurs démonstrations magistrales qui enferment leur fragilité.

L'excellence, sinon rien

La réussite du couple, qui avoue avoir complètement raté sa première pièce, en 1985, réside dans l'équilibre de leur collaboration, dans leur complicité et leur complémentarité. Et cela non seulement pour leurs créations - l'Opéra de Paris accueillira, pour la première fois, deux de leurs prochaines pièces, *Sleigh of Hand* et *Speak for Yourself*, en avril 2019 -, mais également dans la direction artistique du Nederlands Dans Theater (NDT), qu'ils ont repris il y a sept ans, et où l'excellence se joue aussi bien côté danse que côté chorégraphie. Créée en 1959 à La Haye, la compagnie compte aujourd'hui un répertoire de plus de six cents ballets et se produit en Europe, ainsi qu'aux États-Unis, en Asie et en Australie. Sa notoriété repose sur celle des éminents chorégraphes Glen Tetley, Jiri Kylián et Hans Van Manen, qui ont participé à sa création et signé de nombreux chefs-d'œuvre, auxquels s'ajoutent aujourd'hui les pièces des deux directeurs artistiques actuels, ainsi que celles de collaborateurs régaliens, comme Crystal Pite, Johan Inger, Alexander Ekman, Marco Goedicke, Gabriela Carrizo, Hofesh Shechter, Sharon Eyal & Gal Betser... Il y a trente ans, le NDT se divisait en deux, et devenait, d'une part, le NDT 1, qui regroupait les danseurs les plus doués, et, d'autre part, le NDT 2, plus déficheur. « *Dès que j'ai franchi le seuil du Rotterdam*, en 1985, j'ai su que c'était un endroit différent, raconte Paul Lightfoot. Chaque programme de saison présente des pièces de chorégraphes dont le message est clair : voici mon esthétique, ma danse, mon langage (parlant)... Leurs travaux sont susceptibles de créer un univers, une émotion, une essence, et cela dès le lever de rideau. »

PHOTO: MARIE-HÉLÈNE



JEUX VIDÉO

Au début, on fait comme si. « Quand mon fils est né, je jouais assis sur le canapé avec lui qui dormait sur moi » avoue Ludovic, père d'un garçon de cinq ans et d'une fille d'un an et demi. Mais, rapidement, il faut se rendre à l'évidence. « Avoir des enfants, ça signifie se réveiller à 7 heures du matin 365 jours par an, pousser-ll. Impossible de se coucher à 5 heures parce qu'on veut terminer "encore une dernière partie" de The Witcher 3. Le réveil est trop brutal et la journée qui suit est un combat de tous les instants dans lequel j'enchaîne, avec ma femme, préparation, école, boulot, retour, bain, repas, coucher. A partir de 20h, c'est "quartier libre", mais la fenêtre n'est pas large, alors on doit optimiser. » Encore faut-il tenir le coup physiquement...

Co-créateur avec d'autres papagamers du site octopaddle.fr [voir encadré], Sébastien, père de deux filles de 4 et 7 ans, finit souvent par « s'affaler sur le canapé, vidé et incapable de laver la console. Ou pire : par s'endormir devant. Ça, c'est dur. » Que le père d'enfant en bas âge qui n'a jamais piqué du nez à même pas 22 heures devant une cinématique de Metal Gear Solid lui jette la première pierre. Sur ce plan, la dure condition de papa gamer rejoint celle de ses homologues cinéphiles, sérievores ou gros lecteurs : parvenir à se ménager un tout petit peu de temps ne suffit pas forcément. Mais il n'y a pas que ça. Si pratiquer le jeu vidéo est aussi une manière de conserver un lien avec sa propre enfance plus ou moins lointaine, la présence d'un véritable enfant oblige à se montrer un minimum responsable. Par exemple, il ne sera pas du meilleur goût d'arpenter les couloirs hantés de Resident Evil 7 avec un petit bout de chou dans la yébo. « Je fais en sorte qu'ils ne soient pas présents lorsque je joue à des PEGI 18 [voir page], explique Yannick, dont les fils ont trois et huit ans. Ce sont les mêmes règles que lorsqu'on regarde un film. Par ailleurs, je suis maintenant incapable de jouer à des jeux gros ou avec une pression de chaque instant alors que j'en étais un gros consommateur avant. »

Les gamers s'adouiraient-ils en devenant parents ? Ils peuvent en tout cas être vite rappelés à la réalité. Co-auteur avec Jean-Jacques Lamière du livre Art Indique (Sonnatine Éditions) et père de deux garçons de deux et sept ans et demi, Jean-Samuel Kriegel n'est pas prêt d'oublier sa « pire expérience de papa gamer » née de la rencontre entre son aîné fasciné par les petites voitures et GTA 5. « Il me voyait jouer et il m'a demandé s'il pouvait choisir une voiture et la conduire, raconte-t-il. J'ai dit oui. Il voit une super bagnole, il me dit qu'il veut celle-là. Alors je le vole en déboussant son attention pour qu'il ne s'en rende pas trop compte et je lui passe la manette. Ce qui s'est passé, c'est qu'il a pris la voiture, est tout de suite allé renverser trois piétons, les filles ont débarré et ils lui ont tiré une balle dans la tête. J'étais horrifié. » Depuis, le garçonnet ne cesse de redemander à jouer à GTA. « Je lui réponds que c'est dans très très longtemps, à 18 ans, que c'est trop violent. Mais il reste cette fascination, ce trac imprimé dans sa mémoire, alors que je n'y ai jamais rejoué devant lui. Ça ne l'a pas traumatisé : c'est moi qui ai projeté la violence de la scène. Ce qui est très difficile quand tu es parent, c'est de le mettre à la place de ton enfant et de comprendre ce qu'il retire de l'expérience de jeu. »

PARTENAIRE PARTICULIER

Tout n'est heureusement pas sombre et compliqué dans la vie des papas gamers qui, au bout de quelques années, réalisent souvent qu'en faisant des enfants, ils se sont aussi fabriqués des partenaires de jeu qui remplaceront idéalement les copains moins disponibles qu'avant, en plus de faire éventuellement progresser, au moins numériquement, la cause gamer au sein du foyer – mais méfions-nous des idées reçues : dans les familles, le joueur le plus ardent peut tout à fait être une maman confrontée à un conjoint réticent. Le premier plaisir du papa joueur est là : dans le partage de sa passion, sa transmission, pour ne pas dire l'éducation vidéoludique des enfants, histoire qu'ils n'aillent quand même pas jouer à n'importe quoi – notez bien que le succès n'est pas du tout garanti. « Je suis fils unique, mais mon père jouait aux jeux vidéo et programmait en amateur, dit Sébastien. On jouait ensemble et je me souviens de Zelda 1 sur NES, à dessiner nos cartes personnelles sur papier à petits carreaux. Bien sûr, c'est ce schéma que je souhaite reproduire avec mes enfants. Je serais malheureux si aucun d'eux n'aimait les jeux vidéo et je nous imagine bien en 2025, quand ils auront six, huit et neuf ans et devi, à se faire une après-midi devant le Mario Kart du moment ou à les voir tous les trois évoluer dans Secret of Mana avec leur papa derrière pour les guider. » En matière d'expériences partagées, les mêmes titres reviennent souvent d'un père à l'autre. Il y a les Mario et les aventures à licence Lego (Marvel, Star Wars...) qui se prêtent aux duos adulte-enfant, Rayman ou les Skylanders et, parmi les productions récentes, pas mal de jeux de la Nintendo Switch qui semble séduire en masse les papas gamers pour sa double nature de machine portable et de salon. Côté pile, sur la télé, ce sont les expériences multijoueurs de Mario Kart, Puyo Puyo Tetris ou Bomberman avec, pour certains, des systèmes d'assistance ou de handicap permettant d'équilibrer la partie entre adultes et enfants.

 *Suite page 60*

55 daron LES HOMMES ET LES ENFANTS D'ABORD www.daronmagazine.com

DARON2 VERSION DEFINI 54  01120917 1758

Côté face, c'est le réveil chez le père du gamer solitaire qui, quand le reste de la famille se pose devant la télé, s'esquive en douce avec son joujou - la lecture à distance de la PlayStation 4 est une autre option - pour aller reprendre sa partie de *Zelda*. Ou pour s'entraîner sur *Mario Kart*, histoire de ne pas se faire humilier par sa descendance le lendemain [voir encadré ci-contre]. Entre un père et son enfant, les expériences partagées les plus marquantes ne reposent pas forcément sur les jeux que l'on croit. Pour Martin et sa fille de 8 ans, c'est avec le pourtant âpre *The Last of Us*, avec son ambiance de fin du monde, que ça s'est passé. Un jeu dont les personnages principaux sont un homme adulte et une ado de 13 ans allés dans l'adversité. « J'y jouais lorsqu'elle dormait, explique le père, mais un soir elle s'est réveillée alors que je visitais une zone luxuriante. Il n'y avait pas d'écarts le lendemain alors elle est restée vingt minutes. Je lui ai demandé d'aller se coucher lorsque les monstres sont arrivés. Je ne voudrais pas qu'elle ait ces images en tête. On est très liés par ce jeu, car même si le héros n'est pas le père de la petite fille, un lien très fort se crée entre eux aussi. Le lendemain de chaque session, je débriçais avec ma fille pour lui expliquer l'évolution de l'histoire. Et je m'arrangeais pour sauvegarder ma partie juste au début des phases d'exploration pour recommencer avec elle plus tard. » Depuis, ils se sont mis à *The Last Guardian*, le chef-d'œuvre poétique de Fumito Ueda qui fait voyager le joueur avec un étrange animal géant. « Je suis étonné(e) de la voir se confronter pour la première fois aux

mécanismes classiques du jeu de plateforme et de voir comment elles les appréhende, dit Martin. J'essaie de l'influencer le moins possible, de la laisser se débrouiller, comme dans la vraie vie. »

JEUX INTERDITS

Mais, ces pères qui, pour certains, passeraient volontiers des nuits entières sur leurs consoles ou leurs PC, comment encadrent-ils les pratiques vidéoludiques de leurs enfants ? D'une famille à l'autre, les règles sont multiples. Une heure par journée de week-end ici, des exceptions en cas d'après-midi pluvieux ou pour que les enfants « puissent aussi se sentir progresser » là, avec de fortes variations selon l'âge des enfants. Même chose pour le choix des jeux ou le suivi des parties. Certaines règles semblent bien fonctionner comme celle de Jean-Samuel Kriegel pour la tablette. « Mon fils n'a qu'un petit nombre de jeux sur l'iPad et, pour avoir le droit d'en télécharger un nouveau, il est obligé d'en effacer un. Du coup, il y réfléchit à deux fois. » Parfois, les connaisseurs sont aussi les plus stricts, comme le révèle le psychologue et psychanalyste Michaël Stora qui publie cet ouvrage *Hyperconnexion* (Larousse) : « J'ai pu rencontrer des pères qui avaient eux-mêmes eu une pratique très excessive à l'adolescence et qui insistent un discours totalement diabolisant sur les jeux vidéo. C'est à moi, j'ai abusé et je ne veux surtout pas que mon fils abuse aussi, donc je lui interdits quasiment tout. »

 Suite page 62



50 **REPORTAGE** LES PÈRES ET LES ENFANTS D'ARCAD www.lesmarchés.com

ANTISÉMITISME
L'IDÉOLOGIE
ANTIFRANÇAISE



Marche Marche pour Minolta Kodak, Paris, 22 mars 2010.

APRÈS SA RELAXE, GEORGES BENSOUSSAN S'EXPLIQUE

www.causeur.fr - Surtout si vous n'êtes pas d'accord - mensuel n°58 - juin 2019

ALBERT SIMONIN TONTON FLINGUEUR DU POLAR

Par Jérôme Leroy

Connu pour ses romans noirs adaptés au cinéma par Michel Audiard, le grand écrivain Albert Simonin (1905-1980) était injustement tombé en désuétude. La réédition de sa trilogie du Hotu remet à l'honneur ce virtuose de l'argot, chante de la pègre parisienne.

En l'espace de quatre ans, entre 1968 et 1971, Albert Simonin publie à la Série noire les trois romans qui forment la trilogie dite du Hotu : *Le Hotu*, *Le Hotu s'affranchit* et *Hotu soit qui mal y pense*. Ils sont réunis aujourd'hui, en un seul volume, par La Manufacture de livres. L'entreprise est bienvenue et elle est aussi courageuse pour plusieurs raisons. D'abord Albert Simonin est bien oublié malgré la célébrité de son nom jusque dans les années 1970. Ensuite les valeurs véhiculées par ces trois romans ne sont vraiment plus de saison. Il y est, par exemple, beaucoup question de prostitution. Pour Simonin, c'est une activité économique banale qui se déroule dans des conditions généralement satisfaisantes, voire plaisantes. Elle est même régulièrement comparée par les gisquettes qui arpentent l'asphalte au travail en usine qu'elles trouvent, pour le coup, beaucoup plus aliénant.

Ensuite, avec *Le Hotu*, le lecteur passe sa vie dans le milieu, présenté comme une contre-société autonome qui obéit à des codes très supérieurs à ceux en vigueur chez les « caves » et les « pantes », moins respectueux de l'honneur que les truands. Ce n'est pas un hasard, d'ailleurs, si Albert Simonin est considéré comme le père fondateur du « roman de truands à la française » qui montre le milieu comme une version modernisée du roman de chevalerie ou du western. Dans les années 1970, cette héroïsation du voyou romantique a agacé Jean-Patrick Manchette, avec raison. C'était au moment où apparaissait le néopolar dont il est une des plus grandes plumes avec Vautrin, Fajardie, Jonquet ou

Prudon. Ils ont fait du roman noir une arme de critique sociale, en y introduisant les cités de banlieue, les nouveaux visages de la criminalité et tous les sujets qui travaillent l'époque : le racisme, le terrorisme, la crise économique.

Simonin est alors ringardisé et les histoires de truand à la papa avec Gabin ou Ventura qui meurent à la dernière bobine prennent alors un sacré coup de vieux. Il faudrait néanmoins nuancer. Cette célébration caricaturale n'est pas le fait de Simonin, mais d'innombrables épigones et imitateurs qui ont encombré les tourniquets de la littérature de gare jusque dans les années 1980. Lui se montre beaucoup plus lucide dans sa trilogie du Hotu et dans celle qui l'a rendu célèbre dès les années 1950, la trilogie de Max le Menteur, dite aussi trilogie du Grisbi : les truands n'y sont pas des surhommes, ils peuvent même être des salauds et pas seulement quand ils sont indics de la maison poulaque.

Il est cependant vrai que les trois romans du Hotu rassemblés dans cette réédition ne portent en eux aucun message : ils ne dénoncent rien et se contentent de rendre compte. Simonin refuse absolument le surplomb, il décrit ses personnages à hauteur d'homme, il ne juge jamais ni les bonnes actions (il y en a parfois) ni les mauvaises (il y en a tout le temps). Il est bien possible que des critiques qui se font à l'occasion commissaires politiques et jugent les œuvres du passé à l'aune de la morale du moment discernent entre les lignes, dans cette forme d'indifférence aux grandes causes nobles, aux postures humanistes qui sont la plaie d'un certain polar d'aujourd'hui, quelques germes de cette maladie grave qu'on appelle l'anarchisme de droite.

Inquiétons-les d'emblée : la charge virale est assez élevée chez Simonin. Cette famille des anarchistes de droite, qu'on a bien du mal à définir parce qu'elle est avant tout formée de tempéraments profondément individualistes, se caractérise néanmoins par une méfiance de tout ce qui peut, de près ou de loin, représenter l'ordre, l'État, la police ainsi que par une détestation de tous les conformismes – surtout ceux de la gauche, en fait. Pessimiste, l'anarchiste de droite pense toujours, à un moment ou à un autre, que c'était mieux avant et que le progrès, →

comme pourraient le dire les personnages de Simonin, est un truc « glanduleux » qui ne peut apporter que « pestouille » et « mousson ». Dans le néopolar dont nous parlions plus haut, seul A.D.G.), le « réac » officiel de la bande, a endossé l'héritage de Simonin. Sans compter qu'une certaine sensibilité littéraire les rapprochait, dont une admiration commune pour Villon et Céline, deux magiciens de la langue drue.

Puisque nous citons Céline, on en arrive à l'ultime raison qui pourrait rendre Simonin infréquentable dans un paysage littéraire aujourd'hui de plus en plus anticollabo à mesure que la collaboration s'éloigne dans le temps, avec des procès posthumes récurrents. Mais commençons par le commencement : Albert Simonin est né en 1905 à Panama où il mourra soixante-quinze ans plus tard. Il a une enfance assez célienne, d'ailleurs. Il quitte très vite l'école pour faire de petits métiers avant d'être chauffeur de taxi, ce qui donnera son premier livre publié avec Jean Bazin chez Gallimard en 1935, *Voilà taxi !* Dans ce document, Simonin fait déjà ses gammes argotiques et montre son aisance à saisir sur le vif des croquis d'atmosphère et des fragments de vie quotidienne.

Il avait déjà montré une certaine aisance à écrire en devenant journaliste, quand bien même il ne tenait pas cette profession en grande estime si on en juge par ce dialogue du *Hotu* où une marraine inquiète pour son filleul qui tourne mal lui propose de le pistonner pour travailler dans le journal d'un ami : « À quatorze ans, quand je t'écrivais de pension, je faisais trois fautes par ligne ! Tu me l'as assez reproché, marraine. En dix ans, j'ai pas fait de progrès. Comme journaliste, je serais plutôt comique... tu trouves pas ? - Léone prétend que c'est sans importance. Les articles sont corrigés. Tu force, selon elle, ce serait ton anglais. »

Avant-guerre, dans les années 1920-1930, Simonin travaille pour quelques titres mythiques dont *L'Intransigeant* et surtout *Détective*, qui existe encore aujourd'hui, et qui a permis à Simonin de voir de près tout ce que Paris connaissait comme meurtres crapuleux et autres braquages sanglants. Dans la trilogie du *Hotu*, il est d'ailleurs question de ce titre alors novateur : « Paula, donc, parcourt *L'Intran*. Il aurait préféré s'affirmer *Détective*, un nouveau canard du tonnerre, qui est un peu la gazette du milieu, mais a reculé devant l'affiche possible. »

L'ennui, c'est que Simonin a bien travaillé pour des journaux et des officines collabos pendant l'Occupation. Il est condamné à cinq ans de prison, sort en 1950, est amnistié définitivement en 1954. Apparemment, cette peine infamante une fois accomplie, Simonin n'est pas obligé, pour le reste de son existence, de se couvrir la tête de cendres. Autre époque, autres mœurs... Au contraire, dès 1953, tout est oublié : il connaît un étonnant succès littéraire avec *Touchez pas au grisbi !*



Albert Simonin au Championnat des perceurs de coffres-forts, Paris, octobre 1962.

Marcel Duhamel de la Série noire l'a accueilli dans la collection pour enfin avoir au catalogue un auteur français dont les truands puissent rivaliser avec ceux des Américains. Et chose rare pour un polar, qui ne se reproduira jamais par la suite, *Touchez pas au grisbi !* reçoit quinze jours après sa sortie un prix littéraire réservé à la « vraie » littérature, celui des Deux-Magots. La préface de Mac Orlan y est sans doute pour quelque chose. Voilà Simonin écrivain reconnu, star des salons mondains. Dans son *Journal impoli*, son ami Christian Millau raconte à ce propos une scène amusante. La poétesse Lise Deharme et ses amis désirent voir cette « curiosité » issue des bas-fonds. Christian Millau amène Simonin qui se révèle, à la grande déception des convives, un admirable causeur n'utilisant pas le moindre mot d'argot et maniant avec virtuosité citation latine et imparfait du subjonctif avant de lâcher à Christian Millau, en repartant : « Je crois bien que je leur ai scié la rondelle, à ces mignons. »

La célébrité, Simonin va aussi la connaître grâce au cinéma. Si on se souvient de *Touchez pas au grisbi !*, le film de Jacques Becker avec Gabin dont il est le scénariste en 1954, on ignore souvent que dans cette série du *Grisbi*, pourtant très noire, le troisième volume s'appellera au cinéma... *Les Tontons flingueurs !* Toute la famille de Simonin se dessine à cette époque : ses amis, acteurs et écrivains, s'appellent Audiard, Gabin, Lautner, Belmondo, Auguste Le Breton, Frédéric Dard, avec qui il écrira une adaptation théâtrale d'un de ses romans. Le père de San-Antonio a par la suite reconnu sa dette particulière envers *Le Hotu* : « Ce livre est de

© Rue des Arts / rue59.com

ceux qui m'ont télescopé. Je le relis à peu près tous les trois ou quatre ans, comme je relis périodiquement *Mort à crédit*, *Madame Bovary*, *Crime et Châtiment*. Il exerce sur moi une fascination aussi vive que les trois chefs-d'œuvre que je viens de citer. »

Alors, hyperbolique, Frédéric Dard ? Certainement pas. La trilogie du Hotu a effectivement quelque chose d'envoûtant. C'est, en même temps qu'un roman noir, un mélange de roman picaresque, de roman historique et de roman d'apprentissage. Simonin, quand il se lance dans son écriture, en 1968, n'a plus rien à prouver. Il choisit, contre toute la logique commerciale propre à la Série noire, de ressusciter le Paris de sa propre jeunesse, celui de 1929-1930. Il prend pour personnages principaux une paire de petits malfrats qui ont à peine 25 ans. Il y a Johnny, surnommé « le Hotu », ce poisson d'eau douce qui inspire d'abord la méfiance des voyous, avec ses costumes bien taillés et son allure de jeune homme de bonne famille parlant anglais car il a voyagé aux États-Unis.

Cynique, intelligent, fainéant, le Hotu s'est adjoint les services de Petit Paul qui deviendra Paulo, une fois qu'il aura tué un malfrat devenu indic dans une bagarre. Petit Paul, contrairement au Hotu, est un véritable enfant des fortifs, qui a déjà connu trois fois la prison. C'est lui qui fait le lien entre Johnny et « *Messieurs les Hommes* », les vrais pontes du milieu qui ont leurs quartiers à l'Océanic bar. Alors que Johnny vit des subsides de sa marraine dans un bel appartement de la rue Fortunay, Petit Paul connaît le quotidien minable des hôtels à la semaine dont il faut décarrer à la première alerte.

Ces deux-là finiront par rencontrer Gros Pierrot, plus âgé, ancien combattant de 1914, qui tient un bobinard de première classe. Gros Pierrot n'aime plus le milieu moderne qui s'embourgeoise. Ce nostalgique trouve dans les deux jeunes hommes des fils par procuration. Les trois formeront une bande de cadres moyens de la truanderie, un peu à la façon des *Affranchis* de Scorsese. Les trois romans racontent leurs méfaits ordinaires alors que le trafic de drogue commence tout juste à faire son apparition et que la crise de 1929 fait sentir ses premiers effets en France. Pour le reste, pas réellement d'intrigue, mais une remarquable chronique de mœurs, une comédie humaine où filcs, voyous, prostituées et grande bourgeoisie en mal de sensations fortes se croisent. La trilogie du Hotu, c'est la *Recherche du temps perdu* avec des sarins, des pétards, des bordels, des théâtres porno. Le sexe et l'argent sont les uniques moteurs d'une humanité entre chien et loup et l'exploit de Simonin est de rendre tout cela à la fois passionnant, drôle et mélancolique par la magie d'une écriture qui réinvente l'argot et sublime le sordide à chaque page.

Dans ses *Journées de lectures*, Roger Nimier, toujours fine mouche, écrivait à propos d'Albert Simonin : « *L'argot, non plus que le français, n'a jamais existé que dans*

l'imagination des touristes, qui se déguisent souvent en paristes. » D'emblée, Nimier soulignait un malentendu qui persiste encore aujourd'hui. Dans la mémoire collective, Albert Simonin est resté une manière de folkloriste de la jactance des bas-fonds, un ethnologue amateur du monde des truands, un anthropologue souriant de la racaille. Il a, il est vrai, publié en 1957 un *Petit Simonin illustré*, sous-titré « le Littre de l'argot » avec, excusez du peu, une préface de Jean Cocteau : « *Vous m'avez puissamment aidé à la découverte d'une langue vivante, au beau milieu de notre époque à demi-morte de fatigue à force de se perfectionner ou de courir en rond.* » C'est pour cela que l'on a eu tort de prendre *Le Petit Simonin illustré* pour un document quand il était un art poétique. Que les mots qu'on y trouve aient été ou non réellement employés par les classes dangereuses ou qu'ils aient été inventés par Simonin n'a guère d'importance. Et qu'ils soient aujourd'hui complètement passés de mode encore moins. N'est-ce pas aussi le cas des ballades en jargon de Villon ? L'argot de Simonin a sa complexité et sa finesse, même pour les choses les plus triviales. Une « *marraine* » nous explique-t-il ainsi est « *une fille constituant le rapport principal d'un mac.* » Et il s'empresse d'ajouter une nuance digne de Chardonne : « *Employée par le mac lui-même, parlant d'une femme, cette expression comporte une nuance légèrement tendre.* » Tout est, bien entendu, dans le « *légèrement* ». Il faut écouter Cocteau, surtout quand il parle de celui qui pourrait paraître comme son exact envers. Qui de comman, en effet, entre le poète raffiné et l'auteur de Série noire, entre celui qui convoque les archanges et celui qui met en scène des marlous et des arpencheuses de trottoir ?

La poésie, précisément. La poésie n'a pas de genre, la poésie n'est pas « poétique », elle surgit n'importe où, n'importe quand, parce que des enchanteurs savent varier leurs métamorphoses. On sait qu'il ne s'agit pas, en poésie, de représenter une belle chose mais de parvenir à la belle représentation d'une chose. Et, à ce titre, Simonin est un poète. Un poète des bas-fonds, mais un poète. Par la magie de son écriture, il transforme en mythologie Pigalle, ses nuits au néon, ses filles trop fardées, ses bistrotts où s'agrippent des naufragés du zinc, ses hommes minces comme des félins qui connaissent la chorégraphie des lames de couteau sous les réverbères.

C'est là que réside le vrai génie de Simonin dans *Le Hotu* : comme tous les grands écrivains, il a définitivement forgé son propre langage et a fait, de manière parfaite, « *ce bond hors du rang des assassins* » dont parle Kafka pour recréer, devant nous, un autre monde, un autre rêve. ■



Le Hotu, Albert Simonin, Le Manuscrit de la Manufacture de livres, 2010.

1. Voir l'article qui lui est consacré dans *Causette* n° 52, décembre 2017.

LA BATTLE DE BERLIN

Plus que le critique, le comédien, le musicien et le danseur, c'est l'ouvreuse qui passe sa vie dans les salles de spectacle. Laissons donc sa petite lampe éclairer notre lanterne !



Joué le 12 avril, ma cousine Hilda m'appelle affligée de Berlin. Scandale au prix Echo, copie allemande de nos Victoires de la musique. Le rocker Andreas Frege, qui se fait appeler Campino, vient d'annoncer en direct ses potes rappers Felix Blume et Farid Hamad El Abdelloui, qui se font appeler Kollegah et Farid Bang, lauréats dans la catégorie hip-hop et auteurs selon Campino de raps sexistes, homophobes, antisémites *and so weiter*. Ce n'est qu'un début. Le lendemain, une autre vedette et un producteur rendent leur Echo Preis. Dix jours passent. Damad Barenboim, patron d'un opéra et d'un orchestre à Berlin, se réveille : lui aussi renvoie ses sept Echo passés pour ne rien avoir en commun avec des artistes « ouvertement sexistes, misogynes, homophobes et d'une façon générale méprisants pour la dignité humaine ». Autorité des autorités, Barenboim donne le feu. Deux heures plus tard c'est notre Renaud Capuçon qui rend ses Echo, suivi d'autres musiciens jusqu'à ce que le bureau annonce la suppression pure et simple de l'Echo Preis.

Plus chatouilleux que nous, les sujets de M^{me} Merkel. Traqué par les associations féministes après sa délicieuse Saint-Valentin (« *Mais ferme ta gueule ou tu vas t'faire Marie-Tristégvier* ») et son inoubliable *Soif paste* (« *J'veux que tu crèves lentement j'veux que tu tombes enceinte et que tu perdes l'enfant* »), deux fois poursuivi, deux fois relâché, le rappeur normand Aurélien Costentin, qui se fait appeler Orelsan, a failli se noyer sous les Victoires 2018. Trois il en a eu, le même soir.

Sur la Toile, les comparateurs qui comparent disent que ça n'a rien à voir, la rage du macho déprimé et le message antisémitisme d'une botte de radicaux. Moutis. Ce qu'on dit les deux lauréats de Berlin, c'est

« *Nous allons faire un autre Holocauste / Amenez-vous avec un cochon Molotov* », rime pauvre. Et aussi un truc sur les juifs riches. Et voilà une surprise ! Le gangsta rap judiophobe, whitophobe, itrophobe, homophobe, allrophobe, sûr que ça vient de sortir. On a attendu l'Echo Preis 2018 pour découvrir ces artistes en extase devant leurs Nike, leurs Mercedes et leur nombril. Eh oh, les filles (et les gars), ça fait genre trente ans que Schoolly D et Snoop Dogg reçoivent des médailles!

Le problème, s'il y en a, c'est pas eux. Que les rappers du bulbe coarent comme des pitbulls après le buzz en chantant « *Y'a d'la Shoch, du soleil par-dessus l'étoile* » qu'est ce qu'on peut y faire ? Ils le pensent, ils le disent. Les centaines de milliers d'albums vendus, les millions de vues sur YouTube, les plateaux télé, les trophées en direct, c'est pas eux. C'est nous. Personne ne nous oblige.

La différence entre les Echo classique et les Echo tout court ? La même qu'entre les Victoires classiques et les Victoires tout court. Les classiques votent pour la chose, les tout court votent pour le chiffre. Si Kollegah et Farid Bang ont reçu leur Echo 2018, c'est parce qu'ils sont premiers en fréquentation. C'est parce qu'ils ont fait plus de buzz, donc plus de clics, donc plus de chiffre que les autres. Et si l'Echo Preis a annoncé son autodestruction, c'est parce que le scandale du 12 avril menaçait le chiffre d'affaires 2019. Ne craignez rien, il renaîtra sous un autre nom. Le gangsta n'est pas dingue. Au contraire, très rationnel il est. *Bayer du « riche banquier juif »* (Kollegah dans l'album *Apocalypse*) rapporte un max de tunes. Merci nous. •