



HAL
open science

L'irruption des corps sur les écrans arabes : une libéralisation contrôlée

Rayya Roumanos

► **To cite this version:**

Rayya Roumanos. L'irruption des corps sur les écrans arabes : une libéralisation contrôlée. Corps et désordre dans le monde arabe, Mar 2014, Rennes, France. <hal-02482978>

HAL Id: hal-02482978

<https://hal.science/hal-02482978v1>

Submitted on 18 Feb 2020

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.



HAL Authorization

L'irruption des corps sur les écrans arabes : une libéralisation contrôlée¹

Rayya Roumanos

Université Bordeaux Montaigne

MICA EA 4426

Résumés :

Cet article traite des modalités actuelles de configuration d'une représentation normée des corps masculins et féminins par l'industrie télévisuelle arabe. Il étudie le discours des télévisions panarabes de divertissement qui parviennent à construire, par le biais de leurs grands succès commerciaux, une image des corps et de la sexualité oscillant entre le « tolérable » et le « transgressif ». À travers l'étude de leurs stratégies de programmation et de leur mode de construction de sens, il montre comment des images en apparence libérées d'hommes et de femmes arabes, présentées comme des produits types d'une modernité « glocalisée », ne sont, en réalité, que des artefacts d'une industrie bien rodée, qui réinjecte dans des dispositifs télévisuels occidentalisés, des normes orientales traditionnelles. L'élément révélateur de cette stratégie commerciale aux retombées symboliques reste le rejet catégorique de toute forme d'androgynie sur les écrans, au profit d'une surexposition des marqueurs distinctifs de la féminité et de la masculinité

Mots clés : télévision panarabe, programme de divertissement, sexualité, représentation contrôlée.

The irruption of bodies on Arab screens: a controlled liberalization

In this article, we look at how the Arab television industry constructs normative representations of masculine and feminine bodies by producing successful pan Arabic entertainment shows that oscillate between a tolerable and a transgressive image of sexuality. Through the study of their programming strategies and their discourse we find that they systematically integrate occidental features while, at the same time, re-injecting oriental values, thus producing an artificial representation that is liberal and "glocalized" on the outside, but traditional in its core. The revealing element of this commercial strategy with significant symbolic fallouts is the unequivocal dismissal of any form of androgyny on the screens in favor of an overexposure of the distinctive markers of feminism and masculinity.

Key words : Pan Arab televisions, entertainment shows, sexuality, controlled representations

ظهور الأجساد على الشاشات العربية : تحرر منضبط ومضبوط

تطال هذه الدراسة الحثيات الحالية المجمعّة في تصور مقنن للأجساد النسائية والذكورية في الصناعة العربية للبرامج التلفزيونية. وهي تدرس الخطاب الترفيهي للتلفزيونات العربية التي استطاعت، بواسطة نجاحاتها التجارية الكبيرة، إنشاء صورة للجسد، كما للجنس، تتأرجح بين "المقبول" (أو بالأحرى "المغضّ الطرف عنه") و"الخارج عن المألوف" (أو بالأحرى "الكاسر للقيود المتعارف عليها"). من خلال دراسة استراتيجيات برمجة الأقنية التلفزيونية وطرقها في إنشاء المعنى، تُظهر الدراسة كيف أنّ الصور الذكورية والأنثوية العربية المتحرّرة ظاهرياً والمقدّمة للمشاهد على أنها منتجٌ نموذجيٌ لحداثةٍ معولمة ولكنها مطعمة بخصائص محلية، ما هي، في الحقيقة، إلا ظاهرة محوّرة لصناعةٍ متمكنةٍ تعيد حقن المعايير الشرقية التقليدية في أجهزة تلفزيونية عربية تجهدٌ لمحاكاة الأجهزة الغربية. أما العنصر الكاشف لهذه الاستراتيجية التجارية ذات المؤديات الرمزية، فيبقى في استبعاد أي شكل من أشكال الخناثة عن الشاشات العربية، وذلك لمصلحة التشديد على عرض العلامات الفارقة للذكورة أو الأنثوية.

الشاشات العربية، الخطاب الترفيهي، جنس، جسد، تحرر منضبط

¹ Communication dans le cadre du colloque international « Corps et désordre dans le monde arabe », Université Rennes 2 [Rennes, 20-21 mars 2014]

Introduction

Désordre, rupture, changements, mutations, etc., ces termes qui servent à désigner l'état de bouillonnement qui agite le monde arabe à l'heure des révolutions populaires, ont le vent en poupe. Pourtant, leur usage, souvent hâtif, est problématique pour au moins deux raisons : d'abord, parce qu'il insiste sur la brutalité et la soudaineté des changements qui bouleversent certains pays arabes, alors que ces évolutions s'inscrivent dans le temps long. Ensuite parce qu'il éclipse la part de « permanence » qui, non seulement accompagne toute mutation, mais participe également, au même titre que les innovations, à reconfigurer l'espace social arabe.

Pour éviter ces deux biais, nous faisons ici le choix de replacer la problématique du changement dans son contexte historique et d'étudier, au côté des transformations qui affectent les sociétés arabes, ce qui, aujourd'hui, survit et dure. Nous écartons, également, les lectures linéaires des évolutions (plurielles) de l'image de l'Homme et de la Femme arabe. Il ne s'agit pas de tracer une courbe artificielle des progressions inévitables d'un état d'avancement vers un autre, mais d'étudier la cohabitation, dans un même cadre spatio-temporel, de plusieurs acceptations de la masculinité et de la féminité, forgées, au fil du temps, par des mouvements de négociation culturelle.

Notre approche des représentations du corps suit, en fait, celle du débat plus ou moins ouvert, plus ou moins équilibré, qui oppose différentes forces sociales, des plus libérales au plus traditionnelles, autour de la définition de la déviance et de la normalité. Un débat qui s'élabore dans ce que les deux chercheurs Éric Maigret et Éric Macé appellent une « arène symbolique », celle « constituée par les luttes de légitimation et de disqualification que se livrent, via les mouvements et les contre-mouvements culturels, les acteurs inscrits au sein de rapports sociaux asymétriques ». ²

Précisons toutefois que nous n'examinons pas ces problématiques de manière directe, par le biais d'observations participantes ou d'entretiens avec les acteurs du changement, mais par ricochet, à travers les éléments de dialogue, de conflit et d'ajustement qui transparaissent sur les écrans arabes, ou, plus spécifiquement, dans les émissions de divertissement diffusées par les chaînes satellitaires régionales. Nous partons du constat que ces productions élaborent, à travers un processus de « médiation/traduction » ³ des réalités sociales, des discours qui portent en eux les traces des débats qui agitent l'espace public arabe. L'étude de leurs modalités de construction ainsi que de leur contenu, permet, par la suite de comprendre comment ils parviennent non seulement à représenter les corps arabes dans des dispositifs assujettis aux lois du marché, mais aussi à configurer une nouvelle normalité qui hante l'imaginaire collectif régional.

Une diversité trompeuse

Qu'observe-t-on sur les écrans arabes ? De prime abord, le public arabe est exposé quotidiennement à une multitude de représentations qui reflètent bien l'éclatement du paysage télévisuel régional dans lequel plus de 600 chaînes satellitaires opèrent simultanément. Les femmes voilées côtoient les starlettes aguicheuses et les hommes en djellaba apparaissent en

² Maigret E., Macé E., *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris : Armand Colin, 2005, p. 48.

³ Macé E., « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? (2) Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés les trois moments de la configuration médiatique de la réalité : production, usages, représentations », *Réseaux*, n° 105, 2001/1, p. 204.

même temps que des jeunes arborant des tenues décontractées, d'inspiration occidentale. Le téléspectateur peut ainsi assister à des émissions prônant la mixité sociale ou interarabe à travers la juxtaposition, souvent artificielle, d'individus à l'apparence neutre et d'autres affichant des signes identitaires distinctifs (dans les talk-shows et les jeux télévisés principalement), comme il peut sélectionner des programmes privilégiant, de manière généralement idéologique, une communauté particulière, ou un groupe social spécifique (dans les séries télévisées du Golfe, par exemple).

Cette richesse de spectacles et de références qui constitue aujourd'hui la norme est, en fait, toute récente. Elle résulte de la libéralisation progressive de l'espace audiovisuel arabe à partir des années 1990.⁴ Auparavant, la télévision était une affaire d'État (dans tous les pays arabes à l'exception du Liban où l'aventure télévisuelle a débuté avec des investisseurs privés). Nationale et hertzienne, elle diffusait un contenu formaté et propagandiste qui répondait à une triple mission : éduquer les masses, assoir l'autorité de l'État et glorifier le nationalisme arabe.

Aujourd'hui, ce sont les investisseurs privés qui ont pris le relais, mûs par des considérations plus économiques que politiques. Leurs manières de procéder, leurs attentes en termes d'audiences et leurs stratégies d'expansion bousculent les anciennes pratiques et entraînent des changements considérables au niveau du contenu des émissions. De la programmation à la production en passant par les inévitables adaptations de concepts étrangers (rendues obligatoire à l'heure de la globalisation⁵), ils créent une mosaïque de représentations faites d'éléments proches et lointains, modernes et traditionnelles.

Ainsi, du point de vue générationnel, toutes les catégories d'âges sont représentées sur les écrans arabes, avec toutefois une surexposition de la jeunesse régionale, surtout durant les plages horaires qui lui sont consacrées. Au niveau des catégories socio-économiques, l'hétérogénéité du tissu social est donnée à voir dans les émissions de divertissement, même si les chaînes ont tendance à mettre en avant les élites sociales parce qu'elles répondent au mieux aux attentes des annonceurs comme du public. À l'échelle des États, enfin, la plupart des pays arabes sont représentés quand bien même certaines régions jouissent d'une popularité additionnelle pour des raisons historiques, politiques ou encore économiques comme les pays du Golfe ou l'Égypte.⁶

En fait, à y regarder de plus près, il apparaît que la diversité prônée par les chaînes à travers leur communication institutionnelle est trompeuse. Prenons l'exemple d'une émission qui est particulièrement représentative des enjeux du marché télévisuel arabe durant sa phase d'expansion : la « Star Academy Middle East ».

Dans ce télé-crochet très populaire bâti sur le format d'une télé-réalité et diffusé par le groupe LBCI depuis 2003, l'accent est mis par la production sur le panarabisme du concept, c'est-à-dire sur sa volonté d'intégrer tous les pays arabes dans la compétition. Pourtant, 6 États de la Ligue sont systématiquement écartés du jeu (le Yémen, la Mauritanie, le Soudan, Djibouti, la Somalie et les îles Comores) au moment où plusieurs autres pays sont surreprésentés comme

⁴ Sakr N., *Satellite realms : transitional television, globalization and the Middle East*, London: I.B. Tauris, 2002, 266 p.

⁵ Pieterse N. J., 'Globalization as Hybridization', Featherstone M., Mash S. Robertson R., *Global Modernities*, London: Sage Publication Ltd., 1995, p. 45-68.

⁶ Kraidy M., Khalil F., *Arab Television Industries*, London : BFI/Palgrave Macmillan, 2009, p. 26.

l'Égypte et les monarchies du Golfe, en raison de leur poids démographique ou de la richesse de leur audience.

La sélection discriminatoire ne repose pas, pour autant, sur ces deux seuls critères. Alors que l'émission se présente comme une école de chant ouverte à tous les jeunes arabes, quels que soient leurs origines et leurs parcours, le casting s'opère sur les bases du capital économique et culturel des candidats, de même que sur leur apparence physique.

Une analyse du profil sociologique des participants révèle, en fait, que la plupart d'entre eux sont issus de milieux urbains, ont entamé ou achevé des études supérieures, sont bilingues ou trilingues, ne présentent aucun handicap physique, sont photogéniques, affables, désinhibés, et affichent, bien entendu, un intérêt authentique pour le chant, la danse, et, plus largement pour l'univers du show-business.⁷

En réalité, la promesse d'hétérogénéité qui est au cœur de ce programme n'est jamais honorée. La diversité tout comme le réalisme du spectacle ne sont que des arguments de ventes, des coquilles vides qui masquent un processus de construction de sens et de représentations destinées à populariser une image de la jeunesse arabe qui serait à la fois univoque, hybride et genrée. À travers un ensemble de dispositifs sociotechniques à visée éditoriale et idéologique⁸, les réalisateurs parviennent à exercer un contrôle étroit sur les actes et, par là, la représentation des candidats, renouvelant les multiples dispositifs de contrôle des individus au sein des sociétés arabo-musulmanes.⁹

Une représentation univoque, hybride et genrée des corps

Ce processus est particulièrement flagrant dans la manière de représenter les corps féminins et masculins des candidats. Leur apparence, et parfois même leur morphologie¹⁰, sont remodelées pour répondre à un canon de beauté imaginé par les producteurs. Aussi, à quelques exceptions près qui confirment la règle, les filles sont-elles toutes fines et élancées, ont-elles une chevelure longue et soyeuse (non couverte), et un teint plutôt clair (aucune candidate n'a la peau noire). Elles portent toutes, et sans réserve, des pantalons à taille basse, des jupes courtes, des décolletés plongeants, des talons hauts, etc., et affichent un attachement clair aux codes esthétiques d'une jeunesse universelle idéalisée.

La sexualisation des corps qui est une pratique déjà ancienne dans les sociétés capitalistes, alimentée par l'industrie publicitaire et le marché audiovisuel, trouve ici un terrain d'application privilégié. Il est néanmoins important de signaler que ce processus d'objectivation des femmes n'est pas forcément exogène, dans le sens où il aurait été importé de l'Occident, en même temps que d'autres pratiques et valeurs étrangères. N'en déplaise aux défenseurs de l'*Asâla*¹¹ qui fustigent ces émissions parce qu'elles sapent les valeurs arabes en

⁷ Roumanos Rayya, *Les modalités de configuration télévisuelle d'une identité régionale à travers une émission de télé-réalité : Arabité, hybridité et libanité sur la LBC-Sat* (thèse de doctorat non publiée), Lyon : Université Lumière Lyon 2, 2004, 571 p.

⁸ Ibid.

⁹ Chebel M., « Sexualité, pouvoir et problématique du sujet en islam », *Confluences Méditerranée*, n°41, 2002/2, p.48.

¹⁰ Citons en guise d'exemple le cas de Chaza Hassoun, candidate iraquienne de la deuxième édition à qui la production offre en guise de récompense une rhinoplastie.

¹¹ *Asâla* peut se traduire par le terme « authenticité » et désigne plus spécifiquement ici le rejet de tout emprunt étranger dans la culture locale.

introduisant les produits étrangers, cette manière d'emprisonner les femmes dans des représentations figées et stéréotypées est bien locale.

D'ailleurs les hommes aussi font les frais de ce processus de réduction de leur identité sociale à quelques traits caractéristiques. Dans le cadre de la Star Academy, leur corps fait l'objet d'une attention toute particulière qui associe masculinité à robustesse physique. Aussi, les signes de virilité sont-ils constamment mis en avant, que ce soit au niveau des tenues, des postures ou des choix en matière de chanson ou de performances artistiques. Lors des tableaux dansants qui ponctuent les soirées de « prime », il n'est pas rare de voir les candidats revêtir l'habit du sultan, du cow-boy ou du rockeur au moment où les candidates endossent la tenue des courtisanes, des danseuses de cabaret, ou des adeptes du shopping. Les caractéristiques de la masculinité et de la féminité transparaissent alors par un jeu d'opposition, les attributs du genre devenant des construits situés¹² s'élaborant au sein même des interactions télévisuelles.

Cette image est néanmoins singulière, car composée de plusieurs références qui, par moment, se côtoient, et à d'autres occasions, s'entrechoquent. D'un côté, les jeunes se trouvent investis d'un ensemble d'attributs relatifs à une représentation globalisée de la jeunesse, caractérisée par son hédonisme, sa désinhibition, son consumérisme et sa liberté, et de l'autre, ils sont inféodés à une conception orientale de cette même catégorie d'âge valorisée pour sa loyauté, son innocence et son attachement indéfectible aux institutions religieuses et familiales. Sur le devant de la scène (le temps du spectacle) ils se conforment aux exigences d'un rôle dessiné par les règles propres au monde du show-business, et dans les coulisses (le temps de la formation) ils obéissent à un règlement inspiré de l'univers scolaire où l'obéissance à l'autorité est de mise. Dans les deux cas, les manquements sont durement sanctionnés rappelant que « l'académie » est un univers qui n'échappe pas aux règles qui régissent l'ordre social.

De là naît une représentation télévisuelle à la fois univoque et hybride qui répond, en réalité, aux injonctions du marché télévisuel panarabe où, pour réussir, un programme doit être suffisamment consensuel pour éviter les rejets, et raisonnablement novateur pour battre la concurrence. Rappelons qu'au moment de leur introduction dans le paysage télévisuel arabe, les télé-réalités ont été fortement critiquées, car accusées de pervertir la jeunesse en brisant certains tabous en lien avec la représentation des corps et la sexualité, dont la mixité des espaces de tournage et la surexposition de jeunes célibataires sur les écrans.¹³ Elles ont ainsi suscité un débat régional dont les enjeux ont dépassé le seul cadre de l'expérience télévisuelle pour refléter un sentiment de malaise qui traverse toutes les sociétés arabes, engagées dans un long et pénible processus de transition.

Or, plutôt que d'affronter ces questions de manière directe et d'offrir de la jeunesse une image plus réaliste, faites d'une multitude de portraits qui correspondent à la diversité des expériences individuelles, des plus libérales aux plus traditionnelles, mieux, de permettre aux candidats de participer à la construction de sa propre image, les télévisions panarabes ont opté pour la prudence et proposent aujourd'hui des représentations qui ne sont multiples ou modernes qu'en surface.

¹² Connell R., *Masculinities*. Sydney: Allen and Unwin, 2005, p.24.

¹³ Kraidy M., 'Reality Television and Politics in the Arab World : Preliminary Observations', *TBS journal*, n°15, Fall 2005 [online] <http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall05/Kraidy.html>

D'ailleurs, en plus d'être univoques et hybrides, ces images comportent une troisième dimension qui renforce leur caractère fondamentalement traditionnel : elles ne souffrent aucune ambiguïté du point de vue du genre (le genre étant défini, selon la thèse d'Irène Théry, à travers les relations que les individus mettent en oeuvre dans le cadre social plutôt que comme un attribut identitaire où le masculin et le féminin seraient deux états contradictoires¹⁴). L'androgynie y est proscrite, au même titre que l'homosexualité masculine ou féminine. La confusion des genres n'est, en effet, pas admise parce qu'elle perturbe l'ordre social en sapant la conception des rôles masculins et féminins.

Binaire, l'image télévisuelle de la femme arabe doit osciller entre la séduction et la maternité de manière à compléter la représentation traditionnelle de la masculinité, caractérisée par sa virilité et sa stabilité.¹⁵ Les hommes sont les bâtisseurs de la nation¹⁶ et les garants des valeurs locales. Aussi, même quand ils chantent et dansent pour les besoins d'une émission, ils font preuve d'honneur, de discipline, de persévérance, de droiture et de dignité, etc. Les femmes, quant à elle, sont les symboles de la beauté, de la fragilité de la force silencieuse, mais aussi de la procréation, de la prospérité et de renouveau.

Aucune liberté sexuelle n'est accordée aux candidats, car ce choix de l'orientation sexuelle qui, en Occident a accompagné l'émancipation des femmes et l'affaiblissement progressif des inégalités entre les sexes¹⁷, reste, en Orient, une ligne rouge qui réactualise les discours sexistes sur les corps et qui renforce, dans l'imaginaire collectif régional, les attributs sociaux traditionnels des hommes et des femmes arabes.

Être un homme ou une femme à l'écran revient donc à se conformer à ces définitions essentialistes des genres, dans laquelle la communauté prend le dessus sur l'individu, et les libertés sont circonscrites à des cadres restrictifs.

Conclusion

Dans le débat sur le corps qui oppose aujourd'hui les libéraux aux conservateurs, les télévisions satellitaires et généralistes arabes font bien plus que retranscrire les positions opposées de manière neutre. Elles diffusent des « *significations préférentielles* »¹⁸ qui orientent le regard du public vers des représentations normées de la masculinité et de la féminité. Or, sa vision de la modernité se résume actuellement à une interprétation prudente qui privilégie l'équilibre entre l'acceptable et le transgressif dans l'optique d'un monde « glocalisée »¹⁹.

¹⁴ Théry I., « Le genre : identité des personnes ou modalité des relations sociales ? », in *Revue française de pédagogie*, n°171, 2010, p. 104.

¹⁵ Sharabi H., *Le néopatriarcat*, Paris : Ed. Mercure de France, 1988, 238 p.

¹⁶ Nagel J., 'Masculinity and nationalism: gender and sexuality in the making of nations', *Ethnic and Racial Studies*, 21/2, 1998, pp. 242-269.

¹⁷ Giddens A., *La transformation de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*, traduit de l'anglais par Jean Mouchard, Paris : La Rouergue/Chambon, 2004, p. 27.

¹⁸ Morley David, « Travaux sur la réception. Retour sur « le public de *Nationwide* », traduit et publié dans Glevarec H., Macé E., Maigret E., *Cultural Studies ; Anthologie*, Paris : Armand Colin, 2008, p.159

¹⁹ La glocalisation est un néologisme employé pour la première fois, dans le cadre d'une étude sociologique, par Roland Robertson pour désigner la présence simultanée de tendances globales et locales dans une culture donnée. La glocalisation repose, en fait, sur une imbrication entre ces deux échelles dans un mouvement essentiellement dialectique qui comprend une « particularisation de l'universel » et une « universalisation du particulier ». Robertson R., 'Glocalization : Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity' in. Featherstone M., Lash S., Robertson R. (Eds.), *Global modernities*, London: SAGE Publications, p. 28

Pour assister à des représentations contre-hégémoniques des corps et des genres, il faut se tourner vers d'autres médias, vers la littérature, les arts plastiques, mais aussi et surtout vers internet, qui constitue aujourd'hui un terrain particulièrement riche de négociation et de débats autour de l'identité arabe, des rôles masculins et féminins, et de la place des institutions familiale, religieuse et politique dans des sociétés en mutation.

Références bibliographiques

- Chebel M., « Sexualité, pouvoir et problématique du sujet en islam », *Confluences Méditerranée*, n°41, 2002/2, p. 47-63.
- Connell R., *Masculinities*. Sydney: Allen and Unwin, 2005, 360 pages.
- Giddens A., *La transformation de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*, traduit de l'anglais par Jean Mouchard, Paris : La Rouergue/Chambon, 2004, 265 pages.
- Kraidy M., "Reality Television and Politics in the Arab World : Preliminary Observations" *TBS journal*, n°15, Fall 2005 [online]
<http://www.tbsjournal.com/Archives/Fall05/Kraidy.html>.
- Kraidy M., Khalil F., *Arab Television Industries*, London: BFI/Palgrave Macmillan, 2009, 193 pages.
- Macé E., « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision ? (2) Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés les trois moments de la configuration médiatique de la réalité : production, usages, représentations », *Réseaux*, n° 105, 2001, pp. 245-288.
- Maigret E., Macé E., *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris : Armand Colin, 2005, 186 pages.
- Morley D., « Travaux sur la réception. Retour sur « le public de *Nationwide* », traduit et publié dans Glevarec H., Macé E., Maigret E., *Cultural Studies ; Anthologie*, Paris : Armand Colin, 2008, 368 pages.
- Nagel J., "Masculinity and nationalism: gender and sexuality in the making of nations", *Ethnic and Racial Studies*, 21/2, 1998, pp. 242-269.
- Pieterse N. J., "Globalization as Hybridization", Featherstone M., Lash S., Robertson R. (Eds.), *Global Modernities*, London : Sage Publication Ltd., 1995, pp. 45-68.
- Robertson R., "Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity", Featherstone M., Lash S., Robertson R. (Eds.), *Global modernities*, London: SAGE Publications, pp.25-44.
- Roumanos R., *Les modalités de configuration télévisuelle d'une identité régionale à travers une émission de télé-réalité : Arabité, hybridité et libanité sur la LBC-Sat*. (Thèse de doctorat non publiée), Lyon : Université Lumière Lyon 2, 2013, 571 pages.
- Sakr N., *Satellite realms : transitional television, globalization and the Middle East*, London: I.B. Tauris, 2002, 266 pages.
- Sharabi H., *Le néopatriarcat*, Paris : Ed. Mercure de France, 1998, 238 p.
- Théry I., « Le genre : identité des personnes ou modalité des relations sociales ? », in. *Revue française de pédagogie*, n171, 2010, pp. 103-117.