



HAL
open science

Détournement du genre

Evi Basile-Commaille, Marie-Pierre Fourquet-Courbet

► **To cite this version:**

Evi Basile-Commaille, Marie-Pierre Fourquet-Courbet. Détournement du genre. Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics, 2023, <https://publicationnaire.humanum.fr/notice/detournement-du-genre/>. hal-04423359

HAL Id: hal-04423359

<https://hal.science/hal-04423359v1>

Submitted on 31 Jan 2024

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.

Détournement du genre

Evi Basile-Commaille et Marie-Pierre Fourquet-Courbet

Référence électronique

Evi Basile-Commaille et Marie-Pierre Fourquet-Courbet, Détournement du genre. *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 07 juin 2023. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/detournement-du-genre/>

Le Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France. Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-ncnd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Détournement du genre

La notion de « détournement du genre » (abrégée « DDG ») s'inscrit dans le cadre de la défense des droits des femmes, de revendications et de lutte contre les violences sexistes. Le DDG est une stratégie créative qui offre au public et à la réception une place centrale. En effet, il consiste à réécrire des créations préexistantes (*e.g.* un clip de musique, une peinture ou encore un texte) ou bien des réalités sociales et des images inscrites dans l'imaginaire collectif (*e.g.* les représentations usuelles des femmes dans la publicité, ou celles des hommes dans le champ politique), en donnant à voir le sexisme que la version initiale porte. Le DDG les imite et les transforme, en perturbant les relations, normes et représentations (visuelles ou sociales) liées au genre. Par exemple, il s'agit d'inverser les rôles, comme dans les courts-métrages *No Comment* de Louise-Lemoine Torrès (1998) et *Majorité opprimée* de Eléonore Pourriat (2011), pour montrer le sexisme à l'œuvre dans des situations de la vie quotidienne : affiche montrant des hommes sexualisés dans des postures lascives, des femmes faisant leur jogging torse nu, un homme rappelé à l'ordre pour sa tenue « de petit aguicheur ».

Le public qui se trouvera face aux versions revisitées de notre monde social genré est ainsi invité à participer à une expérience de double lecture : interpréter la version détournée et percevoir la version initiale et le sexisme qui y est à l'œuvre. Le genre, qui est perturbé par les dispositifs de DDG, désigne à la fois une performance (Butler, 1990), c'est-à-dire des activités et pratiques qui tendent à produire des représentations dites féminines ou masculines (un vêtement, une posture, etc.), et le système patriarcal, c'est-à-dire la « division de l'humanité en deux moitiés inégales » (Delphy, 2013 : 42) (par exemple, en référence au travail domestique). Le DDG puise de la sorte dans différentes modalités relatives à la représentation de soi et à la transgression des normes sexistes, des valeurs et de l'ordre social ou politique. Il réfère aux rapports de domination, à différentes époques : du travestissement de femmes au moyen-âge pour intégrer un monastère (Maillet, 2020 : 51-72) aux productions (de texte, de visuels et de slogans) du Mouvement de libération des femmes (MLF) (Bernheim *et al.*, 2009), en passant par l'histoire de l'art féministe (Gosling *et al.*, 2020).

[embedyt] <https://www.youtube.com/watch?v=V4UWxIVvT1A>[/embedyt]

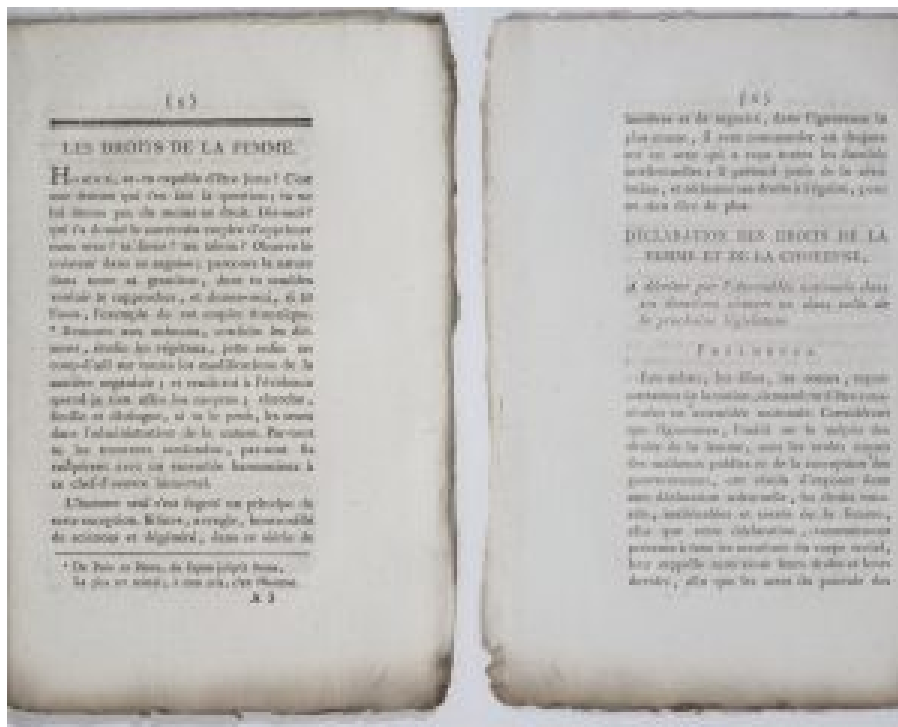
« OPPRESSED MAJORITY (Majorité Opprimée English), by Eleonore Pourriat », 2018.
Source : [eleonorepourriat1 sur YouTube](#).

C'est en observant l'actualité du féminisme contemporain que l'on constate que de nombreuses campagnes et créations visant à sensibiliser contre les violences sexistes diffèrent des campagnes de communication publique, notamment de celles du gouvernement français (Hernández Orellana, Kunert, 2014 ; Hernandez-Orellana, 2017 ; Le Laurain *et al.*, 2018 ; Dekker, 2019 ; Basile-Commaille et Fourquet Courbet, 2021 ; Lieber, 2021 ; Basile-Commaille, 2022). En effet, des supports issus des réseaux féministes mettent en jeu le genre pour dénoncer les violences, pointant de la sorte les actes sexistes et violents, la dimension structurelle du sexisme et le patriarcat, et mettant aussi en scène des hommes. Les messages sont ainsi majoritairement conçus par des artistes, des militant-es féministes, des associations, ou des professionnel-les en agence de communication agissant pour celles-ci, marquant le

lien ténu et les emprunts réciproques entre art et mobilisation sociale (Balasinski, 2009).

Les usages du DDG qui nous intéressent portent une dimension politique. Néanmoins, on notera que ses déclinaisons, dans le champ des créations dites *mainstream*, par exemple dans les publicités commerciales, peuvent diluer, lisser et finalement perdre leur dimension critique (Butler, 1990 : 262 ; Scott, 1988 : 13). Ainsi, quand il circule dans ces espaces, par exemple en tant que stratégie de communication à visée commerciale, le phénomène de DDG est-il analysé comme une appropriation de symboles féministes (Luysen, 2017 ; Bruneel, 2022 : 33).

Une des premières créations de DDG (ou la plus connue) pourrait être la « Déclaration universelle des droits de la femme et de la citoyenne » publiée en 1791 par Olympe de Gouges (1748-1793). L'autrice, une des pionnières du féminisme en France, réclame lors de la Révolution française l'égalité des droits entre les hommes et les femmes. Elle opère une réécriture à visée politique en imitant et transformant la « Déclaration des Droits de l'homme et du citoyen » de 1789, dont les femmes étaient exclues (pas de droit politique ni de propriété pour elles, ni le droit de divorcer, et à peine celui du droit à l'éducation). O. de Gouges constitue ainsi une nouvelle version du texte juridique (composé de 17 articles de lois, complétés d'un préambule, d'un postambule et d'un contrat social). Concrètement, le mot « citoyenne » se substitue à « citoyen » (ou bien les deux termes sont mentionnés côte à côte), et des changements sémantiques et stylistiques sont également opérés. Par exemple, dans l'article 9 : « Tout homme étant présumé innocent... » devient « Toute femme étant déclarée coupable... ». Ou encore, dans l'article 4, elle transforme les objets et les sens des phrases énoncées : « La liberté consiste à pouvoir faire tout ce qui ne nuit pas à autrui [...] » devient « La liberté et la justice consistent à rendre tout ce qui appartient à autrui [...] », poursuivant en modifiant les causes de ce qui empêche la liberté et la justice pour les femmes : « la tyrannie perpétuelle que l'homme lui oppose ». L'autrice interpelle par ailleurs les hommes avant même le préambule : « Homme, es-tu capable d'être juste ? C'est une femme qui t'en fait la question [...] Qui t'a donné le souverain empire d'opprimer mon sexe ? ». Dans le Postambule, c'est aux femmes que l'autrice s'adresse, « Femme, réveille-toi », les enjoignant à voir la réalité de leurs conditions d'existence et leur situation à ce moment de l'histoire, et à se révolter : « Quels sont les avantages que vous avez recueillis dans la révolution ? Un mépris plus marqué, un dédain plus signalé. [...] Opposez courageusement la force de la raison aux vaines prétentions de supériorité » écrit-elle. Par ces jeux de réécriture (sur les mots, sur les styles, sur les significations, sur l'adresse) et les différentes parties de la nouvelle Déclaration, O. de Gouges opère un rapprochement et un éloignement des deux textes, témoignant des écarts de droits entre citoyens et citoyennes. La nouvelle Déclaration allie discours et acte afin de combattre la « tyrannie des hommes », et permet de relire le texte initial, par transparence, et de constater comment les droits des femmes y sont bafoués.



Olympe de Gouges, 1791, *Les Droits de la femme*, pp. 5-6. Source : [Gallica.bnf.fr/Bibliothèque nationale de France](http://Gallica.bnf.fr/Bibliothèque_nationale_de_France).

Le DDG désigne une stratégie créative qui consiste à perturber des relations, des normes et des représentations (visuelles ou sociales) liées au genre, qui sont culturellement, socialement et historiquement situées. En effet, dans la société occidentale, féminin, masculin, hommes et femmes sont envisagés à travers un prisme binaire. Or, ces bicatégorisations ne se superposent pas exactement, et les assignations de genre (attribuer à une personne un rôle et attendre qu'elle le joue selon les attentes sociales d'identité de genre) ne correspondent pas aux pratiques sociales et aux identités de genre multiples et plurielles. En s'intéressant aux relations genrées (donc à une étude des interactions, et non uniquement aux « femmes », leur « cause » ou aux « hommes »), aux normes (à un niveau collectif) et aux représentations (les images véhiculées, mais aussi les pensées sociales individuelles et partagées socialement), le DDG pose un triple regard sur les manières de perturber le genre, dans le cadre de campagnes et de créations visant à sensibiliser sur le sexisme, qui sous-tend les violences de genre masculines envers les femmes en tant que femmes.

Avec le DDG, le public et la réception occupent une place centrale. Ayant une visée de défense, de revendication et de lutte contre les violences sexistes, la stratégie de DDG offre une superposition de deux histoires : celle initiale et celle imitée ou transformée. Cette réécriture est pensée en création, par celles et ceux qui la réalisent. Mais elle ne prend sens qu'en réception, lorsque les individus opèrent une double lecture, c'est-à-dire un va-et-vient entre l'histoire détournée et la (ou les) histoires initiales auxquelles elle se réfère. L'orientation souhaitée est qu'elle suscite une réflexion et qu'elle persuade celles et ceux exposé-es au message et qui l'interprètent du caractère social et sexiste de la situation exposée. Le détournement (qu'il soit celui d'une œuvre originale ou d'une réalité sociale) est écrit pour être lu, vu, écouté, discuté : il se déploie lorsque le public, c'est-à-dire des individus engagés dans une activité interprétative, coconstruisent le sens du message ou de

l'œuvre. Le DDG, proche d'autres notions (comme la parodie), est ici envisagé avec une approche interactionnelle et une approche pragmatique de la communication. Les notions connexes et l'approche spécifique du DDG sont explicitées. Ensuite, la création, les formes et la réception du DDG sont développées.

Le DDG, stratégie créative de réécriture et de perturbation : approches et formes

Le DDG est proche de notions connexes, telles que la parodie de genre, le dégenrage ou le défigement, qui consistent à détourner, dérouter et troubler le genre à travers différents objets visuels ou discursifs qui le constituent : clichés, stéréotypes, représentations et normes sociales, mais aussi attentes, assignations et performances de genre, identités, ou encore représentations dans les médias, conversations en face-à-face et discours politiques. Par exemple, le dégenrage des codes peut être appréhendé par « un jeu sur les codes vestimentaires [...] sur le langage [...], par le néologisme [...], ou encore le détournement de représentations genrées » (Kunert, 2012). La parodie de genre envisage les imitations et transformations opérées de manière hyperbolique (Trépanier-Jobin, 2013 : 8), la « mascarade du jeu énonciatif » (Quemener, 2014 : 118) s'intéresse à l'investissement de personnages multiples notamment. Ensuite, ces actes créatifs ont pour visée de participer à un processus de dénaturalisation du genre, en prenant pour appui sur une œuvre ou un texte initial (comme la Déclaration des droits de l'homme) ou sur des objets plus abstraits sans version originale. En effet, détourner ou parodier le genre, ce n'est pas considérer qu'il en existerait une version originale. Au contraire, le genre est déjà une parodie puisque « l'identité originale à partir de laquelle le genre se construit est une imitation sans original » (Butler, 1990 : 261). Les notions de détournement et de parodie du genre recourent les mêmes étapes : une analyse d'un objet socialement situé lié au genre ou au sexisme (stéréotype, performance, attente, relation, etc.), sa déconstruction (perturbation, ou les moyens de l'enrayer) et sa reconstruction (reconfiguration, tenter de déjouer le genre en évitant de le consolider ; Amossy, 1991 ; Damian-Gaillard, Montañola, Olivesi, 2014 ; Dayer, 2014).

La particularité du DDG est d'être envisagé par une approche interactionnelle et pragmatique de la communication, qui donne à l'usage de cette stratégie créative une perspective à 360 degrés, c'est-à-dire portant sur l'ensemble du processus communicationnel (sa réception et sa création, médiées par le dispositif), et qui l'envisage dans ses contextes de production et de réception. Le processus communicationnel du DDG s'envisage à plusieurs niveaux d'interaction et d'intercompréhension. Du côté de la production, les personnes réalisent un acte créatif, opèrent des choix et construisent un message à visée réflexive et persuasive destinée à un public, afin de susciter une réflexion, une émotion et de modifier la perception du sexisme. Les personnes créatives, dotées d'intentionnalités, envisagent la réception du message au moment de la création. Elles ont à l'esprit un public auquel elles s'adressent, notamment leur horizon d'attente en termes de genre. Une étude conduite sur les processus créatifs et les intentions persuasives avec une vingtaine de créatif-ves de DDG (Basile-Commaille, 2019) l'illustre. Pour ces créatif-ves, il s'agit « d'interpeller, de faire sentir et ressentir » des affects négatifs, tel que de « faire éprouver aux hommes les violences, qu'ils s'identifient », de mettre « le ou la récepteur-trice mal à l'aide, de le-la gêner », « de faire ressentir un trouble », de « monter crescendo, du sourire puis mettre mal à l'aide » ou encore « de révéler [...] la violence et le sexisme » de ce qui semble « normal », de « faire parler ». L'idée est ainsi de produire une dissonance (un inconfort) liée à l'exposition à une information inconsistante sur le monde (Martinie, Priolo, 2013). Dans le DDG, le genre, dans

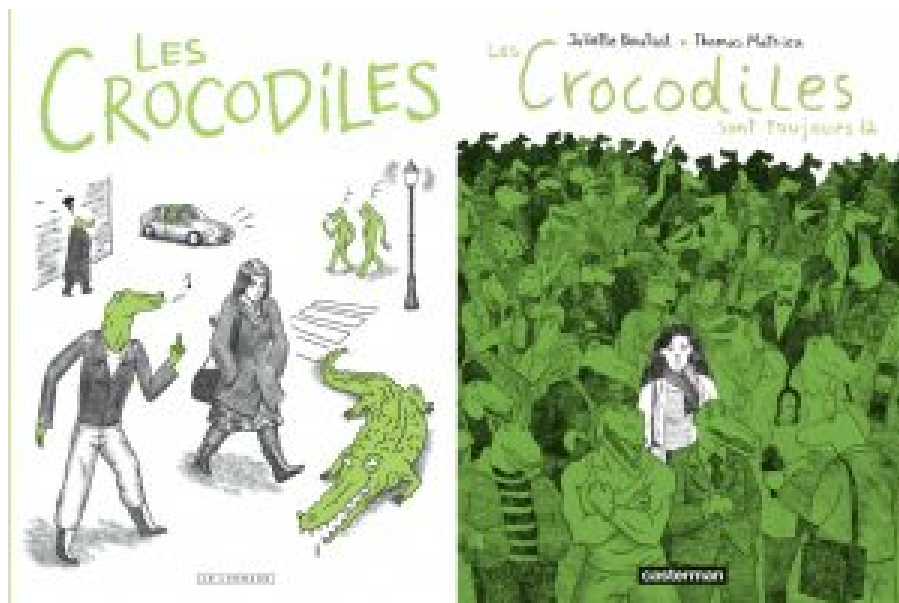
ses relations, normes et représentations, est perturbé et diffère des savoirs du public sur le monde, en particulier pour des individus peu habitués à ce type de trouble dans les représentations. Ensuite, le dispositif de DDG est le support de médiation entre celles et ceux qui créent et celles et ceux qui font l'expérience de la réception (envisagée comme processus et résultat), c'est-à-dire des sujets sociaux qui constituent un espace public de discussion (Méadel, 2009 ; Fourquet-Courbet, 2010 ; Breton, Proulx, 2005 : 258).

Par ailleurs, les personnes qui reçoivent le dispositif de DDG, elles aussi dotées d'intentionnalités, projettent les intentions des créatifs, mais surtout, co-construisent le sens du message, l'interprètent et se l'approprient : la réception est ainsi le lieu de production du sens et d'effets possibles lorsque le texte est effectivement reçu, comme l'explique Daniel Dayan (1992). Elle est aussi un moment d'interaction asynchrone entre les personnes qui créent et celles qui reçoivent le message : il s'agit de reconnaître « l'autre » comme interlocuteur·trice valable et potentiel dans l'échange (Ghiglione *et al.*, 1998 : 20) dans le cadre du contrat de communication (Charaudeau, 2005).

Cette place centrale de la réception est particulièrement significative avec l'usage du DDG. En effet, la réception du DDG implique une double lecture (liée à l'hypertextualité entre le monde social genré et sa version imitée et transformée) et ainsi une « relation entre le texte et son lecteur [qui s'envisage] d'une manière plus socialisée [que l'herméneutique textuelle], plus ouvertement contractuelle, comme relevant d'une pragmatique consciente et organisée » (Genette, 1982 : 19). Elle peut créer, lorsque le public y est exposé, une « dissonance entre les deux éléments coprésents » (Genette, 1982 : 556) : un état motivationnel énergisant et un état émotionnel d'inconfort psychologique (Martinie, Priolo, 2013). Pour exister dans son hypertextualité et pour que s'opèrent les va-et-vient entre réalité connue et réalité nouvelle (Connan-Pintado, 2009), elle nécessite une connaissance usuelle et ordinaire du monde et des objets sociaux genrés, c'est même la condition « de la perceptibilité, et donc de l'existence de l'œuvre » détournée (Genette, 1982 : 31). Enfin, la réception est centrale car « la déstabilisation parodique, même le rire parodique, dépend d'un contexte et de conditions de réception qui permettent d'entretenir les confusions subversives » (Butler, 1990 : 263).

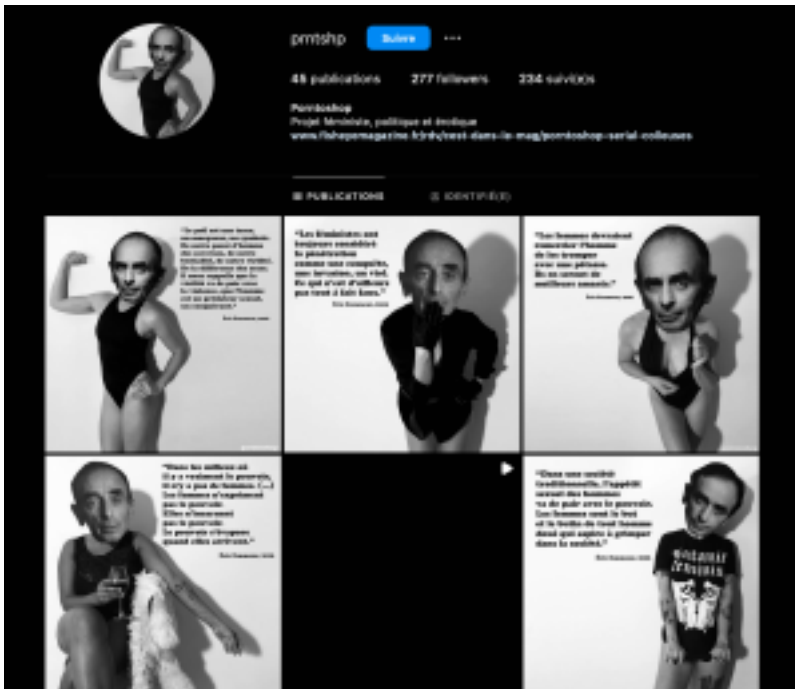
En tant que stratégie créative dans des dispositifs de prévention et de sensibilisation aux violences sexistes, le DGG revêt sept formes (Basile-Commaille, 2022), identifiées à partir d'un travail de collecte et d'analyse systématisée de plus de 300 supports conçus par des associations ou artistes issus de réseaux féministes. Celles-ci mettent en exergue des objets liés au genre relatif au sexisme et aux violences afférentes, tout en proposant au public des angles différents.

La première forme de DDG est « l'inversion du genre » (des rôles sociaux sexués) qui interroge les valeurs associées au féminin/masculin, les relations interpersonnelles, ainsi que les normes et les institutions (*e.g.* clip *C.L.I.T.*, Sarah Constantin et Elvire Duvelle-Charles, 2016, qui détourne le clip d'Orelsan « St-Valentin »). La seconde est la « visibilisation de l'auteur et renversement de la culpabilité », qui rend particulièrement saillants les traits dénigrants, misogynes, agressifs de l'auteur de violence (*e.g.* [Projet Crocodiles](#), Juliette Boutant et Thomas Mathieu, qui reprend notamment des témoignages de harcèlement de rue, en dessinant les agresseurs sous la forme zoomorphée de crocodile, pour illustrer la relation de prédation qui se joue).



Couvertures des bandes dessinées *Les Crocodiles* et *Les Crocodiles sont toujours là* par Juliette Boutant et Thomas Mathieu (2014 ; 2020).
 Voir aussi : <https://projetcrocodiles.tumblr.com/>.

Le troisième usage du DDG consiste en une « ironisation, ridiculisation du genre, de la misogynie, de situations discriminantes et de comportements masculins », laquelle pointe l'incongruité d'actes et de phénomènes sociaux genrés (e.g. magazine *Porntoshop*, [2016, 2] dans lequel des photographies représentent des corps de femmes dénudées, portant un masque en papier avec le visage des présidents de la V^e République, accompagnées d'une citation misogyne que chacun d'eux a tenu). La quatrième forme repose sur une « incitation à impliquer les hommes et/ou sur une dénonciation des hommes violents par des hommes », via la mise en scène de figures masculines et d'un discours qui enjoint les hommes à s'opposer aux violences sexistes (e.g. affiches *Les hommes contre les violences faites aux femmes*, produites par plusieurs organisations publiques et associatives annonceurs, 2009).



Feed instagram de Porntoshop. Source : capture d'écran (<https://www.instagram.com/prntshp/?hl=fr>).

Pour sa part, la cinquième forme de DDG est celle du « déroutement des assignations et du trouble de la catégorisation », en (dé)montrant le processus social sociocognitif à l'œuvre dans la détermination du genre en deux catégories et s'attaquant ici à ces assignations (e.g. photographies *L'homme enceint*, Frédérique Pollet-Rouyer, 2009). Le sixième usage du DDG porte sur la « substitution d'un être, d'un objet ou d'un concept par un autre », lié à une violence genrée, afin de figurer avec plus de clarté la thèse défendue (e.g. vidéo *Je ne supporte pas les Bleus*, Elle's imagine'nt, 2016, utilise la polysémie du mot « bleus » entre l'équipe nationale de football masculin, et les traces de violences physiques).

[embedyt] <https://www.youtube.com/watch?v=FZU-apSvmd8>[/embedyt]

« Je ne supporte pas les bleus », 2016. Source : [Elle's IMAGINE'nt sur YouTube](#).

Enfin, la septième forme de DDG est celle de « l'action en milieu politique masculin », qui vient perturber des espaces d'entre-soi d'hommes, pour pointer le pouvoir qui se joue et l'absence des femmes (e.g. actions du collectif La Barbe, comme lors des « Rencontres parlementaires sur l'avenir de l'Europe », 2015).

L'analyse du DDG montre que si le sexisme et les violences exposées sont plus diversifiés dans ces supports issus de réseaux féministes que dans les campagnes nationales publiques, seule une frange d'entre eux porte sur des oppressions intersectionnelles, c'est-à-dire sur des rapports de pouvoir sexiste, raciste et classiste articulés (Dorlin, 2008 : 91?92). Cela peut être lié à une moindre prise en compte de ces problématiques dans la société, et donc à des points de vue situés peu enclins à représenter toutes les femmes.

À ce stade de l'analyse, il n'est pas possible d'affirmer que les formes du DDG et des parodies peuvent effectivement, en réception, constituer des confusions subversives. Établir

une typologie n'est pas suffisant pour comprendre quels usages seront perturbants en réception (Butler, 1990 : 262) et l'analyse rend floues les frontières entre ces catégories (Genette, 1982 : 43-44). Dès lors, il devient intéressant de prolonger ces études et analyses en s'intéressant au cœur du processus de communication du DDG : sa réception.

Les réceptions et effets du DDG

Très peu d'études scientifiques ont été conduites pour mieux comprendre et analyser la réception du DDG, et plus largement des parodies du genre. Nous en présentons quelques-unes, essentiellement fondées sur des méthodes qualitatives, qui prennent en compte et interrogent aussi les intentions du point de vue du public.

L'étude de la réception de l'exposition « Au bazar du genre. Féminin/masculin en Méditerranée » (Girel, 2017) – exposition temporaire inaugurée en 2013 au Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (Mucem) à Marseille, dédiée au genre et à sa « remise en question » – permet d'apprécier des interprétations ouvertes et larges. En effet, cet ensemble s'inscrit dans le monde de l'art et du musée et la réception est analysée depuis des corpus et un public varié : entretiens et observations lors de l'exposition avec différentes personnes (agents, médiateurs, guide, responsables du musée...), revue de presse et commentaires sur les réseaux sociaux et sur le livre d'or de l'exposition. Cette étude, difficilement comparable avec les suivantes, permet néanmoins d'envisager la multiplicité des interprétations, telles que :

- l'appréciation sur le mode de « j'aime/je n'aime pas », lié notamment aux valeurs dont l'exposition serait porteuse. Par exemple, la sensibilisation aux questions liées aux droits des femmes ;
- la mise en question du genre. D'une réception oppositionnelle décriant « la théorie du genre » à une position inverse pour montrer la pertinence de l'exposition et des questions qu'elle soulève « le genre est-ce inné ou socioculturel ? Au Mucem, l'expo a stimulé la réflexion » ;
- des références à son caractère « actuel » ou de « sujet de société » ;
- la mise en avant des « absents » (en particulier les hommes hétérosexuels) et la place accordée à l'homosexualité ;
- un discours mettant en lien le calendrier de cette exposition avec le contexte politique, une combinaison qui participe d'une inférence d'intentionnalité du contenu « propagandiste » que porterait l'exposition.

L'analyse de la réception du DDG (de dispositifs de prévention et de lutte contre les violences sexistes) et de la parodie du genre (d'une émission de divertissement hyperbolique de *soap opera* qui cherche à dénaturiser les stéréotypes de genre) montre des similarités (Basile-Commaille, Fourquet-Courbet, 2021 ; Trépanier-Jobin, 2013). Leur réception est étudiée par deux méthodologies qualitatives : pour le DDG, des « *focus groups* », en 2018 à Marseille, avec dix-sept personnes femmes et hommes de 24 à 70 ans, au profil diversifié en termes de statut familial, revenu et niveau d'étude ; pour la parodie de genre, des entretiens avec une trentaine de personnes à Québec en 2012 sur un échantillon varié d'individus de 20 à 66 ans. Si ces méthodes empiriques qualitatives ne permettent pas une généralisation des résultats, l'analyse croisée des deux études met en évidence des résultats qui se recoupent et permet de renforcer leur validité. Premièrement, pour saisir l'intentionnalité et coconstruire le message au prisme d'une réécriture et enclencher une double lecture, il faut que le détournement ou la parodie soit identifié en tant que tel. Mais cette condition est non

suffisante pour entrer, en réception, dans le processus réflexif, sociocognitif et socioaffectif allant dans le sens du message. En effet, pour le DDG comme pour la parodie, c'est la médiation du discours (qu'elle soit pédagogique ou féministe) qui contribue à pousser plus loin la réflexion sur les objets qu'ils dénoncent (le sexisme et les stéréotypes). Deuxièmement, en réception, il s'agit aussi de considérer que l'hypertextualité est mieux comprise (dans ses intentions de lutte contre les violences) et suscite davantage d'adhésion à ses choix créatifs chez celles et ceux déjà sensibilisé-es à ces questions de sexisme. Pour le DDG en particulier, les résultats de l'étude de réception menée lors des « *focus groups* » soulignent que la réflexion *via* la médiation des discutant-es, actualise également des questions sur la liberté et la performance du féminin pour les récepteur-trices initialement oppositionnel-les (par exemple sur l'habillement ou la nudité, avec des transferts effectués entre la fiction et la vie « réelle »).

L'analyse de la réception du DDG et de la parodie de genre révèle aussi des différences. Premièrement, si, pour la parodie hyperbolique, le grossissement et l'exagération retiennent davantage l'attention, pour le DDG, ce sont les actes et les discours les moins extrêmes et les plus banals qui suscitent le plus d'intérêt, d'émotion et de discussion, et qui illustrent le mieux l'artificialité de la norme de genre. Par exemple, dans le court-métrage *Majorité Opprimée* (Eléonore Pourriat, 2010), la scène d'agression sexuelle d'un homme par des femmes (DDG par inversion) est moins relevée par les récepteur-trices, et jugée moins pertinente que le discours qui suit, culpabilisant cet homme agressé, pour illustrer le sexisme et les violences. Ce phénomène peut peut-être s'expliquer par le rejet d'une mise en danger de l'intégrité physique d'un corps masculin. Deuxièmement, les risques de ces procédés parodiques et de détournement, lorsqu'ils apparaissent dans les discours en réception, ne sont pas les mêmes. D'une part, ils tiennent dans la parodie à un étiquetage des individus, au figement du modèle parodié ou à l'intolérance vis-à-vis des personnes trans. D'autre part, pour le DDG, ils relèvent d'une condamnation de la transgression (vers un réassignement genré) ou au fait d'éluder le genre dans les violences (penser que « peu importe que la victime soit une femme ou un homme »), voire d'évoquer la responsabilité des femmes ou qu'elles puissent accuser « à tort » des hommes de violences.

L'étude de la réception du DDG, dans sa visée de lutte contre les violences sexistes (Basile-Commaille, Fourquet-Courbet, 2021) montre que le public interrogé lors des « *focus groups* » envisage les violences au niveau collectif et individuel, et que les individus élargissent le cadrage du problème à la question de l'égalité femmes-hommes et au manque de respect. Des liens sont établis entre les scènes de violence et personnages mis en scène dans les supports de DDG et ceux de la vie sociale (qui ont pu être vécus ou observés). De plus, certains discours ou éléments de rhétorique liés au détournement sont réutilisés et appropriés en réception (« et si c'était nous qui violions les hommes ? » ; « nous on a un copain qui est un peu crocodile... »). En réception, le changement social qui est discuté porte sur l'éducation et la prévention à l'égalité. Étudiée par une méthode qualitative et quantitative, l'étude montre que les récepteurs et réceptrices se trouvent dans une situation d'inconfort (cognitive et émotionnelle) induite par la double lecture et, potentiellement, par le sujet abordé. Ces résultats sont cohérents avec la stratégie créative (qui place le public en dissonance).

Les effets du DDG sur les changements d'attitudes ont également été étudiés (Basile-Commaille, Fourquet-Courbet, 2021). Les attitudes des sujets ont été mesurées avant et après exposition au dispositif de DDG *C.L.I.T.* qui pointe et détourne, par inversion, la culture du

viol dans la musique. Les résultats montrent une baisse significative du sexisme bienveillant et hostile chez les sujets après exposition à ce clip. L'exposition au clip a permis de réduire des attitudes portant sur « la domination et la supériorité masculine ainsi que sur une forme hostile de sexualité [et] à maintenir les femmes dans un rôle et un statut inférieurs » (Dardenne *et al.*, 2006 : 236).

Les études commencent ainsi à comprendre les réceptions et les effets du DDG, mais les recherches doivent se poursuivre afin qu'il soit un outil communicationnel efficace de sensibilisation et de lutte contre les violences envers les femmes. Plus largement, il s'agirait également d'envisager les réceptions et impacts des différentes stratégies mises en œuvre dans les campagnes qui traitent de cette problématique du sexisme et des violences de genre.

Bibliographie

Amossy R., 1991, *Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype*, Paris, Nathan.

Balasinski J., 2009, « Art et contestation », pp. 67-73, in : Fillieule O., Mathieu L., Péchu C., dirs, *Dictionnaire des mouvements sociaux*, Paris, Presses de Sciences Po.

Basile-Commaille E., 2019, *Communication contre les violences faites aux femmes. De la création aux processus de réception des dispositifs de détournement du genre*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Aix-Marseille Université. Accès : <https://shs.hal.science/tel-02798051>.

Basile-Commaille E., 2022, « Formes de détournement du genre pour lutter contre les violences faites aux femmes », pp. 87-112, in : Bruneel E., dir., *Genre et médias. Quelles représentations ?*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Basile-Commaille E., Fourquet-Courbet M.-P., 2021, « Prévention et communication contre les violences faites aux femmes. Réception et influences de la stratégie créative du détournement du genre », *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 33, pp. 1-25. Accès : <https://doi.org/10.4000/communiquer.8789>.

Boutant J., Mathieu T., 2014, *Les Crocodiles*, Bruxelles, Éd. Le Lombard.

Boutant J., Mathieu T., 2020, *Les Crocodiles sont toujours là*, Bruxelles, Casterman.

Breton P., Proulx S., 2005, *L'Explosion de la communication. Introduction aux théories et aux pratiques de la communication*, Paris, Éd. La Découverte, 2012.

Bruneel E., 2022, « Étudier ce que les médias font au genre et ce que le genre fait aux médiations. Généalogie d'un enjeu pour les SIC », pp. 29-56, in : Bruneel E., dir., *Genre et médias : quelles représentations ?*, Paris, Éd. L'Harmattan.

Butler J., 1990, *Trouble dans le genre*, trad. de l'anglais (États-Unis) par C. Kraus, Paris, Éd. La Découverte, 2005.

Charaudeau P., 2005, « Chapitre 4. Du contrat de communication en général », pp.49-55, in : Charaudeau, P., dir., *Les Médias et l'information*, Bruxelles, Éd. De Boeck Université. Accès : <https://www.cairn.info/les-medias-et-l-information-9782804166113-page-49.htm?contenu=article>.

- Connan-Pintado C., 2009, *Lire les contes détournés à l'école*, Paris, Hatier.
- Damian-Gaillard B., Montañola S., Olivesi A., dirs, 2014, *L'Assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*, Rennes, Presses universitaires de Rennes.
- Dardenne B. et al., 2006, « Structure latente et validation de la version française de l'Ambivalent Sexism Inventory : l'échelle de sexisme ambivalent », *L'Année psychologique* 106 (2), pp. 235-463.
- Dayan D., 1992, « Les mystères de la réception », *Le Débat*, 71 (4), pp. 141-157. Accès : <https://doi.org/10.3917/deba.071.0141>.
- Dayer C., 2014, *Sous les pavés, le genre hacker le sexisme*, La Tour d'Aigues, Éd. de l'Aube.
- Dekker M., 2019, « Faire réagir les témoins face au harcèlement de rue. Enquête sociologique sur la politisation des rapports de genre dans l'espace public », *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, 125, pp. 87-108. Accès : <https://doi.org/10.3917/pox.125.0087>.
- Delphy C., *L'Ennemi principal 2. Penser le genre*, Paris, Éd. Syllepse.
- Dorlin E., 2008, *Sexe, genre et sexualités : Introduction à la philosophie féministe*, Paris, Presses universitaires de France, 2021.
- Fourquet-Courbet M.-P., 2010, *La Communication médiatique : interactions humaines et sociales médiatisées*, habilitation à diriger des recherches en sciences de l'information et de la communication, Université d'Avignon et pays de Vaucluse. Accès : <https://theses.hal.science/tel-00619635>.
- Genette G., 1982, *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Ghiglione R. et al., 1998, *L'Analyse automatique des contenus*, Paris, Dunod.
- Girel S., 2017, « Le Bazar du genre. Féminin/masculin en Méditerranée : (en)quête de réception », *Culture & Musées. Muséologie et recherches sur la culture*, 30, pp. 177-184. Accès : <https://doi.org/10.4000/culturemusees.1274>.
- Gouges O. (de), 1791, *Les Droits de la femme*, Paris. Accès : <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k64848397/f5.item>.
- Hernández Orellana M., 2017, *Quand la communication publique construit la gouvernementalité. Une comparaison des campagnes de communication pour prévenir les violences contre les femmes au sein du couple (Chili, 2006-2010 et France, 2007-2012)*, thèse en sciences de l'information et de la communication, Université Paris-Est-Créteil-Val-de-Marne. Accès : <https://theses.hal.science/tel-01937238>.
- Hernández Orellana M., et Kunert S., 2014, *Quand l'État parle des violences faites aux femmes*, Fontenay-le-Comte, Lussaud.
- Kunert S., 2012, « Dégenrer les codes : une pratique sémiotique de défigement », *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, 34, pp. 173-188. Accès : <https://doi.org/10.4000/semen.9770>.
- Le Laurain S. et al., 2018, « Les représentations sociales associées à la violence conjugale : de la psychologisation à la légitimation des violences », *Les Cahiers internationaux de psychologie sociale*, 119-120, pp. 211-223. Accès : <https://doi.org/10.3917/cips.119.0211>.
- Lieber M., 2021, « La lutte contre le harcèlement de rue et les (nouveaux) indésirables des

espaces publics », *Déviance et société*, 45, pp. 91-114. Accès : <https://doi.org/10.3917/ds.451.0089>.

Luysen J., 2017, « Pop féminisme », in : Bart C., dir., *Dictionnaire des féministes : France, XVIII^e-XXI^e siècle*, Paris, Presses universitaires de France

Maillet C., 2020, « Du travestissement à la question trans* au Moyen-Âge », in : Castaing A, Lignon F., dirs, *Travestissements : performances culturelles du genre*, Aix-en-Provence, Éd. Presses universitaires de Provence.

Martinie M.-A., Priolo D., 2013, « Chapitre 3 – L'état de dissonance : Un état motivationnel et aversif », pp. 56-86, in : Fointiat V., Girandola F., Gosling P., dirs, *La Dissonance cognitive*, Paris, A. Colin.

Méadel C., 2009, « Présentation générale : Repérages sur la réception et ses multiples paradigmes », in : Méadel C., éd., *La Réception*, Paris, CNRS Éd.

Quemener, N., 2014, *Le Pouvoir de l'humour. Politiques des représentations dans les médias en France*, Paris/Bry-sur-Marne, A. Colin/INA.

Scott J. W., 1988, *Gender and the politics of history*, New York, Éd. Columbia University Press.

Trépanier-Jobin G., 2013, *Le Rôle de la parodie dans la dénaturalisation des stéréotypes de genre. L'exemple du soap opera et de la série Le cœur a ses raisons*, thèse en communication, Université du Québec à Montréal. Accès : <https://archipel.uqam.ca/6435/>.