

**Faculté des sciences sociales et politiques**

**Institut des sciences sociales**

**Session d'Automne 2023**

---

---

**Drag Race France : la visibilité et l'expression LGBT+  
dans la pratique médiatisée du drag**

---

---

Alexandre Pereira Da Silva

Mémoire de Master en Sciences Sociales

Orientation Parcours de vie, inégalités et politiques sociales

Directeur

Sébastien Chauvin

Experte

Marta Roca i Escola



## Remerciements

Pour ce travail, je tiens en premier lieu à remercier Sébastien Chauvin pour le suivi de mon mémoire. Les diverses rencontres et échanges que nous avons eu m'ont permis de définir les points importants concernant l'élaboration progressive et finale du travail.

Je remercie également les nombreuses proches qui m'ont conseillé et soutenu tout au long de l'élaboration de ce travail et qui ont pris le temps de discuter du sujet de ce mémoire, ainsi que de relire certaines parties nécessitant des avis extérieurs.

## Table des matières

<b>REMERCIEMENTS.....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>6</b>
<b>1) INTRODUCTION.....</b>	<b>7</b>
1.1) LE DRAG : DÉFINITION.....	7
1.2) LE DRAG : SIGNIFICATIONS DONNÉES À LA PRATIQUE.....	7
1.3) LE DRAG : L'ÂGE D'OR ET <i>RUPAUL'S DRAG RACE</i> .....	9
<b>2) REVUE DE LA LITTÉRATURE .....</b>	<b>11</b>
2.1) LA PRATIQUE DU DRAG DANS L'ÉMISSION : ENTRE SUBVERSION ET REPRODUCTION DES NORMES.....	11
2.2) LES EFFETS DU MAINSTREAM SUR LA PRATIQUE DU DRAG .....	12
<b>3) DÉMARCHE ET PROBLÉMATISATION.....</b>	<b>15</b>
3.1) DRAG RACE FRANCE : LE CHOIX DE LA VERSION FRANÇAISE .....	15
3.2) LE DRAG EN FRANCE .....	18
3.3) LE CONTEXTE EN FRANCE : RECONNAISSANCE DES COMMUNAUTÉS LGBT+ .....	19
3.3.1) <i>La « matrice hétérosexuelle »</i> .....	19
3.3.2) <i>L'homosexualité en France au 20<sup>ème</sup> et 21<sup>ème</sup> siècle</i> .....	20
<b>4) QUESTION DE RECHERCHE .....</b>	<b>23</b>
4.1) LA NOTION DE « VISIBILITÉ » .....	23
4.2) FORMULATION ET JUSTIFICATION DE LA QUESTION DE RECHERCHE....	24
<b>5) CADRAGE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE .....</b>	<b>26</b>
5.1) SÉRIE TÉLÉVISÉE, TÉLÉRÉALITÉ : DÉFINITION.....	26
5.2) DRAG RACE FRANCE : LÉGITIMITÉ À ANALYSER UNE TÉLÉRÉALITÉ...	28
5.3) LA « SPATIALITÉ » D'UNE TÉLÉRÉALITÉ.....	31
<b>6) SÉLECTION DES DONNÉES ET DE L'ANALYSE .....</b>	<b>34</b>
6.1) DRAG RACE FRANCE : DESCRIPTION .....	35
6.2) ANALYSE INTERNE : PROCÉDURE, AXES ET DONNÉES.....	36
6.3) ANALYSE EXTERNE : PROCÉDURE, AXES ET DONNÉES.....	37

<b>7) ANALYSE INTERNE DE L'ÉMISSION DRAG RACE FRANCE..</b>	<b>39</b>
7.1) LA MISE EN SCÈNE DES ACTEURS : REPRÉSENTATIONS, STÉRÉOTYPES ET AMBIVALENCE .....	39
7.2) LES PRATIQUES DU DRAG : PENSER LE GENRE À PARTIR DE L'EXEMPLE DU « TUCK ».....	51
7.3) SYNTHÈSE DE L'ANALYSE INTERNE : UNE VISIBILITÉ PARTIELLE.....	61
<b>8) ANALYSE EXTERNE DE L'ÉMISSION DRAG RACE FRANCE.</b>	<b>63</b>
8.1) CONTEXTE DE PRODUCTION : ENJEUX MÉDIATIQUES, ÉCONOMIQUES ET POLITIQUES DU DRAG .....	63
8.2) PALOMA : NOUVELLE PORTE-PAROLE MÉDIATIQUE DE L'EXPRESSION LGBT+ .....	72
8.3) SYNTHÈSE DE L'ANALYSE EXTERNE : UNE VISIBILITÉ MÉDIATIQUE ....	83
<b>9) CONCLUSION.....</b>	<b>86</b>
<b>10) BIBLIOGRAPHIE .....</b>	<b>89</b>
<b>11) IMAGES : SOURCES .....</b>	<b>93</b>

## Abstract

Le succès médiatique de l'émission de téléréalité et de compétition américaine RuPaul's Drag Race a permis à la pratique du drag et aux drag queens de connaître une notoriété fulgurante depuis quelques années. À présent que la franchise s'est également exportée dans le paysage médiatique français et a offert une nouvelle visibilité au drag en France, l'objectif de ce mémoire est de tenter de comprendre la capacité qu'acquiert ce dispositif médiatique, au-delà du simple divertissement, dans la représentation des enjeux et l'expression<sup>1</sup> des communautés LGBT+<sup>2</sup>. En prenant en compte le contexte national français, notamment dans l'avancé de la reconnaissance et des droits des communautés LGBT+, la question de recherche vise à observer quelle forme de visibilité Drag Race France offre à l'expression LGBT+ en France. Cette visibilité est mesurée par le biais d'une analyse de contenu et de discours à travers deux axes. Premièrement, avec une analyse interne à l'émission, en observant comment est visibilisée l'expression LGBT+ au sein des différents épisodes. Deuxièmement, avec une analyse externe, en observant les enjeux et les effets produits sur la visibilité de l'expression LGBT+ par cette médiatisation de la pratique du drag. En conclusion, ce travail réfléchira également aux perspectives qu'offre cette nouvelle plateforme pour l'expression LGBT+, notamment dans sa capacité à défendre et représenter les enjeux de ces communautés.

---

<sup>1</sup> Dans le cadre de ce travail, la notion « d'expression » est perçue comme un facteur important d'analyse sociale de l'identité, dans la mesure où elle s'inscrit dans la fonction symbolique du langage permettant à un sujet de se définir et se constituer sujet dans les relations à l'autre (Decrosse, 1980). Elle est comprise à la fois comme une expression verbale et non-verbale, informant sur le champ culturel et social d'un individu, ainsi que les choix qui permettent à un individu de produire et d'affirmer ses identifications à des groupes sociaux ; elle permet également de rendre compte de la manière dont une société ou une culture déterminent des attitudes et rendent compte des différences que certains groupes et individus tracent dans leur pratiques (Decrosse, 1980).

<sup>2</sup> L'acronyme complet LGBTQQIP2SAA désigne dans l'ordre les termes lesbienne, gay, bisexuel, transgenre, queer, questionnement, intersexe, pansexuel, « Two-Spirit », androgyne, asexuel (Bergonzi & al., 2016). Ce travail reconnaît évidemment le vaste spectre des orientations sexuelles et des identités de genre au sein de ces communautés, mais utilisera de façon simplifiée l'acronyme LGBT+ afin de se référer à l'ensemble des groupes mentionnés.

## 1) Introduction

### 1.1) Le drag : définition

L'art du drag a connu un changement radical ces dernières années, impulsé notamment par le biais de l'émission RuPaul's Drag Race, qui a entraîné un changement spectaculaire dans la pratique, la consommation et l'économie du drag (McCormack & Wignall, 2021; Zaslow, 2022). La définition que l'on peut donner au terme *drag* actuellement a évolué et se détache de l'unique vision d'une performativité du féminin par « des hommes » (*female impersonation*) ; en effet, la pratique du drag est un processus qui vise à défier, repenser et créer une tension dans la perception du genre de façon générale, par le biais d'une performativité qui permet de montrer l'artificialité des conventions, des rôles et des normes qui lui sont attribués (Ferrante, 2017; McCormack & Wignall, 2021). En reprenant les travaux issus du transféminisme, Kennedy (2022) fournit une définition du drag qui permet de dépasser les définitions dichotomiques basées uniquement sur la binarité de genre et le lien entre le sexe biologique et la performance de genre opérée par cette pratique. Ainsi, l'auteur soutient que le drag se définit comme une performance opérée par des individus, indépendamment de leur sexe ou de leur genre, qui défie, subvertit, renforce ou joue avec les normes et les conventions hétéronormatives relatives à la binarité des sexes et du genre (Kennedy, 2022). En élargissant le drag au-delà des seules performances féminines ou masculines, l'auteur encourage à adopter une définition qui vise à rendre compte de la multiplicité des performances de genre et du contexte dans lequel le drag est performé, et non plus du sexe biologique ou de l'identité de genre des individus qui le pratique (*Ibid.*).

### 1.2) Le drag : significations données à la pratique

Avant l'avènement de RuPaul's Drag Race, les performances drag contemporaines occidentales pouvaient être observées dans des milieux *underground* et de la *subculture* LGBT+ (clubs, bars, scènes du ballroom), notamment à Londres, Manchester, New York et diverses villes européennes (McCormack & Wignall, 2021). Dans certains cas de figure, le drag créait pour les individus issus des communautés LGBT+ un espace de résistance

politique à l'homophobie, à la transphobie, à l'hétéronormativité et à d'autres oppressions sociales et institutionnelles, notamment le harcèlement policier (McCormack & Wignall, 2021; Woods, 2022). Le drag a toujours été performé par des individus de tous les genres (artistes trans, non-binaires, femmes cisgenres et même récemment par des hommes cisgenres hétérosexuels) et il a souvent été performé, non à destination du grand public, mais pour des minorités de genre et sexuelle (McCormack & Wignall, 2021; Zaslow, 2022). Bien que le drag ait pu être fortement politique et subversif lorsque la sexualité homosexuelle était soit criminalisée soit fortement contrôlée, ses significations et ses pratiques évoluent à mesure que des changements plus larges se produisent dans la société (McCormack & Wignall, 2021). La pratique du drag peut revêtir une double dimension, qui n'est pas exclusivement révolutionnaire ou contestataire. Premièrement, à un niveau individuel, c'est une pratique qui permet d'offrir aux individus un espace sécurisant et festif pour explorer leur identité de genre ; il est perçu comme une ressource pour les individus qui se questionnent ou cherchent à explorer leur identité de genre, en faisant abstraction du lien entre leur identité de genre et le genre performé (Kennedy, 2022). Deuxièmement, à un niveau interactionnel, la pratique du drag imbrique une dimension subversive, indépendamment des intentions des individus qui le pratique ; en effet, cette pratique dispose de la capacité à questionner la notion de genre et les normes qui lui sont affiliées, ainsi que le contrôle et la domination exercés par la masculinité hégémonique (*Ibid.*).

Bien que la popularité de RuPaul's Drag Race ait davantage contribué à visibiliser cette pratique au sein du contexte américain, il est essentiel de rappeler que le drag n'est pas exclusif aux États-Unis et que de nombreux pays possèdent également une scène drag ; ainsi, il est nécessaire de comprendre que la définition du drag ne doit pas se restreindre uniquement aux pratiques qui sont diffusées par l'émission. La pratique du drag est largement documentée aux États-Unis et il reste difficile de se référer à des sources provenant d'autres pays où il est pratiqué ; toutefois, cela ne signifie pas que cette pratique doit uniquement être perçue sous le prisme du contexte états-unien, car la nature politique du drag existe sur un spectre, dépendant de l'interprète, du lieu et du contexte social et culturel plus large dans lequel il est performé (McCormack &

Wignall, 2021). En tenant compte de ces considérations, il reste difficile de faire abstraction de l'influence et de la transformation qu'a opérée l'émission *RuPaul's Drag Race* sur la pratique du drag ; en effet, en devenant de plus en plus populaire et en ayant acquis une dimension fortement commerciale, le drag est progressivement entré dans le courant dominant de la culture mainstream (Kennedy, 2022). C'est un phénomène qui peut induire les spectateurs de l'émission, initiés ou non à cette pratique, à avoir une vision partiellement biaisée sur les multiples façons de pratiquer le drag.

### 1.3) Le drag : l'âge d'or et *RuPaul's Drag Race*

La période actuelle est caractérisée comme un « âge d'or » du drag, où la position et la notoriété des drag queens n'ont cessé d'augmenter (Brennan & Gudelunas, 2017a) ; un phénomène qui est bien évidemment attribué au succès médiatique de la série de télé-réalité et de compétition américaine *RuPaul's Drag Race*. Produite par le studio World of Wonder Productions et diffusée à travers diverses plateformes, elle est présentée et animée par la célèbre drag queen RuPaul. L'émission consiste en un concours de drag queens, durant lequel plusieurs candidats entrent en compétition afin de remporter la couronne et ainsi acquérir le titre de la prochaine superstar nationale du drag (*The next drag superstar*). Au cours de chaque saison, les candidats sont soumis à différentes épreuves afin de démontrer leurs capacités dans plusieurs domaines (jeu d'acteur, danse, chant, comédie, couture, etc...), et tenter de remporter la couronne et une importante somme d'argent sous les évaluations de RuPaul, des juges et des invités. Diffusée à l'origine sur une chaîne peu connue et destinée à la communauté LGBTQ+ (Logo TV), l'émission est depuis quelques années diffusée en partenariat avec différentes plateformes de streaming (VH1, MTV, WOW Presents Plus, Netflix, Paramount+, ou sur internet par des canaux moins officiels) et d'autres canaux de diffusion (ex. BBC au Royaume-Uni ; France 2 en France). Actuellement il existe quinze saisons de la version américaine, sept saisons de *RuPaul's Drag Race All Stars* (où d'anciens candidats reparticipent à la compétition pour avoir une nouvelle chance de gagner), des spin-off (*RuPaul's Drag U* ; *RuPaul's Secret Celebrity Drag Race*) et depuis quelques temps, plusieurs versions internationales de l'émission ; *Drag Race Thailand* (2018, 2 saisons), *RuPaul's Drag Race UK* (2019, 4 saisons) ; *Canada's Drag Race*

(2020, 3 saisons), *Drag Race Holland* (2020, 2 saison), *RuPaul's Drag Race Down Under* (2021, 3 saisons), *Drag Race España* (2021, 3 saisons), *Drag Race Italia* (2021, 2 saisons), *RuPaul's Drag Race : UK vs The World* (2022, 1 saison), *Drag Race France* (2022, 2 saisons), *Drag Race Philippines* (2022, 2 saisons), *Canada's Drag Race : Canada vs The World* (2022, 1 saison), *Drag Race Belgique* (2023, 1 saison), *Drag Race Sverige* (2023, 1 saison), *Drag Race Mexico* (2023, 1 saison), *Drag Race Brasil* (2023, 1 saison), *Drag Race Germany* (2023, 1 saison). Le studio World of Wonder a également annoncé en 2022 le développement de l'émission dans les pays suivants : Japon, Singapour et Corée du Sud<sup>3</sup>.

L'émission a ainsi contribué à rendre le drag, et plus particulièrement les drag queens, largement plus accessibles au public américain et mondial (qu'il soit issu des communautés LGBTQ+ ou non) en offrant une vue rapprochée, voire technique, de ce que la performance et la pratique du drag implique. En propulsant ainsi le drag, réservé autrefois aux scènes *underground* des communautés LGBTQ+ vers le courant dominant et populaire du mainstream, l'émission a impulsé une nouvelle vision de la pratique du drag, au point que celle-ci est considérée actuellement dans certains pays comme un choix de carrière viable (Brennan & Gudelunas, 2017a).

---

<sup>3</sup> Nolfi, J. (2022, 14 novembre). *RuPaul's Drag Race* exploring new seasons in India, Japan, Singapore, South Korea. *Entertainment Weekly*. URL [consulté le 14 août 2023] : <https://ew.com/tv/rupauls-drag-race-exploring-new-seasons-india-japan-singapore-south-korea/>

## 2) Revue de la littérature

Depuis l'émergence médiatique de RuPaul's Drag Race, la pratique du drag et l'émission ont fait l'objet de nombreux travaux de recherche académiques, portant sur différentes thématiques. La revue des travaux présentée dans cette section n'a pas pour vocation d'être exhaustive ; en effet, les thématiques abordées dans ces derniers sont multiples et il s'agira d'accorder une attention particulière aux travaux portant sur les effets que produisent le développement médiatique et commercial de l'émission sur la visibilité de la pratique du drag.

### 2.1) La pratique du drag dans l'émission : entre subversion et reproduction des normes

Bien que l'émission ait donné une nouvelle représentation de la pratique du drag en lui offrant la possibilité d'exister et d'être mis en lumière à l'écran et au plus grand nombre, certains travaux ont porté une réflexion sur les effets de cet avènement médiatique et en particulier sur la dimension politique, parfois plus radicale et subversive, que pouvait (et peut toujours) revêtir le drag (Ferrante, 2017; McCormack & Wignall, 2021; Sidi, 2018). En effet, Ferrante (2017) explique que l'une des fortes et inhérentes dimensions politiques de cette pratique est lorsque le drag refuse de se conformer et déstabilise les modèles et la vision imposés uniformément par la société aux différentes catégorisations sociales, que ce soit pour le genre, la sexualité, la race et la classe. L'émission reste subversive à certains égards et contribue à mettre plus globalement en avant les enjeux relatifs aux communautés LGBT+ ; de même elle ponctue les épisodes de rappel à l'histoire sociale et politique (américaine notamment) des communautés LGBT+, que ce soit à travers la marginalisation, la stigmatisation et les violences à l'égard des individus queer, les lois discriminantes aux États-Unis (ex. *Don't Ask Don't Tell*), les événements de Stonewall, et également les références constantes au documentaire de Jennie Livingston sorti en 1991, *Paris is Burning* (Brennan & Gudelunas, 2017a; McCormack & Wignall, 2021). Toutefois cette nouvelle médiatisation qui a rendu accessible cette pratique à un nouveau public plus conséquent, qui la perçoit de plus en plus comme légitime à travers une forme de banalisation, peut également altérer l'aspect plus subversif et radical qu'avait le drag auparavant (Feldman & Hakim, 2020;

Ferrante, 2017; Sidi, 2018). Les travaux de Ferrante (2017) vont jusqu'à analyser le lien entre l'émission et l'homonationalisme, en montrant comment elle participe à incorporer le drag et ses communautés aux causes nationales en leur donnant un attachement à la nation.

Des travaux ont mis en évidence de quelle façon l'émission parvient à montrer la nature construite et performative du genre (Edgar, 2011; Ferrante, 2017); d'autres ont analysé la manière dont l'émission a certes participé à déconstruire et déstabiliser la notion de genre, mais qu'en revanche elle pouvait également contribuer à naturaliser celle de race (Jenkins, 2017; McIntyre & Riggs, 2017; Strings & Bui, 2014). RuPaul's Drag Race a visibilisé l'art du drag et les individus qui le pratique, mais l'émission tend également à en fournir une vision homogénéisante et normalisée d'après certains critères qu'elle a instauré. Certaines critiques à l'égard de l'émission estime qu'elle devrait continuer à offrir une vision plus inclusive et représentative de la pratique dans sa totalité (Edgar, 2011; Ferrante, 2017). En effet, l'émission a souvent été critiquée pour participer à une forme d'exclusion, notamment pour les individus trans (qui ne pouvaient pas auparavant prendre part à la compétition), et à maintenir certaines normes et à un certain *ordre (policing)* concernant la notion de genre, de race et de classe (Hermes & Kardolus, 2022; Hodes & Sandoval, 2018). Cette critique provient du fait que le drag est à présent considéré à la fois comme une forme d'art, mais également comme une carrière professionnelle imbriquée dans une logique et des mécanismes rattachés aux structures capitalistes au sein de la culture mainstream (Kennedy, 2022).

## 2.2) Les effets du mainstream sur la pratique du drag

Certains travaux ont analysé le format propre à cette émission, qui reste avant tout une émission de télé-réalité et de compétition, et le dispositif médiatique par lequel la pratique du drag est mis en lumière. Des travaux ont ainsi mis en avant la logique paradoxale de l'émission en se demandant si le potentiel de liberté de la pratique ne serait pas entravé par les principes propres à ce format de télé-réalité, qui est régi par des logiques de compétition et de consommation (Brennan, 2017). La compétition dans le drag (*pageant* concours, *ballroom scene*) est une réalité antérieure à RuPaul's Drag Race, bien que

l'émission pousserait à mettre en comparaison et en compétition plusieurs visions concernant la pratique, pouvant influencer les spectateurs à hiérarchiser les différentes pratiques et les empêcher de considérer qu'il existe simultanément plusieurs visions authentiques et légitimes du drag (*Ibid.*). Bien que la pratique du drag continue à subvertir les normes liées à la masculinité hégémonique, elle tend également à assimiler certains principes institutionnels rattachés à la notion de « succès ». Dans le cas de l'émission, cela se manifeste par la recherche de certaines qualités « *pop stardom* » auprès des drag queens, qui leurs permettent ensuite d'acquérir un succès médiatique ; ce phénomène crée un mécanisme de filtrage qui tend à hiérarchiser la pratique du drag, excluant ainsi une variété de candidat pouvant représenter un spectre bien large de la pratique. C'est une critique à laquelle l'émission fait face depuis de nombreuses années, car elle est souvent considérée comme pouvant bénéficier davantage à certaines pratiques du drag qui incluent une esthétique qualifiée de « *white, mixed-race, and light-skinned cisbodied queens who abide by the regulations of feminine glamour* » (Kennedy, 2022).

Ces éléments sont également à mettre en parallèle avec des travaux qui ont montré que les drag queens qui participent à ce format de télé-réalité et de compétition s'établissent elles-mêmes comme des professionnelles et acquièrent un esprit entrepreneurial en développant une forte valeur commerciale (un *self-branding*) qui s'étend au-delà de l'émission (Brennan, 2017; Edgar, 2011; Feldman & Hakim, 2020). Ainsi, l'émission s'inscrit dans un registre néolibéral où primerait la méritocratie et la vision du *self-entreprenariat* ; Rupaul aurait lui-même une attitude qui s'inscrit dans cette vision, car il croit au pouvoir du *hard work* et *entrepreneurship* (Hermes & Kardolus, 2022). Les candidats doivent ainsi acquérir une valeur qui puisse faire « consommer » aux spectateurs tout ce qui se réfère à leur *brand*, à la pratique du drag, à la culture queer, et plus précisément à ce qui se réfère à RuPaul lui-même et son *brand* (musique, maquillage, produits dérivés) ; des travaux mettent en avant les intérêts commerciaux et économiques qui se manifestent au fur à et mesure que l'émission gagne en popularité et que le drag bénéficie d'une meilleure acceptation et appréciation (Brennan, 2017). Bien que l'émission ait propulsé le drag d'une *subculture* marginale à un phénomène médiatique (Brennan &

Gudelunas, 2017a; Feldman & Hakim, 2020; Zaslow, 2022), McCormack et Wignall (2021) ont montré que cette dimension mainstream du drag a été facilitée par ce qu'ils nomment le *Celebrity statut* (notion qui renvoie à l'idée qu'une célébrité est produite par les industries médiatiques), mais également comme le résultat d'une attitude plus favorable à l'égard de la pluralité des genres et des sexualités. Ce phénomène offre ainsi de nouvelles opportunités pour les drag queens de gagner en notoriété et de gagner une place dans la culture populaire contemporaine et mainstream (Ferrante, 2017; McCormack & Wignall, 2021). À noter enfin que les drag queens avaient pendant longtemps un statut considéré comme doublement marginal, tant par la société, que par les communautés gaies ; impulsées par cette forte médiatisation, elles tendraient à présent à acquérir un statut privilégié au sein des communautés LGBT+ (McCormack & Wignall, 2021).

### 3) Démarche et problématisation

#### 3.1) Drag Race France : le choix de la version française

De nombreux travaux ont déjà été réalisés au sujet de la version américaine et dans le cadre de ce mémoire, il serait intéressant d'accorder une attention particulière aux versions internationales ; en effet, en exportant ce format à travers différents pays, l'émission met également en lumière la pratique du drag en la situant dans ces différents contextes nationaux. L'exportation du format dans d'autres pays est relativement récente (2018 pour la première saison thaïlandaise) et l'émission a connu une prolifération conséquente au cours des dernières années ; en excluant les saisons américaines et les formats All Stars, on dénombre 1 saison internationale pour l'année 2018, 2 saisons pour l'année 2019, 2 saisons pour l'année 2020, 7 saisons pour l'année 2021, 9 saisons pour l'année 2022 et 7 saisons pour l'année 2023. On constate que l'émission est entrée dans une nouvelle ère où la pratique du drag, telle qu'elle est véhiculée par l'émission, devient transnationale. Les nouveaux formats tel que *RuPaul's Drag Race : UK vs The World* (2022) et *Canada's Drag Race : Canada vs The World* (2022), mettant en compétition les drag queens provenant des différentes franchises internationales, incarnant la volonté de l'émission à disposer d'une audience encore plus large et de ne plus seulement restreindre le drag et sa valeur commerciale aux États-Unis. Ainsi, dans le cadre de ce travail de mémoire, il serait intéressant de comprendre la visibilité offerte par ces différentes versions internationales concernant la pratique du drag.

Dans le cadre de ce travail, le choix a été porté sur la version française de l'émission, *Drag Race France* (2022). Ce choix est motivé par le fait que peu de travaux ont été consacrés aux multiples versions internationales qui ont émergé récemment. Les analyses qui peuvent être faites à leurs sujets peuvent différer de celles effectuées sur la version américaine depuis de nombreuses années et revêtir d'autres enjeux ; en effet, le contenu proposé varie en fonction des pays et ces versions prennent place dans des contextes, en termes d'histoire, de visibilité et de reconnaissance des communautés LGBT+ qui ne peuvent pas être transposés sur celui des États-Unis. Ensuite, à la différence de la version américaine qui tend parfois à prôner une forme de compétition et de rivalité entre

les candidats, cette saison française met en lumière les différents candidats davantage sous le prisme de la solidarité, de l'entraide et de la bienveillance (SallesPapou, 2022). Enfin, l'émission et la pratique du drag étant liées de manière inhérente aux communautés LGBT+ (Baxter et al., 2022), il est intéressant de situer cette émission par rapport au contexte français, marqué par différentes avancées sur la reconnaissance et la visibilité de ces communautés. L'émission se dote d'un propos, dépassant le simple divertissement impulsé par le format de l'émission (une émission de télé-réalité et de compétition), et s'inscrit dans des enjeux sociaux et politiques plus large en termes de visibilité et de valorisation d'individus issus des communautés LGBT+, qui ont longtemps été (et le sont encore) marginalisés et stigmatisés. Ce lien avec les communautés LGBT+ est également présent lorsqu'on s'intéresse à cette saison française, et il a été régulièrement mis en avant lors de la diffusion de l'émission et après que la saison fut terminée. En effet, l'émission a notamment été saluée pour sa capacité à visibiliser certains enjeux sociétaux ayant trait aux communautés LGBT+, tel que l'homophobie, la discrimination ou encore la stigmatisation, comme on peut le constater avec les exemples ci-dessous tirés de la presse qui parlent de l'émission :

*« Le succès de "Drag Race France" ne connaît pas de limite d'âge, et touche au-delà du milieu queer et de la communauté LGBT. (...) Cette place, la communauté queer l'attendait depuis longtemps, comme Andrea Liqueer, drag queen bordelaise : "Il n'y a quasiment pas d'espace queer dans la société, alors c'est une chance que l'on puisse voir à la télévision des personnes qui nous représentent, et qui véhiculent de beaux messages". »*

Sophie Pouzzerate, 29 juillet 2022, France Inter<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Pouzzerate, S. (2022, 29 juillet). « Ma fille est fan » : comment l'émission Drag Race a conquis un vaste public, au-delà de la communauté LGBT. *France Inter*. URL [consulté le 31 mars 2023] : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/ma-fille-est-fan-comment-l-emission-drag-race-a-conquis-un-vaste-public-au-dela-de-la-communaute-lgbt-7872846>



Isabelle Rome, 11 août 2022, Twitter<sup>5</sup>

L'émission, tout comme la version américaine (15 saisons), britannique (4 saisons) ou canadienne (3 saisons), est peut-être destinée à s'insérer dans le paysage médiatique français à court ou moyen terme. La deuxième saison a débuté le 30 juin 2023 et bénéficie d'un horaire de diffusion sur le service public plus avantageux que la première saison<sup>6</sup>. Ainsi, il serait intéressant d'entamer une réflexion sur le rôle que joue l'émission, et pourrait avoir à l'avenir, quant à la visibilité et la représentation des communautés et de l'expression LGBT+. Cette réflexion émane également de la volonté d'avoir une réflexivité et une prise de recul sur la visibilité qu'offre l'émission au drag et aux individus qui le pratique. Bien que les candidats s'identifient comme appartenant aux

<sup>5</sup> Bernard, L. & Delinger, S. (2022, 29 août). « Drag Race France » : comment la série a-t-elle séduit au-delà de la communauté LGBT+. *Europe1*. URL [consulté le 11 avril 2023] : <https://www.europe1.fr/medias-tele/drag-race-france-comment-la-serie-a-t-elle-seduit-au-dela-de-la-communaute-lgbt-4130702>

<sup>6</sup> Guyon, N. (2023, 6 janvier). « Drag Race ». France 2 va diffuser la saison 2 en deuxième partie de soirée. *Ouest France*. URL [consulté le 5 avril 2023] : <https://programmetv.ouest-france.fr/chaines/programme-tv-france-2-4/drag-race-france-2-va-diffuser-la-saison-2-en-deuxieme-partie-de-soiree-3013d618-8dab-11ed-9545-6a86069fe887>

communautés LGBT+, il reste important de ne pas négliger le fait que ce casting français, dont nous reparlerons par la suite, reste majoritairement composé d'hommes cis gais ; ainsi, il est nécessaire d'entamer une réflexion sur la réelle représentativité des communautés LGBT+ visibilisées par l'émission.

### 3.2) Le drag en France

Drag Race France a ainsi mis en avant l'art du drag en France, qui reste antérieur à l'apparition de l'émission ; les travaux d'Alessandrin (2021), notamment à travers son texte *Drag in the city : éléments pour une analyse du paysage drag queen français*, permet de saisir de quelle façon le drag était perçu en France et la nouvelle émergence qu'il connaît depuis quelques années. La visibilité du drag connaît un essor en France dans les années 1990 et a été pendant longtemps assimilé et pratiqué dans les espaces du travestissement et du cabaret, ainsi que dans la vie nocturne de la culture LGBT+ (Alessandrin, 2021). Le texte mentionne qu'à partir des années 1990, plusieurs figures médiatiques émergent et accroissent la visibilité du drag ; le film *Paris is Burning* (1991), qui est retenu par les communautés LGBT+ comme « *un initiateur des figures drag en cette décennie* » ; des films comme *Priscilla folle du désert* (1994), *Aliens cut my hair* (1992), *Vegas in space* (1992) ; certains reportages entièrement dédiés à la pratique du drag, notamment *Envoyé spécial* avec le reportage nommé *L'univers Drag* (1995, reportage de Michel Mompont). Dans la musique également, avec le single *Let me be a Drag Queen* (1995) du groupe Sister Queen ou encore lors de la tournée « Tour 96 » de Mylène Farmer où quatre drag queens accompagnent à la danse sa chanson *Sans contrefaçon*. Ainsi, durant les années 1990 la figure de la drag queen s'expose médiatiquement, sans pour autant que la culture et la pratique du drag, ainsi que ses performances scéniques, ne parviennent à s'installer dans l'espace public et médiatique. Cette mise en lumière furtive ne retiendra que l'extravagance des individus pratiquant le drag, sans pour autant mettre en avant d'autres enjeux sociétaux ou politiques. Enfin, le texte met en avant que c'est évidemment RuPaul's Drag Race qui a popularisé la pratique du drag et que « *la renaissance de la culture Drag est immédiate et la France n'est pas épargnée par le phénomène* » (Alessandrin, 2021).

### 3.3) Le contexte en France : reconnaissance des communautés LGBT+

Afin de rendre compte de l'importance que peut revêtir une émission telle que Drag Race France au sujet de la visibilité des communautés LGBT+, il faut aborder la question de l'évolution de la reconnaissance de ces communautés au sein du contexte français.

#### 3.3.1) La « matrice hétérosexuelle »

De manière générale, les sociétés occidentales sont construites sous le prisme d'une matrice hétérosexuelle, qui implique que seuls sont intelligibles les individus qui affirment une identité conforme aux catégories de sexe « homme » ou « femme » de façon cohérente et stable, tout en prenant sens grâce à l'hétérosexualité (Prauthois & Biland, 2022) ; ainsi, cette matrice organise « *la supériorité sociale du masculin sur le féminin, en même temps que de l'hétérosexualité sur l'homosexualité* » (*Ibid.*, p.13). En France, la sexualité a constitué un enjeu important dans la construction opérée par l'État concernant l'identification à la citoyenneté française notamment sous le prisme de la masculinité hétérosexuelle ; contribuant à délimiter et hiérarchiser des groupes sociaux en reconnaissant certains individus comme appartenant légitimement à la communauté nationale et politique (les hommes hétérosexuels) et en marginalisant, voire invisibilisant d'autres en raison de leur sexe, de leur genre, de leur sexualité, de leur classe ou de leur race (ex : les femmes, les minorités raciales, sexuelles et de genre) (*Ibid.*). Il existait en France une définition progressive de l'homosexualité comme problème public, invisibilisant en partie par la même occasion les identités qui échappent à cette matrice hétérosexuelle et à la dichotomie entre homosexualité et hétérosexualité masculine, telle que les personnes bisexuelles, trans, non binaires ou intersexes (*Ibid.*). On peut citer dans ce cas de figure le domaine de la santé et les différentes luttes menées pour la prévention et le traitement du VIH-sida. En effet, les associations homosexuelles, dans lesquelles les hommes gais étaient très impliqués, ont fortement été mobilisées pour apporter des politiques de prévention et de traitement ; ainsi, ces différentes politiques se sont progressivement ajustées aux expériences propres des communautés gaies. Et à l'inverse, l'invisibilisation de

la sexualité entre femmes, due en partie à la méconnaissance de la transmissibilité du VIH durant les pratiques sexuelles entre femmes, a tenu ces populations à l'écart des politiques de préventions et a nui à leur santé (*Ibid.*).

Il existe également une histoire de la répression des personnes trans en France. La « culture cabaret transgenre » était importante à Paris dans les années 1950-1960 et malgré des ordonnances existantes visant à la réprimer, les personnes trans bénéficiaient d'une marge de tolérance de la part de la police et avaient accès librement à des hormones en pharmacie (Prauthois & Biland, 2022). Mais à partir des années 1970, la psychiatrisation du « transsexualisme » a fortement exposé les personnes trans à divers risques en entravant l'accès aux soins et en permettant aux autorités de mettre en place un protocole médical encadré en 1979 ; la répression à leur égard s'est ainsi intensifiée dans les années 1980 et le changement de sexe à l'état civil ne devient possible en France qu'en 1992, bien que jusqu'à 2017, la stérilisation pouvait encore être exigée par les procédures judiciaires de changement de sexe légal (*Ibid.*).

### 3.3.2) L'homosexualité en France au 20<sup>ème</sup> et 21<sup>ème</sup> siècle

En France, l'évolution et le développement des recherches en sciences sociales sur l'homosexualité se sont accentués depuis les années 1990 et ont accompagné les nombreux changements liés à l'histoire de l'acceptation sociale de l'homosexualité, ainsi que des nombreux changements législatifs et institutionnels à ce sujet (Prauthois & Biland, 2022; Rault, 2016).

L'homosexualité était encore perçue comme une déviance et une maladie mentale dans les années 1960, citée notamment comme un fléau social au même titre que le proxénétisme, la tuberculose ou l'alcoolisme (Prauthois & Biland, 2022). Son statut a ensuite évolué dans les années 1970 sous l'impulsion d'un mouvement de reconnaissance se déroulant principalement aux États-Unis (Rault, 2016), mais également à l'échelle nationale où des mobilisations sociales menées par des groupes issus des minorités sexuelles et de genre ont contesté politiquement un ensemble de restrictions de droits considéré discriminant (Prauthois & Biland, 2022). Les changements législatifs opérés à l'égard de

l'homosexualité ont également participé à l'évolution de ce statut. En effet, on peut citer au début des années 1980 plusieurs changements (Prauthois & Biland, 2022; Rault, 2016) ; la levée des mesures discriminatoires concernant la sexualité ; la reconnaissance des couples de même sexe en 1999 avec la création du pacs ; l'orientation et l'identité de genre sont progressivement mises à l'agenda des institutions en charge des luttes contre les discriminations après les années 2000 ; l'ouverture du mariage aux couples de même sexe en 2013 ; la « haine anti-LGBT » qui est intégrée par le délégué interministériel à la lutte contre le racisme et l'antisémitisme. La fin du 20<sup>ème</sup> siècle et le début du 21<sup>ème</sup> siècle représentent ainsi une évolution dans l'ouverture des droits et la régulation politique et juridique du genre et de la sexualité ; l'homosexualité n'est plus incluse dans la liste des maladies mentales ; les couples de même sexe peuvent se marier et adopter ; les couples de femmes ont accès à la procréation médicalement assistée ; les motifs prohibés de discrimination inclus désormais l'orientation sexuelle et l'identité de genre (Prauthois & Biland, 2022).

L'acceptation sociale de l'homosexualité a également été croissante en France (Lerch, 2013). C'est un phénomène qui a été impulsé par les différents mouvements sociaux et les luttes politiques pour la visibilité des enjeux relatifs à l'homosexualité, tel que l'égalité juridique et institutionnelle, la dépathologisation de l'homosexualité et les stigmatisations liées au VIH (*Ibid.*). Cette acceptation sociale a été accompagnée par une bienveillance accrue de l'opinion publique qui s'est développée à partir de la prise de conscience progressive que l'homosexualité ne devait pas être perçue uniquement à travers la sexualité, mais également par des liens affectifs. Le contexte de l'épidémie du sida a également contribué à cette prise de conscience, en mettant en lumière la souffrance et l'impact de cette épidémie sur les couples homosexuels (*Ibid.*). Les attitudes « gayfriendly », se définissant comme « *une sympathie à l'égard des personnes homosexuelles se traduisant par une forte acceptation de l'homosexualité, une défense de l'égalité des sexualités et éventuellement une proximité relationnelle avec les lesbiennes et gays* » (Rault, 2016), se sont également développées en France. Elles vont être influencées par certains facteurs, tels que le contexte, les appartenances sociales et générationnelles, la religion, le sexe ou les expériences individuelles ; cependant, leur croissance

importante ne se traduit pas nécessairement par une reconnaissance de l'égalité (Prauthois & Biland, 2022; Rault, 2016).

Toutefois, malgré ces différents changements juridiques et une meilleure acceptation sociale de l'homosexualité ainsi que des personnes LGBT+, les discriminations administratives, judiciaires, institutionnelles et sociales continuent de se manifester auprès de ces individus qui peuvent encore éprouver de nombreuses difficultés pour solliciter de l'aide et faire reconnaître leur droits (Prauthois & Biland, 2022). Le Mariage pour tous constitue un des exemples contemporains français qui a cristallisé énormément de débats à ce sujet et a tant divisé l'opinion publique en France, notamment lié aux nombreux débats sur les mutations et les reconfigurations de la famille contemporaine (Leguil, 2013).

## 4) Question de recherche

### 4.1) La notion de « visibilité »

Le terme de « visibilité » a été employé à plusieurs reprises depuis le début de ce travail ; en effet, il s'agissait de rendre compte de la visibilité médiatique qu'a offert une émission de télé-réalité sur une pratique et des individus qui ont pu être par le passé (et qui peuvent continuer à l'être) marginalisés et invisibilisés. L'avènement médiatique du drag lui a permis d'acquérir une présence conséquente dans les médias et d'être accessible à une large échelle. Il est intéressant de mobiliser le texte de Tardy (2006), *Visibilité, invisibilité – Voir, faire voir, dissimuler*, afin de mieux conceptualiser la notion de visibilité et pouvoir formuler la question de recherche. L'auteur s'interroge sur la notion de visibilité et sur les différentes modalités qui permettent à des phénomènes d'être visibles ou invisibles, ainsi que sur la dimension construite de la réalité ; en effet, il définit la visibilité dans un premier temps comme « *la simple qualité pour un objet d'être vu plus ou moins nettement dans un espace donné* » (Tardy, 2006). Bien qu'il reconnaisse que les possibilités visuelles d'un objet puissent être de l'ordre du biologique ou du technique, les modalités de ce qui sera choisi pour être visible ou invisible sont également de l'ordre du social ; la notion incorpore en ce sens une dimension hiérarchique opérée par le pouvoir des institutions politiques et sociales, car il existe différents degrés de visibilité et d'invisibilité. Tardy développe une réflexion au sujet de l'importance que revêt la visibilité, qu'il nomme également *une visibilité sociale*, concernant la reconnaissance des pouvoirs religieux ou politiques ; un principe qui est également applicable pour les groupes sociaux existants et qui aspirent à se constituer comme tels et devenir une *réalité sociologique indéniable* (Tardy, 2006). Cette reconnaissance des groupes sociaux peut passer par divers processus ou pratiques visant à faire reconnaître une identité sociale à une large échelle ; parmi ces derniers, il faut tenir compte « *de l'occupation de l'espace, y compris dans sa dimension symbolique, et de la constitution de porte-parole, afin d'être audible en même temps que visible* » (Tardy, 2006).

Les différents candidats qui participent à cette première saison française donnent une visibilité à la pratique du drag en France, mais également une

visibilité à différents groupes sociaux, tel que les communautés LGBT+. Cette visibilité se manifeste par l'occupation d'un espace qui se veut avant tout médiatique et de la constitution de ces drag queens comme porte-parole. Cette identification des drag queens aux communautés LGBT+ se manifeste en grande partie à travers la dimension narrative de l'émission. L'émission construit, parallèlement au divertissement, un récit centré autour des histoires biographiques des différents candidats et de leurs propres expériences à la fois en tant qu'individu (à travers les notions de genre, de sexualité, de race et de classe), mais également à partir de leur appartenance aux communautés LGBT+. Ces séquences se déroulent principalement lorsque les candidats interagissent entre eux dans l'atelier au moment de se préparer pour les épreuves, mais également sous la forme du « confessionnal » où on voit les candidats « hors-drag » raconter leurs expériences. Ces séquences permettent d'apprendre comment ces individus peuvent être façonnés par des expériences communes de discriminations, d'abandon, de rejet et d'abus, mais également d'entraide, de soutien et d'attachement (Brennan, 2017; Hermes & Kardolus, 2022). Toutefois, il reste important de prendre en considération que les récits qui sont véhiculés par l'émission visibilisent des expériences vécues en grande partie par des hommes cis gays. En effet, la visibilité de ces récits et de ces expériences doit être nuancée dans sa capacité à pleinement représenter les communautés LGBT+. L'émission tend à ériger ces candidats comme des représentants (médiatiques) des communautés LGBT+, notamment à travers la narration de leurs vécus et de leurs expériences. Toutefois, il reste important de comprendre que les phénomènes visibilisés sont avant tout les expériences d'une catégorie bien spécifique d'individus faisant partie des communautés LGBT+ et il est légitime de se questionner sur l'invisibilisation qui est également opérée quant aux autres groupes sociaux appartenant à ces communautés (les femmes trans, les hommes trans, les mouvements lesbiens, etc...).

#### 4.2) Formulation et justification de la question de recherche

En considérant la nouvelle visibilité dont bénéficie le drag et les individus qui le pratique en France grâce l'arrivée de Drag Race France, il s'agirait de réfléchir au rôle et la capacité qu'acquiert un tel dispositif médiatique, au-delà du simple divertissement, dans la représentation des enjeux et l'expression des

communautés LGBT+. La question de recherche viserait à entamer une réflexion sur la capacité qu'à Drag Race France, en tant que catalyseur médiatique, à visibiliser l'expression LGBT+ et les enjeux sociaux et politiques liés à ces communautés. La question de recherche peut être synthétisée de la façon suivante ; quelle forme de visibilité offre Drag Race France quant à l'expression LGBT+ en France ?

La pertinence et la légitimité quant à la formulation de cette question de recherche proviennent de la volonté de comprendre les discours et les effets qui sont produits par l'émission au sujet de certains enjeux contemporains relatifs aux communautés LGBT+, ayant trait notamment aux discriminations, aux violences sociales et institutionnelles, à la sensibilisation, ou encore à l'acceptation croissante de ces communautés. En adoptant une posture réflexive, il s'agira de comprendre si l'émission en visibilisant certains de ces enjeux, par le biais quasi-exclusif d'une seule forme de représentation (majoritairement des hommes cis gaies), n'en invisibilisent pas d'autres. De même, il s'agira de déterminer les représentations que peut produire l'émission au sujet des communautés LGBT+. Le fait que l'émission reste intrinsèquement liée aux communautés LGBT+, tendrait à positionner les drag queens qui y participent comme de nouvelles figures médiatiques pour ces communautés ; leur présence médiatique hors de l'émission contribuerait également à leur conférer un statut de porte-parole vis-à-vis de ces communautés, par le biais des discours qu'elles vont formuler à leur sujet. De ce fait, il s'agira d'observer, dans le cadre de l'émission et de sa présence sur d'autres plateformes, quelle forme de visibilité offre ce nouvel engouement médiatique qu'est Drag Race France et ses drag queens quant à l'expression LGBT+.

L'objectif sera de mesurer cette visibilité à travers deux axes ; à la fois avec une analyse interne à l'émission, en observant comment est visibilisée l'expression LGBT+ au sein de l'émission, et également avec une analyse externe à l'émission, en observant comment cette visibilité s'opère hors de l'émission dans d'autres plateformes médiatiques. Le cadrage théorique et méthodologie dans la partie suivante permettra d'opérationnaliser ces deux axes et de fournir des outils quant à la collecte des données et leurs analyses.

## 5) Cadrage théorique et méthodologie

Dans cette partie, il s'agira de fournir des apports théoriques quant à la légitimité que peut revêtir l'analyse d'une série télévisée, et en l'occurrence une télé-réalité comme *Drag Race France*, pour étudier et comprendre des phénomènes et des enjeux sociaux et politiques. Ces éléments théoriques permettront également de présenter la méthodologie employée pour répondre à la question de recherche et d'expliquer comment sera mesurée la visibilité que l'émission donne à l'expression LGBT+.

### 5.1) Série télévisée, télé-réalité : définition

*Drag Race France* est une série télévisée caractérisée comme une émission de télé-réalité, basée sur le format de la version américaine *RuPaul's Drag Race*. En premier lieu, la notion de « série télévisée » est multidimensionnelle et peut se définir comme « *une forme de récit sériel, un produit commercial, une œuvre d'art, un divertissement, une expérience de pensée, une pratique culturelle* » (Berton & Boni, 2019). C'est une notion qui est en constante mutation et les frontières qui la définissent tendent à évoluer et à s'adapter au fur à et mesure du contexte dans lequel prennent place ces séries (Berton & Boni, 2019; Damour, 2015). Plus généralement, une série est une œuvre télévisuelle qui se déroule en plusieurs parties, structurées et liées autour de ce qu'on nomme des « épisodes » disposant d'une durée plus ou moins équivalente ; ces épisodes peuvent être liées par une histoire commune, des personnages ou également une simple thématique (Carrazé, 2007; Esquenazi, 2014). *Drag Race France*, qui suit en ce sens le même modèle que la version américaine, dispose des caractéristiques d'une série télévisée, dans la mesure où c'est une œuvre télévisuelle qui est structurée autour de plusieurs saisons, constituées par des épisodes d'une durée équivalente et liées par une thématique (la compétition de drag) et des personnages (les drag queens). Les séries télévisées ont la particularité d'être déclinées sous une multitude de sous-catégories (feuilleton, sitcom, soap opera, etc...), de formats différents (en termes de saison, de durée, la fiction, le réel) ou encore de genre (policier, dramatique, comédie, médical, aventure, etc...) qui se singularisent ensuite par des particularités propres à chaque série (Carrazé, 2007). À noter qu'il existe

également d'autres œuvres déclinées en « série », comme les séries cinématographiques, littéraires, de bandes dessinées ou musicales, qui se distinguent des produits télévisuels (Carrazé, 2007 ; Esquenazi, 2014). Il ne s'agira pas ici d'énumérer et de décrire en détail ce large panorama, mais plutôt de s'attarder sur l'un de ces formats, à savoir la télé-réalité.

La notion de « télé-réalité » est devenue une catégorie usuelle visant à désigner un genre télévisé à part entière, bien que le terme de « réalité » soit souvent sujet à débats en raison d'une scénarisation de plus en plus présente dans ces formats supposés retranscrire le « vrai » et le « réel » (Jost, 2009). C'est une notion qui évolue constamment et qui se reconfigure en fonction des formats qu'elle adopte, notamment par le passage du direct à des épisodes enregistrés, et la multiplication des genres (le docu-réalité, le télé-coaching, le télécrochet, le *makeover reality show*, etc...) (Aslama & Pantti, 2006 ; Jost, 2009). Toutefois, il a été décidé pour ce mémoire de se baser sur la définition *minimaliste* donnée par Marchand (2011) : « *elle [la télé-réalité] met en scène des personnes ordinaires (par opposition à des célébrités), qui agissent de leur propre volonté (ne jouent pas un rôle) dans un décor réel (par opposition à un plateau). Si la télé-réalité regroupe des genres différents, une constante demeure : on est censé filmer les choses telles qu'elles sont vraiment vécues. Le message est, en quelque sorte : si ce n'est pas écrit, c'est réel [...]* » (Marchand, 2011). En ce sens *Drag Race France* regroupe ces caractéristiques, dans la mesure où l'émission met en scène des individus ordinaires (qui sont certes des artistes, mais ne disposent pas pré-émission d'un statut de « célébrité » dans le paysage médiatique), qui agissent de leur propre volonté (chaque individu exprime une pratique singulière du drag et ne jouent pas un rôle, dans la mesure où c'est leur propre expérience et leur vécu personnel qui sont valorisés) et qui évoluent dans un décor réel (les candidats de l'émission évoluent dans un atelier, des plateaux, ainsi que sur des scènes réelles pour les récentes finales de l'émission). L'émission est également *censée filmer les choses telles qu'elles sont vraiment vécues* par les candidats, symbolisées notamment par les témoignages et les difficultés rencontrées par ces derniers lors de la compétition, montrant que l'expérience qu'ils vivent n'est pas fictive.

Toutefois, il reste important de retenir certaines des caractéristiques qui sont attribuées à la télé-réalité dans les travaux qui ont pu être rédigés à son sujet. L'une de ces caractéristique concerne sa dimension marketing ; en effet, la télé-réalité est souvent perçue comme une stratégie fondée sur des techniques d'attraction du public, d'optimisation financière (notamment via les candidats qui remplacent l'embauche des comédiens et des scénaristes), de vecteur pour le placement de produits et de publicités, et par l'implication maximale des téléspectateurs qui contribuent par le *digital labor* à la publicisation du programme sur les réseaux sociaux (Jehel, 2018). Au-delà des détracteurs que la télé-réalité peut générer, notamment ceux qui lui reproche une forme d'exhibitionnisme, de voyeurisme et d'intrusion extrême dans l'intimité et la vie privée des gens (Marchand, 2011), il existe également des auteurs qui lui concède son « aspect démocratique » ; en effet, les individus participant à ces émissions disposeraient d'une liberté d'expression et d'une marge de manœuvre dans l'expression de leurs idées, car « *en filmant de vrais gens, elle a le mérite d'ouvrir la porte à une parole nouvelle, spontanée, qui peut même être déviante, contre-normative et constituer un vecteur de changement social* » (Ibid., p.302). Sa dimension marketing, l'implication des téléspectateurs et cette forme de liberté d'expression sont autant de caractéristiques qu'il est intéressant de rattacher à Drag Race France.

## 5.2) Drag Race France : légitimité à analyser une télé-réalité

Pour répondre à la question de recherche posée dans le cadre de ce travail, l'émission Drag Race France constituera le matériau de base à l'analyse. Cependant, il convient de revenir sur la démarche et certaines considérations méthodologiques quant à la pertinence de vouloir analyser une émission de télé-réalité, et les différents éléments qui vont lui graviter autour, pour amener une réflexion sur certains phénomènes et enjeux sociaux ; en l'occurrence dans ce travail, la visibilité de l'expression et des communautés LGBT+.

Berton et Boni (2019) soulignent dans leur article que l'analyse d'une série télévisée pose en premier lieu une série de questionnement et de problème quant à la *quantité*, l'*instabilité* et la *complexité* que cet objet peut revêtir. En effet, le problème de la *quantité* provient de la difficulté qu'il peut exister à

appréhender des corpus aussi conséquents ; celui de l'*instabilité* survient en raison de la mutation constante dont font preuve ces objets dans un contexte transnational, qui entraîne une absence de critères stables pour les définir, tant ils peuvent évoluer sur leur mode de production, de diffusion, de réception et de consommation ; enfin, le problème de la *complexité* souligne la difficulté à déconstruire les discours produits par ces séries, tant sur la narration, l'esthétique et les personnages complexes et contradictoires représentés à l'écran, car ces séries manifestent et intègrent à présent un haut degré de réflexivité (ex. les candidats n'hésitent plus à donner leurs ressentis, par l'intermédiaires des réseaux sociaux, au sujet du contenu qui est diffusé et des choix qui sont effectués par la production) et rendent ainsi multiples les interprétations qui peuvent être faites les concernant (Berton & Boni, 2019). Concernant le problème de la *quantité*, les auteurs proposent ainsi de restreindre le matériau choisi et de mener des études de cas ciblées qui permettent d'obtenir davantage de précision, de nuances et de tracer des tendances pouvant s'inscrire sur différentes séries analogues. Concernant leur *instabilité*, il est nécessaire de prendre en compte la dimension temporelle qui caractérise et est à l'origine des mutations de ces séries télévisées, afin de saisir la variabilité et la richesse de ces objets ; en effet, les séries télévisées sont très perméables face aux transformations opérées par les industries culturelles qui doivent constamment adapter leurs politiques éditoriales en fonction des impératifs dictés tant par le marché que par le public (*Ibid.*). Enfin, concernant leur *complexité*, les auteurs proposent de dépasser le cadre purement narratif de ces séries, car ces dernières étendent leurs frontières au-delà de leur format et de la narration mise en place ; en effet, elles se prolongent sur diverses plateformes (réseaux sociaux, forums, sites de fans, autres médias, blogs) où « *elles suscitent des lectures et des commentaires qui viennent enrichir le récit premier – phénomènes qui peuvent être analysés à l'aune du concept de la transfictionnalité.* » (*Ibid.*, p.6). Ce défi de la *complexité* permet également de comprendre qu'une série télévisée occupe une place dans la « médiasphère » à travers les traces « transmédiateurs » et les pratiques discursives qu'elle génère de la part des téléspectateurs.

Certains travaux ont également montré l'importance d'analyser les individus qui participent aux télérealités. En effet, les candidatures se sont

professionnalisées et la sélection de ces candidats est déterminée par des chargés de casting qui se base sur plusieurs critères d'attractivité ; notamment, « *la capacité de retenir l'attention, de faire preuve de drôlerie et d'originalité, mais aussi le capital de visibilité accumulé sur les différents réseaux sociaux numériques, attestant d'une forme de préprofessionnalisation* » (Jehel, 2018). Ces émissions peuvent constituer un tremplin important en vue d'une carrière, dépendant du format de ces télérealités, qu'elles soient dans l'audiovisuel, dans la musique, la mode ou encore la cuisine. Les individus qui participent à ces émissions peuvent ainsi faire valoir et accroître un capital de visibilité, tant dans le paysage médiatique que dans le domaine qui les concerne (musique, danse, cuisine), qu'ils pourront déployer et réinvestir dans une perspective commerciale ou dans la marchandisation de leur image (Jehel, 2018).

L'analyse de Drag Race France reste indissociable des thématiques LGBT+ et à ce sujet, certains travaux ont mis en évidence que pour comprendre la façon dans les représentations LGBT+ sont véhiculées dans les médias, il est nécessaire de prendre en compte les contextes géographiques, linguistiques et culturels dans lesquels prennent place, par exemple, des séries télévisées (Vanlee, 2019). Drag Race France peut résulter de ce que Vanlee (2019) nomme une circulation transnationale de la culture télévisuelle américaine, dans la mesure où la construction générale de l'émission (épreuves, mise en scène) est directement calquée sur son homonyme américain ; toutefois elle s'en distingue par l'inclusion d'éléments spécifiques au contexte national, tant sur le forme (pratique discursive, références à la culture populaire française, insertion dans le paysage médiatique français) que sur le fond (le contexte français lié aux inégalités et à la visibilité des communautés LGBT+). Cette prise en compte de l'insertion d'une « touche française » à l'émission de RuPaul reste importante à considérer dans les différents axes d'analyses qui seront développés dans ce travail ; en effet, les télérealités doivent mettre en place des stratégies, notamment concernant le recrutement des candidats, qui puissent être adaptées aux attentes et entrer en résonance avec les téléspectateurs cibles (Marchand, 2011).

Enfin, il reste important de revenir sur l'ambition et la portée de ce travail ; en effet, il est nécessaire de faire preuve d'une grande réflexivité quant au propos et aux réponses qui seront fournis à la question de recherche. En ce sens, il reste intéressant de prendre appui sur les considérations faites dans le travail réalisé par Klein et Wardle (2008) concernant l'émission *Big Brother*. Les auteurs ont pu analyser la construction des discours faits sur des forums parlant de l'émission ; ils n'ont pas nécessairement examiné la façon dont un public spécifique peut analyser et comprendre une télé-réalité spécifique, ni si ce public parvient à assimiler les différents enjeux qui peuvent être médiatisés dans l'émission en question (Klein & Wardle, 2008). Ils cherchent plutôt à comprendre le potentiel inhérent dont disposent les programmes télévisés, qu'ils nomment comme des *catalyseurs*, pour susciter l'intérêt des téléspectateurs et ouvrir des discussions et débats sur des questions sociales, politiques et culturelles plus larges tournant autour d'une thématique précise (la classe, le genre, la sexualité, la politique, l'économie) (*Ibid.*). En ce sens, ce potentiel sera une composante essentielle dans l'analyse et les réponses fournies pour la question de recherche dans ce travail ; ainsi, il convient de considérer le potentiel dont dispose *Drag Race France* comme *catalyseur* pour susciter un débat, une discussion ou une réflexion portant sur les thématiques abordées et visibilisées par l'émission, en lien avec les communautés LGBT+ et le contexte français.

### 5.3) La « spatialité » d'une télé-réalité

L'analyse de *Drag Race France* implique également de prendre en compte les différentes modalités de réception et la dimension spatiale dans laquelle est insérée cette émission en France. En effet, de nombreux travaux ont observé de quelle façon les séries télévisées et les télé-réalités peuvent s'étendre dans un environnement médiatique et public plus large. Berton et Boni (2019) ont ainsi démontré de quelle façon l'analyse des récits produits par les séries télévisées, comparables à des *écosystèmes narratifs*, ont la capacité d'étendre leurs frontières à plusieurs niveaux et d'être investis de multiples façons par différents groupes sociaux. Leurs analyses doivent donc prendre en compte plusieurs dimensions, qui font l'imbrication entre le contenu proposé, le contexte de production et le contexte de réception (par différents usagers) de ces œuvres ; 1) la dimension économique, car la série est aussi perçue comme un produit

marchand ; 2) la dimension collective et sociale, dans la mesure où les discours qui sont produits par ces œuvres peuvent exprimer *les positions idéologiques d'une époque et les tensions qui animent l'espace public* (Ibid., p.7) ; 3) le contexte de production, car en tant que lieux d'affrontements idéologiques, sociaux et esthétiques, les discours produits par les séries s'insèrent dans des problématiques et enjeux historiques, médiatiques, sociaux, économiques et politiques au sein d'un contexte donné ; 4) la dimension spatiale car les séries télévisées peuvent être considérées au sein d'un espace qui les contiennent et les dépassent, notamment à travers un prolongement sur d'autres espaces médiatiques (autres séries, presse, émissions de télévision, réseaux sociaux, forums, sites de fans, etc...). La prise en compte de cette spatialité des séries télévisées permet d'enrichir l'analyse des récits premiers produits par ces œuvres, dans la mesure où la réception (la lecture, les commentaires suscités) qui en est faite permet d'envisager les séries télévisées comme un système sémiotique complexe combinant la complexité narrative, les logiques de production, de distribution et de réception, où convergent les traces d'une multitude de discours (Berton & Boni, 2019).

Cette spatialité est souvent prise en compte dans différents travaux qui analysent des séries télévisées et des télérealités. Jehel (2018) parle de « galaxie de la télérealité », qu'il définit comme « *l'ensemble des émissions de télérealité et les médias qui les commentent* » (p.82). Vanlee (2019) discute du terme de la « télévisibilité LGBT+ », en revenant sur l'importance d'identifier le contexte de production des séries télévisées mettant en lumière des individus et des récits non-hétérosexuels et non-cisgenres, pouvant ainsi être influencés par des politiques d'engagement en faveur de la diversité sexuelle et de genre dans les industries télévisuelles nationales. Klein et Wardle (2008) montrent également que les médias de divertissement contemporains ont la volonté d'être représentatifs d'un ensemble de culture et de voix différentes et à amener des réflexions sur différentes questions sociales et politiques. Enfin, Marchand (2011) constate que le contenu produit par les télérealités peut faire l'objet, dans des espaces médiatiques extérieurs aux émissions, de nombreuses discussions concernant des enjeux sociaux et politiques, que ce soit concernant le langage,

les différences culturelles et identitaires ou les représentations politiques qui sont véhiculées par l'émission.

Afin d'avoir une compréhension du rôle et de la visibilité qu'offre Drag Race France quant à l'expression LGBT+, il reste important d'analyser les discours qui sont véhiculés directement dans les différents épisodes de l'émission ; il faut observer de façon interne comment l'émission, en termes de production et de diffusion, visibilise les communautés LGBT+ et les différents enjeux qui y sont rattachés. Toutefois, il est également nécessaire d'inclure dans l'analyse les différentes modalités de réception et les différents espaces dans lesquels l'émission se manifeste ; il faut observer de façon externe les perspectives offertes à l'émission et aux drag queens qui y participent concernant la visibilité de l'expression LGBT+, notamment la médiatisation de l'émission et la prise de parole des candidats dans les médias (journaux, radios, autres émissions). Ces points de vue « internes » et « externes » à l'émission permettront, sans être exhaustifs, de comprendre la visibilité qu'offre cette forte médiatisation de l'émission et des drag queens qui y participent au sujet des communautés LGBT+ ; il s'agira d'observer les discours et les enjeux qui sont mis en avant par les différents acteurs rattachés à l'émission (les candidats, les autres médias) et ainsi observer la visibilité ou l'invisibilisation concernant les différents enjeux rattachés aux communautés LGBT+.

## 6) Sélection des données et de l'analyse

L'analyse dans ce travail sera principalement divisée en deux parties ; 1) d'une part, une analyse qualifiée « d'interne » portant sur des axes en lien avec l'émission elle-même, c'est-à-dire le contenu produit et diffusé dans l'ensemble des épisodes de la première saison de Drag Race France ; 2) d'autre part, une analyse qualifiée « d'externe » portant sur des axes en lien avec les différents enjeux relatifs à la médiatisation de la pratique du drag et les effets produits sur l'expression LGBT+. Les analyses prendront appui sur diverses notions théoriques permettant de comprendre qu'elle est la visibilité offerte par l'émission vis-à-vis de l'expression LGBT+. Enfin, les analyses tiendront compte de façon transversale des spécificités du contexte national de cette adaptation française de l'émission, car bien que les adaptations européennes de programmes télévisés américains puissent conserver une structure narrative et un but similaire, elles tendent à se différencier par les spécificités culturelles et les contextes nationaux qui les caractérisent (Franco, 2008).

L'analyse portera sur une analyse de contenu et une analyse de discours, basées à partir de différents extraits de la première saison française et de données provenant d'autres médias où se manifeste l'émission. Concernant les problèmes de *quantité* que mentionnaient Berton et Boni (2019), l'analyse portera sur des séquences précises et des études de cas ciblées permettant d'obtenir les informations souhaitées et de tracer des tendances transversales aux différents épisodes. Concernant les problèmes d'*instabilité*, il sera nécessaire de mettre en parallèle l'analyse de contenu et l'analyse de discours avec les diverses transformations opérées au fil du temps par la franchise RuPaul's Drag Race sur sa politique éditoriale, mais également à tenir compte du contexte national propre à cette version française, tant sur la politique éditoriale de France Télévisions que des évolutions quant à la reconnaissance des communautés LGBT+ en France. Enfin, concernant les problèmes de *complexité*, l'analyse ne devra pas se centrer uniquement sur le cadre purement narratif proposé dans les différents épisodes de l'émission ; il sera nécessaire de mettre en lumière les *traces transmédiatiques* qu'opère l'émission, notamment par les interactions

construites avec les différents espaces médiatiques qui ont pu mobiliser un discours au sujet de l'émission.

### 6.1) Drag Race France : description

Avant de passer à la présentation des deux parties de l'analyse, ainsi que leurs différents axes, il convient de présenter plus en détail l'émission Drag Race France, qui servira de matériau principal tout au long de l'analyse. La première saison a été diffusée entre le 25 juin et le 11 août 2022 sur France 2, France.tv.Slash et WOW Presents Plus. Elle est constituée de huit épisodes qui durent approximativement plus d'une heure (entre 1h03 pour le plus court et 1h12 pour le plus long). L'ensemble des huit épisodes sont animés et présentés par la drag queen Nicky Doll, Daphné Bürki et Kiddy Smile, qui sont les juges principaux de cette saison ; chaque épisode est également marqué par la présence d'un ou plusieurs juges invités. L'émission, en adoptant un format similaire à la version américaine, a mis en compétition dix drag queens de diverses régions de la France et a couronné au terme des huit semaines de diffusion la drag queen Paloma (Hugo Bardin).

L'image (*Image 1*) ci-dessous présente le casting de cette première saison. De gauche à droite (leur classement ; leur région) :



*Image 1 – Le casting de la première saison de Drag Race France.*

- Haut : Lova Ladiva (9<sup>ème</sup> ; Toulouse), Elips (6<sup>ème</sup>, élue Miss Sympathie ; Bordeaux), La Big Bertha (5<sup>ème</sup> ; Paris), Nicky Doll (présentatrice et juge), Paloma (gagnante, Clermont-Ferrand), La Briochée (8<sup>ème</sup> ; Palaiseau), Soa de Muse (finaliste, Saint-Denis), Kam Hugh (7<sup>ème</sup> ; Paris).
- Bas : Lolita Banana (4<sup>ème</sup> ; Paris), La Grande Dame (finaliste ; Nice), La Kahena (10<sup>ème</sup> ; Paris).

Le groupe France Télévisions s’est félicité de l’adaptation de cette version française et a ainsi révélé avoir atteint et dépassé les objectifs fixés pour son audience<sup>7</sup> ; en effet, l’émission enregistre 2,4 millions de vues sur la plateforme France.tv et elle fait partie des programmes les plus vus en ce qui concerne le divertissement de l’été 2022<sup>8</sup>. L’émission, qui a déjà accueilli sa deuxième saison (juin 2023), a été saluée par le public et accueillie avec bienveillance sur les réseaux sociaux pour la diversité proposée sur le service public. L’émission a également été saluée par des personnalités politiques, comme Olivier Bianchi (le maire de Clermont-Ferrand) ou, comme mentionné auparavant, Isabelle Rome (ministre déléguée chargée de l’Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l’Égalité des chances) qui a tweeté en saluant les enjeux, notamment *le combat pour l’égalité, la lutte contre les LGBTphobies et la sérophobie*, liés aux communautés LGBT+ que met en avant l’émission.

## 6.2) Analyse interne : procédure, axes et données

L’objectif de cette première partie est d’observer de quelle manière l’émission visibilise l’expression LGBT+ à travers une analyse portant sur une analyse de contenu et de discours sur l’ensemble des huit épisodes de cette première saison. Dans le cadre de ce mémoire, deux visionnages complets de cette saison ont été effectués ; le premier a été effectué de façon hebdomadaire lors de la diffusion de chaque épisode, puis le deuxième une fois que l’ensemble des épisodes étaient disponibles sur la plateforme WOW Presents Plus. Des

---

<sup>7</sup> France.tv. (s.d.). *Drag Rave France : Un succès d’audience et d’impact*. URL [consulté le 14 août 2023] : <https://www.francetvpro.fr/contenu-de-presse/40131324>

<sup>8</sup> *Ibid.* (s.d.)

visionnages plus ciblés sur certains passages ont également été effectués plusieurs fois.

La collecte de données pour cette partie a été effectuée selon deux axes principaux. Premièrement, l'observation des éléments qui se rapportent aux caractéristiques et à la mise en scène des différents acteurs participant à l'émission. La visibilité qui est accordée à l'expression LGBT+ se manifeste avant tout par l'occupation de cet espace médiatique par les différents candidats et il est nécessaire d'accorder une attention particulière à l'ensemble des individus qui occupent cet espace. Deuxièmement, l'observation de la pratique du drag telle qu'elle est présentée dans l'émission. La pratique du drag reste l'élément central au sein du programme, il est donc nécessaire de comprendre comment elle est représentée et de quelle façon elle contribue à davantage légitimer certaines pratiques par rapport à d'autres.

Vu la quantité importante d'informations contenue dans l'émission, l'analyse portera pour chacun des trois axes sur une sélection de séquences précises et des études de cas ciblées qui permettront d'obtenir les informations souhaitées et de dégager des tendances transversales aux différents épisodes. De manière générale, une présentation sera faite concernant chacun des axes, puis une description des données qui auront été retenues sera effectuée. Ensuite, les analyses de ces données seront effectuées en mobilisant différentes notions théoriques et différents articles. Enfin, une synthèse des deux axes conclura cette partie de l'analyse et fournira des éléments de réponse à la question de recherche.

### 6.3) Analyse externe : procédure, axes et données

L'objectif de cette deuxième partie est d'observer la visibilité qui est accordée à l'émission sur d'autres plateformes, notamment médiatiques, en observant les perspectives offertes à l'émission et aux différents individus qui y participent de visibiliser l'expression LGBT+. L'analyse a été effectuée selon deux axes principaux. Premièrement, l'observation du contexte de production de Drag Race France et des intérêts pouvant se manifester quant à la volonté de médiatiser des subcultures LGBT+, ainsi que des effets produits sur la pratique du drag et des individus qui le pratiquent ; il s'agit donc d'analyser les politiques

éditoriales de France Télévisions et les enjeux économiques, sociaux et politiques que représente cette médiatisation, tant pour la chaîne que pour les drag queens. Deuxièmement, l'observation de la visibilité de Paloma, la gagnante de cette première saison française. Cette analyse cherche à prendre en compte le statut qui est accordé à Paloma une fois qu'elle a remporté la couronne ; il s'agira donc d'observer la visibilité qui est lui accordée médiatiquement, ainsi que les discours qu'elle mobilise dans ces diverses interventions et apparitions médiatiques.

L'analyse portera sur une analyse de contenu et de discours sur l'ensemble des données sélectionnées pour cette partie. Dans le cadre de ce mémoire, la recherche des données a été effectuée pour le premier axe à partir des sites officiels de la chaîne de production et du suivi de l'actualité concernant la programmation de l'émission au fil des semaines de diffusion. Pour le deuxième axe, la recherche de données a été effectuée une fois que l'émission était terminée et à travers un ciblage de Paloma, par le biais de recherche internet, afin d'observer ces apparitions et ses interventions sur diverses plateformes ; les données seront issues en majorité de vidéos et de contenus provenant de différents médias, notamment des interviews et émissions issues de diverses chaînes de télévision et radio.

Tout comme la partie précédente, une présentation sera faite concernant chacun des axes, avec la présentation des données sélectionnées ; de même, diverses notions théoriques seront également mobilisées pour les analyses de ces données. Enfin, une synthèse regroupant les éléments les plus importants des analyses sera effectuée à la fin de cette partie afin d'obtenir les informations les plus pertinentes pour la question de recherche.

## 7) Analyse interne de l'émission Drag Race France

### 7.1) La mise en scène des acteurs : représentations, stéréotypes et ambivalence

Ce premier axe sera consacré à l'analyse de la mise en scène des dix candidats lors du premier épisode, qui permet généralement de les introduire aux téléspectateurs et de transmettre les premières informations à leur sujet. D'autres individus apparaissent à diverses fréquences tout au long de la saison, mais la visibilité des communautés LGBT+ se manifeste principalement à travers les acteurs centraux de l'émission, à savoir les dix drag queens. La présence des autres acteurs servant en majorité à développer davantage la dimension narrative des candidats (ex. leurs proches), leur mise en scène (ex. le « pit crew », les danseurs, les drag kings) et à évaluer leurs performances (ex. l'ensemble des juges). Nicky Doll, Daphné Bürki et Kiddy Smile apparaissent à chaque épisode, mais leur dimension narrative est très peu développée, voire inexistante ; de même, la présence des juges invités chaque semaine se résume souvent à leur domaine d'expertise (mode, chant, comédie, danse).

L'un des constats à émettre au sujet de ce casting est qu'il est composé, au moment du tournage de l'émission, majoritairement de candidats s'identifiant comme des hommes cis gais. Il y a cependant deux exceptions, qui sont explicitement montrées par l'émission. Premièrement, La Briochée s'identifie dès son introduction dans le premier épisode comme une femme trans. Sa présence reste importante à souligner dans la mesure où l'inclusion des personnes trans n'a pas toujours été possible dans l'émission ; en effet, la franchise Drag Race, notamment la version américaine, a longtemps refusé la participation de candidats trans dans l'émission (Hermes & Kardolus, 2019, 2022; Workman, 2020). À la suite de nombreuses critiques, provenant notamment d'anciens candidats de l'émission (Hermes & Kardolus, 2022; Workman, 2020) et avec l'exportation internationale de la franchise, les candidats trans, ayant entamés ou non une transition médicale, peuvent à présent participer à l'émission ; récemment, RuPaul a lui-même couronné dans les récentes versions américaines des femmes trans (Kylie Sonique Love, 2021 ; Sasha Colby, 2023). Deuxièmement, Soa de Muse, lors du deuxième épisode,

évoque dans l'atelier avec les autres candidats, sa perception concernant son identité : « *Enfaite ça fait pas longtemps, ça fait trois ans où je peux me dire aujourd'hui que je suis ni garçon ni fille. Et je ne suis pas non genré ! Le seul repère que j'ai it's myself, c'est moi enfaite.* ».

L'expression LGBT+ se manifeste ainsi dans cette première saison essentiellement par le biais d'hommes cis gais ; c'est une inférence qui est produite par l'émission, car à l'exception de La Briochée et de Soa de Muse, les autres candidats ne formulent pas explicitement de quelle façon ils s'identifient au moment du tournage. Bien que Drag Race France, et de manière générale l'ensemble de la franchise, offre un nouvel espace médiatique aux communautés LGBT+ pour s'exprimer, elle contribue également à produire des hypothèses sur les identités des candidats sans que cela soit directement et explicitement exprimé par ces derniers (Jenkins, 2013). L'émission contrôle l'identité des candidats dans la mesure où elle produit puis diffuse les séquences propres à chacun d'entre eux (*Ibid.*) ; l'inférence faite sur l'idée que les candidats soient identifiés majoritairement comme des hommes cis gais peut également être renforcée par l'importance que garde l'émission à toujours présenter distinctement les candidats en drag lors des défis et des défilés, puis hors du drag (*out of drag*), notamment dans l'atelier et lors des séquences face caméra. Jenkins (2013) avait mis en avant de quelle façon la représentation des individus LGBT+ dans les téléréalités a longtemps et principalement été faite par le biais de l'homosexualité masculine et blanche. Elle montre également, en s'appuyant sur les travaux de Foucault, comment certains médias, tel que la télévision, continue de considérer la sexualité, notamment l'homosexualité masculine, comme une partie essentielle de l'identité des individus LGBT+ lorsqu'ils sont représentés à l'écran (Jenkins, 2013).

La description et l'analyse des deux extraits suivants permettent de montrer comment Drag Race France, au-delà des inférences faites à l'égard de la sexualité des candidats de l'émission, contribue également à véhiculer une représentation stéréotypée qui est associée à la sexualité des hommes cis gais.

Ce premier extrait se situe après l'introduction de l'ensemble des candidats lors du premier épisode, Nicky Doll arrive dans l'atelier pour accueillir

le casting et présenter le déroulement de la compétition. Chaque épisode contient en général deux épreuves, un mini défi et un maxi défi. Avant le début du mini défi de ce premier épisode, Nicky Doll introduit aux candidats dans l'atelier l'équipe du « pit crew » de cette saison ; le pit crew apparaît dans les différentes versions de l'émission et il s'agit en général d'un groupe de plusieurs hommes musclés et athlétiques, ne portant qu'un sous-vêtement et prenant part aux différentes activités de l'émission (défis, figurants, danseurs) (Jenkins, 2013).

*Extrait 1. Épisode 1 – Bonjour, Bonjour, Bonjour : 17min11 – 17min52*

---

Nicky Doll : [en s'adressant aux dix candidats] On est prêt ?

*Enthousiasme générale.*

Nicky Doll : Mais attendez, il manque quelque chose. Oh. Oh pit crew !

*Arrivé du pit crew de cette première saison française, constitué de trois hommes, qui se positionnent à côté de Nicky Doll et face aux candidats.*

Nicky Doll : [en s'adressant aux trois hommes] Bonjour, bonjour, bonjour.

*Enthousiasme générale et rires des candidats.*



*Image 2 - Première apparition du pit crew lors du premier épisode*

La Kahena : [face caméra] Moi je veux bien ne pas gagner la couronne si je peux gagner un ou deux membres du pit crew.

Nicky Doll : Oui les filles vous pouvez apprécier la vue.

*Enthousiasme générale.*

Nicky Doll : On peut se tourner s'il vous plaît les garçons ?

*Le pit crew se retourne pour se mettre de dos face aux candidats.*

Kam Hugh : [face caméra] Belle tête, beau corps, beau cu. Hum, on garde tout !

Nicky Doll : Elle est belle la Gaule, non ?

*Le pit crew se retourne de nouveau pour se remettre face aux candidats, suivi d'un enthousiasme général et de rires des candidats.*

Lova Ladiva : [face caméra] Oh, heureusement que je suis marié hein. C'est pas parce qu'on a plus faim qu'on n'a pas le droit de lire le menu.

Le deuxième extrait sur le pit crew se situe après que les candidats aient participé au premier mini défi de l'émission, qui consistait à obtenir la meilleure photographie après avoir pris la pose dans un décor avec des figurants. Lolita Banana remporte ce premier défi et doit ensuite souffler une bougie sur un gâteau tenu par l'un des membres du pit crew.

*Extrait 2. Épisode 1 – Bonjour, Bonjour, Bonjour : 23min22 – 24min14*

---

Nicky Doll : Félicitation, tu es la gagnante de ce premier mini défi. Dis donc tu n'es pas la dernière à lever la jambe quand il faut.

*Rires des candidats.*

La Big Bertha : Ça c'est clair !

Nicky Doll : Tu as le droit de souffler la bougie du pit crew et faire un vœu en espérant qu'il se réalise. Oh, pit crew ! Les garçons !

*Le pit crew entre de nouveau dans l'atelier et les trois hommes avancent vers Nicky Doll. Applaudissements et enthousiasme général.*

Lolita Banana : C'est pour moi les filles !

*Lolita Banana avance vers le pit crew.*



*Image 3 - Lolita Banana remporte le premier mini défi de la saison et avance vers le pit crew*

Lolita Banana : Jérôme, prend moi ça [Lolita Banana lui donne son sac].

La Briochée : Un joyeux non-anniversaire !

*Lolita Banana se penche et souffle la bougie sur le gâteau.*

Nicky Doll : Oh ! [Applaudissement général]

Soa de Muse : [face caméra] Je suis dégouté ! [rire]



Image 4 – Lolita Banana souffle la bougie sur le gâteau

Nicky Doll : Je crois que tu es la seule pute que je connais qui rend un soufflé de bougie sexy.

Lolita Banana : Tu ne connais pas beaucoup de monde toi ! »  
[Rires. Lolita Banana s'avance vers Nicky Doll pour lui toucher le bras.]

Nicky Doll : Merci pit crew !

Lolita Banana : Gracias !

*Le pit crew se retourne et s'éloigne sous les applaudissements du groupe. Jérôme redonne son sac à Lolita Banana et elle mime un geste en lui envoyant un baiser au loin, puis mime un téléphone pour lui faire signe de la rappeler.*

Ces deux extraits montrent comment Drag Race France peut contribuer à produire ou renforcer des stéréotypes concernant la sexualité des hommes cis gais (Jenkins, 2013). Le terme de stéréotype peut se définir comme un système de classification utilisé lorsque des individus ont des difficultés à appréhender la complexité d'un groupe social ou d'une culture et doivent se représenter ces derniers en utilisant des caractéristiques générales et limitées (Kidd, 2016). Dépendant du contexte, ces stéréotypes ont généralement tendance à véhiculer ou renforcer une image connotée négativement à l'égard de certains groupes sociaux ou individus ; ils ne reflètent généralement pas la richesse de ces groupes

et deviennent problématiques lorsque les médias attribuent des caractéristiques limitées et caricaturales à ces derniers et aux individus qui les composent (Kidd, 2016; Seiter, 1986). Ainsi, la mise en scène des membres du pit crew, ainsi que leurs interactions avec le groupe, contribuent à renforcer l'idée que la sexualité constitue une part centrale de l'identité des candidats hommes cis gays. Ces hommes portent uniquement des sous-vêtements, présentent un physique avantageux (musclé et athlétique) et sont occasionnellement placés dans des situations et des positions sexuellement suggestives avec les candidats, comme dans l'extrait avec le soufflé de bougie. Ces séquences, bien qu'elles aient pour objectif de divertir les téléspectateurs, peuvent renforcer l'idée que les corps présentés à travers ces membres du pit crew constituent un idéal du désir de l'homosexualité masculine, tant car ce sont des corps désirés et désirables par les hommes gays (Jenkins, 2013). C'est un élément qui peut s'observer à partir des propos formulés par les candidats (*Belle tête, beau corps, beau cu. Hum, on garde tout ! ; Oh, heureusement que je suis marié hein. C'est pas parce qu'on a plus faim qu'on n'a pas le droit de lire le menu*), à travers certains jeux de mots de Nicky Doll (*souffler la bougie du pit crew ; elle est belle la Gaule, non ?*) et de l'enthousiasme général à chacune de leur apparition. L'émission indique clairement aux téléspectateurs à travers ces interactions que le groupe à l'écran trouve le pit crew sexuellement désirable (*Ibid.*). Le public est également amené à penser que le pit crew, qui ne s'exprime pratiquement jamais, est composé d'hommes cis gays et leur utilisation peut également renforcer une idée stéréotypée selon laquelle les hommes gays ont « *une manifestation omniprésente du désir sexuel pour les hommes* » (Jenkins, 2013).

La sexualité n'est pas l'unique caractéristique que l'émission va mettre en avant pour présenter les candidats ; en effet, l'introduction de ces dix candidats lors de ce premier épisode permet également de questionner l'ambivalence de l'émission à représenter les candidats racisés (à partir du contexte français dans lequel se déroule l'émission). Parmi les dix candidats, trois sont explicitement introduits par l'émission en mettant en avant leur origine ethnique comme un élément qui va prévaloir sur leur présentation ; il s'agit de Lolita Banana, Soa de Muse et La Kahena.

Chaque saison de la franchise débute lors du premier épisode par une introduction des différents candidats, suivant un schéma identique à chaque fois ; en premier lieu, l'arrivé du candidat (en drag) dans l'atelier qui prononce une phrase d'introduction (*entrance line*) en direction de la caméra, puis se présente en quelques phrases dans le confessionnal (hors du drag), pour enfin aller à la rencontre des autres candidats regroupés autour d'une table. Cette séquence peut également être commentée par les autres candidats, que ce soit dans l'atelier ou le confessionnal. Les données présentées ci-dessous concernent uniquement les phrases prononcées, par les trois candidats mentionnés, dans le confessionnal lors de leur introduction ; ces segments sont destinés à l'intention des téléspectateurs, où les candidats arborent un rôle de narrateur pour se présenter, donner leur ressenti ou expliquer des séquences diffusées dans l'émission.

*Extrait 3. Épisode 1 – Bonjour, Bonjour, Bonjour : 01min35 – 13min45*

---

- Lolita Banana : Je suis Lolita Banana, je suis mexicaine et j'ai 26 ans...  
j'ai 36 ok, j'ai 36 !  
Je suis très fière d'être la première mexicaine, né au Mexique, dans l'histoire de Drag Race.  
Je suis sûr que les autres se disent que je suis une vipère, que je suis dangereuse, que je suis na na nii na naghan. Et ils ont raisons [rire].
- Soa de Muse : Je me présente, je m'appelle Soa de Muse, j'ai 33 ans. Il y en a qui disent que je suis parisienne, non. Moi je suis banlieusarde !  
Rangez vos frères, rangez vos pères, rangez vos maris, car Soa de Muse est là chéri, boum.  
Big Bertha, ça fait quoi ? Six piges qu'on se connaît, c'est ma sœur de cœur, elle m'a hébergé quand j'étais à la rue. Enfin, truc de ouf ! Donc c'est mon sang.

La Kahena : Bonjour, moi c'est La Kahena, 23 ans bientôt 30. J'habite maintenant à Paris, après de nombreuses années à Tunis, et je me présente à vous pour l'élection Miss France.

La Kahena elle est unique, éclectique, opulente, guerrière, reine du couscous boulette. Attention !

Mais mes concurrentes, il y a un peu de tout. Il y en a que je connaissais, il y en a que je connais pas du tout, donc je suis hyper impatiente de voir celles que je connais pas.

La notion « d'archétype » permet d'expliquer la façon dont les médias produisent un contenu qui permettent aux téléspectateurs d'identifier chacun des individus à l'écran, ainsi que leur rôle et leur arc narratif (Kidd, 2016)(Kidd, 2016). La notion d'archétype se définit comme la combinaison de plusieurs caractéristiques ; ce sont des personnages au sein de la narration, pouvant susciter des réactions émotionnelles, opérant à un niveau inconscient et sont culturellement produits et durables dans le temps, ce qui permet aux téléspectateurs de les apprendre et de les reconnaître plus facilement (Kidd, 2016). Leur usage est nécessaire et utile du point de vue de la narration, que ce soit dans les films ou les séries télévisées, car ils ont pour objectif d'offrir aux téléspectateurs une manière de se connecter et de s'identifier aux individus à l'écran afin de ressentir les émotions qui sont véhiculées par le média ; toutefois ils deviennent problématiques lorsque les médias les combinent fortement à des stéréotypes (*Ibid.*). En effet, les stéréotypes peuvent facilement être employés pour éviter un développement plus approfondi de certains individus ; l'article de Kidd présente la facilité que peuvent avoir les médias à présenter certains individus racisés, notamment les hommes afro-américains, en évoquant l'idée « du voyou ou du membre d'un gang ». Les archétypes doivent éviter d'être construits systématiquement en attribuant les mêmes rôles aux mêmes groupes d'individus, notamment les individus racisés, qui peuvent renforcer des stéréotypes négatifs à leur égard et contribuer à véhiculer hors du média des images négatives de ces groupes (*Ibid.*). Il existe également une invisibilisation de la blancheur concernant les notions d'archétypes et de stéréotypes à l'écran. La blancheur a longtemps été l'hégémonie à l'écran et c'est une caractéristique qui va devenir invisible dans la présentation et la mise en scène des individus

blancs à l'écran. En effet, les individus blancs, notamment les hommes, sont généralement représentés dans une multitude de situations et de rôles ; à l'inverse, les individus racisés n'ont pas toujours bénéficié de ce large éventail de rôles et la notion de race peut ainsi être fortement mise en avant, notamment lorsqu'ils sont présentés dans des nouveaux rôles ou de nouvelles situations à l'écran (*Ibid.*). Cette invisibilisation de la blancheur se retrouve également lors de la séquence d'introduction des candidats. En effet, les candidats partagent tous en commun la pratique du drag et la présentation et la mise en scène que fait l'émission à l'égard des candidats blancs dans le confessionnal va d'avantage s'articuler autour de leur pratique du drag ou d'autres caractéristiques ; Kam Hugh est présentée comme une drag queen misant sur la beauté ; la Big Bertha sera mise en avant par rapport à sa morphologie ; Elips comme une drag queen « mystérieuse » ; La Grande Dame sera présentée comme un archétype de la drag queen « fashion » ; Lova Ladia comme la drag queen expérimentée ; La Briochée comme la représentante de la trans identité au sein du drag. Les trois candidats racisés vont cependant être présentés et identifiés par les téléspectateurs en ce début de saison sous le prisme de la notion de race ou d'une identité de classe ; Lolita Banana sera présentée comme la drag queen mexicaine (*Je suis Lolita Banana, je suis mexicaine ; Je suis très fière d'être la première mexicaine*), puis dans la suite de la saison comme un archétype de la drag queen « latina » ; Soa de Muse va être identifiée comme une « banlieusarde » (*Il y en a qui disent que je suis parisienne, non. Moi je suis banlieusarde*) ; La Kahena est présentée comme la drag queen provenant du Maghreb (*J'habite maintenant à Paris, après de nombreuses années à Tunis ; La Kahena elle est unique, éclectique, opulente, guerrière, reine du couscous boulette*).

L'objectif n'est pas de prétendre que l'émission et la société de production opèrent une distinction raciste entre les candidats blancs et racisés ; il s'agit davantage de mettre en avant l'ambiguïté d'une émission comme Drag Race France, mettant en avant l'inclusivité et des groupes marginalisés, à représenter les candidats racisés. Les médias, tel que la télévision, constituent toujours un important vecteur d'informations par lequel des messages latents sont transmis et peuvent façonner les perceptions et induire des attentes

sociales auprès des téléspectateurs ; ces messages latents peuvent créer des archétypes et des stéréotypes caricaturaux, et ainsi entretenir des préjugés par le biais d'une représentation stéréotypée, au sujet d'un groupe social ou d'individus, qui peuvent concerner le genre, la race, la religion, le handicap ou tout autre caractéristique considérée comme différente ou minoritaire dans une société donnée (Ghosn, 2010; Principe, 1997). En France, les individus racisés ont longtemps été désignés par l'étiquette « immigration », qui servait à désigner les personnes étrangères directement issues des anciennes colonies françaises (Afrique du nord ou sub-saharienne), et plus généralement de l'immigration extra-européenne (Afrique et Asie notamment), mais également des individus issus des deuxièmes et troisièmes générations (Ghosn, 2010). Le terme « banlieue », lorsqu'il est associé à l'étiquette « immigration », peut garder également une connotation négative (*Ibid.*). Ainsi, la télévision peut choisir de mettre en avant ou d'omettre certains aspects, et choisir les éléments qui vont retenir l'attention des téléspectateurs (Principe, 1997).

L'expression LGBT+ dans Drag Race France est essentiellement représentée par des hommes cis gays ; ce premier épisode permet également de constater que l'émission peut produire et véhiculer certains stéréotypes associés à la sexualité de ces derniers. En effet, à travers la mise en scène du pit crew dès les premières minutes de la saison, l'émission peut produire chez les téléspectateurs l'idée que la sexualité de ces candidats représente, par le biais de certains stéréotypes, un élément central de leur identité. De même, lors de l'introduction des différents candidats, l'émission semble faire preuve d'une certaine ambiguïté au sujet de la représentation des candidats racisés ; en l'espace de quelques phrases, certains archétypes vis-à-vis des candidats racisés peuvent être créés, notamment lorsque l'émission choisit de les présenter en grande partie par le biais de leur origine. C'est une critique dont la franchise, notamment la version américaine, a déjà fait l'objet par le passé ; en effet, bien que l'émission puisse déstabiliser la notion de genre, elle contribue également à « naturaliser » celle de race et fait d'elle une catégorie biologiquement figée pour les candidats noirs (Strings & Bui, 2014). L'émission a longtemps valorisé les candidats racisés qui parvenaient à utiliser des stéréotypes dans leur performance, notamment « comiques » (Hermes & Kardolus, 2022) ; les drag

queens « latinas », provenant des différents pays d'Amérique du Sud, vont être encouragées à fournir une performance basée sur des stéréotypes et caractérisées essentiellement par le biais de cet aspect-là (McIntyre & Riggs, 2017).

L'émission cherche à visibiliser plusieurs facettes qui ne se restreignent pas uniquement à l'expression du « G » de l'acronyme LGBTQ+. L'exemple dans Drag Race France à travers la présence de candidats trans (La Briochée) et de candidats ne souhaitant pas être défini sous le prisme de la binarité de genre (Soa de Muse) atteste de cette volonté de contribuer à visibiliser différentes identités de genre. La représentation que fait l'émission de l'expression LGBTQ+ peut devenir problématique, voire négative, à partir du moment où les individus sont uniquement identifiés et assignés à un rôle construit sur des archétypes et des stéréotypes, déterminé en grande partie par la notion de sexualité ou de race.

## 7.2) Les pratiques du drag : penser le genre à partir de l'exemple du « tuck »

Ce deuxième axe est consacré à la pratique du drag au sein de cette première saison. L'un des attraits principaux de l'émission est qu'elle permet d'offrir une porte d'entrée à cette pratique aux téléspectateurs (qu'ils soient initiés ou non) à travers l'ensemble des performances qui sont mises en avant (via les challenges) et la préparation qui est régulièrement montrée (maquillage, habillement). L'objectif sera de comprendre comment la pratique du drag, telle qu'elle est médiatisée par l'émission, renforce une représentation hégémonique et hétéronormative concernant la binarité de genre (González & Cavazos, 2016).

La séquence présentée ci-dessous a été sélectionnée en tant qu'exemple principal pour le raisonnement de cet axe. C'est une séquence tirée du septième épisode (*Sororité*) dans lequel les candidats ont pour défi de transformer l'un de leurs proches en drag queen et de défiler en binôme devant les juges. Durant la préparation du défi, les candidats ont une discussion autour de la pratique du « tuck » (*Image 6*), qui sera définie ci-dessous directement à partir des propos issus des candidats ; en effet, Lolita Banana est la seule à avoir pour binôme un homme et les autres candidats veulent savoir si elle compte ou non « tucker » son binôme.

### *Extrait 4. Épisode 7 : 17min55 – 20min00*

---

*Les candidats sont dans l'atelier avec leur binôme ; ils se préparent pour le défi et maquillent et habillent leur binôme.*

Paloma : Lolita ?

Lolita : Hum ?

Paloma : Est-ce que tu vas tucker Antonio ? Parce qu'en vrai, c'est pas un truc qui est obligatoire.

*Rires dans l'atelier.*

Antonio : Excusez-moi, ça veut dire quoi tucker ?

Plusieurs personnes : Aaaaah !

Soa de Muse : Good question, honey.

Lolita Banana : [en s'approchant d'Antonio] Doucement, les filles.

*Antonio tapote sur le bras de Lolita.*

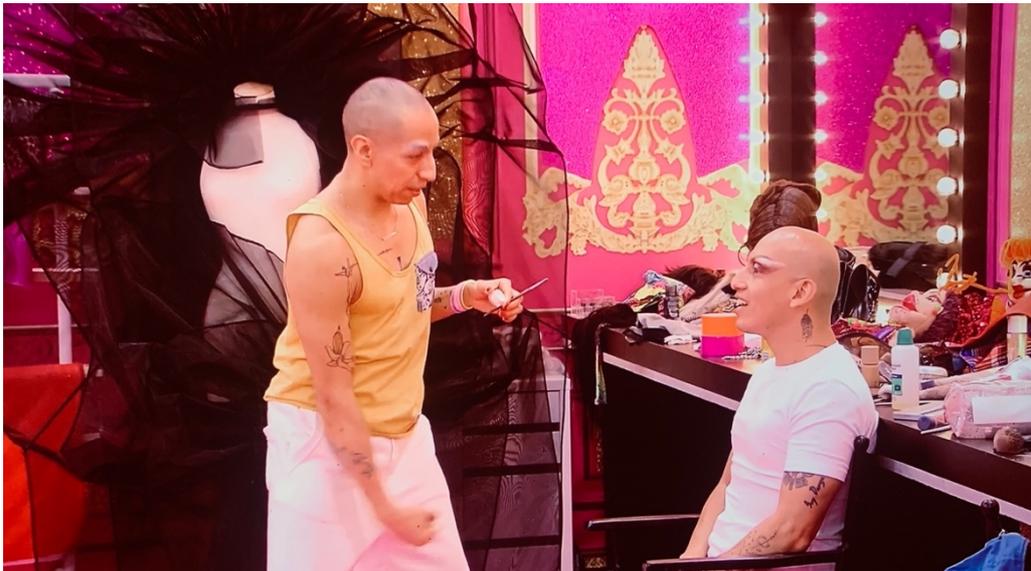
Paloma : C'est une technique pour faire disparaître, euh... tes parties génitales. Euh... et ça consiste à rentrer tes testicules dans l'abdomen...

*Lolita mime le geste décrit à Antonio et il esquive à léger sourire.*

Antonio : Ah on m'avait pas dit ça.

Paloma : Plier tes bourses et tirer ton pénis vers ton trou de balle. Voilà c'est ça.

*Antonio qui est assis, ouvre grand la bouche d'étonnement.*



*Image 5 - Les candidats expliquent à Antonio (à droite) la pratique du tuck*

Lolita : [face caméra] : Non, je peux pas, je peux quand même pas demander ça à Antonio. Je demande déjà beaucoup, de prêter son visage et son corps pour le mettre en drag. Je vais pas lui demander en plus de se coller le kiki derrière les fesses. Non, c'est trop demander. Même moi je le fais pas. Je vais pas lui demander. On a des grandes robes, on n'a pas besoin.

Antonio : [surpris en s'adressant à Lolita] Et tu restes la journée comme ça ?

Lolita : Apparemment. J'ai jamais fait. Moi, j'ai jamais fait.

Soa de Muse : Ah, tu tuckes pas, Lolita ?

Lolita : Non.

Soa de Muse : Tu serres, en fait, avec un truc plus petit.

Lolita : Ou je serre beaucoup, j'aplatis beaucoup et surtout je mets beaucoup de mousse autour de mes hanches.

Soa de Muse : Ha oui.

Lolita : Enfin, si tu viens et tu te rapproches de mes ... de là au milieu, tu vas voir la différence.

*Lolita mime le geste avec sa main et Antonio se lève de sa chaise en mimant doucement et de façon comique qu'il s'en va.*

Soa de Muse : Ha oui.

Lolita : [en voyant Antonio se lever et partir doucement ; en rigolant] Toi ou tu vas ? Tu restes ici ! T'inquiète pas, on va pas tucker. Pas maintenant [rires].

Soa de Muse : [face caméra] : Lolita, elle fait jamais. Well... peut-être qu'elle a pas grande chose à tucker, hein.

Soa de Muse : Moi je me tuck, hein.

Paloma : Moi c'est le seul truc sur lequel j'arrive pas à faire de compromis. Même si j'ai un costume qui, euh...où on voit pas, je tuck. Je me... ça m'arrive souvent de pas mettre de seins, de pas mettre... vraiment de trucs dits « féminins ». Mais j'arrive pas à me sentir drag si je suis pas tucké.

- Jackie : [Meilleure amie et le binôme de Soa de Muse] Du coup t'as plus de genre, du coup, enfin ça te...
- Paloma : C'est plus... j'ai l'impression d'être une Barbie, en fait. Ça remet le truc à zéro, je sais pas.
- Soa de Muse : Mais après, tu vois, t'as différents tucking. T'as du tucking avec le scotch et t'as aussi des culottes tucking.

*La caméra se fixe sur le visage d'Antonio, qui écoute et regarde les candidats attentivement et en ayant l'air surpris.*

- La Grande Dame : [face caméra]: C'est hyper touchant de voir Antonio nous regarder comme ça, avec de grands yeux et réaliser que ce qu'on fait c'est cool et comprendre qu'il va être amené à en profiter aussi et à expérimenter ça. Ça fait plaisir d'avoir une bonne énergie comme ça de plus dans l'atelier.



*Image 6 - Exemple de la pratique du tuck avec la drag queen Trinity The Tuck (RuPaul's Drag Race – All Stars, saison 4)*

Il est utile de mobiliser la grille d'analyse utilisée par Gonzalez et Cavazos (2016) pour analyser cette séquence. En effet, leur texte vise principalement à mettre en avant de quelle façon la pratique du drag a pu changer depuis son avènement médiatique ; le drag a contribué à donner une nouvelle représentation du genre dans les médias, mais la pratique a également été affectée par la structure hétéronormative de ces derniers (González & Cavazos,

2016). Les auteurs mettent en avant l'idée que l'émission de RuPaul, bien qu'elle tente de fournir une meilleure représentation de l'expression LGBTQ+, continue de maintenir certains aspects d'une idéologie hétéronormative dominante, notamment car l'émission reste une télé-réalité diffusée dans les limites de la structure hétéronormative des médias télévisuels américains (*Ibid.*). Ce constat s'appliquait aux premières saisons, où les candidats qui essayaient de rompre avec cette idéologie à travers leur pratique du drag étaient souvent ridiculisés et évincés rapidement de la compétition (*Ibid.*). Leur grille d'analyse comporte trois axes permettant d'analyser la représentation des drag queens au sein de l'émission, notamment à travers les notions de genre et de sexualité ; le deuxième axe, « Stéréotype hétéronormatif » (*Heteronormative stereotyping*), est intéressant à mobiliser pour l'analyse de cette séquence. Cet axe stipule que l'émission a certes contribué aux représentations positives des drag queens, mais qu'elle continue à appliquer des stéréotypes idéologiquement dominants (*ideologically dominant stereotypes*). En effet, l'émission tend à valoriser une certaine pratique du drag, en raison d'une crainte que les téléspectateurs ne comprennent pas les pratiques qui s'éloigneraient du drag comique ou performant fortement la féminité. C'est un aspect qui est lié au positionnement et à la structure hétéronormative de l'industrie culturelle qui impliquerait qu'une représentation plus diversifiée ou moins conventionnelle des pratiques du drag pourrait être moins commercialisable. Cette discussion sur la pratique du « tuck » et l'insistance faite par Paloma et Soa de Muse sur l'importance de cette pratique dans leur drag tend à conforter davantage une valorisation de certaines normes hétéronormatives et de la valorisation d'une pratique qui reste ancrée dans une catégorisation binaire du genre. Le terme « fishy » lorsqu'il est employé pour parler d'une des pratiques du drag fait référence à une esthétique « hyper-féminine » et une représentation physiologique et normative d'un corps féminin ; l'émission continue à ce jour à être critiquée pour la valorisation faite à ces pratiques, au dépend d'autres candidats qui s'affranchissent plus de cette binarité de genre dans leur pratique. C'est une esthétique très valorisée au sein de la franchise, notamment pour les candidats qui ont la capacité à pouvoir présenter dans leur pratique le genre féminin, voire très féminin, en dichotomie avec la masculinité et leur apparence « masculine » hors du drag (*Ibid.*).

Cette discussion autour du tuck questionne la visibilité que l'émission produit au sujet de la construction stéréotypée et normative du genre ; en effet, la pratique du drag se définit avant tout comme une performance plurielle du genre, mais l'émission tend davantage à mettre en avant et valoriser les performances des hommes cis qui parviennent à performer les normes de la féminité. Sans nécessairement être malveillante, la discussion entre les candidats met en relief la différence dans leur pratique du drag et cette valorisation à performer physiologiquement le féminin ; en effet, Lolita doit justifier l'absence de tuck dans sa pratique auprès de Soa de Muse et Paloma (*Ou je serre beaucoup, j'aplatis beaucoup et surtout je mets beaucoup de mousse autour de mes hanches*), supposant que sa pratique ne remplit pas l'ensemble des conditions pour se transformer en drag queen. Cette vision est davantage renforcée par les propos de Paloma lorsqu'elle affirme que la dissimulation de ces parties génitales constitue l'un des points essentiels de sa pratique (*Moi c'est le seul truc sur lequel j'arrive pas à faire de compromis. (...) Mais j'arrive pas à me sentir drag si je suis pas tuckée*). C'est un aspect qui a déjà été critiqué au sein de la version américaine, où certains candidats qui ne se « tuckaient pas bien » ou avaient une apparence trop masculine en drag étaient évalués négativement par les juges ou les autres candidats, soulevant ainsi les difficultés de l'émission à visibiliser la pluralité des performances du drag et les limites physiques dont elle peut faire preuve dans la performativité du genre (Darnell & Tabatabai, 2017; Edgar, 2011). Ce raisonnement est évidemment renforcé par le fait que l'émission visibilise la pratique du drag uniquement à travers des drag queens ; la franchise n'a pour l'instant jamais inclus au casting des drag kings par exemple. Cette version française n'échappe pas à ce constat, car le casting est exclusivement composé de drag queens qui ont une pratique du drag majoritairement accentuée sur la performance des normes affiliées à la féminité. Cette discussion autour de la pratique du tuck ramène également les candidats à leur statut biologique « d'homme » ; en effet, les étapes pour se préparer et se transformer en drag queen incluent également la nécessité pour les candidats de dissimuler leurs parties génitales masculines. Bien que Lolita ne pratique pas le tuck, elle met tout de même en avant la nécessité de devoir cacher ces parties génitales autrement, car l'objectif reste de performer la féminité, notamment par l'illusion physique d'avoir un corps « féminin ». Chaque candidat doit ainsi

donner l'illusion d'avoir un corps physiologiquement féminin, que ce soit à travers le tuck ou la dissimulation avec des vêtements ; les stratégies adoptées par les candidats pour passer d'un corps « masculin » à un corps « féminin » sont différentes, mais la finalité exigée par l'émission reste la même.

Cette performance physiologique du féminin peut également être perçue comme une composante de ce qu'Eir-Anne (2011) évoquait déjà dans son article sur les premières saisons de la version américaine avec la notion de *winning material*. En effet, les candidats capables d'effectuer au mieux le « passing » en ayant une apparence en drag plus féminine et moins androgyne, étaient plus valorisés et parvenaient à mieux réussir dans la compétition (Edgar, 2011). La franchise récompense les candidats qui parviennent à jouer avec les attributs et les attentes liés au genre et déployer dans leur pratique diverses représentations de la féminité, alors même que leur esthétique ne correspond pas nécessairement à une conception binaire du genre, prouvant ainsi leur adaptabilité dans les performances de genre (*Ibid.*). La pratique du tuck peut être perçue comme une composante du « winning material » à travers la capacité des candidats à opérer une transformation physique complète d'un corps masculin à un corps féminin. L'émission tend ainsi à davantage restreindre, à travers son casting, une pratique du drag en accord avec une performance binaire du genre, renforçant une représentation hégémonique et hétéronormative du genre ; en raison d'une position davantage hétéronormative de l'industrie culturelle, les représentations plus diversifiées du drag, notamment celles qui s'affranchissent du genre, pourraient être moins commercialisables (González & Cavazos, 2016). Workman (2020) mobilise à ce sujet la notion d'homonormativité afin de montrer de quelle façon l'identité homonormative est politiquement et économiquement avantageuse à cultiver pour la franchise Drag Race en termes de « branding », c'est-à-dire de marque. En effet, l'émission a tendance à juger quel candidat dispose d'un « self-brand », d'une marque croisant plusieurs critères, tel que le genre, la race et la classe et qui soit disposée à être investie en tant que produit marketing. L'émission, afin qu'elle puisse maximiser ses capitaux financiers, sociaux et culturels, doit pouvoir maintenir et faire croître des partenariats avec de nombreux acteurs économiques (entreprises, sponsors) qui reste insérés dans une « culture hétéronormative » (Workman, 2020). En

marchandant la pratique du drag pour des systèmes économiques valorisant une culture hétéronormative, l'émission amènent les candidats à devoir naviguer au sein de ce système et ainsi discipliner leurs corps, en les incitant davantage à performer une esthétique qui puisse être ensuite investie comme un produit marchand (Ferrante, 2017; Workman, 2020). L'homonormativité fait ressortir des valeurs hétéronormatives et des privilèges sociétaux à travers l'expression LGBT+, en cultivant dans l'émission une valeur économique et marchande au sein des groupes marginalisés (Workman, 2020) ; ainsi, elle contribue à octroyer aux hommes cis gais une visibilité médiatique et commerciale plus conséquente, leur conférant une position plus privilégiée au sein des communautés drag et LGBT+ (*Ibid.*). L'expression du masculin reste économiquement privilégiée par rapport au féminin, montrant que le privilège masculin, incarné dans l'émission par la valorisation des performances de la féminité par des hommes cis gais, peut être mobilisé pour cultiver certains avantages sociaux et économiques (*Ibid.*). Cependant, cette performance de la féminité est perçue comme une forme « d'hyper-féminisation » qui souscrit la pratique médiatisée du drag à divers régimes patriarcaux de la féminité (*Ibid.*). Un exemple intéressant de ce raisonnement concerne le succès qu'a obtenu Paloma après l'émission. Elle apparaît notamment dans une chronique hebdomadaire dans l'émission *Quotidien* (TF1), en performant quasi exclusivement des personnages féminins, souvent caricaturaux (*Image 7*) ; ainsi, cette visibilité médiatique du drag est effectuée à travers la performance du féminin par un homme cis gai, renforçant l'idée que ce sont les pratiques qui ont davantage de chance de fonctionner économiquement et médiatiquement pour les individus pratiquant le drag.



*Image 7 - Paloma dans une chronique de Quotidien, jouant le personnage de « Nefertiti »*

Cet exemple du tuck permet ainsi d'ouvrir la discussion sur la représentation qui est faite de la pratique du drag et de l'expression de genre au sein de l'émission. Le risque en visibilisant et valorisant davantage une pratique du drag ancrée dans une conception binaire du genre, c'est de continuer à maintenir une vision binaire du genre et d'invisibiliser la pluralité de ces expressions ; en effet, en tant que programme LGBT+, il est important que l'émission ne résume pas la perception du genre uniquement au masculin et au féminin. Cette pratique majoritaire du drag au sein de l'émission reste légitime, mais elle traduit également, à travers son manque de diversité, sa difficulté à s'affranchir d'une conception binaire du genre ; l'émission se veut subversive en mettant en scène des hommes cis performant le féminin, mais elle a du mal à se montrer subversive vis-à-vis de la notion du genre en elle-même. Cette version française tend à maintenir certains aspects d'une idéologie hétéronormative dominante (González & Cavazos, 2016), renforcée par la structure hétéronormative du média où elle est diffusée et qui incite les candidats à adopter une pratique du drag pouvant davantage leur permettre d'atteindre un certain succès médiatique et commercial (González & Cavazos, 2016; Workman, 2020). Les candidats à l'affiche de cette première saison française vont davantage performer le genre d'après une conception binaire, en misant davantage sur une performance de la féminité dans leur pratique du drag. En comparant cette version française avec d'autres versions de la franchise sorties la même année (2022), on peut constater une pratique du drag moins diversifié et davantage accentuée sur la performance du féminin. En effet, en comparant les finalistes de la première saison française (*Image 8*) et ceux de la quatrième saison britannique (*Image 9*), on constate que la version britannique affiche une pratique plus diversifiée et davantage détachée d'une conception binaire du genre.



Image 8 - Finalistes de la première saison française (2022) : Paloma, Soa de Muse et La Grande Dame



Image 9 – Finalistes de la quatrième saison britannique (2022) : Cheddar Gorgeous et Danny Beard

### 7.3) Synthèse de l'analyse interne : une visibilité partielle

L'analyse interne a cherché à comprendre le potentiel dont dispose Drag Race France comme catalyseur pour susciter l'intérêt des téléspectateurs et ouvrir un débat, une discussion ou une réflexion portant sur les thématiques abordées et visibilisées par l'émission, tel que le genre, la sexualité ou la race, en lien avec les communautés LGBT+ et le contexte français.

Les axes sélectionnés pour cette analyse interne ont davantage abordé des thématiques concernant la sexualité, la race et le genre, qui ne sont évidemment pas exhaustives quant à ce que l'émission propose et véhicule dans ces discours. L'émission s'identifie comme un programme LGBT+, souhaitant visibiliser plusieurs thématiques et enjeux qui ne se restreignent pas uniquement aux hommes cis gays. Toutefois, la visibilité de l'expression LGBT+ reste partielle en raison de leur présence majoritaire au sein du casting ; l'émission visibilisera principalement des enjeux se référant à ce groupe à partir des expériences et des vécus de ces candidats. L'émission tend à produire et renforcer des stéréotypes négatifs concernant l'homosexualité masculine, notamment avec la mise en scène du pit crew ; en effet, en plus de renforcer l'idée que la sexualité constitue une part importante de l'identité des candidats, l'émission met en scène un idéal masculin quant au désir que peuvent exprimer les hommes cis gays. L'émission produit également des archétypes concernant les candidats racisés et fait ainsi preuve d'une ambiguïté à les représenter lorsqu'elle choisit de les introduire en grande partie par le biais de leur origine et que cette dimension semble absente lorsqu'il s'agit de présenter les candidats blancs. L'émission dispose également de cette capacité à subvertir la notion de genre, à travers une pratique du drag majoritairement incarnée par des hommes cis performant et jouant avec les codes de la masculinité et de la féminité ; toutefois, Drag Race France a du mal à être subversive vis-à-vis de la notion du genre en elle-même, notamment en invisibilisant la pluralité du genre tel qu'elle peut exister au sein de l'expression LGBT+.

Cette difficulté à élargir la définition du genre, ainsi que les stéréotypes et les archétypes que véhiculent l'émission au sujet de la sexualité et de la race,

provient également du fait que Drag Race France reste encore une émission de télévision insérée dans une structure médiatique hétéronormative ; en ce sens, elle tend à maintenir certains aspects d'une idéologie hétéronormative dominante et à privilégier une représentation plus économique de l'expression LGBT+. Drag Race France cultive en ce sens une identité homonormative, dans la mesure où elle fait ressortir des valeurs hétéronormatives et des privilèges sociétaux à travers l'expression LGBT+ ; l'émission acquiert une valeur économique à travers la pratique du drag, que ce soit par les nombreux sponsors, les différents invités de l'émission, les spectacles et les tournées organisés après la diffusion de l'émission. L'identité homonormative, croisant plusieurs critères, tel que le genre, la race et la classe, reste politiquement et économiquement avantageuse à cultiver pour la franchise Drag Race en termes de marque. Afin de pouvoir maximiser ses capitaux financiers, sociaux et culturels, l'émission doit pouvoir maintenir et faire croître ses partenariats avec ces nombreux acteurs économiques, qui reste insérer dans une culture hétéronormative. L'expression du masculin reste économiquement privilégiée par rapport au féminin, montrant que le privilège masculin, incarné dans l'émission par la valorisation des performances de la féminité par des hommes cis gais, continue à se manifester pour cultiver certains avantages sociaux et économiques.

## 8) Analyse externe de l'émission Drag Race France

### 8.1) Contexte de production : enjeux médiatiques, économiques et politiques du drag

Cet axe a pour objectif d'entamer une réflexion sur le contexte de production de Drag Race France et de comprendre qu'au-delà du divertissement offert par le programme, d'autres enjeux peuvent se manifester quant à la volonté de France Télévisions à produire une émission ayant une thématique LGBT+. Cette visibilité de la pratique du drag pose également la question des intérêts que peuvent avoir les médias dans la médiatisation des subcultures LGBT+, ainsi que des effets produits sur la pratique du drag et des individus qui le pratiquent.

Il est intéressant de commencer par observer les politiques menés par France Télévisions quant à sa volonté de favoriser l'inclusivité et l'égalité tant au sein de son entreprise que dans les contenus produits et diffusés sur ses plateformes. C'est un élément qu'on peut observer directement à partir des engagements qui sont publiés publiquement sur le site du groupe France Télévisions, notamment lorsque Delphine Ernotte Cunci (présidente de France Télévisions) signe la Charte LGBT+ le 13 février 2023 où le groupe s'engage en collaboration avec l'association l'Autre Cercle (acteur français de référence pour l'inclusion des individus LGBT+ dans le monde du travail) à promouvoir davantage l'inclusion des individus LGBT+ au sein de l'entreprise et de continuer à lutter fermement contre les discriminations liées à l'orientation sexuelle et l'identité de genre.<sup>9</sup> Cet engagement se manifeste également dans la volonté d'afficher une meilleure représentation des thématiques LGBT+ au sein des différents programmes produits et diffusés par la chaîne. L'extrait du bilan publié sur le site de France Télévisions « Diversité et égalité des chances. Bilan de actions 2021 - Principaux objectifs 2022 »<sup>10</sup> témoigne de cette volonté :

---

<sup>9</sup> Guyon, N. (s.d.). France Télévisions signe de nouveau la Charte LGBT+. *France.tv&vous*. URL [consulté le 14 août 2023] : <https://www.francetelevisions.fr/et-vous/notre-tele/on-sengage/signature-du-renouvellement-de-la-charte-lgbt-15843>

<sup>10</sup> « Orientation sexuelle et identité de genre : Objectif 2022 » (p.25-27). France.tv. (s.d.). Nos engagements sociétaux. *France.tv&vous*. URL [consulté le 14 août 2023] : <https://www.francetelevisions.fr/groupe/nos-engagements/nos-engagements-societaux-169>

« Reconduire les partenariats avec L'Autre Cercle et TÊTU Connect et participer à l'IDAHOT 2022. Renouveler la signature de la charte d'engagement L'Autre Cercle (désormais tous les 3 ans). Faire du moins de juin, Le temps des fiertés ! à France Télévisions et communiquer sur l'orientation sexuelle et l'identité de genre. France Télévisions proposera des actions aux salariés et une programmation dédiée sur ses antennes. »

Cet extrait atteste de la volonté du service public à davantage promouvoir la diversité et une meilleure représentation de l'expression LGBTQ+, tant au sein de l'entreprise que dans le contenu proposé par la chaîne ; ainsi, Drag Race France est un programme qui s'inscrit dans cette politique menée par la chaîne afin de diversifier et mieux représenter les communautés LGBTQ+ au sein du paysage audiovisuel français. Toutefois, il est intéressant d'entamer une réflexion quant aux enjeux pouvant se manifester dans cette volonté à davantage promouvoir l'inclusivité au sein de la chaîne.

Les études subculturelles (*subcultural studies*), s'inscrivant dans le courant des études culturelles, peuvent nous aider à comprendre les effets produits par les liens entre la culture de masse et les subcultures (Palaz, 2022). Une subculture peut se définir de manière générale comme un groupe social, souvent marginalisé, qui dispose d'une forme et d'une structure suffisamment distinctives pour les rendre identifiables comme différents vis-à-vis des autres groupes sociaux et de la société ; en effet, ils sont regroupés autour de certaines pratiques, activités, valeurs et espaces territoriaux qui s'éloignent de ceux jugés conservateurs et reproduisant ou reflétant la culture dominante (Muggleton, 2007; Thornton, 1997a). À la différence du concept de contre-culture, le concept de subculture permet aussi de désigner des groupes ayant une position vis-à-vis de la culture dominante moins ouvertement politisée contre cette dernière (Muggleton, 2007). Ce champ d'étude n'a pas proprement étudié les subcultures LGBTQ+, mais il permet de porter une réflexion sur la nouvelle médiatisation des subcultures et des groupes marginalisés qui les composent, ainsi que leur récupération médiatique notamment à des fins économiques (Palaz, 2022). Cette récupération médiatique peut se manifester sous deux formes ; 1) premièrement,

la forme de la marchandise (*the commodity form*) où les subcultures sont transformées en biens marchands et économiques et incorporées au sein de l'hégémonie, notamment par la commercialisation et la transformation en produit de masse de leurs signes visibles et tangibles (esthétique, vêtement, musique, etc...) (Thornton, 1997a) ; 2) deuxièmement, la forme idéologique (*the ideological form*) où les groupes dominants redéfinissent les subcultures avec leurs propres normes, transformant ainsi leur potentiel subversif et politique en un produit de consommation de masse (Hebdige, 2005).

Drag Race France, mais plus largement la franchise, peuvent s'inscrire dans ces deux formes de récupération médiatique. Toutefois, les relations entre les médias et les subcultures ne doivent pas être considérées uniquement de façon dichotomique, en partant du principe que le potentiel subversif de ces communautés se retrouvent annihilé dans ce processus, ou que l'expression LGBT+ s'aligne aux normes hétéronormatives. Bien que les médias puissent produire des représentations hégémoniques, ces dernières ne sont pas consommées de manière passive par les individus au cœur de ce processus (Chow, 2017; Thornton, 1997b). Le groupe France Télévisions s'est effectivement approprié médiatiquement la pratique du drag, pouvant témoigner à la fois d'une volonté de promouvoir l'inclusivité des identités LGBT+, mais également de vouloir se distinguer des autres médias et d'acquérir une nouvelle audience ainsi que des profits économiques. Le choix de médiatiser la pratique du drag peut s'inscrire dans la volonté d'exporter un format qui a économiquement fait ses preuves, notamment aux États-Unis. En effet, Kondracki (2023) a montré que les productions audiovisuelles, notamment les télé-réalités, suivent des logiques de marché et que la plupart des formats télévisuels sont importés du marché américain, qui représente un indicateur important concernant les formats qui peuvent fonctionner commercialement et devenir des succès mondialisés sur le marché audiovisuel. La franchise Drag Race s'inscrit dans cette vision, car l'émission a acquis à présent un succès considérable aux États-Unis et le format s'est à présent exporté dans plusieurs pays du monde ; France Télévisions a ainsi pu saisir cette opportunité et le constat est positif, comme le témoigne ses propos se félicitant du succès

d'audience de cette première saison<sup>11</sup>. Cette médiatisation du drag et de l'expression LGBT+ profite à la chaîne, mais il faut également considérer le fait qu'elle puisse profiter aux drag queens qui y participent. En effet, cette nouvelle médiatisation amène d'énormes opportunités économiques pour les drag queens, leur permettant d'envisager une carrière viable, notamment pour les individus qui parviennent à participer à l'émission (Brennan & Gudelunas, 2017b). Les propos recueillis lors d'une interview de La Briochée et de Minima Gesté, une drag queen qui n'a pas encore participé à l'émission, témoignent des avantages économiques offerts par cette nouvelle visibilité médiatique, bien que les perspectives en termes de carrière restent encore rares pour les artistes drag<sup>12</sup> :

*La Briochée : « Moi j'ai commencé à obtenir mon statut d'intermittente à mon entrée au Cabaret de Madame Arthur qui s'est effectuée avant Drag Race. Donc moi j'avais quand même cette sécurité. (...) Mais effectivement, Drag Race a été un accélérateur, puisque plus de visibilité, donc plus de gens qui veulent nous faire travailler. »*

*Minima Gesté : « Je fais régulièrement effectivement des animations pour des entreprises. Très souvent pendant le mois des fiertés, parce que dans le mois des fiertés ça va être le mois où on va encore plus afficher nos revendications bien qu'elles ne sont pas tues durant le reste de l'année, mais c'est là où on va les porter encore plus. Et effectivement, j'ai beaucoup d'entreprise qui me « book », ça va être des énormes entreprises comme des plus modestes. Mais on a des entreprises du GAFAM comme des PME qui viennent nous chercher. (...) Et nous en tant que drag, on est souvent appelé comme les porte-paroles un peu de la communauté LGBT+ et moi c'est un rôle que je prends avec plaisir, effectivement d'amener le drag dans des entreprises. (...) »*

---

<sup>11</sup> France.tv. (s.d.). *Drag Rave France : Un succès d'audience et d'impact*. URL [consulté le 14 août 2023] : <https://www.francetvpro.fr/contenu-de-presse/40131324>

<sup>12</sup> Saltiel, F. (28 juillet 2023). *Drag Race France : comment la performance peut-elle sensibiliser ?*. *France culture*. URL [consulté le 2 août 2023] : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-temps-du-debat/drag-race-france-comment-la-performance-peut-elle-sensibiliser-2998264>

Ces propos servent à montrer que les médias ne sont pas nécessairement perçus comme une antithèse des subcultures et qu'il convient de ne pas ériger leurs membres en tant que victimes passives (Palaz, 2022). Les médias doivent être pris en compte dans l'analyse des subcultures, car bien qu'ils n'inventent pas ces groupes, ils peuvent contribuer à les développer, les façonner, redéfinir et réifier leur frontière (Thornton, 1997a, 1997b) ; les propos de La Briochée et Minima Gesté attestent de la capacité des médias à étendre les frontières de la pratique du drag en créant de nouvelles opportunités économiques pour les individus. Cette reconsidération est importante, car elle permet d'analyser les effets de la médiatisation des subcultures, sans systématiquement diaboliser les médias de masse et attribuer une relation uniquement dichotomique entre culture de masse et subculture. Cette reconsidération permet également de nuancer le potentiel subversif de certains groupes subculturels médiatisés ; en effet, il est important de pouvoir identifier leur caractère transgressif, sans pour autant chercher à le surestimer ou le romantiser (Bourcier, 2012).

Le drag est passé en quelques années d'une pratique marginale à un phénomène mainstream ; le concept d'homonormativité peut de nouveau être utile à mobiliser pour comprendre l'impact de cette nouvelle exposition médiatique sur le caractère transgressif et subversif de ces pratiques. Ce concept permet d'effectuer une analyse des processus d'intégration et de normalisation des identités LGBTQ+ au sein de structure hétéronormative, en cherchant à comprendre les effets produits sur ces dernières lorsqu'elles sont réappropriées à des fins économiques et commerciales (Palaz, 2022). Le concept d'homonormativité permet de décrire la capacité et la stratégie de certaines institutions à mener des politiques qui ne contestent pas les institutions hétéronormatives dominantes, mais qui contribuent à les maintenir en ancrant une culture LGBTQ+ dans des logiques de consommation ; ce processus d'intégration des communautés LGBTQ+ se produit dans le sillage des institutions hétérosexuelles, en réduisant leur caractère subversif et politique (*Ibid.*).

Le groupe France Télévisions participe à ce processus à travers la médiatisation du drag. Cette récupération médiatique, en plus de constituer un marqueur de modernité et du progrès de la chaîne, contribue dans une

perspective économique à élargir davantage le spectre de leurs spectateurs. À ce sujet, Eve Ng (2013) a analysé et mis en avant les effets du « gaystream » par la chaîne Logo aux États-Unis, qui consiste en une stratégie marketing visant à cibler une audience au-delà des communautés LGBT+ afin d'atteindre des téléspectateurs hétérosexuels. Cette stratégie s'inscrit dans un contexte social et économique où il devient pertinent de s'aligner sur les discours universels des droits des individus LGBT+, sans s'intéresser aux spécificités de leurs luttes et de leur histoires (Ng, 2013). La production de programmes LGBT+ à destination d'un plus large public crée des contenus culturels homonormatifs célébrant une plus grande inclusion des communautés LGBT+ dans la société, tout en atténuant et invisibilisant les revendications politiques les plus radicales ainsi que les individus et les communautés les plus discriminés (*Ibid.*). C'est un constat que Minima Gesté admet également dans une interview lorsqu'un journaliste lui demande si Drag Race France « *serait justement un peu trop politiquement correct ou trop édulcoré* » :

Minima Gesté : « *Je le partage à moitié. Mais je pense que c'est un mal pour un bien, où effectivement dans le paysage drag français, il est plus politisé qu'il ne l'est à la version télé. Mais je pense qu'on a besoin de se lisser un petit peu, et encore je ne sais pas si le terme est correct (...)* La Briochée, on voyait ta poitrine en première épisode de saison 1 sur une chaîne publique. Voir la poitrine d'une personne trans, d'une femme trans sur le service public, c'était phénoménale. (...) Et entendre tous ces discours forts de Lolita Banana qui annonce sa séropositivité. Finalement ce n'est pas si lisse que ça et c'est juste que ça nous permet ensuite d'attendre un public pour ensuite exploser et exposer toutes nos revendications qui sont bien plus ferme. »<sup>13</sup>

Cette médiatisation du drag peut avoir pour effet d'atténuer le caractère subversif de cette pratique, du moins à l'écran, dans le but d'acquérir une visibilité médiatique et d'atteindre un public plus large ; toutefois, cela n'atténue pas nécessairement les convictions plus subversives et l'agentivité des drag queens dans leur pratique quotidienne du drag, comme le résume bien Minima

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

Gesté dans l'extrait. Ce phénomène pose également la question de savoir à quelles conditions la parole des drag queens et des artistes LGBT+ est médiatiquement visible au sein de l'espace public et des structures hétéronormatives. Le risque étant que cette pratique médiatisée du drag ne soit réduite au seul champ du divertissement et que d'autres enjeux, plus politiques et militants, soient amoindris ou invisibilisés ; c'est une réflexion que soulève également Mario Cazaux (doctorante en histoire de l'art et chercheuse sur les pratiques performatives queers de 1980 à nos jours), lors de l'interview menée avec La Brioché et Minima Gesté, concernant le « *risque que toute cette ouverture mainstream dénature un petit peu les origines du mouvement* » :

Marion Cazaux : « *Alors, bien sûr. Il y a aussi le côté de la capitalisation où certains et certaines artistes peuvent faire le choix de lisser un peu plus leurs pratiques, d'aller vers des lieux plus mainstream, des lieux plus hétérosexuels aussi. Aussi, parce que maintenant que ça devient un peu plus connu sur la scène nationale, il y a par exemple des comités d'entreprise qui vont aller chercher des artistes drag pour animer des soirées.* »<sup>14</sup>

Enfin, dans un contexte qui voit également une montée des mouvances réactionnaires, homophobes et transphobes en France, cette nouvelle visibilité accrue des personnes LGBT+ dans les médias expose ces communautés à davantage de violence. Cette nouvelle visibilité expose également les drag queens à de violentes réactions, notamment avec l'exemple cité par le journaliste au sujet des attaques perpétrées à l'égard des drag queens qui animent les ateliers de lecture pour enfants dans les bibliothèques (*Image 10*) ;

François Saltiel : « *Pour résumer, c'était une plainte d'ailleurs que vous portez contre Reconquête, suite à un tract contre la propagande LGBTQ+. D'ailleurs ce n'était pas forcément un événement auquel vous aviez participé, mais il s'avère que c'est votre image qui avait été reprise dans le cadre de ces militants d'extrême droite qui dénonçaient une sorte de propagande auprès des enfants. Parce que depuis très*

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

*longtemps il y a aussi, c'est très fréquent, de voir des drags qui sont bookés pour raconter des histoires à des enfants. Ça fait plusieurs années que ça existe, et là ça a suscité un problème. »*

*La Briochée : « Oui, ça fait plusieurs années que ça existe. Mais là tout d'un coup ils sont en train de se réveiller en prenant conscience qu'on existe. Et parce qu'enfaite je pense que ces gens-là sont en train de se rendre compte que les personnes queer et les personnes LGBTQIA+ sont beaucoup plus proches d'elles sur un plan autant géographique qu'humain que ce qu'ils n'imaginent. (...) Parce qu'ils imaginaient qu'on était encore parqué dans nos quartiers, dans les Marais, tous les quartiers gais qu'il peut y avoir dans chaque ville. Et je pense que ces gens-là avaient encore cette idée-là et avait encore cette image de cet entre-soi qu'on cultivait, qui n'est enfaite plus du tout la réalité. Et je pense que c'est cette réalité-là qu'ils ont beaucoup de mal à digérer et qui du coup, essaye d'une manière ou d'une autre de nous faire payer avec beaucoup d'agressivité et surtout beaucoup de diffamation, de mensonges et de désinformations. »<sup>15</sup>*



*Image 10 – Atelier de lecture pour enfants donné par des drag queens dans les bibliothèques*

---

<sup>15</sup> *Ibid.*

Cet exemple montre les risques auxquels peuvent être exposées les drag queens lors de leur pratique plus quotidienne du drag ; cette nouvelle visibilité médiatique s'accompagne d'une exposition à des groupes qui sont opposés aux formes d'expression LGBT+, et qui vont ensuite instituer les drag queens comme des représentantes générales de ces communautés. Drag Race France, en étant diffusé sur le service public, produit de nouvelles figures médiatiques de l'expression LGBT+, notamment à travers la diffusion de discours se rapportant à une partie de ces enjeux ; ainsi les drag queens deviennent, par le biais de l'émission, les formes tangibles les plus médiatisées et les plus visibles de l'expression LGBT+. Cela permet de faire le lien avec le dernier axe, qui permettra d'aborder les enjeux que soulèvent ces nouveaux rôles attribués aux drag queens avec la diffusion de l'émission ; en effet, elles seront amenées à être davantage considérées comme des représentantes des communautés LGBT+, avec les enjeux et les risques que cela entraîne. Ainsi, il existe une tension entre le fait que cette récupération médiatique et cette nouvelle visibilité puissent lisser dans le contenu de l'émission une partie du caractère subversif et politique du drag, mais qu'en même temps, hors du cadre de l'émission, les individus pratiquant le drag se retrouvent davantage exposés et confrontés dans l'espace public à des situations revêtant des enjeux sociétaux et politiques auxquels ils doivent faire face plus frontalement.

## 8.2) Paloma : nouvelle porte-parole médiatique de l'expression LGBT+

Drag Race France produit des effets qui s'étendent au-delà des frontières de l'émission et va notamment ériger certaines drag queens en tant que nouvelles figures médiatiques de l'expression LGBT+ ; ce dernier axe entamera une réflexion sur le statut qu'elles vont acquérir vis-à-vis des communautés LGBT+. Il s'agira notamment d'observer la médiatisation de Paloma, la première « grande reine du drag français », ainsi que les prises de paroles qu'elle peut avoir dans les médias au sujet des communautés LGBT+. Le choix de se concentrer sur Paloma est motivé par la notoriété importante qu'elle a acquise en comparaison des autres candidats après sa victoire ; de même, empiriquement Paloma est régulièrement apparue sur des plateformes très médiatisées, rendant l'observation et l'analyse des discours plus réalisables. Paloma est érigée en tant que nouvelle figure médiatique française de l'expression LGBT+, un statut pouvant se pérenniser dans le paysage médiatique français ; ainsi, il est intéressant de comprendre la légitimité que peut avoir Paloma à incarner ce rôle de représentante des communautés LGBT+. En mobilisant des notions relatives à l'étude des mouvements sociaux, il s'agira de comprendre comment Paloma peut bénéficier de cette nouvelle visibilité médiatique pour revendiquer des enjeux relatifs à l'expression LGBT+.

L'exemple ci-dessous est une illustration du propos développé dans cet axe, qui permet de constater le rôle qui est attribué à Paloma :

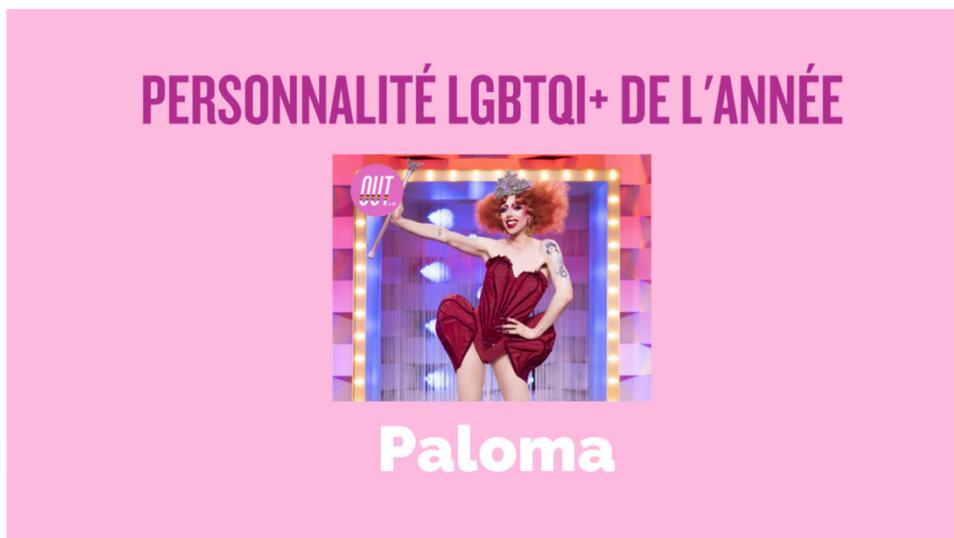


Image 11 – Paloma a été élue « Personnalité LGBTQI+ de l'année » par l'AJL

Paloma a été élue personnalité LGBT+ de l'année le 18 juin 2023 par l'AJL (Association des journalistes lesbiennes, gays, bi.e.s, trans et intersexes). L'association l'a élu en raison des prises de paroles engagées en faveur des communautés LGBT+ ; ainsi, on constate qu'il existe médiatiquement une glorification de Paloma en tant que représentante de ces communautés. Toutefois, il reste intéressant d'observer directement les discours qu'elle peut formuler à l'égard de cette nouvelle notoriété et de ce statut de porte-parole. Le choix des discours a été porté sur des apparitions médiatiques de Paloma peu de temps après la diffusion de la finale de l'émission (11 août 2022), une fois qu'elle a été couronnée ; cela correspond à une période où Paloma a été fortement sollicitée par différents médias qui relayaient l'information, ainsi que le succès de l'émission. Plusieurs extraits d'interviews, issues de différents médias, ont été sélectionnés et seront utilisés dans l'analyse de cet axe.

*Extrait 1 - Paloma : « Qu'est-ce que c'est une drag queen ? Pour moi une drag queen avant tout, c'est une porte-parole. Historiquement les drag queens elles étaient des porte-drapeaux pour la communauté dans les manifestations. Elles étaient là pour divertir tout en transmettant des messages importants. La télévision, notamment Drag Race, les a rendu... on a fait des pop stars, mais au départ c'est des personnages politiques les drag queens. »*

(...)

*Paloma : « Je m'attendais pas à un tel engouement. (...) Voilà pour moi c'est ça l'intérêt du programme, au-delà de nos petites histoires personnelles et de nos ambitions personnelles, parce qu'évidemment c'est une compétition, on a des enjeux professionnels, toutes, on va pas se le cacher. Mais l'enjeu qui est plus fort que nous, plus important, c'est d'éveiller les consciences, d'éduquer sur ces questions-là et puis tout simplement d'être visible, d'occuper l'espace public. On existe, on est... les LGBTQUIA+, les queers, on est là depuis très longtemps et pour la première fois en France, on a une plateforme sur le service public, à une heure presque de grande écoute et voilà, c'est historique. »<sup>16</sup>*

---

<sup>16</sup> France Inter. (14 août 2022). « Être drag-queen, c'est comme un costume de super-héros ». URL [consulté le 3 août]: <https://www.youtube.com/watch?v=UWcTbwUZQxs>

Il est intéressant de constater dans ce premier extrait (*Extrait 1*) que Paloma prône un discours faisant ressortir la vocation militante et politique du drag, notamment vis-à-vis de l'expression LGBT+ ; de même, elle mobilise des pronoms (« on », « nous ») qui la positionne en tant que porte-parole médiatique des communautés LGBT+. Paloma devient une figure médiatique et publique de l'expression LGBT+ ; cette ascension et ce nouveau statut sont dus à la forte médiatisation du programme, qui met certes en avant le divertissement et la compétition, mais qui visible également des discours issus d'une partie des communautés LGBT+. Ses prises de paroles permettent de mettre en lumière les effets produits par la médiatisation du drag ; en effet, en tant que gagnante de l'émission, Paloma se retrouve investie d'une visibilité qui dépasse le simple cadre de l'émission. En raison du manque de visibilité des communautés LGBT+ dans les médias, Paloma, ainsi que les autres drag queens, affichent une présence médiatique et se retrouvent à représenter ces communautés ainsi que leurs enjeux. Ces interviews montrent qu'il est difficile de dissocier la pratique du drag, et le succès de Drag Race France, avec les enjeux ayant trait aux communautés LGBT+. La question qu'on peut se poser est de savoir si cette visibilité médiatique croissante du drag, amenant ces drag queens à s'ériger en porte-drapeau de l'ensemble des communautés LGBT+ en France, légitime ce statut.

Les notions développées dans cette analyse permettent d'opérationnaliser l'idée que les mouvements LGBT+ sont constitués de plusieurs groupes hétérogènes, incluant les drag queens de l'émission, ayant chacun leurs propres identités et revendications. Or cette multiplicité n'empêche pas ces groupes de s'identifier à travers une *identité collective* commune et de visibiliser et défendre les causes de mouvements plus larges (Flesher Fominaya, 2010). La notion d'identité collective s'inscrit dans une longue tradition de recherche en sociologie, émergeant en tant qu'objet d'étude à partir des années 1970, et permet de mettre en évidence les processus permettant aux individus de se constituer un groupe en faisant sens commun (Voegtli, 2009). Cela permet d'analyser les mouvements sociaux, tout en appréhendant la multiplicité des acteurs qui les composent, et de mieux saisir leurs objectifs et leur image publique. C'est une notion polysémique englobant principalement deux

dimensions ; 1) une « catégorie de la pratique » considérée comme un processus de différenciation et de légitimation d'un groupe social, qu'utilise des individus en vue de construire un mouvement, de s'y identifier et de se distinguer d'autres mouvements sociaux ; 2) une « catégorie scientifique » considérée comme un processus permettant d'analyser la constitution d'un mouvement et de comprendre ses délimitations et les mécanismes de solidarité qui s'y déploient, les principes lui permettent de se constituer et de se maintenir, ainsi que les liens que construisent les individus à l'intérieur (solidarité, cohésion) (Voegtli, 2009). L'usage de cette notion dans ce travail a pour but de comprendre comment les drag queens parviennent, dans leurs discours médiatiques, à faire ressortir les processus d'identification, d'appartenance et de démarcation à des mouvements sociaux plus larges, tel que les communautés LGBTQ+.

Flesher Fominaya (2010) mobilise la notion d'identité collective afin de fournir des pistes de recherche sur la façon de comprendre ce qui permet à différents individus de devenir une entité collective et de s'identifier en tant que membres d'un mouvement social<sup>17</sup> ; le texte ne fournit pas de définition consensuelle du terme, mais s'attarde sur les multiples aspects de cette notion. Un de ces aspects implique la capacité d'un collectif à se distinguer de « l'autre » et d'être reconnu par ces « autres » en tant que collectif ; en effet, la caractéristique centrale de la formation d'une identité collective est le travail de délimitation (*boundary work*) opéré entre ce que « nous sommes » et ce que « nous ne sommes pas », vis-à-vis d'autres mouvements sociaux, collectifs et même de façon interne, entre les individus d'un même collectif, notamment à travers les points communs et les différences (Flesher Fominaya, 2010). Ce travail de délimitation, dépendant évidemment du contexte, regroupe toujours l'idée d'un besoin de reconnaissance pour pouvoir s'affirmer en tant que collectif. Ce processus de reconnaissance a également été abordé par Bourdieu (1980) ; en effet, l'acte de catégorisation, lorsqu'il parvient à se faire reconnaître ou qu'il est exercé par une autorité reconnue, institue une réalité « *en usant du pouvoir de révélation et de construction exercé par l'objectivation dans le*

---

<sup>17</sup> L'auteure opère une distinction entre « groupe » et « mouvement » ; en effet, à l'intérieur d'un mouvement, il peut exister plusieurs groupes disposant de leur propre identité collective « de groupe » (comme l'exemple qu'elle donne sur l'appartenance des femmes trans- au mouvements féministes) (Flesher Fominaya, 2010).

*discours.* » (Bourdieu, 1980). Ainsi, exister socialement, c'est également être perçu et surtout perçu comme distinct (Bourdieu, 1980).

Il peut exister une hétérogénéité à l'intérieur d'un même collectif et les individus ne doivent pas nécessairement être en parfait accord sur les idéologies, les croyances, les intérêts ou les objectifs afin de se rassembler et de générer une action collective et de se former en tant que collectif. La formation d'un collectif et d'une identité collective, doit être négociée et construite à travers des interactions partagées et répétées, en tenant compte des identités personnelles et individuelles de chaque membre (Flesher Fominaya, 2010). Certains mouvements définissent leur identité collective en termes de diversité, d'hétérogénéité et d'inclusivité partant du principe qu'il existe en leur sein une multiplicité des identités collectives, rejetant par principe la « pureté idéologique » et les identités figées ; même une forte loyauté envers un groupe spécifique et l'existence de certains intérêts contradictoires n'empêchent pas le développement d'une identité collective au niveau d'un mouvement (*Ibid.*). Toutefois, il est important de revenir sur ce qui constitue également leur unité, ou du moins le principe permettant aux individus d'être définis et rattachés à un collectif commun ; les notions de « collectivisation », « procédure d'individuation » et « configuration triadique des collectifs » développées dans le texte de Laurence Kaufmann (2010) permettront de compléter cette réflexion.

La notion de « collectivisation » permet d'expliquer la configuration des collectifs et l'identification de différents individus en tant que membre d'un même mouvement ; elle repose sur l'unification de la pluralité des intérêts et des volontés, à partir d'une ressemblance, et à les généraliser en un vouloir en commun (Kaufmann, 2010). Cette unification repose sur la subordination à un principe directeur commun qui permet de « faire collectif », variant en fonction des collectifs. Les candidats de Drag Race France « font collectif » avant tout à partir de la mise en commun de leur pratique, aussi pluriel soit-elle, du drag, ne traduisant pas nécessairement l'engagement que manifestent les candidats en dehors de l'émission (plus militant parfois). Or ils sont également amenés à faire collectif à travers leur appartenance aux communautés LGBTQ+, un élément qui

est non seulement retranscrit dans l'émission à travers une identification construite sur des expériences, des vécus et des enjeux communs aux communautés LGBT+, mais également à travers les discours que va avoir Paloma dans ces différents extraits (*Extrait 2 ; Extrait 3*).

*Extrait 2 - Paloma : « (...) C'est la victoire aussi des marginaux, des gens qui luttent pour être visible. Et là tout d'un coup moi j'ai ce pouvoir, ce devoir et cette chance de pouvoir parler au nom de tout le monde, même si personne ne me l'a demandé, mais on n'est pas tant que ça à avoir un micro pour parler de ces questions-là. J'ai envie d'utiliser cette place et ce pouvoir qui m'est donné pour servir de porte-parole, de modèle, en tout cas de représentation tout simplement. Moi j'avais 11 ans, je regardais la télé, je n'avais pas de représentation. Bon bah peut-être que je peux être cette représentation pour toute une génération qui n'en n'a pas. »<sup>18</sup>*

*Extrait 3 - Paloma : « (...) Et oui, c'est la première fois que j'ai la parole en tant qu'artiste queer. Jusqu'à présent, comme vous l'avez dit, j'étais appelé pour faire la « folle ». Maintenant ma parole a de la valeur et je pense que c'est important aussi que les choses soient racontées par les personnes concernées. »*

Journaliste : *« Est-ce que vous vous attendiez justement à ce que ce rôle-là de prendre la parole vous soit confié, donné ? Est-ce que parfois c'est un peu trop lourd à porter ? Et qu'est-ce que vous vous avez envie de dire avec cette parole-là ? »*

Paloma : *« Lourd à porter ? Oui ça l'est parfois, parce que je le dis tout le temps, mais j'ai gagné, j'ai participé à Drag Race pour moi au départ parce que je me suis dit « c'est une opportunité incroyable pour ta carrière ! ». J'avais pas réalisé que j'allais devenir un personnage public queer. Et fatalement, quand on gagne une émission comme ça qui est très médiatisée, bah on est très en lumière et moi je me suis retrouvé à devoir parler pour moi, mais aussi pour*

---

<sup>18</sup> Rosala, A. (1 septembre 2023). Paloma, reine de Drag Race France. *Le Parisien*. URL [consulté le 4 août 2023]: <https://www.youtube.com/watch?v=LR24bNf7S6k>

*toute une communauté qui n'avait pas la parole ou très très peu. Enfin, en France on était très en retard sur ces questions-là. Dans les médias, il y a très peu de gens qui parlent de leur identité de genre ou de leur sexualité. Et de fait on va me parler tout autant de ma sexualité que de mon travail. Et parfois, il y a des jours où je viens travailler et je me dis que j'aimerais bien être considéré comme un artiste et ne pas devoir représenter tout ça. »<sup>19</sup>*

Pour faire collectif, l'opération interne de collectivisation doit être complétée par une opération externe « d'individuation ». L'existence d'un collectif dépend fondamentalement de sa reconnaissance, qui passe par un « Nous » devant être reconnu comme un « Ils » ou un « Eux » homogène par des instances externes qui le pourvoient d'une identité et l'appréhendent comme un collectif distinct (Kaufmann, 2010). Ce processus d'individuation est fluctuant et dépend du contexte, car cette identification externe dépendra de l'interaction qu'aura un collectif avec d'autres collectifs pour être appréhendé comme un « Nous », ou également permettre au collectif de s'affirmer en tant que « Nous » (*Ibid.*). Ce principe de reconnaissance peut s'observer de plusieurs façons dans le cas de Drag Race France. Il y a tout d'abord les félicitations de Paloma et du succès de l'émission par la classe politique, comme mentionné au début de ce travail, avec notamment des personnalités politiques comme Olivier Bianchi (le maire de Clermont-Ferrand) ou Isabelle Rome (ministre déléguée chargée de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et de l'Égalité des chances). Ces interventions montrent la reconnaissance des drag queens, par des membres politiques, en tant que représentantes des communautés LGBTQ+ ; cela met en avant l'importance des rôles que peuvent actuellement endosser (volontairement ou pas) les drag queens dans les enjeux relatifs aux communautés LGBTQ+. En effet, les drags queens tendent à acquérir, via leur forte médiatisation, un statut privilégié dans la communauté LGBTQ+ (McCormack & Wignall, 2021). Enfin, la visibilité médiatique de Paloma au sein de grandes chaînes d'informations et médiatiques attestent de la reconnaissance que donnent ces médias aux drag

---

<sup>19</sup> France 24. (26 juin 2023). Hugo Bardin, drag queen : « Le drag, c'est du poil à gratter » - FRANCE 24. URL [consulté le 4 août 2023] : [https://www.youtube.com/watch?v=ihHNEL\\_ox5o](https://www.youtube.com/watch?v=ihHNEL_ox5o)

queens en leur permettant de prendre la parole au nom des communautés LGBT+.

Dans le prolongement de cet axe, il faut aussi revenir à la définition même de ce qu'est un « Nous », à travers la notion de « configuration triadique des collectifs » ; une notion importante lorsqu'on s'intéresse à n'importe quelle forme de collectif et constituant la structure grammaticale de base des collectifs (Kaufmann, 2010). Le « Nous » se définit comme « *une unité relationnelle qui est constituée par l'alliance constitutive entre un Je et un Tu.* » (*Ibid.*). Ce « Nous » se déploie au sein d'une configuration triadique ; en effet, il faut que le « Je » et le « Tu » se définissent en référence à un tiers qui est le fondement même de leur unification en « Nous ». Cette co-référenciation à un tiers commun lie les individus à un « Nous » sous une identité commune en les amenant à se reconnaître en tant que membres d'une totalité collective qui désormais les transcendent. Cette configuration triadique est au cœur de l'ontologie des collectifs ; en effet, la transformation du « multiple en un » par la désignation conjointe d'un « monde tiers » constitue un véritable processus de totalisation, permettant à des individus de se produire et de s'auto-constituer en tant que collectif (*Ibid.*). La configuration triadique peut ainsi être utile pour comprendre comment Paloma, et les différents candidats, peuvent s'identifier dans leurs discours aux communautés LGBT+. En effet, ce qui va avant tout amener ces différents individus à s'unir et s'identifier en tant que collectif, c'est la constitution d'un « Nous » par rapport à un tiers extérieur, qui peut être symbolisé par une forte marginalisation, stigmatisation et rejet de certains mouvements sociaux à leur égard, en tant qu'individu LGBT+. Il y a également le manque de représentation médiatique significative pour visibiliser certains enjeux relatifs à ces communautés. Le fait que les drag queens deviennent également les nouvelles cibles de certains opposants et de multiples attaques à leur encontre (*Extrait 4 ; Extrait 5*), en reprenant l'exemple des lectures drag pour les enfants, depuis la diffusion de l'émission montrent qu'elles sont affiliées aux communautés LGBT+ et ont une nécessité de devoir mettre en avant certains enjeux liés à ces communautés.

*Extrait 4 - François Saltiel : « Voilà ça c'étaient souvent les critiques qui viennent justement des opposants en parlant de prosélytisme, en mélangeant d'ailleurs la reconversion, le drag, le genre... voilà on est dans un énorme amalgame. Marion Cazaux, c'est quoi justement la sociologie de ces gens qui s'opposent à ces rencontres entre les enfants et les drags ? »*

*Marion Cazaux : « Alors ça va être principalement des catholiques intégristes, des militants zemmouristes, des identitaires, des royalistes. Alors majoritairement des hommes blancs, cis-hétérosexuels. La France s'attaque aujourd'hui aux artistes drag et ça rentre en écho avec les attaques qui sont le cas depuis quelques années aux États-Unis. Notamment, l'an dernier, il y a eu une fusillade au Club Q, qui a fait 5 morts et 18 blessés. Quelques mois après le groupe Proud Boys, qui est une sorte de milice d'extrême droite, a déclaré qu'ils feraient la guerre avec des armes contre toutes les personnes LGBT+ et tous les drags. Et enfaite on voit dans leur discours, tant aux États-Unis qu'en France, il va y avoir un amalgame entre personnes LGBT+, drag, et personnes trans particulièrement, où dans le même texte ils vont parler d'artistes drag, de menace transgenre, d'écriture inclusive et de propagande LGBT. (...) On a vraiment beaucoup d'attaque en France. Il y a eu évidemment La Briochée. On a eu aussi une attaque à Lombale, à Toulouse où le show de Shanana Banana a été annulé. À Paris, plusieurs lectures drag ont été attaquées par l'extrême droit. Enfaite pour eux, ils vont essayer de sauver les enfants en venant à 20 ou 30 maximum. Tout habillé en noir avec leur lunette de soleil pour pas qu'on les reconnaisse, et en faisant des postures ultra virilistes, ultra menacent pour menacer les parents qui pour eux mènent leurs enfants à la perte. Et les artistes drag également, où parfois ils s'infiltrèrent dans le public, pour au milieu de la lecture sortir leur discours de pseudo-protection des enfants. Et enfaite c'est plus eux qui terrorisent les enfants que les artistes drag. »<sup>20</sup>*

---

<sup>20</sup> Saltiel, F. (28 juillet 2023). Drag Race France : comment la performance peut-elle sensibiliser ?. *France culture*. URL [consulté le 2 août 2023] : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-temps-du-debat/drag-race-france-comment-la-performance-peut-elle-sensibiliser-2998264>

*Extrait 5 - Journaliste : « (...) Une marche des fiertés placée cette année sous un mot d'ordre déplorant les violences pour tous. On est en 2023, 10 après le Mariage pour Tous. Long est encore le chemin là-dessus ? »*

*Paloma : « Oh oui, c'est encore loin d'être gagné. On avance petit à petit, je pense que c'est des petits pavés qui sont mis les uns après les autres. Drag Race a notamment beaucoup participé à cette visibilité. Mais oui, il y a une recrudescence d'un état d'esprit un peu réactionnaire, un peu conservateur. Je pense que nos détracteurs sont plus verbaux et ont moins en moins peur de l'être. Donc on a d'autant plus de raisons d'être visibles, d'être présents et de représenter. »<sup>21</sup>*

La notion « d'entité bi-faciale » peut aider à synthétiser la manière dont les drag queens peuvent s'identifier, dans le paysage médiatique français, comme des représentantes des communautés LGBTQ+. C'est une notion qui permet de comprendre comment un collectif peut constituer une entité « bi-faciale », c'est-à-dire une entité à la fois multiple et unitaire, en fonction de la manière dont il est appréhendé et de la description, externe ou interne, effectuée à son sujet. En effet, lorsque les drag queens sont appréhendées par des instances externes (d'autres collectifs, des médias, des spectateurs non-initiés à la culture drag ou de la société), elles sont présentées et renvoyées à un mouvement social homogénéisé à partir de leur identification aux communautés LGBTQ+ (Kaufmann, 2010). Cette identification externe peut voiler la divergence des opinions et des intérêts particuliers des différents individus qui composent les mouvements LGBTQ+ ; or, lorsque ces mouvements sont appréhendés depuis l'intérieur, ils dépeignent une réalité qui est irrévocablement multiple (*Ibid.*). Il faut être conscient que Drag Race France ne visibilise qu'une réalité partielle des communautés LGBTQ+, notamment avec une surreprésentation des hommes cis gays, contribuant à fausser le regard et l'identification externe qui peut en être faite ; bien que l'émission progresse en ce sens, notamment avec une meilleure inclusion des candidats trans au sein de la franchise depuis quelques années.

---

<sup>21</sup> France 24. (26 juin 2023). Hugo Bardin, drag queen : « Le drag, c'est du poil à gratter » - FRANCE 24. URL [consulté le 4 août 2023] : [https://www.youtube.com/watch?v=ihHNEL\\_ox5o](https://www.youtube.com/watch?v=ihHNEL_ox5o)

L'exemple du casting de Drag Race France montre qu'il existe une multiplicité tant au sein des individus pratiquant le drag qu'à l'intérieur des mouvements LGBTQ+ ; en effet, l'émission accentue également la distinction des candidats à travers leur construction narrative autour des notions de genre, de sexualité et de race.

La volonté de Paloma de vouloir s'instituer comme une porte-parole des communautés LGBTQ+ témoigne de la capacité de certains mouvements à se définir en termes de d'hétérogénéité et d'inclusivité ; même en ayant une forte loyauté envers la pratique du drag, cela ne l'empêche pas de développer une identité collective se référant au mouvement LGBTQ+. C'est un rôle qu'elle s'octroie et qu'elle ne réfute pas, car elle a une prise de conscience que les drag queens deviennent actuellement des figures médiatiques en France, notamment grâce au succès d'une émission comme Drag Race France. Les drag queens occupent un espace médiatique et acquièrent une nouvelle visibilité qui peut leur permettre justement de faire usage de ces plateformes pour visibiliser des enjeux relatifs aux différentes communautés LGBTQ+.

### 8.3) Synthèse de l'analyse externe : une visibilité médiatique

L'analyse externe a cherché à montrer les effets que produit Drag Race France hors de l'émission, en prenant en compte la dimension spatiale et les différentes modalités de réception au sein du paysage médiatique français. Drag Race France dispose, en tant que télé-réalité, d'un potentiel à étendre ses frontières dans un environnement médiatique et public plus large, et d'être investis de multiples façons par différents groupes sociaux. Ainsi, l'émission détient plusieurs dimensions ; économique, car la série est aussi perçue comme un produit marchand ; collective et sociale, dans la mesure où les discours produits s'insèrent dans des enjeux sociaux, médiatiques, économiques et politiques, et expriment des positions idéologiques qui suscitent des tensions dans l'espace public ; spatiale, car elle se prolonge sur d'autres espaces médiatiques (presse, émissions de télévision et de radio, réseaux sociaux, forums, etc...).

L'analyse a montré que cette pratique médiatisée du drag s'accompagne d'une plus grande visibilité de l'expression LGBT+, en montrant que la production et la diffusion de l'émission font partie d'une volonté de France Télévisions à promouvoir l'inclusivité et être plus représentatifs vis-à-vis des minorités dans les contenus proposés ; toutefois, cette volonté peut également être motivée par des enjeux économiques. Cette capacité qu'ont les médias, dont France Télévisions, de s'approprier médiatiquement des groupes subculturels afin de les transformer en un produit de consommation de masse, peut contribuer à lisser leur potentiel subversif et politique et participer également au processus d'incorporation des communautés LGBT+ au sein de structure hétéronormative et hégémonique. Cette récupération médiatique et la production de contenus culturels homonormatifs célébrant une plus grande inclusion des communautés LGBT+ à destination d'un plus large public, notamment un public hétérosexuel, contribue à atténuer et invisibiliser les revendications politiques les plus radicales et subversives. Cette stratégie s'inscrit dans un contexte social et économique où il devient pertinent de s'aligner sur les discours universels des droits des individus LGBT+, sans s'intéresser aux spécificités de leurs luttes et de leurs histoires. L'émission dispose d'un potentiel économique important et

d'une capacité à accroître et élargir davantage le spectre des téléspectateurs ; toutefois, ce potentiel économique concerne également les candidats, qui perçoivent Drag Race France comme une opportunité d'ascension dans leur carrière d'artiste. Cette nouvelle visibilité amène également un risque que cette pratique médiatisée du drag ne soit réduite au seul champ du divertissement et que d'autres dimension soient amoindries ou invisibilisées, notamment les enjeux et les causes plus politiques et militantes. Or, cette nouvelle visibilité accrue des personnes LGBT+ dans les médias expose également les drag queens à de nouveaux phénomènes violents ; elles deviennent par le biais de l'émission les représentantes les plus visibles de l'expression LGBT+, les amenant au sein de l'espace publique à se positionner comme de nouvelles cibles pour des groupes réactionnaires et opposés à ces formes d'expression.

L'analyse a également montré que Drag Race France va produire de nouvelles figures médiatiques, qui seront établis comme des représentantes des communautés LGBT+ ; en raison du manque de visibilité médiatique de ces communautés, les drag queens affichent une présence qui leur donne accès à une nouvelle façon de partager leurs discours et de représenter leurs enjeux. Paloma, notamment après sa victoire dans cette première saison, est régulièrement apparue sur d'autres plateformes et érigée en tant que nouvelle figure médiatique française de l'expression LGBT+. Elle se retrouve investi d'une parole et d'une visibilité qui s'étendent au-delà des frontières de l'émission et les interviews qu'elle a pu mener attestent de la difficulté à dissocier le drag et le succès de Drag Race France avec les enjeux relatifs aux communautés LGBT+. Les drag queens, en tant que groupe hétérogène constitué d'une multitude individus, tendent à être présentées et renvoyées à un mouvement social homogénéisé à partir de leur identification aux communautés LGBT+ ; une identification pouvant voiler la divergence des opinions et des intérêts particuliers qui les composent. L'analyse a montré que la multiplicité qui caractérise les mouvements LGBT+ n'empêche pas Paloma d'incarner un rôle de représentante pour visibiliser et défendre les causes et les enjeux de ces mouvements ; les individus ne devant pas nécessairement être en parfait accord sur les idéologies et les intérêts afin d'œuvrer à des enjeux communs.

Bien que les drag queens disposent de leur propre identité de groupe au sein des communautés LGBTQ+, l'unification autour de ces mouvements est renforcée par la dimension narrative de l'émission, qui construit un récit centré autour des histoires biographiques des candidats et de leurs expériences communes en tant que drag queens, mais également en tant qu'individus issus des communautés LGBTQ+ ; certains mouvements définissent une identité collective à travers la diversité et l'inclusivité, tout en tenant compte des singularités de chaque individu. Paloma occupe ce rôle de porte-parole médiatique des communautés LGBTQ+, car les drag queens acquièrent une nouvelle visibilité leur permettant d'utiliser ces plateformes médiatiques pour visibiliser au mieux les enjeux relatifs à l'expression LGBTQ+. Ce statut de porte-parole qu'acquiert Paloma est intéressant lorsqu'on fait le parallèle avec le statut marginal qu'avait les drag queens dans les communautés LGBTQ+ (McCormack & Wignall, 2021). En effet, elles ont autrefois pu connaître une double marginalisation, à la fois au sein de la société, mais également dans le cas des hommes gais pratiquant le drag, être stigmatisées par les communautés gaies en raison de leur performance trop féminisée et caricaturale de l'homosexualité. Une marginalisation qui a évolué, car à présent les drag queens tendent à acquérir un statut privilégié dans les communautés LGBTQ+ et à être fortement sollicitées par ces dernières pour des manifestations (pride), des soirées ou des événements médiatiques (McCormack & Wignall, 2021).

## 9) Conclusion

Ce travail cherchait à comprendre quelle forme de visibilité Drag Race France offre quant à l'expression LGBTQ+ en France. À travers une analyse de contenu et de discours se rapportant au contenu que l'émission diffuse et véhicule sur d'autres plateformes, il a été possible d'observer les perspectives qu'offre le programme à la visibilité de l'expression LGBTQ+, ainsi que les différents enjeux ayant trait à cette nouvelle visibilité et les effets produits quant aux représentations des communautés LGBTQ+.

Drag Race France offre une visibilité partielle de l'expression LGBTQ+, en raison de la prédominance des hommes cis gais, et peut contribuer à reproduire des stéréotypes à l'égard de ces derniers. L'émission conserve également une dimension économique pouvant influencer la mise en scène (les images sélectionnées, les discours diffusés) et la pratique du drag (une vision plus binaire du genre), afin de rendre le programme attractif aux téléspectateurs et de pouvoir capitaliser sur sa valeur marchande. Toutefois, l'émission constitue une plateforme pour les drag queens qui leur permettent à la fois de visibiliser des enjeux et d'évoquer des problématiques actuelles en France au sujet des communautés LGBTQ+ (la stigmatisation, les violences, la santé), mais également de saisir de meilleures opportunités pour leur carrière. Drag Race France se manifeste dans différents espaces, tant dans la sphère publique (les tournées, les manifestations), que dans les différents médias et offre une visibilité de l'expression LGBTQ+ qui se veut en grande partie médiatique. L'émission va surtout créer pour le moment de nouvelles figures médiatiques pour les communautés LGBTQ+ et c'est une visibilité perçue comme nécessaire, due au manque de représentation de personnalités LGBTQ+ à l'écran.

Ce travail demeure l'analyse d'une visibilité du drag qui se veut avant tout partielle et médiatique, et qui ne doit pas être considérée comme une représentation exhaustive des différents enjeux au sein de ces communautés et de l'expression LGBTQ+. L'émission conserve le mérite de visibiliser des minorités et des formes d'expression encore peu présentes dans les médias français, notamment en leur donnant l'opportunité de pouvoir s'exprimer au sujet de ces enjeux par eux-mêmes. L'émission peut être amenée à s'établir

médiatiquement ; en effet, elle a entamé sa deuxième saison en juin 2023, et devant le succès de la franchise en France ainsi que dans les autres pays du monde, elle sera certainement renouvelée pour quelques années. Étant diffusée sur le service public, elle a le potentiel de fédérer un nombre important de téléspectateurs et ainsi de davantage les sensibiliser aux enjeux des communautés LGBT+ ; en ce sens, elle peut constituer une ressource médiatique pour l'expression LGBT+ en France, dont le drag en devient le vecteur.

Les analyses qui ont été effectuées dans ce travail ne concernaient que la première saison de l'émission, correspondant à l'émergence du phénomène ainsi qu'à l'engouement suscité par la nouveauté du programme. Ce travail entame donc une réflexion sur des effets qui sont en réalité difficilement observables hors de la sphère médiatique et il est nécessaire d'avoir ce recul quant aux effets plus concrets de ces représentations au sein de l'espace public et dans le quotidien, ainsi que les luttes, des publics concernés. De même l'analyse est effectuée en prenant en compte uniquement la représentation de l'expression faite par des drag queens, qui reste au cœur de nombreuses critiques dont l'émission fait l'objet ; vouloir rendre compte d'une meilleure visibilité des enjeux liés à l'expression LGBT+ impliquerait de s'intéresser également à d'autres pratiques du drag qui ne sont pas encore visibilisées, et permises, par l'émission. Le travail aurait mérité un approfondissement à ce sujet, en s'intéressant davantage aux discours, médiatiques également, d'individus ayant des pratiques du drag différentes de celle que l'émission visibilise et valorise.

Ces limites constitueraient des points de recherche intéressants à développer pour de futurs travaux à ce sujet. D'autres pistes de réflexion peuvent également émerger de ce travail, notamment concernant le potentiel plus politique et militant de cette version française à long terme. En effet, dans un contexte français où la reconnaissance de ces communautés, ainsi leurs droits, ne sont pas nécessairement acceptés par tous (ex. Mariage pour tous, lecture de drag, attaque homophobe, etc...), quelle responsabilité peut avoir un programme comme Drag Race France vis-à-vis de la défense et des engagements plus politiques et tangibles envers les communautés LGBT+ ? Les drag queens participant à l'émission, en devenant les portes paroles de l'expression LGBT+

mais également les potentielles nouveaux bouc-émissaires de certains opposants, se manifesteront-elles de façon plus politique et militante si certains mouvements sociaux s'organisent pour défendre un projet de loi ou une réforme étatique au sujet des communautés LGBT+ ? Ou leur présence restera-t-elle davantage cantonner à une visibilité médiatique et dans les sphères du divertissement ?

Ce sont autant de questions intéressantes à mener dans le cadre d'une future recherche qui se voudrait plus empirique et directement au contact des communautés drag en France ; l'émission, si elle se pérennise comme aux États-Unis, peut contribuer à établir une nouvelle génération d'individus pratiquant le drag et il serait intéressant de comprendre les motivations et les aspirations de ces futurs individus pratiquant le drag. Une pratique qui pourrait être davantage motivée par des enjeux économiques (ex. ascension en termes de carrière) que la dimension plus subversive et militante qui a longtemps caractérisé la pratique du drag, mais qui reste importante à conserver comme le mentionne Paloma lorsqu'une journaliste lui demande si l'art du drag reste « un art de la rébellion joyeuse » :

*« Oh oui. Mais ça pour moi c'est essentiel de le considérer comme ça. Le drag est politique, le drag c'est du poil à gratter. (...) il y a quelque chose d'impolitiquement incorrecte qui ne doit pas se perdre, parce qu'historiquement les drag queens ont toujours été là pour aussi parodier un peu la société. Parodier la norme. (...) le jour où tout sera déconstruit, bah on n'aura plus besoin des drag queens. Donc tant qu'elles sont là, il faut garder cette malice et ce plaisir aussi de piquer dans la politiquement correct. »<sup>22</sup>*

---

<sup>22</sup> France 24. (26 juin 2023). Hugo Bardin, drag queen : « Le drag, c'est du poil à gratter » - FRANCE 24. URL [consulté le 4 août 2023] : [https://www.youtube.com/watch?v=ihHNEL\\_ox5o](https://www.youtube.com/watch?v=ihHNEL_ox5o)

## 10) Bibliographie

- Alessandrin, A. (2021). Drag in the city: Eléments pour une analyse du paysage Drag Queen français. *Le sujet dans la cite*, 12(2), 235-248.
- Aslama, M., & Pantti, M. (2006). Talking alone: Reality TV, emotions and authenticity. *European journal of cultural studies*, 9(2), 167-184.
- Baxter, D., Leer, C., & Graham, A. (2022). Dragging up the night: exploring the changing dynamic of audiences at drag events in the UK. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-15.
- Berton, M., & Boni, M. (2019). Comment étudier la complexité des séries télévisées?: vers une approche spatiale. *TV/Series*(15).
- Bourcier, M.-H. (2012). 'F\*\*\*'the Politics of Disempowerment in the Second Butler. *Paragraph*, 35(2), 233-253.
- Bourdieu, P. (1980). L'identité et la représentation. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 35(1), 63-72.
- Brennan, N. (2017). Contradictions between the subversive and the mainstream: Drag cultures and RuPaul's Drag Race. In *RuPaul's Drag Race and the shifting visibility of drag culture* (pp. 29-43). Springer.
- Brennan, N., & Gudelunas, D. (2017a). Drag culture, global participation and RuPaul's drag race. In *Rupaul's drag race and the shifting visibility of drag culture* (pp. 1-11). Springer.
- Brennan, N., & Gudelunas, D. (2017b). *RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture*. Springer.
- Carrazé, A. (2007). *Les séries télé*. Hachette Pratique.
- Chow, Y. F. (2017). Subcultures: Role of Media. *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1-11.
- Damour, F. (2015). Pourquoi regardons-nous les séries télévisées? *Études*(5), 81-92.
- Darnell, A. L., & Tabatabai, A. (2017). The werk that remains: Drag and the mining of the idealized female form. *RuPaul's Drag Race and the shifting visibility of drag culture: The boundaries of reality TV*, 91-101.
- Edgar, E.-A. (2011). Xtravaganza!": drag representation and articulation in" RuPaul's Drag Race. *Studies in Popular Culture*, 34(1), 133-146.

- Esquenazi, J.-P. (2014). Chapitre 1. La série, genre dominant de la télévision. In *Les séries télévisées* (pp. 13-30). Armand Colin.
- Feldman, Z., & Hakim, J. (2020). From Paris is Burning to # dragrace: social media and the celebrification of drag culture. *Celebrity Studies*, 11(4), 386-401.
- Ferrante, A. A. (2017). Super troopers: The homonormative regime of visibility in RuPaul's Drag Race. In *RuPaul's Drag Race and the shifting visibility of drag culture* (pp. 153-165). Springer.
- Flesher Fominaya, C. (2010). Collective identity in social movements: Central concepts and debates. *Sociology compass*, 4(6), 393-404.
- Franco, J. (2008). Extreme makeover: The politics of gender, class, and cultural identity. *Television & New Media*, 9(6), 471-486.
- Ghosn, C. (2010). Représentation de la diversité à la télévision française: à partir de quelles normes? *Sciences de la Société*(81), 27-43.
- González, J. C., & Cavazos, K. C. (2016). Serving fishy realness: representations of gender equity on RuPaul's Drag Race. *Continuum*, 30(6), 659-669.
- Hermes, J., & Kardolus, M. (2019). Occupying the intersection: RuPaul's celebration of meritocracy. *Critical Studies in television*, 14(4), 462-467.
- Hermes, J., & Kardolus, M. (2022). The RuPaul paradox: Freedom and stricture in a competition reality TV show. *Javnost-The Public*, 29(1), 82-97.
- Hodes, C., & Sandoval, J. (2018). RuPaul's Drag Race: A study in the commodification of white ruling-class femininity and the etiolation of drag. *Studies in Costume & Performance*, 3(2), 149-166.
- Jehel, S. (2018). Le jeu de télé-réalité comme fabrique du consentement aux principes du travail néolibéral. *Travailler*(1), 81-100.
- Jenkins, S. T. (2013). *Hegemonic "realness"? An intersectional feminist analysis of "RuPaul's Drag Race"*. Florida Atlantic University.
- Jenkins, S. T. (2017). Spicy. exotic. Creature. representations of racial and ethnic minorities on RuPaul's Drag Race. In *RuPaul's Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture* (pp. 77-90). Springer.
- Jost, F. (2009). Chapitre I. L'invention de la télé-réalité. In *Télé-réalité* (pp. 9-31). Le Cavalier Bleu.
- Kaufmann, L. (2010). Faire collectif: de la constitution à la maintenance. *Raisons pratiques*, 20, 331-372.

- Kennedy, M. (2022). Drag as More Than a Performance: A Sociological Analysis of Drag, Gender, Heteronormativity, and Hegemony. *Through Gendered Lenses*, 83.
- Kidd, M. A. (2016). Archetypes, stereotypes and media representation in a multi-cultural society. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 236, 25-28.
- Klein, B., & Wardle, C. (2008). “These two are speaking Welsh on Channel 4!” Welsh representations and cultural tensions on Big Brother 7. *Television & New Media*, 9(6), 514-530.
- Kondracki, A. (2023). Télé-réalité et hétérosexualité: Analyse de la production de l’émission Mariés au premier regard en Pologne. *Reseaux*(1), 67-91.
- Leguil, C. (2013). Le mariage pour tous. *La Cause du Desir*(3), 170-176.
- Lerch, A. (2013). Visibilité croissante, dignité contestée: quelques étapes dans la reconnaissance sociale de l’homosexualité en France. *Cahiers de l’action*(3), 13-19.
- Marchand, P. (2011). Chapitre 17. Les faux paradoxes de la télé-réalité: une analyse idéologique. In: De Boeck Supérieur.
- McCormack, M., & Wignall, L. (2021). Drag performers’ perspectives on the mainstreaming of British drag: Towards a sociology of contemporary drag. *Sociology*, 1-18.
- McIntyre, J., & Riggs, D. W. (2017). North American Universalism in RuPaul’s Drag Race: stereotypes, linguicism, and the construction of “puerto rican queens”. In *RuPaul’s Drag Race and the Shifting Visibility of Drag Culture* (pp. 61-75). Springer.
- Muggleton, D. (2007). Subculture. *The Blackwell encyclopedia of sociology*.
- Ng, E. (2013). A “post-gay” era? Media gaystreaming, homonormativity, and the politics of LGBT integration. *Communication, Culture & Critique*, 6(2), 258-283.
- Palaz, M. (2022). Déconstruire la médiatisation des pratiques drag: de la formation identitaire à la critique contre-hégémonique.
- Prauthois, L., & Biland, É. (2022). L’État des LGBTI: Comment politiques et administrations publiques ordonnent et transforment le genre et la sexualité. *Gouvernement et action publique*(1), 11-35.
- Principe, L. (1997). La représentation de l’autre (immigré, étranger, minorité ethnique) à la télévision française. Le non-dit de la publicité à travers l’analyse éthologique de quelques spots publicitaires. *Cahiers de la Méditerranée*, 54(1), 203-236.
- Rault, W. (2016). Les attitudes «gayfriendly» en France: entre appartenances sociales, trajectoires familiales et biographies sexuelles. *Actes de la recherche en sciences sociales*(3), 38-65.

- SallesPapou, A. (2022, 11.08.2022). DragRace France : une autre télévision est possible ? . *Le Club de Mediapart*.
- Seiter, E. (1986). Stereotypes and the media: a re-evaluation. *Journal of communication*, 36(2), 14-26.
- Sidi, W. (2018). “I’m so into voguing right now” An exploration into drag culture’s shift from fringes to mainstream [School of Media and Communication, University of Leeds].
- Strings, S., & Bui, L. T. (2014). “She Is Not Acting, She Is” The conflict between gender and racial realness on RuPaul's Drag Race. *Feminist Media Studies*, 14(5), 822-836.
- Tardy, J.-N. (2006). Visibilité, invisibilité: voir, faire voir, dissimuler. *Hypothèses*(1), 15-24.
- Thornton, S. (1997a). *Club cultures: Music, media, and subcultural capital*. Wesleyan University Press.
- Thornton, S. (1997b). The social logic of subcultural capital [1995]. na.
- Vanlee, F. (2019). Finding domestic LGBT+ television in Western Europe: Methodological challenges for queer critics. *Continuum*, 33(4), 423-434.
- Voegtli, M. (2009). Identité collective. O. Fillieule, L. Mathieu et C. Péchu (Dir.), *Dictionnaire des mouvements sociaux*, 292-298.
- Woods, O. (2022). Reading is fun-da-mental: queering queer “safe” spaces within drag culture. *Feminist Media Studies*, 1-16.
- Workman, N. T. (2020). *Drag Incorporated: The Homonormative Brand Culture of RuPaul's Drag Race* [Old Dominion University].
- Zaslow, S. (2022). Mainstream novelty: Examining the shifting visibility of drag performance. *Sexualities*, 13634607221091447.

## 11) Images : sources

### Image 1

France.tv (s.d.). Drag Race France – Replay et vidéos en streaming – France tv. URL [consulté le 14 août 2023] : <https://www.france.tv/slash/drag-race-france/>

### Image 2

Drag Race France – Saison 1. (25 juin 2022). Épisode 1 – Bonjour, Bonjour, Bonjour. *WOW Presents Plus*.

### Image 3

Drag Race France – Saison 1. (25 juin 2022). Épisode 1 – Bonjour, Bonjour, Bonjour. *WOW Presents Plus*.

### Image 4

Drag Race France – Saison 1. (25 juin 2022). Épisode 1 – Bonjour, Bonjour, Bonjour. *WOW Presents Plus*.

### Image 5

Drag Race France – Saison 1. (4 août 2022). Épisode 7 - Sororité. *WOW Presents Plus*.

### Image 6

RuPaul's Drag Race. (15 mai 2022). Best of Trinity The Tuck – RuPaul's Drag Race. URL [consulté le 12 août 2023] : <https://www.youtube.com/watch?v=uko43G6lwTY>

### Image 7

Quotidien - TMC. (5 mai 2023). Paloma est Néfertiti, l'âme de Bernard Pivot dans le corps d'une déesse de Palavas-les-Flots . TF1. URL [consulté le 11 août 2023] : <https://www.tf1.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/paloma-est-nefertiti-lame-de-bernard-pivot-dans-le-corps-dune-deesse-de-palavas-les-flots-32601544.html>

### Image 8

Drag Race France. (12 août 2022). UN TOP 3 LÉ-GEN-DAIRE !. *Twitter*. URL [consulté le 14 août 2023] : [https://twitter.com/DragRace\\_Fr/status/1558107878468239360](https://twitter.com/DragRace_Fr/status/1558107878468239360)

### Image 9

RuPaul's Drag Race UK. (24 novembre 2022). EXCLUSIVE – Here's the moment the #DragRaceUK winner found out they had been crowned !. *Twitter*. URL [consulté le 14 août 2023] :

[https://twitter.com/dragraceukbbc/status/1595911347635597312?ref\\_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1595911347635597312%7Ctwgr%5E82c69080fed4f6bed593bb6cbdbba9de3258a564%7Ctwcon%5Es1\\_&ref\\_url=https%3A%2F%2Fwww.out.com%2Ftelevision%2F2022%2F11%2F28%2Fwatch-drag-race-uk-season-4-finalists-react-winning-queen](https://twitter.com/dragraceukbbc/status/1595911347635597312?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1595911347635597312%7Ctwgr%5E82c69080fed4f6bed593bb6cbdbba9de3258a564%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.out.com%2Ftelevision%2F2022%2F11%2F28%2Fwatch-drag-race-uk-season-4-finalists-react-winning-queen)

### Image 10

Martinez, Q. (27 janvier 2023). LGBTPHOBIE - Lectures drag à Toulouse : les queens ripostent à la haine et à « l'ordre moral ». *têtu*. URL [consulté le 13 août 2023] :

<https://tetu.com/2023/01/27/petition-soutien-ateliers-lecture-contes-enfants-drag-queen-toulouse-shanna-banana-brandy-snap/>

### Image 11

AJL (Association des journalistes lesbiennes, gays, bi.e.s, trans et intersexes). (Juin 2023). OUT d'or 2023 – Les lauréat.e.s 2023. URL [consulté le 13 août 2023] : <https://2023.outdoor.fr/les-laureates-et-laureats/>