L'économie politique du désir dans la presse pornographique hétérosexuelle masculine française

The Political Economy of Desire in the French Male Heterosexual Pornographic Press

Béatrice Damian-Gaillard

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9224>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9224

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2014

Pagination : 39-54

ISBN : 978-2-8143-0233-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Béatrice Damian-Gaillard, « L'économie politique du désir dans la presse pornographique hétérosexuelle masculine française », *Questions de communication* [En ligne], 26 | 2014, mis en ligne le 31 décembre 2016, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9224> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9224

BÉATRICE DAMIAN-GAILLARD

Centre de recherches sur l'action politique en Europe

Université Rennes 1

F-22000

beatrice.damian@univ-rennes1.fr

L'ÉCONOMIE POLITIQUE DU DÉSIR DANS LA PRESSE PORNOGRAPHIQUE HÉTÉROSEXUELLE MASCULINE FRANÇAISE

Résumé. — L'article se donne pour objectif d'esquisser une cartographie de la presse pornographique masculine hétérosexuelle française en termes de représentations de la sexualité, de scripts culturels proposés par les titres présents sur ce marché, et de positionnements éditoriaux. Si les représentations des corps occupent une place centrale au sein de la presse pornographique hétérosexuelle et mettent parfois en scène une érotisation de la domination masculine, pour autant tous les journaux ne proposent pas exactement les mêmes conceptions de la sexualité. Cet espace de production de contenus oppose une presse commerciale des « sexualités communautaires ou orientations intimes » à une presse commerciale de l'industrie X. Dans chacune de ces catégories, nous trouvons d'autres logiques de segmentation à l'œuvre, en termes de contenus produits, de sources mobilisées et de publics visés.

Mots clés. — Presse pornographique, économie politique du désir, sexualité, médias.

Cet article s'appuie sur les résultats d'une enquête réalisée entre 2010 et 2013¹ et prend au sérieux un objet illégitime : la presse pornographique hétérosexuelle masculine en France. Il s'inscrit dans le cadre d'une recherche plus large, consacrée aux acteurs d'un espace de production jusqu'alors non étudié, en France ou à l'international, les *porn studies* privilégiant l'analyse des productions audiovisuelles X et de leurs usages, en lien notamment avec le web². Cette recherche a donc nécessité un travail préalable de définition et de délimitation du terrain, car il a fallu identifier les journaux existants, puis recueillir des données sur les sociétés éditrices (statut juridique, localisation géographique, chiffre d'affaires, nombre de salariés, etc.)³. Grâce aux données recueillies, nous avons repéré 19 éditeurs publiant une centaine de titres vendus en kiosque, sur l'internet et par abonnement⁴. Média de niche, reléguée aux marges du champ journalistique, la presse pornographique est un acteur structurant au sein du dispositif de construction de savoirs sur le sexe. « Technologie sociale » (Lauretis, 2007 : 40) de mise en discours du sexe, elle se donne à voir – ou est donnée à voir – selon des formes de visibilité paradoxales, depuis un sens commun qui la déploie dans un milieu opaque, interlope, jusqu'à la clarté d'un encadrement formel des pouvoirs publics (Beauthier, Méon, Truffin, 2010), en passant par le prisme de l'étroite surveillance d'associations diverses (préservation des droits de la famille, défense de l'image de la femme etc.). Pour autant, à l'image d'autres supports pornographiques tels les films X⁵, elle se révèle une pratique de consommation largement partagée par les hommes et, dans une moindre mesure, par les femmes. La dernière enquête sur la sexualité en France estime qu'« un homme sur deux et [qu']une femme sur cinq consomment régulièrement » des films pornographiques (Bajos, Bozon, 2008 : 279). Cette consommation est également genrée en termes de pratiques, de significations et de contextes d'accès à la pornographie (films et sites internet), puisque « les hommes s'initient parallèlement à la pornographie et à la masturbation dans la prime adolescence [...], alors que les femmes s'initient plus tardivement, et en grande partie à travers leurs partenaires » (*ibid.*). Bien

¹ Dans la période 2011-2012, l'enquête a bénéficié du financement d'un groupement d'intérêt scientifique, Môle armoricain de recherche sur la société de l'information et les usages de l'internet (M@rsouin) et de la Région Bretagne.

² L'article de J. Mousseau (1975) traite de titres aujourd'hui répertoriés dans la presse de charme comme *Lui*, *Playboy*, etc. Pour un état des lieux récent des recherches et thématiques travaillées dans le domaine des *porn studies*, voir F. Attwood et C. Smith (2014).

³ Pour approfondir, voir B. Damian-Gaillard (2012a).

⁴ Les titres vendus en sex-shops n'ont pas été intégrés, car ils constitueraient un objet d'études à part du fait de leurs spécificités éditoriales, productives et réglementaires.

⁵ On estime aujourd'hui que 12 % de tous les sites internet sont pornographiques. Le plus populaire des sites gratuits d'agrégation de vidéos pornographiques, XVideos, compterait 4,46 milliards de pages vues par mois, et 350 millions de visiteurs uniques. En 2011, la société Manwin, qui détient la plupart des sites d'agrégation de vidéos pornographiques, possédait une dizaine de sites gratuits appartenant aux 1 000 premiers sites internet en termes d'audiences. Voir : « Les chiffres du porno : le plus gros secret d'Internet », *slate.fr* (17/05/13), accès : <http://www.slate.fr/monde/72615/chiffres-porno-secret-internet>. Consulté le 22/05/13 ; « De Brazzers à Manwin, mainmise sur le porno mondial », *Le tag parfait* (24/11/11), accès : <http://www.letagparfait.com/2011/11/24/de-brazzers-a-manwin-mainmise-sur-le-porno-mondial/>. Consulté le 22/05/13.

que méprisée, la presse pornographique constitue un objet d'études complexe, parce qu'elle se développe à la croisée d'une économie politique du travail journalistique (Blanchot, Padioleau, 2003) et du désir (Rubin, 2010). En tant que média, elle élabore des discours – des mises en scènes d'actes sexuels – qu'elle positionne sur des marchés, constitués de lecteurs et d'annonceurs. Elle développe et entretient des relations avec des acteurs clés (sources, publics), essentiels au processus de production, lui-même ajusté sur des mécanismes de représentation et de captation des désirs. Elle correspond à des formes d'agencement des rapports sociaux de ressources (personnel, capital, technologie, etc.), structurées selon une perspective productive de biens, qui s'apparentent sur certains points à celles observées dans les industries culturelles. Cet agencement se fonde sur la fabrication et la convocation du désir des publics afin de conduire le lecteur à consommer un bien. Mais, contrairement à d'autres biens expérientiels, les discours pornographiques cherchent à susciter, dans un contexte hyperconcurrentiel (Brin, Charron, Bonville, 2004), le désir sexuel ou le désir de sexualité, à provoquer une excitation et un plaisir sexuels, essentiellement masculins, même si quelques titres étendent leur univers de référence au couple homme-femme. En effet, selon leurs dirigeants, ces magazines sont essentiellement consommés par des hommes. Ceux-ci disposent d'offres différenciées selon leur orientation sexuelle, hétérosexuelle ou homosexuelle, contrairement aux femmes, hétérosexuelles, bisexuelles ou lesbiennes. Ainsi les principes selon lesquels se conçoivent ces discours sont-ils corrélés à des stratégies de différenciation éditoriale entre les magazines. Celles-ci édifient les positionnements marketing des titres vis-à-vis des marchés (des acheteurs et des annonceurs) et des espaces sociaux des personnes-ressources nécessaires à leur fabrication. Ces discours diffusent des conceptions différenciées du désir, de la sexualité, en termes de rapports sociaux et de rapports de genre. Dès lors, il est nécessaire de mobiliser les approches et les outils d'analyse issus de la sociologie du journalisme, de la sociologie et de l'anthropologie politique de la sexualité pour comprendre les logiques de fonctionnement de cet espace de production, où le travail s'articule autour de la définition des désirs à des fins commerciales. Celle-ci s'opère notamment à travers la mise en scène du corps et des corps à corps sexuels de femmes et d'hommes.

Comment représenter alors ces corps et ces actes pour les rendre désirables aux yeux des lecteurs ? Quelles représentations donner des partenaires en tant que sujets et/ou objets de désir ? Comme la sexualité, la presse pornographique hétérosexuelle relève d'une construction sociale, culturelle, politique et juridique, fondée sur des cadres, des règles, des codes, des conventions et des normes historicisées, qui la définissent et la circonscrivent (Bozon, Giami, 1999). Ceux-ci la dissocient et la désolidarisent d'autres secteurs de presse, extérieurs à l'espace de la pornographie. Mais ces principes de catégorisation soutiennent aussi un principe de découpage de son espace interne en segments différenciés (positionnements, niches éditoriales et commerciales). Nous proposons donc ici une cartographie de la presse pornographique masculine hétérosexuelle française en termes de représentations de la sexualité, de scripts culturels (Gagnon, 1999) et de

positionnements éditoriaux proposés par les titres présents sur ce marché. Dans un premier temps, nous nous intéresserons aux processus de catégorisation et de hiérarchisation de la sexualité, sur lesquels se fonde l'existence de ce secteur de presse. Dans un deuxième, nous détaillerons les spécificités de l'économie politique du désir des titres inscrits dans la catégorie que nous nommons la presse commerciale des sexualités communautaires ou d'orientations intimes⁶. Enfin, nous étudierons celles des magazines appartenant à ce que nous appelons la presse commerciale de l'industrie du X.

Le façonnage de nos désirs et de nos plaisirs...

Pour se constituer comme telle, la presse pornographique hétérosexuelle masculine scinde l'ensemble social en deux ou plusieurs groupes classés et hiérarchisés selon des rapports à la sexualité socialement perçus et construits comme différenciés. Ce faisant, elle distingue et hiérarchise des orientations, des pratiques et des désirs selon des critères et des enjeux sexuels. À ce titre, elle incarne une institution sexuelle, au sens où elle propose des scripts sexuels sur la manière dont les individus sont supposés ressentir, exprimer, et performer le désir sexuel dans le cadre de relations et d'espaces sociaux moralement et culturellement qualifiés, qu'ils soient autorisés ou stigmatisés car considérés comme déviants. On envisage donc cette presse comme une pratique sociale et comme une instance de socialisation aux pratiques sexuelles, en lien avec des rapports sociaux de classe, de sexe et de race. Ces classifications participent d'une société qui « s'ordonne autour d'un ensemble de dispositifs matériels et symboliques qui lui permettent de se "cohérer" et de se structurer » (Bertini, 2009 : 17). Elles définissent des normes, règles, lois, tabous, interdits censés orienter les comportements, identifications, désirs sexuels, systèmes de représentations, selon une approche constructiviste. En tant que technologie de pouvoir, (Bertini 2009 ; Lauretis : 2007), elles naturalisent l'opposition, souvent radicale et binaire, entre hétérosexualité et homosexualité à partir d'une grammaire complexe de catégorisation des fantasmes hétérosexuels légitimes et illégitimes. La catégorie des *straight* (Wittig, 2001) est alors définie selon un modèle sexuel structuré autour de trois composantes normatives : hétérosexualité, monogamie et primat de la pénétration (Bajos, Ferrand, Andro, 2008 : 554). En ce sens, les rapports sociaux de sexualité incarnent des idéologies du sexe (Matthieu, 1991), dans la mesure où ils sont aussi des enjeux historicisés de lutte entre les groupes sociaux, en lien avec des rapports sociaux de sexe. Nous reprenons ici la distinction élaborée par Gayle Rubin (2010 : 48) entre le concept de système de sexe/genre qu'elle définit ainsi : « Au niveau le plus général, l'organisation sociale du sexe repose sur le genre, l'hétérosexualité obligatoire et la contrainte de la sexualité des

⁶ M. Bozon (2001 : 15) propose de définir la sexualité comme « un nom donné à des constructions sociales, désignant des constellations très diverses de pratiques, d'interactions, d'émotions et de représentations, qui délimitent des territoires de relations d'ampleur plus ou moins grande et donnent lieu à des processus de construction de soi variés ».

femmes. Le genre est une division des sexes socialement imposée. Il est le produit des rapports sociaux de sexualité ». Selon cette perspective, le genre est le résultat des rapports sociaux de sexe et de l'hétérosexualité, car « le genre n'est pas seulement l'identification à un sexe ; il entraîne aussi que le désir sexuel soit orienté vers l'autre sexe » (*ibid.* : 49). Ce qui implique un constant travail de légitimation, d'essentialisation et de naturalisation des catégories de sexes et de sexualité, de leurs attributs, de leur hiérarchie, mais aussi un long processus de socialisation afin d'y conformer les postures subjectives désirantes et désirables, en termes d'appétences sexuelles. La presse pornographique est un des lieux d'élaboration de ces principes de liaison entre actes et plaisirs sexuels, et notamment d'une lecture érotique des corps, inscrite dans une dimension marchande. Ceux-ci sont travaillés socialement, exposés, utilisés, mobilisés dans des récits d'ébats sexuels. Les anatomies sont modelées selon une économie politique du désir, qui le discipline, au sens foucauldien, c'est-à-dire qui le réprime, l'opprime, le contraint, mais lui permet aussi d'advenir, de s'exprimer, de s'inventer (Foucault, 1976). Selon cette perspective, « nous ne pouvons appréhender le corps autrement que par le prisme des significations que la culture lui affecte » (Rubin, 2010 : 153), dans un contexte social et historique donné. Les discours diffusés façonnent nos rapports au corps, ils les rendent lisibles, constituant ainsi une cartographie corporelle et culturelle catégorisant les zones érogènes, excitables sexuellement, et celles considérées comme érotiquement insignifiantes, voire indésirables. Comme le souligne Judith Butler (1990 : 166-167),

« la stratégie du désir consiste en partie à transfigurer le corps désirant lui-même. En réalité, pour pouvoir désirer tout simplement, il est peut-être nécessaire de croire en un moi corporel transformé qui, selon les règles genrées de l'imaginaire, pourrait remplir les exigences d'un corps capable de désirer. Cette condition imaginaire du désir excède toujours le corps physique à travers ou sur lequel il travaille. Le corps, en tant qu'il est toujours déjà un signe culturel, pose des limites aux significations imaginaires qu'il occasionne, mais il n'est jamais libre d'une construction imaginaire ».

L'analyse développée ici s'appuie sur un corpus de 32 titres représentatifs de l'ensemble des positionnements éditoriaux présents dans ce secteur de presse en 2012. Elle étudie les lignes éditoriales qui sous-tendent la structuration de leur maquette (rubriques, sujets traités, modes de traitement) et leurs annonces publicitaires. Exploratoire, son objectif est de cerner les principes de convergence et de différenciation éditoriales qui opèrent dans ce secteur de presse et qui fondent une économie de plateforme (Sonnac, 2009), impliquant trois catégories d'acteurs – les lecteurs, les sources d'information et les annonceurs –, dont les positions sont toujours interdépendantes et souvent interchangeables. Les lecteurs et les producteurs de films X sont co-producteurs de contenus pour certains titres. Ceux-ci et les dirigeants d'établissements libertins (clubs, saunas...) sont, la plupart du temps, sources d'information et annonceurs. En cela, ces logiques de production ne se distinguent pas radicalement de celles observées dans les secteurs de la presse magazine non pornographique, grand public ou spécialisée (Charon, Rieffel, 2001).

Quand la presse commerciale des sexualités communautaires ou d'orientations intimes s'acoquine avec le porno...

La presse commerciale des sexualités communautaires ou d'orientations intimes englobe des magazines qui proposent un « modèle de la sexualité en réseau », caractérisé « par une tendance à l'extériorisation de l'intimité » (Bozon, 2001 : 16). Celui-ci implique une sexualité multipartenaire qui redéfinit les frontières entre espaces professionnel et privé, entre échange sexuel et sentiment amoureux ou engagement conjugal. Il met également en tension les distinctions, voire les oppositions, socialement construites entre amour romantique, sexualité, et sexe marchand (Tabet, 2004). Par ailleurs, la majorité de leurs contenus est produite par les lecteurs eux-mêmes, qui partagent cette définition récréative de la sexualité en termes de discours, de représentations et de pratiques, et qui se saisissent de ces supports à des fins personnelles et intimes et, ce faisant, les intègrent dans leurs réseaux de sociabilité sexuelle. On trouve dans cette catégorie, d'une part, des magazines libertins ou échangistes comme *Union et Couples* et, d'autre part, des journaux de petites annonces, tels *Annuaire des rencontres*, *Swing Europe*, *Annonces intimes*, *Club Ouest & Centre*, *La Vie parisienne*, *La Revue parisienne*, *Allo Femmes*, *Annonces intimes*... Les premiers se caractérisent par une offre éditoriale variée en termes de sujets abordés, de modes de traitement (angles et genres journalistiques), tandis que les seconds fonctionnent essentiellement selon un principe de publication d'offres d'échanges sexuels entre particuliers⁷. Tous font une large part aux photographies de corps nus, dans des postures censées susciter le désir sexuel. Ces images peuvent être envoyées par un lecteur ou une lectrice et accompagner une lettre ou une annonce produites par les rédacteurs pour illustrer un reportage consacré aux lieux de rencontres libertines, ou encore, fournies par des producteurs extérieurs (producteurs et réalisateurs de films X) comme c'est le cas pour les photos de tournage ou les romans-photos pornographiques. Certains d'entre eux proposent également un DVD de vidéos *hard*, pour la plupart amatrices, soit parce qu'elles mobilisent des acteurs non professionnels ou semi-amateurs, soit parce qu'elles imitent la manière de filmer des films amateurs – le gonzo –, reconnaissable par le regard subjectif (*POV, point of view*) de l'acteur qui joue la scène tout en la filmant, une succession de gros plans et de mouvements de caméras, une absence de scénario ou d'histoire et des décors minimalistes.

On observe donc un rapprochement entre ce secteur de presse et celui de la production de contenus X, ce qui interroge sur un éventuel métissage entre discours des anonymes, des gens ordinaires, des non-professionnels et discours pornographiques de l'industrie du X, dans les formes contemporaines d'expression

⁷ Les annonces peuvent être gratuites, comme c'est le cas pour les titres du groupe Concorde : *Annonces intimes*, *Allo Femmes*. N° 1 des rencontres.

de la sexualité. Sur ce point, l'analyse du positionnement éditorial du magazine *Union*, et de son évolution depuis son lancement en 1972, est significative. Adaptation française du magazine anglais *Forum* (Mousseau, 1975), ce mensuel s'inscrit dans une définition libertine de la sexualité et diffuse alternativement ou simultanément, selon les rubriques, des représentations libertines ou pornographiques de la sexualité et des discours de prévention des comportements sexuels à risque ou de conseils en sexologie. À ses débuts, sa ligne éditoriale s'appuie sur un idéal de sexualité libérée qui ne se définit pas seulement, comme à la fin des années 60, « à l'aune des critères valorisés de la sexualité masculine (diversité des expériences, sexualité récréative sans engagement affectif) », mais qui renvoie aussi à « une responsabilisation individuelle et une nécessité de "gouvernement de soi", visant la réalisation optimale de ses possibilités, y compris sexuelles » (Bajos, Bozon, 2008 : 591). Les modalités de représentation de cet amour sexuel insistent alors, dans les descriptions faites des pratiques et des actes sexuels, sur les sentiments et les sensations éprouvées par les protagonistes. Le corps joue un rôle central dans ces mises en scène puisqu'il performe des actions et qu'il est le vecteur principal par lequel s'appréhendent les expériences amoureuses vécues comme sources d'épanouissement sensuel. Ce positionnement éditorial évolue progressivement à mesure que se transforment son marché de référence et son environnement concurrentiel, notamment, dans les années 2000, avec la multiplication des sites web et l'accès facilité (parfois gratuit) des internautes à des contenus X ou à des sites de rencontres libertines. Cette évolution va intervenir à deux niveaux : une intégration plus importante de produits pornographiques et une dilution de ses formes d'expression dans l'ensemble des rubriques du journal, notamment dans celles des courriers des lecteurs, qui composent 50 % environ de la surface éditoriale.

En ce qui concerne le premier point, les responsables du journal ont d'abord proposé aux lecteurs, à partir de décembre 2006, une version magazine + DVD. Puis, en 2008, ils ont lancé le site *Union.fr*, qui héberge l'intégralité des archives du magazine et met à la disposition des internautes un espace d'interaction, renforçant ainsi sa marque de guide interactif des rapports amoureux et de numéro 1 des magazines de charme. Sur le second point, on observe que les épistoliers s'inspirent peu à peu des productions pornographiques dans les récits de leurs ébats. Le langage mobilisé pour exprimer l'échange sexuel évolue fortement entre 1985 et 2011⁸. Les termes employés pour nommer ou qualifier les organes génitaux, les actes performés, les partenaires, passent d'un registre scientifique, médical ou scolaire à un registre argotique ou pornographique. Par exemple, en 1985, on se réfère au sexe biologique essentiellement par l'emploi de termes comme « vagin », « verge », « pénis », « sexe », « testicules », éventuellement par des métaphores poétiques comme « mont d'amour » ; alors qu'en 2011, on parle de « chatte », « bite », « queue », « couilles », « pompe à sperme »... En 1985, on se réfère aux pratiques sexuelles par des termes médicotéchniques tels « fellation », « sodomisation », « masturbation »... En 2011, il s'agit d'« enculer », de « branler », de « sucer »...

⁸ Pour une analyse du courrier des lecteurs du magazine *Union*, voir B. Damian-Gaillard (2012b).

L'analyse des photographies diffusées dans les petites annonces des particuliers révèle également une convergence entre ces modes de présentation de soi et celles des contenus X, dans un système de définition et de signification des désirs féminins et masculins. Cependant, celui-ci atténue la perspective masculine hétéronormée puisque l'on remarque la présence d'annonces qui recherchent des expériences sexuelles dans le cadre d'orientations sexuelles bisexuelles ou homosexuelles, mais rarement lesbiennes. Les corps sont dénudés, les organes génitaux exhibés, comme réceptacles de la jouissance ou comme outils de pénétration et d'éjaculation. S'ils ne sont pas nus, les corps se parent de lingerie, d'accessoires et incarnent les figures de la *pin-up* pour les femmes (Sprinkle, 1991), du fétichiste pour les hommes, du masochiste, du dominateur ou de la dominatrice. Ces processus de mimétisme complexes à appréhender s'apparentent à des mécanismes d'influence réciproques et circulaires entre l'ensemble des producteurs de contenus (éditeurs, rédacteurs, lecteurs, annonceurs). Les entrepreneurs de presse sont sans cesse contraints, pour vendre leurs produits, d'identifier et d'interpréter les évolutions des rapports à la sexualité des publics. Ceux-ci s'approprient ces discours, et adaptent leurs discours à la ligne éditoriale du magazine. Ce faisant, ils les intègrent dans leurs propres systèmes de représentations. La presse des sexualités communautaires et d'orientations intimes s'inspire donc des récits de ses publics pour élaborer ses contenus. Simultanément, elle diffuse auprès d'eux des scripts culturels sous la forme de « prescriptions collectives qui disent le possible ainsi que ce qui doit être fait en matière de sexualité » (Gagnon, 1999 : 3).

Tous ces discours énoncent, sans pour autant expliciter « des normes et des règles légales » (*ibid.*), un modèle de sexualité, en termes de pratiques (types d'actes sexuels), de partenaires (appétence sexuelle, genre, nombre) et d'interaction (formes d'engagement, attentes réciproques). L'articulation de ces différentes dimensions ordonne non seulement les cadres de l'échange⁹, mais aussi des orientations intimes, au sens où l'entend Michel Bozon (2001 : 13), « qui associent de manière stable des pratiques de la sexualité et des représentations de soi ». La sexualité est ici envisagée comme une dimension essentielle de la définition de soi, dans un rapport à la fois réflexif (de soi à soi) et intersubjectif (regard des autres sur soi et de soi sur les autres). Ces discours ne se limitent donc pas à la recherche du plaisir sexuel ; ils renvoient à une culture de l'extimité telle que l'a définie Serge Tisseron (2002 : 147) : « Être connu par un très grand nombre de gens, c'est avoir l'illusion de pouvoir multiplier les miroirs de sa propre identité et de mieux se connaître ». Ce rapport à la sexualité n'exclut pas une relation de type conjugal, mais la redéfinit dès lors que le couple, synonyme de stabilité et d'engagement, ouvre ses échanges sexuels à des partenaires extérieurs (triolisme, côte-à-côtisme, échangisme, etc.), selon des règles propres

⁹ La notion de cadre se réfère à E. Goffman (1972). L'échange sexuel est une relation sociale qui s'inscrit dans un contexte défini par des normes et des règles auxquelles les acteurs se réfèrent pour construire une définition commune de la situation et y adapter leurs rôles sociaux.

aux mondes libertin ou échangiste hétérosexuels. Ce qui présuppose toutefois une fermeture de cette sexualité aux expériences homosexuelles masculines (Welzer-Lang, 2005). Dans ces cas, le couple adhère à une conception de l'amour selon laquelle « l'échange sexuel est au service de la construction conjugale ou sentimentale qui l'englobe et la contient (dans tous les sens du terme) » (Bozon, 2001 : 22). Ici, la sexualité conjugale représentée ne se fonde pas sur « une méfiance à l'égard du désir individuel », mais s'approprie celui-ci pour étendre un répertoire sexuel, en termes de pratiques et de situations et entretenir le désir conjugal (*ibid.* : 23).

Dans la presse commerciale des sexualités communautaires ou d'orientations intimes, l'amour romantique s'encastre donc dans un modèle de la sexualité en réseau, ce qui présuppose chez les partenaires, quelle que soit leur relation (conjugale ou non, pérenne ou ponctuelle), l'usage de produits sexuels tels les films X, les bandes dessinées érotiques, les *sex-toys* ou encore la lingerie et la fréquentation d'espaces spécifiques comme les clubs libertins. Ces produits et lieux sont présentés comme les adjuvants d'une sexualité récréative, ludique selon une approche hédoniste de la consommation, au service de l'épanouissement personnel. Cette dimension marchande de la sexualité est plus particulièrement présente dans les rubriques dédiées à l'actualité des clubs spécialisés, des derniers produits commercialisés par les acteurs de l'édition, de la production audiovisuelle X ou encore des fabricants d'objets sexuels. À l'instar d'autres secteurs de presse magazine spécialisée, les rédacteurs exposent leur avis sur tel ou tel produit, sur tel ou tel lieu, telle ou telle manifestation, tel ou livre ou film. Le ton adopté est celui de la connivence et de la complicité avec le public, car ils sont supposés partager la même sexualité, évoluer dans les réseaux libertins (Cap d'Agde, discothèques et clubs spécialisés). Et les messages publicitaires, peu nombreux, complètent l'information du lectorat, car les annonceurs présents appartiennent aux secteurs du sexe marchand (clubs libertins, sites web X, sites de rencontre, publications X, plateformes téléphoniques X, etc.). Par ailleurs, les journaux de petites annonces tels *La Vie parisienne* et *La Revue parisienne* publient des offres de services sexuels tarifées – plus ou moins masquées – émanant de travailleur(e)s du sexe (instituts de massages, sites d'*escort-girls* dont des actrices porno) aux statuts divers (professionnels ou semi-professionnels quand il s'agit d'une activité secondaire) et témoignent ainsi de la possible cohabitation entre sexe marchand et non marchand (Welzer-Lang, 2005). Les annonces (semi-) professionnelles non publicitaires sont facilement identifiables, car elles dénotent la mobilisation de compétences spécifiques, sexuelles et non sexuelles. Celles-ci impliquent la maîtrise des nouvelles technologies, des techniques de présentation de soi (corps musclés, épilés, postures adoptées) et celle des codes sous-tendant le déroulement d'une relation sexuelle tarifée. Elles présupposent donc une connaissance des principes selon lesquels ritualiser sexuellement son corps et une transformation de ces acquis en ressources professionnelles (Bernstein, 2007).

La presse commerciale de l'industrie du X : fantasmes, orgasmes et profit

La presse pornographique commerciale X englobe deux catégories de magazines non totalement étanches du point de vue de leurs offres éditoriales. La première se caractérise essentiellement par une spécialisation des contenus, et plus particulièrement des actes sexuels représentés, du point de vue des situations, des partenaires ou encore des pratiques ou des spécialités sexuelles. Il s'agit de logiques de niches marketing dans les lignes éditoriales ou sur des numéros ponctuels dans le cadre de lignes éditoriales plus larges. Les publications *Exploits amateurs*, *Lolita*, *Bourgeoises Cougars* et *Nymphomanes*, *Erotic Dog*, *Club legs*, *Busty*, *Club top 40*... s'inscrivent dans cette démarche, s'inspirant des thématiques des sites pornographiques et des principes de classement des films X (voyeurisme, exhibitionnisme, amateur, femmes mûres, bourgeoises, *girl next door*, gros seins, *gang-bang*, jeunes filles, débutantes, *cougar*, etc.)¹⁰. Pour la plupart, ces magazines sont de simples agents de promotion des producteurs de contenus X dans la mesure où le travail éditorial consiste à agréger des contenus X avec un travail d'*editing* réduit au minimum, c'est-à-dire circonscrit à l'ajout de légendes aux photographies mises en page. Les numéros sont la plupart du temps non datés, ce qui permet de les distribuer dans les pays européens francophones à des moments différents, et le nombre de fautes relevées dans les textes laisse supposer qu'il s'agit de traductions approximatives de productions étrangères. Dans ce cas, les journaux se limitent à la publication de photographies d'actrices pornographiques dénudées, soit seules dans des poses suggestives ou en train de performer des scènes *hard* avec un ou plusieurs partenaires (hommes et femmes). Les sommaires et les légendes sont minimalistes. Les premiers présentent les séries de portraits en « chapitres » (« Chapitre 1 : Boroka »). Les secondes introduisent les séries de photographies, en interpellant le lecteur, de manière à créer l'illusion d'une relation de connivence, comme l'illustre l'exemple suivant : « Tu viens lèche [sic] mes gros nichons ?... Ils ont envie d'une bonne langue » (*Busty*, trimestriel 42, mai-juin 2010 : page non numérotée). Elles commentent aussi les actes sexuels représentés, imitant le style discursif des romans-photos, afin de planter le décor, comme dans la citation suivante :

« Mathieu : "Mylène était étudiante dans mon cours. Quelques mois après le début de la rentrée, elle devint ma Maîtresse. Avec quelle [sic] j'avais l'impression d'avoir vingt ans or que j'avais justement cet écart d'âge avec elle-même si j'ai toujours fait plus jeune [re-sic]. Je me sentais conquérant, prêt à tout. Elle avait un corps sublime. C'était un ange tombé du ciel, et lorsqu'elle me proposa de faire une sexe-tape [re-re-sic] de nos ébats, filmés par un de ses amis, je ne résistai pas [re-re-re-sic] à la tentation" » (18 ans, 1^{re} expérience *hard*, trimestriel 31, non daté, page non indiquée).

La seconde catégorie concerne les magazines qui couvrent l'actualité de l'industrie du X hétérosexuelle masculine. Ainsi *Hot Vidéo*, *Marc Dorcel*, *Chobix*, *qx*, *Adults only*, *JTC*, *Le Magazine du hard*, *Sex hard* ou *Pornostars* sont-ils des magazines de promotion aux

¹⁰ En revanche, les journaux spécialisés dans le sadomasochisme, l'urologie, la scatologie ou la zoophilie se produisent et se vendent dans des circuits spécifiques extérieurs à notre terrain d'enquête.

positionnements différenciés (haut, moyen, bas de gamme). Ils annoncent la sortie des films, publient les interviews d'acteurs et actrices, racontent les coulisses de tel ou tel tournage, commentent des films, retracent le parcours de réalisateurs ou producteurs de l'industrie du X. Ils sont certes en concurrence, mais à partir de positions différentes dans cet espace de marché. Par exemple, *Hot Vidéo* se positionne dans une stratégie de marque dans la presse pornographique, qui ressemble à celle des magazines de critique cinématographique, tandis que *Marc Dorcel* opte pour une stratégie de marque dans la pornographie de luxe, afin de se distinguer d'autres producteurs de films X, aux budgets limités et spécialisés dans les genres comme gonzo ou l'amateur. Ces titres développent une offre éditoriale intermédiaire, entre promotion et journalisme. Tous éditent des photos de tournage montées en reportage ou en roman-photo. Toutefois, si certains journaux, à l'exemple des magazines de niches, limitent le travail de leur équipe à des activités de *desk* et d'*editing* à partir de contenus fournis par les acteurs de l'industrie du X, d'autres, comme le magazine *Hot Vidéo*, produisent aussi des contenus inédits, ce qui implique que les rédacteurs vont parfois sur le terrain, pour y effectuer des reportages et des interviews.

L'ensemble ces publications, toutes catégories confondues, s'inscrivent donc, à des degrés divers, dans des relations d'interdépendance fortes et inégalitaires avec les acteurs de l'industrie X, au niveau de la production de contenus. La situation défavorable des entrepreneurs de presse est renforcée par deux autres variables, corrélées entre elles. Elles renvoient, d'une part, à l'absence d'attractivité publicitaire de ces supports pour les acteurs économiques intégrés à des secteurs d'activité non pornographiques et, d'autre part, à la concentration de leur portefeuille d'annonceurs entre les mains de quelques producteurs de l'industrie du X, qui leur fournissent généralement les contenus. Ces publications s'intègrent donc à un espace de production plus vaste, celle de la sphère de production de fantasmes (Trachman, 2013). Leur réussite commerciale dépend de leur capacité à susciter et à satisfaire momentanément le désir de publics composés d'hommes hétérosexuels. L'horizon d'attente construit autour de leur positionnement éditorial les constitue en supports masturbatoires, à court et moyen termes, par l'acte de lecture du journal, par le visionnage de vidéos X, ou encore par la consommation d'autres produits de l'industrie du X exposés dans les espaces rédactionnels et publicitaires. Et ce qui caractérise le fantasme pornographique, selon les pornographes, « c'est d'abord ce que les spectateurs ne font pas, ce qui ne fait pas partie de leur répertoire sexuel habituel » (*ibid.* : 64). Cette définition structure l'économie politique de cet univers de presse et influe sur le contrat de lecture (Véron, 1984) instauré par ces revues. Celui-ci façonne des identités discursives plurielles, celles de l'énonciateur (l'image de celui qui parle), du destinataire (l'image de celui à qui on s'adresse), de même qu'il construit un type de relation entre les deux. On peut y ajouter une autre identité discursive, déterminante dans ce dispositif discursif : celle des acteurs et surtout des actrices porno. Ces instances discursives sont envisagées comme les supports à partir desquels les lecteurs s'identifient comme spectateurs-voyeurs, sujets ou objets de désir (de la part des actrices). Elles déterminent l'orientation du regard, organe érotique par excellence. Et la figure de l'énonciateur-rédacteur

en est l'incarnation absolue, car il est l'intermédiaire entre les désirs du lecteur et l'univers fantasmatique pornographique. À travers lui, ce dernier a accès aux coulisses des tournages, à l'intimité des acteurs et surtout à celle des actrices. Le discours construit également une relation d'homosociabilité hétérosexuelle entre les figures des lecteurs et des rédacteurs, censés partager les mêmes désirs et fantasmes. Le lecteur est ainsi directement et constamment interpellé sur son désir et maintenu dans un monde où les plaisirs sexuels sont facilement accessibles.

Ce monde imaginaire est peuplé d'acteurs, hommes ou femmes, dotés d'une libido impérieuse, qui s'accompagne d'un rapport désinhibé à la sexualité, d'une appétence pour les expériences sexuelles hors-normes et, par conséquent, pour le libertinage ou l'échangisme. Toutefois, une distinction est opérée entre désirs masculin et féminin, car le discours établit un mode de traitement genré du désir; ceci afin d'entretenir le fantasme et d'attiser le désir du lecteur. Par exemple, le portrait construit des actrices est systématiquement celui de femmes avides de sexe, victimes d'une sexualité exacerbée, voire incontrôlable, en attente de partenaires sexuels – potentiellement le lecteur – qu'elles invitent à travers l'œil de la caméra dans toutes les photos publiées. Elles sont « des bombes, des gourmandes », « sans tabou », « ultra bonnes et très cochonnes ». Elles aiment « se faire culbuter; secouer; défoncer... ». Elles s'affolent à la vue « d'une grosse queue », car elles raffolent « de la sodomie, de la double pénétration, voire des *gang-bang*, du *fisting*, etc. ». Ce sont des « chiennes, des nymphomanes, des chaudasses, des garces, des *sluts*, des salopes, des avaleuses... ». Cette représentation des actrices est complémentaire de celle construite des acteurs, dotés d'attributs physiques exceptionnels puisqu'ils sont « les mieux montés du circuit, des étalons ». Ceux-ci sont toujours à l'initiative de la relation sexuelle contrairement à leurs partenaires féminines, de même qu'ils la contrôlent car ils sont dans la maîtrise technique du plaisir féminin. Ainsi l'acteur Mike Angelo¹¹ détaille-t-il « son truc à lui : le *squirting* », et explique que « dans les films, je leur demande de compter jusqu'à trois et elles giclent » (*Hot Vidéo*, nov. 2013 : 31). La relation est donc asymétrique selon un principe genré de hiérarchisation. Les acteurs sont des experts sexuels légitimes au nom des savoirs et des techniques du corps qu'ils mobilisent (Mauss, 1936). À ce titre, ils dispensent des conseils aux lecteurs, dans des rubriques ou des articles. Les actrices, elles, ne sont que les moyens pour accéder à des plaisirs qui restent difficiles à obtenir dans les relations ordinaires entre les hommes et les femmes, à savoir du sexe sans contrainte ni obligation, ce que résume parfaitement la présentation faite par Melissa Lauren, dans le *Journal du hard* (n° 13, non daté : page non numérotée) :

« Condensé de sensualité, son corps est une invitation au plaisir: Superbement rebondie, la princesse est une véritable bête de sexe. Avidée de plaisir, elle adore être secouée et crie en toute circonstance "encore, encore". Spécialiste de la jouissance non simulée, elle se liquéfie

¹¹ Acteur pornographique français, M. Angelo est considéré dans l'industrie du X comme un spécialiste du *squirting*, une technique sexuelle qui cherche à provoquer une éjaculation féminine, avec émission de liquide, dans un rapport vaginal ou anal. C'est une expression visible de l'orgasme féminin, tout comme l'émission externe de sperme symbolise celui des hommes dans le discours pornographique. Les femmes qui sont capables de l'accomplir sont qualifiées de femmes fontaines et cet acte constitue une catégorie d'entrée dans l'imaginaire pornographique.

véritablement quand elle atteint son nirvana, c'est alors une femme fontaine. Sérieusement orientée sur les jeux de domination sado, elle est alors une sorte d'animal érectant. Beauté plastique en même temps qu'authentique forcenée, cette fille est le rêve incarné ».

Cette description synthétise les qualités attendues de la partenaire sexuelle idéale de l'homme hétérosexuel, selon les professionnels de la pornographie (industrie et presse X), et qui serait l'antithèse des femmes ordinaires avec lesquelles il doit négocier des échanges sexuels, dans le cadre de relations où le sexe fait l'objet de transactions affectives et matérielles (Tabet, 2004). Ces rapports sociaux différenciés à la sexualité, construits selon des assignations genrées, sont régulièrement interrogés dans les interviews des actrices, comme l'illustre la citation suivante :

« Il y a un gros manque de communication entre hommes et femmes aujourd'hui, surtout dans ma génération. Au fond, je pense que la plupart des femmes, même les plus timides, ont les mêmes attentes : elles veulent, avant tout, être bien baisées. Les filles n'osent pas se lâcher de peur de passer pour des salopes, et les mecs n'osent pas demander de peur de manquer de respect à leur nana. Stop ! Il n'y a rien de plus sain que le sexe alors lâchez-vous » (*Adults only*, n° 5, s.d. : 76).

La presse pornographique joue également de l'opposition entre les sphères professionnelle et privée des actrices, qui établit une distinction entre un rapport professionnalisé et un rapport intime à la sexualité. Paradoxalement, cette opposition reproduit, en l'adaptant au discours pornographique, l'antithèse entre la putain et l'épouse, ou plus précisément ici, la petite amie, et pérennise le clivage entre fantasme érotique et amour sentimental ou romantique, ainsi qu'une conception différentialiste de la sexualité qui assignent la sexualité féminine à la conjugalité et aux sentiments, et la sexualité masculine à un besoin incontrôlé (Kimmel 2005 ; Ferrand, Bajos, Andro, 2008). Ces systèmes de représentation sont particulièrement prégnants dans les interviews des actrices. Celles-ci décrivent souvent leur intégration dans le monde pornographique comme un parcours à la fois professionnel et intime, un récit initiatique à des techniques de présentation de soi, mais aussi comme une découverte personnelle, de goûts, d'appétences et de dispositions sexuelles insoupçonnées. Ainsi est-il rapporté que les actrices ont des pratiques sexuelles à la scène qu'elles n'avaient pas encore expérimentées avant de tourner des films X, ou qu'elles n'apprécient pas forcément dans l'alcôve. Anna Polina reconnaît que « le porno [lui] a permis de devenir réellement ouverte à beaucoup de pratiques nouvelles [...] : le triolisme, le lesbianisme, même le couple... » (*Dorcel*, n° 20, s.d. : 30). De la sorte, le processus d'insertion dans l'industrie du X, espace social dominé par les hommes, les révèle simultanément en tant que professionnelles et femmes. Aussi avouent-elles accorder beaucoup d'importance à la sexualité dans leur vie privée et être attirées par des hommes aux attributs physiques et psychologiques socialement considérés comme virils, en lien avec des valeurs de puissance, d'affirmation et de maîtrise de soi. Ainsi Anna Lovato « aime les hommes qui dégagent une grande confiance en eux, les hommes qui savent ce qu'ils veulent et ce qu'ils aiment... En ce qui concerne les aspects physiques, [elle] a une préférence pour les bruns aux yeux bleus. Pour [lui] donner du plaisir à coup sûr, un homme doit également savoir bien se servir de ses mains et ne pas lésiner sur les caresses... » (*Chobix*, n° 67, s.d. : 48). On peut observer que ces discours fabriquent simultanément plusieurs identités fantasmées. Les figures

professionnelles des acteurs – hommes et femmes – incarnent les amants idéaux dans un rapport social simplifié et fantasmé à la sexualité car essentiellement de l'ordre de la mécanique des corps et des fluides. Les lecteurs se construisent une image fantasmée d'eux-mêmes en s'identifiant à la fois aux acteurs, êtres dotés d'attributs exceptionnels, et aux amoureux idéaux (les princes charmants) dépeints par les actrices lorsque les rédacteurs les assignent à leur statut de femmes hypersexualisées.

Conclusion

Objet méprisé, la presse pornographique ne doit pas pour autant être ignorée si l'on veut appréhender les rapports sociaux selon lesquels se structure la fabrication des désirs. Car, bien que fortement encadré en tant qu'espace de production, les discours pornographiques sont les produits de représentations collectives et participent à l'élaboration de « techniques du corps », c'est-à-dire de « façons dont les hommes, société par société, d'une façon traditionnelle, savent se servir de leur corps » (Mauss, 1936). Cette définition n'appréhende pas seulement le corps comme un outil, un instrument, mais aussi comme le lieu où s'incorpore un apprentissage social, une culture et un ordre symbolique. À ce titre, les discours pornographiques actualisent certains principes idéologiques, certaines croyances et conventions, sous la forme de conventions censées orienter nos conduites sexuelles et plus particulièrement nos rapports intimes au corps. Ils sont « une médiation discursive » parmi d'autres (Détrez, 2002 : 98) qui forme les lecteurs à des formes spécifiques de perception de leur corps, des sensations, et des émotions. Cette médiation emprunte plusieurs voies complexes, à l'image du secteur étudié, puisque hétérogène du point de vue des positionnements éditoriaux adoptés par les publications et des modèles de la sexualité diffusés. Premièrement, comme l'a montré notre étude exploratoire, la presse pornographique participe à l'élaboration d'idéaux à atteindre en termes de beauté (corps jeunes et épilés, des chairs fermes), de performance (nombres de partenaires et d'orgasmes, d'érections ou d'éjaculations) et d'aspiration sexuelles (fantasmes). Elle donne à voir des corps et des corps à corps imaginaires, éloignés des corps réels et du quotidien des ébats sexuels des lecteurs. Le regard occupe une place centrale dans cette économie politique du désir, car le lecteur, par sa lecture, est à la fois acteur et voyeur des scènes sexuelles représentées. Il regarde, en quelque sorte, par le trou de la serrure. Il peut s'identifier aux protagonistes de l'acte sexuel, éprouver de l'excitation et du plaisir sexuel, tout en restant à distance. Il se pense à l'abri de regard d'autrui, alors que la sexualité des autres, produit de l'industrie du X ou exposée dans les courriers des lecteurs, vient alimenter ses propres scripts sexuels. Deuxièmement, quand les discours de la presse pornographique préconisent la jouissance sexuelle, ils mobilisent des rapports au corps transférables ou transférés à d'autres espaces sociaux, selon des valeurs communes comme l'épanouissement de soi, la performance et la réussite individuelle. On observe que la libération sexuelle préconisée s'accompagne aussi de dispositifs de pouvoir fondés sur l'intériorisation de contraintes, l'autocontrôle et la responsabilisation

de soi. Ces discours imprègnent surtout la presse de sexualités communautaires ou d'orientations intimes, qui enracine la sexualité dans un processus de définition de soi à la fois réflexif et intersubjectif. Finalement, « les pratiques les plus libérées apparemment des contraintes sont extrêmement codifiées » (Détrez, 2002 : 201) car, en tant que constructions historiques, elles découlent d'un long processus de civilisation, caractérisé par des processus d'individualisation et d'individuation (Elias 1973). Troisièmement, les modèles de la sexualité proposés dans la presse pornographique constituent un pouvoir symbolique et économique, par leur valeur marchande et par le processus de marchandisation du sexe qu'ils soutiennent. Selon eux, vivre une sexualité épanouissante devient accessible à ceux qui s'en donnent les moyens psychologiques et économiques, c'est-à-dire qui acquièrent des compétences en termes de présentation de soi et de techniques de corps. Car, ce faisant, ils augmentent leurs chances d'attirer des partenaires sexuels, sur un marché libre où chacun est confronté à des concurrents réels ou virtuels. L'hédonisme, le choix individuel, une conception essentialiste du moi et une remise en cause de la division entre les sphères privée (espace des désirs) et publique (lieu du contrôle de soi) constituent les fondements idéologiques de ces discours, au même titre qu'ils structurent l'économie de marché capitaliste libérale.

Références

- Attwood F., Smith C., dirs, 2014, *Porn Studies*, 1-2, vol. 1, pp. 1-6.
- Bajos N., Bozon M., dirs, Beltzer N., coord., 2008, *Enquête sur la sexualité en France. Pratiques, genre et santé*, Paris, Éd. La Découverte.
- Beauthier R., Méon J.-M., Truffin B., dirs, 2010, *Obscénité, pornographie et censure, Les mises en scène de la sexualité et leur (dis)qualification (xix^e-xx^e siècles)*, Bruxelles, Éd. de l'université de Bruxelles.
- Bernstein E., 2007, *Temporality Yours. Intimacy, Authenticity, and the Commerce of Sex*, Chicago, University of Chicago Press.
- Bertini M.-J., 2009, *Ni d'Ève ni d'Adam. Défaire la différence des sexes*, Paris, M. Millo.
- Blanchot F., Padioleau J.-G., 2003, « Une économie politique du travail journalistique », *Hermès*, 35, pp. 63-71.
- Bozon M., 2001, « Orientations intimes et constructions de soi. Pluralité et divergences dans les expressions de la sexualité », *Sociétés contemporaines*, 41-42, vol. 1, pp. 11-40.
- Bozon M., Giami A., 1999, « Les scripts sexuels ou la mise en forme du désir », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 128, pp. 68-72.
- Brin C., Charron J., Bonville de J., 2004, *Nature et transformation du journalisme. Théories et recherches empiriques*, Laval, Presses de l'université Laval.
- Butler J., 1990, *Trouble dans le genre, pour un féminisme de la subversion*, trad. de l'américain par C. Kraus, Paris, Éd. La Découverte, 2005.
- Charon J.-M., Rieffel R., coords, 2001, « La presse magazine », *Réseaux*, 105, vol. 19.

- Damian-Gaillard B., 2012a, « Entretiens avec des producteurs de la presse pornographique : des rencontres semées d'embûches... », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, I, vol. I, pp. 84-95. Accès : <http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/12>.
- 2012b, « Le courrier des lecteurs et des lectrices d'*Union* : scripts culturels de l'amour sexuel », *Le Temps des médias*, 19, pp. 130-144.
- Détrez C., 2002, *La construction sociale du corps*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Elias N., 1973, *La civilisation des mœurs*, trad. de l'allemand par P. Kamnitzer, Paris, Calmann-Lévy.
- Ferrand M., Bajos N., Andro A. (avec la collab. de Prudhomme A.), 2008, « La sexualité à l'épreuve de l'égalité », pp. 381-407, in : Bajos N., Bozon M., dirs, Beltzer N., coord., *Enquête sur la sexualité en France. Pratiques, genre et santé*, Paris, Éd. La Découverte.
- Foucault M., 1976, *Histoire de la sexualité*, vol. I, *La volonté de savoir*, Paris, Gallimard.
- Gagnon J.-H., 1999, « Les usages explicites et implicites de la perspective des scripts dans les recherches sur la sexualité », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 128, juin (cédérom).
- Goffman E., 1972, *La mise en scène de la vie quotidienne*, t. 1-2, trad. de l'anglais par A. Kihm, Paris, Éd. de Minuit, 1973.
- Kimmel M. S., 2005, *The Gender of Desire. Essays on Male Sexuality*, New York, State University of New York Press.
- Lauretis T. de, 2007, *Théories queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg*, Paris, Éd. La Dispute.
- Matthieu N.-C., 1991, *L'anatomie politique. Catégorisations et idéologies du sexe*, Paris, Côté-femmes Éd.
- Mauss M., 1936, « Les techniques du corps », *Journal de psychologie*, 3-4, vol. xxxii, 15 mars-15 avr.
- Mousseau J., 1975, « La presse du c... La France à l'heure de la pornographie », *Communication et langages*, 28, pp. 77-92.
- Rubin G., 2010, *Surveiller et punir. Anthropologie politique du sexe*, Paris, Epel Éd.
- Sonnac N., 2009, « L'économie de la presse : vers un nouveau modèle d'affaires », *Les Cahiers du journalisme*, 20, pp. 22-43.
- Sprinkle A., 1998, *Post-Porn Modernist. My 25 Years as a Multimedia Whore*, San Francisco, Clais Press.
- Tabet P., 2004, *La grande arnaque. Sexualité des femmes et échange économique-sexuel*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Tisseron S., 2001, *L'intimité surexposée*, Paris, Ramsay.
- Trachman M., 2013, *Le travail pornographique. Enquête sur la production de fantasmes*, Paris, Éd. La Découverte.
- Véron E., 1984, « Quand lire, c'est faire : l'énonciation dans le discours de la presse écrite », *Sémiotique II*, pp. 45-64.
- Welzer-Lang D., 2005, *La planète échangiste. Les sexualités collectives en France*, Paris, Payot & Rivages.
- Wittig M., 2001, *La pensée straight*, Paris, Balland.