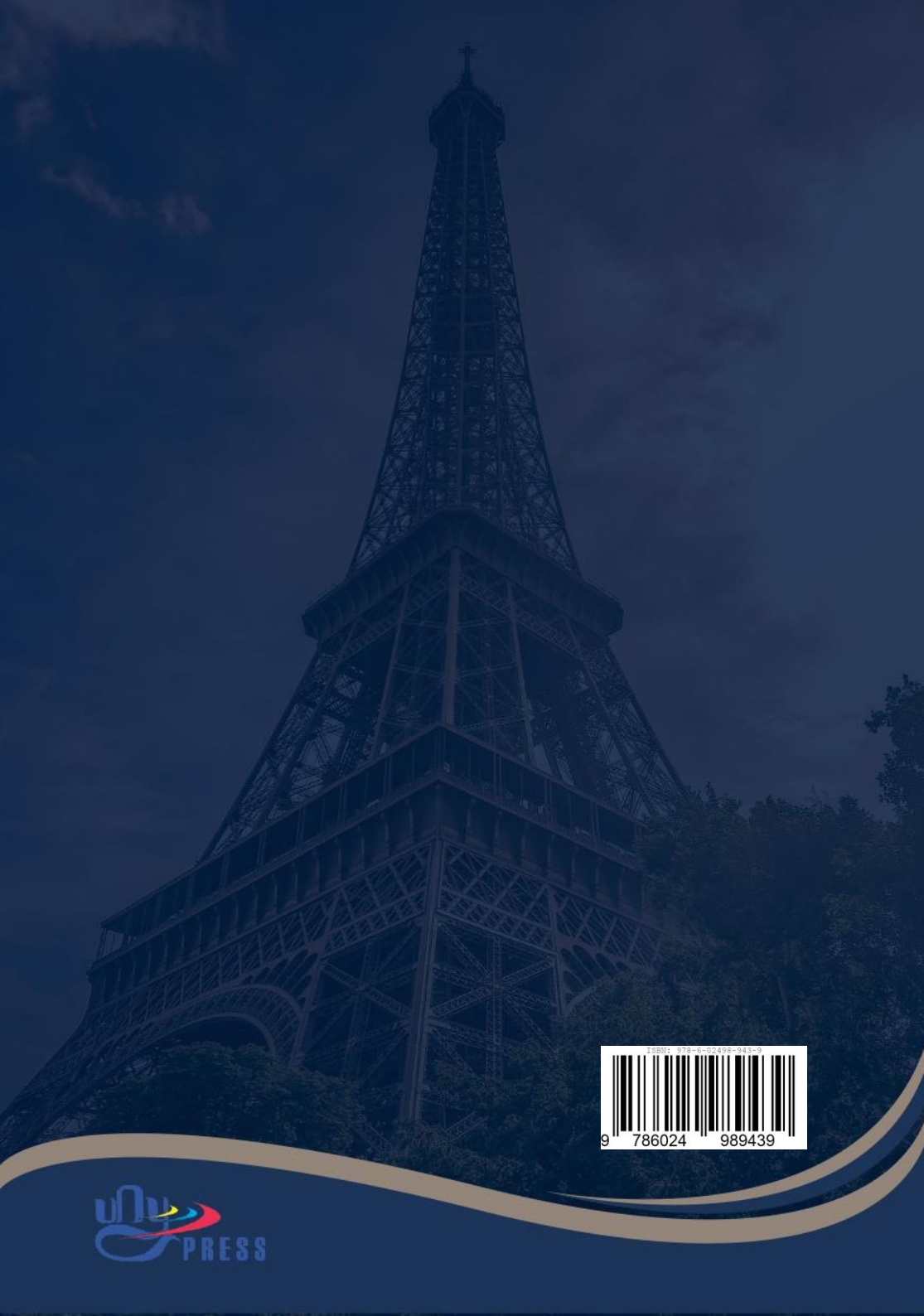




ENSEIGNER ET APPRENDRE LE FRANÇAIS

Dynamiques Pédagogiques, Linguistiques, et Littéraires



ENSEIGNER ET APPRENDRE LE FRANÇAIS

*Dynamiques Pédagogiques, Linguistiques,
et Littéraires*



Éditeur
Dr. Rohali, M.hum



ENSEIGNER ET APPRENDRE LE FRANÇAIS

Dynamiques Pédagogiques, Linguistiques,
et Littéraires

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 28 TAHUN 2014
TENTANG HAK CIPTA**

Pasal 9

- (1) Pencipta atau pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki Hak Ekonomi untuk melakukan: a. Penerbitan Ciptaan; b. Penggandaan Ciptaan dalam segala bentuknya; e. Pendistribusian Ciptaan atau salinannya; g. Pengumuman Ciptaan;
- (2) Setiap orang yang melaksanakan hak ekonomi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib mendapatkan izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta.
- (3) Setiap Orang yang tanpa izin Pencipta atau Pemegang Hak Cipta dilarang melakukan penggandaan dan/atau Penggunaan Secara Komersial Ciptaan.

Pasal 113

- (3) Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

ENSEIGNER ET APPRENDRE LE FRANÇAIS

Dynamiques Pédagogiques, Linguistiques,
et Littéraires

Éditeur

Dr. Rohali, M.Hum



Novembre 2024

ENSEIGNER ET APPRENDRE LE FRANÇAIS

Dynamiques Pédagogiques, Linguistiques,
et Littéraires

Auteurs :

Desi Rahmawati, Jean-Philippe BABU, Sandy Lesmana,
Hilda Dian Nova Novitasari, Herman,
Dwiyanto Djoko Pranowo, dkk, Nadhira Noor R. Sidiki,
Salman Al Farisi, dkk, Subur Ismail, Tika Zuleika,
Roswita Lumban Tobing, dkk, Sri Rejeki Urip, dkk,
Siti Perdi Rahayu, dkk, Rohali, dkk, Andi Mustofa,
Andi Zenitha Sakina Bahdar, dkk, Yeni Artanti,
Damar Jinanto, Sri Harini Ekowati, dkk, Ilham Indra Cahya,
Kamila Taufiq, dkk, Mesya Naila Safa, dkk, Vita Kusumaningtyas.

Relecture :

Prof. Dr. Roswita Lumban Tobing, M.Hum

Éditeur :

Dr. Rohali, M.Hum

Mise en page :

Adenin Salsa Qoutrun Nida, Putri Yuliza Anjeng Sari,
Salma Zeta Kartika, Vraie Humaira

Couverture :

Chavatina Bijani P.M

Source d'image de couverture:

<https://images.app.goo.gl/ouvYUotHmJTavsWuZ>

Nombre de pages :

(xii + 440) 15 x 21 cm

ISBN: 978-6-02498-943-9



Novembre 2024

SOMMAIRE

Sommaire ...v

Avant Propos ... ix

CHAPITRE 1.

NOUVELLE TECHNOLOGIE DANS L'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS

NEEDS ANALYSIS OF FRENCH LEARNING IN FRENCH LANGUAGE
EDUCATION DEPARTEMENT OF UNY

Desi Rahmawati2

DES PAINS DE LA FRANCOPHONIE À L'ÉCRIT ACADÉMIQUE :
STRATÉGIES ET DÉFIS NUMÉRIQUES

Jean-Philippe BABU....19

FRENCH LEARNING IN ISLAMIC ELEMENTARY SCHOOL AR-
RAUDHAH, BEKASI

Sandy Lesmana50

EFFICACITÉ D'UN MODÈLE DE PRODUCTION ÉCRITE BASÉ SUR
LA CLASSE INVERSÉE

Hilda Dian Nova Novitasari61

INTÉGRATION DES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES
ET L'AUTONOMIE DE L'APPRENANT A L'ÈRE POST-METHODE
: ENJEUX ET PERSPECTIVES

Herman73

EVALUATION OF THE IMPLEMENTATION OF THE MBKM
PROGRAM IN THE FRENCH LANGUAGE TEACHING DEPARTMENT
AT FBSB UNY

Dwiyanto Djoko Pranowo, Tri Kusnawati90

PRÉPARATION DES ENSEIGNANTS EN FORMATION INITIALE
POUR LE DESIGN DU FRANÇAIS AVEC TECHNOLOGIES
Nadhira Noor R. Sidiki**109**

ENTRE L'ALLIÉ ET L'ENNEMI : LE POINT DE VUE SUR
L'UTILISATION DE CHATGPT CHEZ LES ETUDIANTS DU FLE
D'UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Salman Al Farisi, Pangestu Raga Alam, Tian Elfath Adrian**131**

L'UTILISATION DU MICROLEARNING DANS LE COURS DE
MORPHOLOGIE ET SYNTAXE DU FRANÇAIS
Subur Ismail**150**

CHAPITRE 2 .

LINGUISTIQUE DANS L'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS

CODE SWITCHING AND CODE MIXING IN LANGUAGE LEARNING
AND TEACHING PROCESS
Tika Zuleika**161**

SLOGAN DE PROPRIÉTÉ ENVIRONNEMENTALE EN LANGUE
FRANÇAISE : ANALYSE DE LA PRODUCTION DU DISCOURS ET DES
ASPECTS
Roswita Lumban Tobing, Siti Perdi Rahayu, Rohali**174**

MAÎTRISE DU CHANGEMENT DE SENS DES MOTS CHEZ LES
PROFESSEURS DE FRANÇAIS DE LA RÉGION DE SEMARANG ET DE
SES ENVIRONS
Sri Rejeki Urip, Anastasia Pudjitrherwanti, Wahyunita Sari,
Caecyilia Intania Wulandari Halim Gunadi**193**

ONOMATOPOEIA ANALYSIS OF THE FRENCH VERSION OF
LOOKISM COMIC BY PARK TAE JOON IN WEBTOON APPLICATION
Siti Perdi Rahayu, Inez Noornajmanie Rahman,
Roswita Lumban Tobing, Rohali**208**

CIVILITÉ LINGUISTIQUE DANS LA COMMUNICATION ÉTUDIANTS-ENSEIGNANTS SUR WHATSAPP

Rohali, Siti Perdi Rahayu, Roswita Lumban Tobing**230**

CHAPITRE 3 .

LITTÉRATURE ET CULTURE DANS L'ENSEIGNEMENT DU FRANÇAIS

REGARDS CROISÉS : IMAGE DE L'EXTREME-ORIENT DANS LE RECIT DE VOYAGE FRANÇAIS DU XIXE SIECLE

Andi Mustofa**244**

ACT UP-PARIS ET LE DEVELOPPEMENT DU TRAITEMENT DU VIH/SIDA EN FRANCE

Andi Zenitha Sakina Bahdar, Airin Miranda**262**

DES MOTS AUX SENTIMENTS: IMPLIQUER LA *SENSATION* DE RIMBAUD À LA CLASSE

Yeni Artanti**295**

LA REPRESENTATION VISUELLE DE QUASIMODO DANS LES ADAPTATIONS DE *NOTRE-DAME DE PARIS*

Damar Jinanto**323**

LES ÈXPERIENCES INTERCULTURELLES CHEZ LES ÈTUDIANTS DU DEPARTEMENT DE LANGUE FRANÇAIS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Sri Harini Ekowati, Yunitis Andika, Anisa Aliya Zakiya, Rakha Asnan Fadhilah**343**

LE PRATIQUE DE POUVOIR DANS LES BANLIEUES DANS LE FILM *ATHENA* (2023) DE ROMAIN GAVRAS

Ilham Indra Cahya, Damar Jinanto**351**

DRAG RACE FRANCE ET LA DÉSTIGMATISATION DE LA
COMMUNAUTÉ DES DRAG-QUEENS EN France

Kamila Taufiq, Airin Miranda**372**

LES MÉDIAS FRANÇAIS ET LA LOI SUR LA CRIMINALISATION DES
THÉRAPIES DE CONVERSION

Mesya Naila Safa, Airin Miranda**395**

THE WOMEN'S SITUATION IN PATRIARCHAL CULTURE IN AMIN
ZAOUI'S *LA SOUMISSION*

Vita Kusumaningtyas**430**

DRAG RACE FRANCE ET LA DÉSTIGMATISATION DE LA COMMUNAUTÉ DES DRAG-QUEENS EN FRANCE

Kamila Taufiq ; Airin Miranda

Universitas Indonesia

kamila.taufiq2002@gmail.com ; airin.miranda@ui.ac.id

Résumé

Au 21^e siècle, les drag queens ne sont pas seulement des hommes gays, mais aussi des personnes transgenres, non binaires et cisgenres. L'émission de télé-réalité américaine RuPaul's Drag Race, diffusée en 2009, est devenue la plateforme où la culture drag queen a été systématiquement présentée dans les médias. L'émission a été créée par une célèbre drag queen américaine, RuPaul Charles. Diverses émissions dérivées sont apparues depuis dans d'autres pays, dont la France. Le drag a suivi un processus d'industrialisation qui a permis de valoriser cet art en tant que profession. Cette étude vise à analyser l'impact de la déstigmatisation sur la communauté des drag queens en France des drag queens après Drag Race France. Une recherche documentaire sera utilisée pour comprendre les problèmes auxquels la communauté drag queen est confrontée et l'impact sur la communauté drag queen française après Drag Race France. La recherche est menée en utilisant la méthode qualitative de Strauss et Corbin (1990) et les données trouvées sont analysées à l'aide de la théorie de la déstigmatisation de Haghghat (2001). Les résultats montrent que les drag queens françaises sont de plus en plus acceptées en France en tant qu'activité artistique et de divertissement, ce qui a deux conséquences: un pouvoir économique qui joue un rôle important dans la formation du second impact, un effet politique.

Mots-clés : DÉSTIGMATISATION, DRAG RACE FRANCE, DRAG QUEEN

INTRODUCTION

Le terme « drag queen » est souvent utilisé pour désigner un homme qui adapte une apparence féminine, c'est-à-dire lorsqu'une personne adopte des vêtements et des habitudes sociales du sexe opposé. Stokoe (2020) définit le drag au XXI^e siècle comme un art fluide, car il n'est pas uniquement pratiqué

par des hommes. Il précise même que le rôle de drag queen peut être incarné par des personnes de différents genres. Stokoe (2020) détaille les divers types de personnes impliquées dans l'art du drag, tels que les personnes transgenres, c'est-à-dire celles qui passent par un processus de transition vers le sexe opposé ; les personnes non-binaires, qui se définissent comme ayant une identité de genre qui ne correspond pas spécifiquement au féminin ou au masculin, pouvant se situer entre ces genres ou en dehors de ceux-ci ; et les personnes cisgenres, qui s'identifient au genre qui leur a été assigné à la naissance. La présence de drag queens transgenres, cisgenres et/ou non-binaires apporte une perspective nouvelle et plus large à l'art du drag queen, aujourd'hui souvent associé à la fluidité du genre. Selon la définition de Stokoe (2020), on constate que la notion de drag queen est désormais liée au contexte temporel.

Cela se produit parce que le drag continue d'évoluer et suit les tendances de son époque. Severovà (2021) partage également cet avis, affirmant que le drag a radicalement changé au XXI^e siècle et qu'il continuera d'évoluer. L'art du drag queen est aussi lié au concept du cross-dressing, et il existe une autre définition qui considère les drag queens simplement comme des imitateurs de femmes ou « female impersonators ». Cependant, cette idée est réfutée par Onclin (2019), qui explique que les drag queens imitent en réalité plutôt des célébrités et expriment leur qualité de diva. Ainsi, il ne s'agit pas simplement de se maquiller en femme. Onclin (2019) justifie son opinion en s'appuyant sur plusieurs épisodes de l'émission de télé-réalité américaine RuPaul's Drag Race, où des défis sont proposés aux concurrents, tels que des selfies en tant qu'hommes masculins sans rembourrage pour imiter le corps d'une femme. Onclin (2019) souligne que les participants ne perdent pas leur identité de drag queens, prouvant ainsi que devenir drag queen ne nécessite pas d'imiter les femmes. Il ajoute que durant ces moments, les concurrents embrassent en fait leur masculinité, et non leur féminité.

Pratama (2020), lors d'une interview de drag queens pendant le Raminten 3 Cabaret Show à Yogyakarta, a montré un exemple de cette imitation des célébrités. Les sept sujets de son étude ont tous affirmé qu'ils s'efforçaient d'incarner pleinement le personnage qu'ils interprétaient. Avec l'explication d'Onclin (2019), il est apparent que ce qui importe le plus, c'est le charisme qu'ils dégagent, et ce charisme est visible lorsqu'ils dansent, font du lipsync, chantent, pratiquent le stand-up ou d'autres performances en lien avec leurs talents respectifs. Onclin (2019) ajoute également que ce type de divertissement se trouve souvent dans des bars, des cabarets, et même aujourd'hui sur les réseaux sociaux.

De plus, un autre aspect à prendre en compte est la manière dont les drag queens perçoivent cet art et son rôle dans leur vie. En réalité, en tant qu'individus au sein de la société, elles ne sont pas très différentes des autres personnes. Le comportement des drag queens en dehors du drag varie également, ce qui signifie qu'elles ont chacune leur propre identité. En se référant à l'étude de Pratama (2020), il explique que les sept sujets de son enquête pratiquent cet art à la fois comme un passe-temps et une source de revenus supplémentaires. Les sept sujets reconnaissent également qu'ils ont d'autres emplois pendant la journée, tels que comédien de théâtre, visual merchandiser, maquilleur, employé du secteur privé, ressources humaines, chorégraphe et danseur. Ce sont des métiers considérés comme communs ou plus facilement acceptés par la société indonésienne, car ils ne sont pas perçus comme tabous. Ils soulignent aussi qu'en dehors de leur travail en tant que drag queen, ils ont une apparence ordinaire et ne considèrent pas le drag comme leur identité principale. Les sujets de l'étude expliquent également qu'ils choisissent leur personnage ou leur persona drag en fonction de ce qu'ils aiment, comme leurs chanteuses préférées. Cependant, certains adaptent également leur personnage aux caractéristiques physiques qu'ils possèdent pour faciliter le processus de maquillage.

Au fil du temps, les drag-queens ont investi le domaine des réseaux sociaux, comme des créateurs de contenu. Le succès des drag-queens à générer des revenus pendant la pandémie montre que cet art commence à être accepté comme un métier dans l'univers des réseaux sociaux (Figueroa, 2021). Souvent, les drag queens sont sous-estimées par la société en tant que profession, et il existe encore des malentendus autour de cet art. D'ailleurs, Newton (1979), cité par McCormack (2021), affirme qu'au XXe siècle, être une drag queen était encore stigmatisé par de nombreux homosexuels, car le drag semblait perpétuer le stéréotype selon lequel tous les hommes homosexuels sont efféminés. Cette affirmation montre que le drag était autrefois une sous-culture au sein de la communauté LGBT, elle-même marginalisée, prouvant que cet art n'était pas initialement accepté. Bien que l'art du drag ait évolué et soit désormais mieux accepté, des problèmes de rémunération inégale subsistent. Être une drag queen implique des coûts importants pour les vêtements, les perruques et le maquillage, qui ne sont pas bon marché, d'autant plus que leurs standards de présentation sont élevés.

En plus, l'art du drag queen a également réussi à percer à la télévision grâce à l'émission de télé-réalité *RuPaul's Drag Race* aux États-Unis. *RuPaul's Drag Race* est une émission de compétition qui réunit des drag-queens de divers horizons pour concourir, éliminées tour à tour selon l'évaluation des juges. Les juges évaluent les drag-queens en fonction de leurs performances dans les défis, ainsi que de leurs tenues sur le podium à la fin de chaque épisode. L'objectif de cette émission est de découvrir la drag-queen la plus charismatique et créative, mais elle peut aussi servir de tremplin pour les candidats, leur permettant de progresser professionnellement, qu'elles gagnent ou non. Treiber (2019) l'explique par les valeurs souvent exprimées par *RuPaul* dans l'émission, à savoir qu'une drag queen doit posséder du charisme, de l'unicité, du courage et du talent, ou « *Charisma, uniqueness, nerve, and talent* », résumé par l'acronyme C.U.N.T, un jeu de mots qui enseigne aux drag-queens la professionnalisation d'un artiste. Treiber (2019) observe

également que ces valeurs font de RuPaul's Drag Race une émission qui élève la qualité de la culture drag en transformant les drag-queens en artistes plus professionnels, dignes de grandes stars, et en faisant du métier de drag-queen une activité lucrative.

Cela a également été prouvé par le fait que les anciens élèves et les gagnants de RuPaul's Drag Race reçoivent de nombreuses offres d'emploi avec des bénéfices considérables. Treiber (2019) affirme que RuPaul a élevé le drag à un niveau supérieur en transformant cette pratique en une véritable industrie. En plus de cette valeur, l'émission a connu un grand succès en augmentant sa popularité et en la maintenant. Par exemple, Kanter (2019), cité par McCormack (2021), décrit la communauté des drag-queens en Angleterre, dont les spectacles sont désormais accessibles sur diverses plateformes de streaming, ainsi que dans l'émission de télé-réalité RuPaul's Drag Race UK—produite par la BBC—qui a été regardée plus d'un million de fois sur iPlayer au cours de la première semaine de la 1^{re} saison et plus de 12 millions de fois d'ici la fin de l'année 2019. Suite au succès de sa première saison, l'émission a désormais d'autres saisons qui la suivent. Ces chiffres et cet impact positif montrent que la présence des drag-queens à l'écran, en tant que partie intégrante de l'histoire de la culture pop, est de plus en plus acceptée. Cette popularité se manifeste également par l'expansion de l'émission dans d'autres pays, avec des déclinaisons portant des noms similaires, ajoutant simplement le nom du pays à la fin du titre, comme Drag Race France, lancé en juin 2022, et qui se poursuit avec d'autres saisons. Une preuve de l'industrialisation de l'art du drag en France peut être directement observée à travers la présentatrice de cette déclinaison, une ancienne candidate de la saison 12 de RuPaul's Drag Race aux États-Unis, nommée Nicky Doll. Bien qu'elle ne soit pas la gagnante de la saison 12, elle reçoit une nouvelle opportunité en tant que présentatrice de Drag Race France.

En réalité, malgré la popularité de cette émission et le soutien des réseaux sociaux, de nombreuses personnes ont encore du mal à accepter la communauté LGBT, notamment le drag. Ce dernier est souvent considéré comme atypique en raison de son

lien étroit avec l'identité LGBT, ce qui entraîne la persistance de stigmates lorsque la société voit des drag-queens. Paloma, la gagnante de Drag Race France lors de la première saison en 2022, a déclaré dans une interview avec Sam Moore pour Digital Spy intitulée « Drag Race France winner Paloma on acceptance and her fight for the crown » que se promener dans les rues de France en tant que drag queen n'est pas sûr. De même, Paul, un spectateur de Drag Race France, s'est exprimé dans un article écrit par Manon Derdevet en 2023, intitulé « J'ai vu que j'avais là une communauté : avec Drag Race France les jeunes LGBT ne se cachent plus ». En tant que fidèle spectateur de Drag Race France, Paul affirme qu'à travers cette émission, d'autres peuvent découvrir une communauté qui les rend « suffisamment en sécurité pour porter des talons ». On peut conclure qu'en dehors de cette communauté, il n'est ni facile ni sûr pour les personnes LGBT de se travestir. Cependant, la violence subie par les drag-queens ne se limite pas à leurs apparences en drag. Dans l'article « « Drag Race France » : Kitty Space victime d'une agression homophobe à Paris » par Xavier Regnier sur 20 Minutes, il raconte l'expérience de violence d'une des concurrentes de la saison 2 de Drag Race France, Kitty Space, alors qu'elle marchait dans la rue. Cet incident a eu lieu en 2023, juste après la sortie de la deuxième saison de Drag Race France. De plus, dans l'épisode 6 de la saison 2, il y a une conversation entre les concurrentes qui aborde la question de l'homophobie en France, décrivant même que l'homophobie en France peut mener à des conséquences fatales.

En s'appuyant sur les données du Rapport sur les LGBTIphobies 2023 de SOS Homophobie, une organisation de droits humains en France dédiée à la lutte contre la discrimination liée à l'orientation sexuelle et à l'identité de genre, il est possible de signaler des cas de discrimination via leur site web, et leur rapport indique qu'en 2023, il y a eu 1.195 signalements en France. Ce chiffre représente le total des signalements ayant des situations similaires, garantissant ainsi l'absence de doublons. Concernant la violence décrite ci-dessus, SOS Homophobie présente ces données sous forme de graphiques différents. Parmi les données globales, on observe les formes de LGBTIphobie

vécues : 1) 51 % des signalants ont subi de la discrimination ; 2) 37 % ont été attaqués ; 3) 9 % ont été harcelés ; 4) 3 % ont vu leurs biens volés. Il est clair que des efforts pour combattre cette phobie sont indispensables pour réduire la discrimination et la violence, qui demeurent des conséquences persistantes de la stigmatisation.

Dans la compréhension de la stigmatisation, il est essentiel d'examiner la théorie de la stigmatisation formulée par Goffman en 1963, ainsi que son développement par Bos et al. (2013). Selon Goffman (1963), la stigmatisation est un attribut qui discrédite une personne jugée « incomplète ». Dovidio, Major et Crocker (2000) soulignent dans le travail de Bos et al. (2013) que la plupart des définitions de la stigmatisation reposent sur deux éléments : la conscience des différences et le dédain à l'égard de la personne concernée. La stigmatisation se manifeste lors des interactions sociales et ne réside pas intrinsèquement dans l'individu, mais dans le contexte social, comme l'indiquent Crocker, Major et Steele (1998) ainsi que Hebl et Dovidio (2005) dans l'étude de Bos et al. (2013). De plus, la stigmatisation peut se produire de manière subtile, sans recourir à des mots. Hebl, Tickle et Heatherton (2000) affirment que le manque de contact visuel avec une personne stigmatisée génère une tension dans les interactions. Par ailleurs, la stigmatisation peut également être manifeste, comme l'expliquent Dovidio et al. (2000) et Herek (1999) dans l'œuvre de Bos et al. (2013). Ils avancent que la stigmatisation se manifeste par un refus d'interagir, l'évitement, le rejet social, l'ignorance, la déshumanisation et la dépersonnalisation, réduisant l'individu à un stéréotype caricatural. La stigmatisation remplit en réalité plusieurs fonctions. L'article de Bos et al. (2013) cité Kurzban et Leary (2001) ainsi que Phelan et al. (2008), qui identifient trois fonctions de la stigmatisation : 1) Exploitation et domination, utilisées par les puissants pour rabaisser les moins forts et perpétuer les inégalités entre groupes ; 2) Renforcement des normes sociales, où la menace de stigmatisation pousse les déviants à se conformer aux normes établies ; 3) Évitement des

maladies, souvent par l'isolement d'individus pour prévenir la contagion

Après avoir présenté le contexte de la recherche, quatre études antérieures abordant des thèmes similaires peuvent être mentionnées. La première est l'article d'Alessandrin (2021) intitulé *Drag in the City : éléments pour une analyse du paysage Drag Queen français*, qui examine les formes et pratiques contemporaines du drag en France. Cet article souligne l'importance de la représentation des drag queens à la télévision dans la lutte contre la discrimination et la stigmatisation auxquelles elles font face. Alessandrin (2021) explore également le développement de la communauté drag dans d'autres villes françaises comme Bordeaux, Lille et Lyon, survenu après la première diffusion de *RuPaul's Drag Race* aux États-Unis. Il affirme que le drag est fortement influencé par les films et émissions de télévision américains, notant l'impact de *RuPaul's Drag Race* sur l'évolution de la communauté drag en France. La deuxième étude est le mémoire de Pratama (2020) intitulé *Impression Management des Drag Queens au Raminten 3 Cabaret Show*, qui s'intéresse aux drag queens de Yogyakarta à travers la théorie de la dramaturgie. Pratama explique l'identité des drag queens en dehors de leur art, affirmant qu'elles ont leur propre identité et ne considèrent pas le drag comme leur unique identité, mais plutôt comme une facette de leur personnalité. La troisième étude, réalisée par McCormack et Wignall (2022) dans *Drag Performers' Perspectives on the Mainstreaming of British Drag: Towards a Sociology of Contemporary Drag*, examine l'évolution de la culture drag en Grande-Bretagne au XXI^e siècle, notamment depuis l'apparition de *RuPaul's Drag Race* en 2009. McCormack et Wignall (2022) soulignent que le drag est désormais perçu comme une profession viable, attirant ainsi des membres de la communauté LGBT. Enfin, l'étude de Sopitarchasak (2022) intitulée *What It Means to be a Drag Queen in Thailand: A Qualitative Study* analyse la situation sociale en Thaïlande, où l'acceptation des drag queens en tant que profession reste limitée. Cette recherche propose une analyse qualitative des réponses de dix drag queens, explorant leur perception du drag et son impact

sur leur vie. Avec l'émergence de Drag Race Thailand, le drag est présenté à la société thaïlandaise comme une forme d'art. L'étude conclut que la définition du drag queen évolue de manière dynamique, en fonction de la diversité des personnes s'identifiant comme telles, et que l'acceptation sociale de cette profession est en pleine croissance.

À partir de l'examen des recherches antérieures, la nouveauté de cette étude réside dans l'analyse de la manière dont les émissions de télé-réalité sur les drag queens transforment le stigma associé à la communauté drag et engendrent des impacts économiques et politiques. Dans ce contexte, il s'agit d'observer les changements au sein de la communauté drag queen en France à la lumière de l'évolution du stigma post-Drag Race France. Cette recherche vise à répondre à la question suivante : quel est l'impact de la transformation du stigma induite par Drag Race France sur la communauté drag queen en France ? L'objectif est de mettre en lumière les changements de perception qui ont eu lieu dans cette communauté après la diffusion de l'émission. L'analyse s'appuiera sur la théorie du changement de stigma de Haghighat (2001) pour identifier et examiner ces transformations.

MÉTHODE

Cette recherche adopte la méthode qualitative de Strauss et Corbin (1990), qui permet de présenter des résultats sans recourir à des analyses statistiques. Les données nécessaires seront recueillies à partir d'articles de presse, de publications Instagram, de sites web et d'extraits d'émissions de télévision, afin de mieux comprendre les processus de déstigmatisation survenus pendant et après l'émission. Les données seront collectées à partir d'articles de presse, de publications sur Instagram, de sites web et d'extraits d'émissions télévisées, définie par Zed (2004) comme un ensemble d'activités liées à la collecte de données, à la lecture, à la prise de notes et à l'analyse du matériel. Enfin, L'analyse des données sera ensuite réalisée en utilisant la théorie de la déstigmatisation de Haghighat (2001). Après avoir rassemblé les données et choisi la théorie pertinente, l'étude examinera

attentivement ces données en les reliant à la théorie de Haghghat. Cette théorie divise la déstigmatisation en six catégories :

1. Intervention éducative: Sensibilisation dans le cadre académique.
2. Intervention affective: Expériences émotionnelles entre ceux qui subissent le stigma et ceux qui le perpétuent.
3. Intervention législative: Rôle des lois pour lutter contre le stigma, incitant la société à adopter des lois anti-stigmatisation.
4. Intervention politique: Restriction des comportements discriminatoires pour faire passer un message qui incite la société à agir de même.
5. Intervention linguistique: Lutte contre la stigmatisation par le biais du langage.
6. Intervention intellectuelle et culturelle: Discussion sur l'influence de la culture ou de l'environnement pour abolir le stigma.

RÉSULTATS ET DISCUSSION

DÉSTIGMATISATION DES DRAG-QUEENS EN FRANCE

Dans le processus de déstigmatisation des drag queens en France, quatre formes d'intervention ont été identifiées: l'intervention affective, l'intervention politique, l'intervention linguistique et l'intervention intellectuelle et culturelle. En revanche, l'intervention éducative, essentielle dans le milieu académique, n'a pas été réalisée par Drag Race France, qui opère en tant qu'émission de télé-réalité plutôt que dans un cadre académique. De même, il n'y a pas eu d'intervention législative, l'émission n'ayant pas encouragé la création de politiques visant à promouvoir la déstigmatisation.

1. PROXIMITÉ ÉMOTIONNELLE DES DRAG QUEENS COMME INTERVENTION AFFECTIVE

L'intervention affective peut être observée dans l'émission lorsque certains candidats partagent des moments difficiles de leur vie, notamment en révélant leur homosexualité à leur famille.

Ces moments de témoignage sont présents dans les deux saisons de Drag Race France. Par exemple, dans la première saison, Lolita Banana a parlé de sa séropositivité (VIH). Dans la deuxième saison, dès le premier épisode, plusieurs drag queens ont expliqué que leur famille ignorait leur activité de drag, tandis qu'une autre candidate a raconté les violences subies en tant que femme trans. Ces échanges sincères entre les candidates renforcent un esprit de solidarité et de « sororité », une fraternité propre à la culture drag. Ces récits mettent en lumière les défis quotidiens que les drag queens affrontent dans leur vie personnelle, créant ainsi des moments émotionnels poignants qui touchent profondément les téléspectateurs.

Brennan & Gudelunas (2017) notent qu'au début de la version américaine de l'émission, celle-ci n'était pas encore très suivie, poussant les organisateurs à s'appuyer sur les réseaux sociaux pour attirer l'attention. De même, des tournées ont été organisées pour offrir aux candidats l'opportunité de rencontrer directement le public afin qu'ils puissent se respecter et s'amuser avec le drag en tant qu'art. Drag Race France suit cette démarche avec sa tournée officielle « Légendaire Cabaret Club », qui réunit les candidats des différentes saisons. Leur page Instagram, @dragrace_francelive, rassemble 18.000 abonnés et permet de suivre les informations concernant le cabaret.

Ces interactions renforcent les efforts de déstigmatisation, car elles permettent aux drag queens de créer des liens affectifs avec le public. Ce contact direct favorise l'acceptation des drag queens en tant qu'artistes à part entière, tout en brisant les barrières sociales entre elles et la société. En partageant leurs histoires et en divertissant leur audience, les drag queens contribuent à la normalisation de la culture drag. Cela permet aux spectateurs non seulement de se divertir mais aussi d'apprendre à mieux connaître cette culture, notamment ses termes comme « sœur » et ses performances artistiques telles que le lip-sync.

2. L'OUVERTURE D'ESPRIT? DES POLITICIENS COMME INTERVENTION POLITIQUE

Bien que l'émission n'invite pas de politiciens, elle émet constamment des déclarations politiques significatives. Les spectateurs ont ainsi l'occasion d'explorer les aspects politiques de la culture drag et de la communauté LGBT, qui sont étroitement liés à l'identité des drag queens, membres de cette communauté. L'émission a un impact sur les communautés drag queen et LGBT, notamment en abordant des sujets tels que la violence subie par ces artistes ou des organisations comme La manif pour tous, qui s'opposent au mariage homosexuel. Cela permet aux drag queens de créer un espace pour transmettre ces messages au public.

En matière d'intervention politique, l'engagement des politiciens se manifeste après l'annonce des résultats. Isabelle Rome, Ministre de l'Égalité entre les femmes et les hommes, de la Diversité et des Opportunités égales, a félicité la gagnante de la première saison de Drag Race France, Paloma, via un tweet sur X. Dans ce message, elle a également remercié l'émission, déclarant qu'elle a permis de « mettre en lumière le talent du drag français et de porter haut le combat pour l'égalité, la lutte contre les LGBTphobies et la sérophobie ». Cela illustre comment une figure politique peut influencer la perception de phénomènes sociaux encore considérés comme tabous. Son tweet a attiré l'attention du public, constituant ainsi une intervention politique significative contribuant à la déstigmatisation.

Selon Pescosolido et al. (2008), la lutte contre le stigma est complexe et nécessite l'implication des gouvernements, qui détiennent plus de pouvoir. De même, Olivier Bianchi, le maire de Clermont-Ferrand, a exprimé son soutien à Paloma. Ce geste montre l'ouverture des politiciens envers la culture drag et la victoire de Paloma, contribuant ainsi à réduire le stigma associé aux drag queens.

Un autre exemple de soutien politique est l'agence Pop Models Drag, la première agence française spécialisée dans le drag queen, a partagé une déclaration de soutien de la maire de Paris, Anne Hidalgo, pour Minima Gesté. Elle a été choisie pour porter la torche aux Jeux Olympiques de Paris 2024. Ce soutien est crucial,

car Hidalgo rappelle que « Paris n'a pas de place pour l'homophobie et la transphobie ». En soutenant la participation de Minima Gesté, le maire de Paris marque une étape importante vers la normalisation des drag queens, en raison de la signification symbolique de porter la torche pour cette grande ville. Minima Gesté est ainsi reconnue comme un symbole de paix et d'humanité, valeurs chères à Paris.

3. FLUIDITÉ DU GENRE EN LANGUE COMME INTERVENTION LINGUISTIQUE

De plus, au cours de la saison 2 de Drag Race France, la participante Moon a demandé à ce que ses camarades utilisent le pronom féminin « Elle ». Cela illustre bien que le drag peut être pratiqué par des personnes de toutes identités de genre, et pas seulement par des hommes. Ce slogan inclusif est particulièrement pertinent dans le cadre de cette émission, car les participants incluent non seulement des homosexuels, mais aussi des personnes transgenres comme La Briochée et Moon, ainsi que des personnes non binaires comme Soa de Muse. Comme l'a souligné Stokoe (2020), cela démontre que le drag peut être pratiqué par des personnes de genres divers, et pas uniquement par des hommes.

Cependant, l'utilisation du terme « sœur » pour désigner les drag queens et le jeu de mots C.U.N.T montrent une complexité au sein de ce discours. Alors que le mot « sœur » est employé pour renforcer les liens entre elles, la fluidité de genre semble moins évidente. Dans les deux premières saisons, les drag queens ne se sont jamais référées les unes aux autres comme « frère ». Par ailleurs, le terme « cunt » ou « chatte », bien que considéré comme vulgaire en anglais, prend une connotation positive dans la communauté drag. RuPaul a déclaré dans une interview en 2018 : « Well, one of the things that the kids do now is they'll say, referring to another drag queen, 'Oh that bitch is cunt, she is pure cunt', which means she is serving realness. » ou « L'une des choses que les enfants font maintenant, c'est qu'ils disent, en parlant d'une autre drag queen : « Oh, cette salope est une chatte, elle est une pure chatte », ce qui signifie qu'elle est au service de

la réalité. » Galinsky et al. (2013) dans Marjanovic (2023) expliquent que les groupes marginalisés ont souvent tendance à redéfinir des insultes de manière positive, ce qui permet de créer une nouvelle perception d'eux-mêmes et de leur communauté. Ces deux exemples illustrent des mots et des expressions qui sont à la fois importants et fréquemment utilisés au sein de la communauté drag queen. Ils font référence à la féminité, ce qui souligne un point essentiel : l'art du drag ne possède pas entièrement une fluidité de genre. Ainsi, ces mots et expressions, couramment utilisés dans la communauté drag, témoignent d'un lien avec la féminité, tout en soulignant que l'art du drag ne se limite pas à la fluidité de genre.

4. LA DIFFUSION DE DRAG RACE FRANCE COMME INTERVENTION INTELLECTUELLE ET CULTURELLE

Dans le cadre de l'intervention intellectuelle et culturelle, le visionnage de Drag Race France immerge le public dans l'univers du drag, riche en idéologie d'inclusivité. La version américaine, RuPaul's Drag Race, a toujours mis en avant l'inclusivité et la culture drag. Comme pour l'intervention affective, les participants de Drag Race France partagent des moments émouvants avec le public, racontant souvent des expériences personnelles, telles que l'un des candidats qui parle de sa maladie liée au VIH. Des récits similaires apparaissent également dans la version originale américaine. Depuis sa première saison, Drag Race France a célébré le multiculturalisme et la diversité des personas des drag queens.

Johansson (2022) décrit le multiculturalisme comme un mouvement politique lié à la politique identitaire, mettant l'accent sur la reconnaissance des droits des minorités et des différences culturelles. Ce multiculturalisme, ainsi que l'identité unique de chaque participant, se manifeste par la présence de drag queens trans, non binaires, séropositives, et même par des représentations culturelles comme celle de La Kahena, une drag queen d'origine tunisienne. On trouve également des drag kings, souvent interprétés par des femmes créant un personnage masculin. Cette diversité continue de se développer dans la

deuxième saison, car l'inclusivité est fortement valorisée dans Drag Race et ses versions dans d'autres pays. L'émission ne se limite pas à promouvoir l'art des drag queens, mais constitue également une plateforme pour mettre en avant différentes cultures, talents et aspects du drag qui n'avaient pas été médiatisés auparavant.

De plus, la plateforme sur laquelle cette idéologie d'inclusivité est diffusée joue un rôle crucial. L'émission est diffusée sur France.tv Slash, un canal public. Selon France.tv Pro, 82 % des Français visitent ce canal. Drag Race France a connu un succès immédiat, avec plus de 900 000 téléspectateurs lors du lancement de la première saison. De plus, selon Ouest France, Alexandra Redde-Amiel, la directrice des divertissements de France Télévisions, a déclaré que « Drag Race France se classe dans le top 10 de tous les programmes de France.tv, avec 2,1 millions de vues cumulées, soit une augmentation de 5 % par rapport à la saison précédente ». Il est également à noter que l'âge moyen des téléspectateurs est de 34 ans, avec 1,6 million d'interactions en ligne sous le hashtag Drag Race France. En somme, 9,9 millions de personnes ont suivi Drag Race France sur France Télévisions, ce qui représente une augmentation de 40 % par rapport à la première saison. Cela indique clairement que, lors de la première saison, la culture des drag queens souhaitait être présentée au public français. Les données de la deuxième saison démontrent également l'intérêt croissant des Français pour l'émission de télé-réalité Drag Race France et la culture drag en général.

IMPACT DE LA DÉSTIGMATISATION DES DRAG-QUEENS EN FRANCE

1. IMPACT ÉCONOMIQUE

L'impact positif majeur de la déstigmatisation se manifeste dans le domaine économique, comme le souligne l'article de Florent Vairet intitulé « Comment les drag-queens parisiennes deviennent (presque) bankables grâce au succès de RuPaul's Drag Race. ». Cet article présente des témoignages de drag queens françaises, en dehors de l'émission, sur leurs

expériences avec des rémunérations insuffisantes lorsqu'elles travaillent dans des clubs, des bars ou sont invitées à d'autres événements. Les drag queens interrogées affirment qu'elles commencent désormais à recevoir des rémunérations adéquates, grâce à la visibilité apportée par l'émission. Auparavant, leur travail n'était pas pris au sérieux, car beaucoup ignoraient que cette activité nécessitait des investissements conséquents, notamment pour la confection de costumes souvent réalisés par leurs soins et le temps consacré à la préparation de leur maquillage. De plus, leur talent pour divertir n'était pas suffisamment reconnu, car le drag n'était pas considéré comme une forme d'art. Ces témoignages rejoignent les recherches d'Alessandrin (2021), qui soulignent également les inégalités économiques rencontrées par les drag queens. L'enquête menée par Alessandrin (2021) révèle que la réalité des drag queens en France est loin d'être aussi glamour que les contrats Netflix de RuPaul.

Les drag queens s'entraînent comme tout autre artiste. Par exemple, elles peuvent divertir par le biais de spectacles de stand-up, nécessitant un entraînement rigoureux, ou par des performances de lipsync parfaitement chorégraphiées et interprétées. Ces performances requièrent une grande capacité à afficher leur charisme, un élément crucial pour captiver les spectateurs. Minima Gesté a également déclaré dans une vidéo pour Franceinfo que son personnage lui permet d'être audacieuse, d'exprimer une facette d'elle-même qu'elle n'ose pas montrer dans sa vie quotidienne. Le titre de la vidéo souligne ce témoignage : « Mon personnage est ce que je n'ose pas être en civil. ».

En observant les évolutions positives de leurs rémunérations, il est possible de relier cela à l'affirmation de Treiber (2019) selon laquelle RuPaul a transformé le drag en véritable industrie. Cette transformation offre de nouvelles opportunités aux drag queens françaises, valorisant leur art en tant que véritable profession et reflétant ainsi un processus de déstigmatisation grâce à la promotion de la culture drag. Grâce à cette déstigmatisation impulsée par RuPaul, les drag queens

bénéficient désormais d'opportunités économiques équitables. Elles ont un meilleur accès aux ressources nécessaires pour améliorer la qualité de leurs performances et leur créativité. Ce potentiel s'élargit encore avec l'organisation de tournées de cabaret officielles par Drag Race France et l'agence Pop Models Drag



Figure 1 Calendrier de la tournée Cabaret 2023

Source: Instagram.com/Drag Race France Live

Dans le calendrier de la tournée de cabaret, il est indiqué à côté des noms des villes que les billets sont déjà épuisés dans certaines villes, comme Lille et Bordeaux. Les dates des spectacles dans d'autres villes ont également été prolongées en raison du grand nombre de spectateurs attirés par Drag Race France. De plus, l'annonce de nouvelles dates pour les spectacles à Nantes, Lyon et Toulouse, alors que les billets commençaient à se vendre rapidement, démontre que les organisateurs ont anticipé cette forte demande. Cela offre aux drag queens l'opportunité de se

produire et d'amuser le public à plusieurs reprises dans des villes où l'enthousiasme est particulièrement élevé.

2. IMPACT POLITIQUE

La popularité de la culture drag, mise en avant par l'émission *Drag Race France*, a un impact politique en créant un espace pour les personnes qui se sentent différentes ou marginalisées par la société. Gulliver, Griffiths et Christensen (2010), dans leur étude sur la normalisation de la santé mentale, soulignent que cette approche est efficace pour changer la perception sociale. Ils notent que cela permet aux individus d'apprendre et de développer une plus grande empathie et soutien envers les autres. En plus de présenter la culture drag comme un art et un divertissement, l'émission aborde de nombreux autres sujets. Elle introduit également des icônes drag queen et des figures de la communauté LGBT en France, ce qui aide le public à comprendre l'histoire et les références de la culture drag en France, façonnant ainsi son identité.

Par ailleurs, la tournée de cabaret de *Drag Race France* démontre le soutien du public français envers les drag queens. Prenons l'exemple de la tournée de 2023, qui présente les villes que visiteront les drag queens, la disponibilité des billets et les dates de la tournée. Il est à noter que l'audience de l'émission a considérablement augmenté au fil des saisons, atteignant des millions de téléspectateurs. L'engouement pour la tournée est évident, avec des billets vendus et des prolongations de dates dans des villes comme Lille, Nantes, Bordeaux, Lyon et Toulouse. Cet enthousiasme témoigne de la reconnaissance et de l'acceptation croissantes de l'art drag en France. De plus, l'étude sur la violence à l'encontre des homosexuels menée par Duchesne, Lydié et Velter (2019) suggère que le stigma peut être atténué à travers des étapes individuelles, institutionnelles et populationnelles. L'étape individuelle implique le soutien aux personnes discriminées, comme le font les spectateurs de *Drag Race France* envers les drag queens. L'étape institutionnelle consiste en l'éducation dans des écoles sur les dangers de la discrimination. L'étape

populationnelle englobe les campagnes médiatiques et l'établissement de lois protégeant la communauté LGBT.

L'effort de populariser la culture drag par les drag queens françaises, en particulier celles de l'émission, s'inscrit dans la phase individuelle, car la société peut manifester son soutien en assistant à la tournée ou en continuant à soutenir Drag Race France, ce qui ouvre de plus grandes opportunités pour l'art drag. Dans l'article de Zhuang (2019) intitulé *The Influences of Idol Effect on the Purchasing Decisions of Their Fans*, l'auteur analyse la nature consumériste d'un fandom. Il souligne que les fans expriment leur affection en achetant des produits liés à leurs idoles. L'étape populationnelle se reflète dans les campagnes médiatiques des drag queens, illustrée par un communiqué de presse de l'agence Pop Models Drag, où la maire de Paris, Anne Hidalgo, exprime sa ferme opposition aux commentaires homophobes et transphobes subis par Minima Gesté. De plus, la participation de Minima Gesté en tant que porteur de flambeau aux Jeux Olympiques de Paris 2024 symbolise l'engagement du gouvernement à intégrer les drag queens dans la société française, en particulier à Paris.

Conclusions

À conclusions, Drag Race France contribue à combattre les stigmates associés aux drag queens et à la communauté LGBT. Cette émission propose divers types d'interventions qui aident la société française à comprendre et à apprendre que les drag queens sont « aussi entières » qu'eux. Elles aspirent aux mêmes choses : la justice, la sécurité, le soutien, l'égalité des opportunités professionnelles et le désir d'être acceptées par la société française. Bien qu'il y ait eu des changements de perception, la stigmatisation dont elles souffrent ne peut pas être totalement éradiquée. Duchesne, Lydié et Velter (2019) soulignent les problèmes de sécurité qui persistent pour les groupes homosexuels. Néanmoins, cela n'entrave pas les changements de perception, qui engendrent deux impacts positifs : un impact économique et un impact politique.

L'observation de la tournée de cabaret montre que la popularisation et la normalisation de la culture drag queen sont en train de se réaliser grâce à des décisions commerciales stratégiques. Il existe une relation réciproque entre le pouvoir économique que détiennent les drag queens et leur pouvoir politique. L'émission dérivée de Drag Race France est en effet une décision commerciale ayant des répercussions politiques, en raison des changements de stigmates qui se produisent après l'émission. Ces décisions commerciales sont essentielles pour défendre leur existence dans la société et leurs droits en tant qu'artistes et entertainers. L'industrialisation de la culture drag initiée par RuPaul a aidé la communauté drag queen en France, tandis que Drag Race France renforce ce processus d'industrialisation grâce à la représentation des drag queens françaises à la télévision. De plus, cette étude révèle une ambiguïté de genre dans la compréhension de la fluidité de genre dans le drag, qui ne peut pas être entièrement décrite comme « sans genre » ou « fluide ». En effet, des termes importants continuent de faire référence à des aspects féminins.

RÉFÉRENCES

- Agence et management de drag queen par pop models. (n.d.). PopModels - Agence de Drag Queens - Management - Booking. <https://www.popmodels.fr/agency/>
- Alessandrin, A. (2021). *Drag in the city : éléments pour une analyse du paysage Drag Queen français*. Le sujet dans la cité, (12), 235-248. <https://doi.org/10.3917/lstdlc.012.0235>
- Audiences saison 2021/2022. (2022). FranceTvPro.fr. <https://www.francetvpro.fr/contenu-de-presse/35597385>
- B., L., & C., M. (2022). *Tournée Drag Race France : Encore 3 dates supplémentaires au Casino de Paris !* Sortiraparis. <https://www.sortiraparis.com/scenes/spectacle/articles/278782-tournee-drag-race-france-encore-3-dates-supplementaires-au-casino-de-paris>

- Bos, A. E. R., Pryor, J. B., Reeder, G. D., & Stutterheim, S. E. (2013). *Stigma: Advances in Theory and Research. Basic and Applied Social Psychology*, 35(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.746147>
- Brann, M. (2017). *“How Do You Define Art?”: RuPaul’s Drag Race’s Influence on Drag Queen Identity and Group Culture*. Published ETD Collection
- Brennan, N., Gudelunas, D. (2017). *RuPaul’s Drag Race and the shifting Visibility of Drag Culture*. Palgrave Macmillan Cham.
- Cousseau, C. (2022, Juni 27). VIDEO. *“Mon personnage est ce que je n’ose pas être en civil” : Minima Gesté, drag-queen, raconte l’influence.* Franceinfo <https://www.francetvinfo.fr/societe/lgbt/video-mon-personnage-est-ce-que-je-n-ose-pas-etre-en-civil-minima-geste-drag-queen-raconte-l-influence-de-l-emission-rupaul-s-drag-race-5190964.html>
- cunt. (2024). <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cunt>
- Derdevet, M. (2023). *“J’ai vu que j’avais là une communauté” : avec Drag Race France “les jeunes LGBT ne se cachent plus.”*. France Inter. <https://www.radiofrance.fr/franceinter/j-ai-vu-que-j-avais-la-une-communaute-avec-drag-race-france-les-jeunes-lgbt-ne-se-cachent-plus-7020739>
- Drag Race France Live [@dragrace_francelive]. (2023, Juli 26). “Drag Race 2 France Live! Paris du 07 au 16 Septembre 2023 [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CvKEVoCNYOo/?locale=en>
- drag-queen* - Définitions, synonymes, prononciation, exemples | Dico en ligne Le Robert. (n.d.). <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/drag-queen>

- Duchesne L, Lydié N, Velter A. (2019). Violences homophobes subies par les hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes en 2019. Enquête rapport au sexe. *Bull Epidemiol Hebd.* (6-7):105-11. http://beh.santepubliquefrance.fr/beh/2021/6-7/2021_6-7_2.html
- Figueroa, C. A. (2021). "Oh [Yes], She Betta [Should]!": Dolling Up Drag Queens' Intellectual Property Rights. *UCLA Entertainment Law Review*, 28(1). <http://dx.doi.org/10.5070/LR828153858>
- Gratian, P. (2023). « Drag Race France » : voici dix choses à retenir de la deuxième saison qui se termine ce vendredi. *Ouest France*, <https://www.ouest-france.fr/medias/television/drag-race-france-voici-dix-choses-a-retenir-de-la-deuxieme-saison-qui-se-terme-ce-vendredi-4e2a50f4-3694-11ee-a2d3-05324ea7f164#:~:text=C%C3%B4t%C3%A9%20audiences%2C%20le%20bilan%20est,an%20pass%C3%A9%2C%20selon%20France%20T%C3%A9l%C3%A9visions>
- Gulliver, A., Griffiths, K. M., & Christensen, H. (2010). Perceived barriers and facilitators to mental health help-seeking in young people: A systematic review. *BMC psychiatry*, 10(1), 113.
- Gulliver, A., Griffiths, K. M., & Christensen, H. (2010). *Perceived barriers and facilitators to mental health help-seeking in young people: A systematic review*. *BMC psychiatry*, 10(1), 113.
- Haghighat, R. (2001). *A unitary theory of stigmatisation: Pursuit of self-interest and routes to destigmatisation*. *British Journal of Psychiatry*, 178(3), 207-215. doi:10.1192/bjp.178.3.207
- Johansson, T. R. (2022). In defence of multiculturalism – theoretical challenges. *International Review of Sociology*, 1–15. <https://doi.org/10.1080/03906701.2022.2045141>

- Onclin, H. (2019). The Importance of Being Fabulous in Kempt. H., Volpert. M. (Eds.) *RuPaul's Drag Race and Philosophy: Sissy That Thought (Popular Culture and Philosophy Book 129)*. 161-175. Open Court Publishing.
- Marjanovic, N. (2023). « Be proud, and loud » : marqueurs de fierté dans les discours oraux de drag queens. *Discours*, 32. <https://doi.org/10.4000/discours.12425>
- McCormack, M., & Wignall, L. (2022). Drag Performers' Perspectives on the Mainstreaming of British Drag: Towards a Sociology of Contemporary Drag. *Sociology*, 56(1), 3-20. <https://remote-lib.ui.ac.id:2075/10.1177/00380385211008387>
- Pescosolido, B. A., Martin, J. K., Lang, A., & Olafsdottir, S. (2008). Rethinking theoretical approaches to stigma: a Framework Integrating Normative Influences on Stigma (FINIS). *Social science & medicine* (1982), 67(3), 431-440. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.03.018>
- Pratama, MIM. (2020). Impression Management Pelakon Drag Queen Di Raminten 3 Cabaret Show [Tugas Akhir, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. Repository Universitas Muhammadiyah Surakarta. [https://eprints.ums.ac.id/86253/3/NASKAH%20PUBLIK ASI.pdf](https://eprints.ums.ac.id/86253/3/NASKAH%20PUBLIK%20ASI.pdf)
- Reure, V. (2022). Le drag comme acte politique, avec Paloma, gagnante de Drag Race France. *Les Éclaireurs*. <https://leseclaireurs.canalplus.com/articles/comprendre/drag-queen-politique-paloma-gagnante-drag-race-france-ru-paul>
- Sandoval, J. (2018). *The RuPaul Effect: The Exploration of the Costuming Rituals of Drag Culture in Social Media and the Theatrical Performativity of the Male Body in the Ambit of the Everyday*. Theatre Symposium 26, 100-117. doi:10.1353/tsy.2018.0007.

- Severová, M. (2021). *The History and Representation of Drag in Popular Culture; How We Got to RuPaul* [Thesis, Masaryk University]. Masaryk University.
<https://is.muni.cz/th/eipvg/>
- Sopitarchasak, S (2023). What It Means to be a Drag Queen in Thailand: A Qualitative Study. *Asia-Pacific Social Science Review*, 23(1), 1-18. <https://www.dlsu.edu.ph/wp-content/uploads/pdf/research/journals/apssr/2023-march-vol23-1/ra-1.pdf>
- Stokoe, K. (2020). *Reframing Drag Beyond The Subversion and The Status Quo*. Routledge.
- Treiber, G. (2019). The Importance of Being Fabulous dalam Kempt. H., Volpert. M. (Eds,) *RuPaul's Drag Race and Philosophy: Sissy That Thought (Popular Culture and Philosophy Book 129)* 150-160. Open Court Publishing.
- Vairet, F. (2022). Comment les drag-queens parisiennes deviennent (presque) bankables grâce au succès de RuPaul's Drag Race. *Les Echos Start*.
https://www.lemonde.fr/archives/article/1984/09/10/les-militants-gays-prennent-le-sida-au-serieux_3020248_1819218.html
<https://start.lesechos.fr/travailler-mieux/metiers-reconversion/comment-les-drag-queens-parisiennes-deviennent-presque-bankables-grace-au-succes-de-rupauls-drag-race-1777765>
- Zhuang, L. (2019). The Influences of Idol Effect on the Purchasing Decisions of Their Fans. *Proceedings of the 2018 International Symposium on Social Science and Management Innovation (SSMI 2018)*, 68.
<https://doi.org/10.2991/ssmi-18.2019.31>