

LEXIQUE DE LA VISIBILITÉ :

(p. 22)

PERSONNES

célébrités

étoiles

fans

gens

groupies

idoles

monstres sacrés

notabilités

olympiens

people

personnalités

personnes en vue

stars

superstars

vedettes

PROPRIÉTÉS

célébrité

éclat

glamour

gloire

illustration

lustre

nom (prénom)

notoriété

popularité

renom

renommée

réputation

vedettariat

- **CÉLÈBRE** : (lat. *celeber*) : 1. (1509) Solennel, éclatant ; 2. (1636) Très connu.

- **CÉLÉBRITÉ** : 3. (1842) Personne célèbre, illustre. *Les célébrités du jour. Les célébrités du monde artistique.*

- **ÉTOILE** : (1849) Personne dont la réputation, le talent brille (comédien, danseur). Voir *vedette*. Les étoiles du cinéma. Voir *star*.

- **FAN** : 1958. mot anglais, abréviation de *fanatic*. Voir *fanatique. Anglicisme*. Jeune admirateur, jeune admiratrice enthousiaste de (une vedette).

- **IDOLE** : 1265. Du latin *idolum* et du grec *eidôlon*, « image » ; 1. Image représentant une divinité et qu'on adore comme si elle était la divinité elle-même. Voir *fétiche. Culte des idoles*. Voir *idolâtrie* ; 2. (XVII^e) Personne ou chose qui est l'objet d'une sorte d'adoration. *Une idole des jeunes* : un chanteur, etc., admiré du jeune public.

- **IDOLATRIE** : 1. (fin XII^e). Culte rendu à l'idole d'un dieu. Voir *fétichisme* ; 2. (XVII^e) Amour passionné, admiration outrée ;

- **MONSTRE** : 5. Locution figurée. Les monstres sacrés : les grands comédiens.

- **NOTORIÉTÉ** : 2. (1856) Fait d'être connu avantageusement. Voir *célébrité, renom*,

renommée, réputation. Son livre lui a donné de la notoriété.

- **PERSONNALITÉ** (Le Robert) : I. (1495) 1. Ce qui fait l'individualité d'une personne morale ; 2. Apparence d'une personne ; 3. (Dr.) Aptitude à être sujet de droit ; II. (1867) 1. (rare) Personne morale considérée comme réalisant plus ou moins « les qualités supérieures par lesquelles la personne se distingue des simples individus biologiques » (Lalande) ; 2. (courant) Personne en vue, remarquable par sa situation sociale, son activité. Voir *notabilité, personnage*.

- **STAR** : Vers 1919 ; au théâtre, 1844. *Anglicisme*. Célèbre vedette de cinéma. Voir *étoile* (ne se dit plus que des actrices).

- **SUPERSTAR** : 1971. *Anglicisme*. Vedette très célèbre.

- **VEDETTARIAT** : 1947. Condition sociale des vedettes. Attitude de vedette.

- **VEDETTE** : 1. (1586) ; italien *vedetta* « observatoire », croisement probable de *veletta*, diminutif de *vela*, et de *vedere*, « voir ». Soldat placé en sentinelle pour observer et renseigner ; 2. (1826) Au théâtre, le fait d'avoir son nom imprimé en gros caractères. *Avoir, partager la vedette* ; 3. (fin XIX^e) Artiste qui a la vedette, et par extension Personne qui jouit d'une grande renommée, dans le monde du spectacle. *Les vedettes de la scène, du cinéma*. Voir *étoile, star, superstar, vedettariat*. Personnage de premier plan, très connu.

LA DERNIERE PHOTO DE RIMBAUD

(Jean-Jacques Lefrère, Jacques Desse, Alban Caussé (*Le Monde*, 9-10 mai 2010)
(p. 32)

« L'annonce de la découverte d'une photographie où apparaissent les traits d'Arthur Rimbaud à l'âge adulte a eu un impact d'une ampleur et d'une variété assez inattendues. (...) »

Cette photographie a été présentée pour la première fois au Salon international du livre ancien, le mois dernier : quelques milliers de visiteurs sont venus la voir, (...) comme s'ils avaient ressenti le besoin de s'assurer que ce cliché existait vraiment, matériellement, et comme si la confrontation à l'original allait leur faire toucher du doigt ce que Rimbaud avait été pour eux...

Pour nombre de ceux pour qui l'œuvre et l'aventure humaine de Rimbaud ont compté, l'apparition de ce visage, dans les brutales conditions du système médiatique, a été un événement qui a touché à l'intime, une sorte de choc sourd, un sentiment comparable à la découverte de l'aspect physique d'une personne sur laquelle on sait beaucoup sans jamais l'avoir rencontrée, avec ce que cela peut entraîner de surprise, voire de désappointement, mais aussi d'émotion, en tout cas d'intensité. La révélation de cette photographie paraissait répondre à une attente, insoupçonnée par chacun, mais profonde, le désir d'en voir plus, d'en savoir plus sur Arthur Rimbaud (...).

Du coup, cette image a d'emblée acquis le statut de second visage de Rimbaud, dans la mythologie collective, alors qu'elle n'est que le visage du second Rimbaud. (...) Une dépêche de l'AFP, reprise par d'innombrables médias nationaux ou internationaux, prenait acte de cette espèce de précipitation chimique, comme si le simple dévoilement d'une image déplaçait quelque chose dans ce mythe prégnant pour beaucoup de gens sur le globe. Des centaines de personnes n'ont-elles pas éprouvé le besoin de réagir face à elle, dans la presse comme sur Internet ? (...)

Certains, paraissant pris de panique, rejetaient, en brandissant des menaces et des malédictions, ce nouveau portrait qu'ils accusaient de briser le mythe. A les en croire, Rimbaud devait rester figé pour l'éternité dans une iconographie établie et fixée par quelques grands prêtres du rimbaldisme de jadis.

Une idole n'a qu'un visage, qui doit rester immuable et vénéré. Qui adorerait un Christ aux cheveux courts et rasé de près ? Le Rimbaud d'Aden n'avait pas la tête de l'emploi. (...) Alors, que faire de ces exhortations, de ces proclamations non exemptes de solennité, lancées par quelques internautes ? « *Vous auriez dû la brûler* » ; « *C'est un faux parce que c'est un faux Rimbaud qui y apparaît* » ; « *Je n'aime pas cette photo* » ; « *Cette image fait obstacle à la lecture de l'œuvre* »... »

LA « PEOPOLISATION » DU POLITIQUE

(p. 150)

L'expression « peopolisation » (ou « pipolisation »), appliquée au monde politique, s'est imposée peu à peu dans les années 2000, témoignant de la capillarité accrue entre les professionnels de la politique et les vedettes du cinéma, de la télévision, de la chanson ou du sport, notamment grâce à la montée en puissance des journaux spécialisés. Ironiques ou sérieuses, les mises en exergue ou les dénonciations du phénomène abondent, qu'il s'agisse d'épingler une exposition médiatique des politiques incompatible avec la dignité de leur fonction ou de moquer l'entrée en politique de vedettes sans autre compétence que leur popularité. En voici trois exemples, dans trois pays différents.

Peopolisation à la française

Sous le titre « Maman ministre », l'éditorialiste Daniel Schneidermann commente les photos de Ségolène Royal, alors ministre, recevant les journalistes dans sa chambre à la maternité après son accouchement: *« Sans vouloir jouer les pisse-vinaigre en ces instants privilégiés, il faudra tout de même, un jour ou l'autre, aborder sérieusement cette question de la vie privée. Chacun se félicite que la France ne soit pas les États-Unis, que les médias s'accordent à respecter la vie intime des hommes publics. Des affaires Gary Hart, Kennedy et autres feuillets similaires seraient ici impensables, explique-t-on. Très bien. Mais alors, tout le monde ne doit-il pas respecter ce tabou implicite ? Si les hommes – ou les femmes – politiques font eux-mêmes de leur vie familiale un élément parmi d'autres d'une savante stratégie d'image, comment interdire à « une certaine presse », comme on dit, d'aller, sur ce terrain aussi, démonter les truquages et les manipulations et, de proche en proche, creuser, fouiner, s'embusquer, comme elle en a l'habitude avec les vedettes du spectacle ou les familles princières ? Ou bien la vie privée reste résolument dans la sphère privée, ou bien elle est projetée dans la sphère publique, avec tous les risques afférents. Il faut choisir. »* (Le Monde, 4 juillet 1992)

Près de quinze ans plus tard, le même quotidien fait état de l'évolution des pratiques vers une publicisation accélérée par la concurrence entre journaux: *« Cette semaine, deux magazines français, Closer et VSD, ont ainsi publié des photos de Ségolène Royal en maillot de bain, accompagnée dans VSD de son compagnon François Hollande et de sa fille aînée. Les clichés, pris "par un photographe professionnel effectuant une planque depuis plusieurs jours", explique le responsable du service photo d'un magazine à qui ils ont été proposés, ont été négociés "en deçà de 10 000 euros, soit infiniment moins qu'une photo de star de cinéma". (...) La rédactrice en chef de Closer souligne encore que "Ségolène est une femme politique mais elle appartient à l'univers des people aujourd'hui. En politique il n'y en a pas d'autres. Ce sont des photos non autorisées donc n'entrant pas dans une entreprise de communication de Ségolène Royal et c'est un élément qui a aussi pesé dans notre décision de publier ces photos". (...) Paris-Match, qui jusque-là publiait essentiellement des photos autorisées, a franchi un nouveau cap sous la pression de ses concurrents "people" qui grignotent désormais son marché. En août 2005, le magazine du*

groupe Hachette-Filipacchi a ainsi publié en couverture une photo non autorisée de l'épouse du ministre de l'Intérieur, Cécilia Sarkozy et de son amant, photo qui a valu au directeur du magazine, Alain Génestar, d'être évincé un an plus tard. » (Le Monde, 12 août 2006)

Peopolisation à l'indienne

Sous le titre « Un candidat venu de Bollywood », le même quotidien raconte comment « comme d'autres acteurs avant lui, Chiranjeevi, star du cinéma indien, utilise son argent et sa popularité pour mener campagne aux législatives », et explique que « les premiers clubs de fans créés par les maisons de production dans les années 1950 pour assurer les promotions de leurs films, à moindre coût, sont devenus au fil des années des piliers des partis politiques du sud de l'Inde. (...) Chaque club de fans soutient un parti politique. » (Le Monde, 22 avril 2009)

Peopolisation à la belge

« En Flandre, le BV [de Bekende Vlamingen, « Flamands connus »] aujourd'hui le plus en vue est Jean-Marie Dedecker, ancien entraîneur de l'équipe nationale de judo (...). Député et chef du nouveau parti populiste et ultralibéral (...), il cartonne dans les sondages. L'ex-entraîneur a notamment amené à l'avant-scène une ex-Miss Belgique et une ancienne championne olympique. (...) Pour les partis, le "pipole" est devenu l'arme secrète anti-impopularité. L'auteur d'un doctorat à l'université de Gand estime que, à la même place sur une liste, un BV/FC a trois fois plus de chances de se faire élire qu'un candidat "normal". Celui-ci a beau rôler, ou mettre en évidence le travail qu'il a accompli – voire sa compétence -, il doit bien vite se plier à une autre loi d'airain : l'opinion se dit majoritairement hostile à la personnalisation (60% y étaient opposés en 2003) mais, une fois dans l'isolement, les électeurs permettent à des personnalités connues de réaliser des scores personnels impressionnants. (...) Outre les Miss Belgique – dont trois au total ont déjà rallié la droite et l'extrême droite flamande -, on trouve surtout parmi les nouveaux venus des sportifs, des personnalités du monde culturel et l'un ou l'autre médecin célèbre. Et puis de nombreux journalistes de télévision. (...) Pour se rendre populaires, les socialistes ont, eux, choisi une autre méthode : ils privilégient les "fils et filles de...", héritiers plus ou moins talentueux de parents qui se sont fait un nom. C'est une autre façon de tenter de séduire ceux que la politique indiffère. » (Le Monde, 28 avril 2009)

LE BLUES DE POLAC

(p. 215)

Le nom de Michel Polac fut célèbre en France dans les années 1970 et 1980. Il ne dira sans doute plus grand-chose à ceux qui sont nés après 1968 et n'ont donc pas connu ses émissions de télévision hautes en couleur (*Post-scriptum, Droit de réponse*) dont se régalerent les *baby-boomers*. Et c'est bien là le drame de cet écrivain (auteur de plusieurs romans) et réalisateur de cinéma (une dizaine de films, dont le premier reçut le prestigieux prix Georges Sadoul), qui se trouve être par ailleurs « journaliste et producteur à la radio », comme le précise la quatrième de couverture de son premier roman, *La Vie incertaine* (1956), puis « homme de télévision », comme l'indique un recueil de textes intitulé, significativement, *Le Grand mégalo ou la vie pour rien* (1975). Car l'auteur a été happé par la célébrité médiatique.

De ce drame intime témoignent les morceaux choisis (publiés en 2000) de son *Journal*, habité par la conscience désabusée de son incapacité à faire une œuvre, à se faire reconnaître comme un auteur. Ces considérations mélancoliques ne tombent d'ailleurs sous les yeux du lecteur qu'en vertu de la visibilité de l'auteur, qui lui vaut la curiosité acquise des lecteurs et lectrices et, partant, les avances (aux deux sens du terme) des éditeurs. De cet écart entre la valeur intrinsèque de l'œuvre qu'il a produite ou eût aimé produire et la valorisation extérieure de sa personne due à sa seule visibilité, l'auteur est bien conscient, pour son malheur: d'où la tonalité dépressive de ce *Journal*, qui semble faire écho à la cette forme de « dépression » que crée l'écart de grandeur entre la puissance de l'image publique et la pauvreté de l'auto-perception, dans la mesure où le crédit dont l'homme de télévision bénéficie n'est pas proportionné à sa valeur personnelle, d'où qu'elle provienne – œuvre géniale, actes héroïques, saintes souffrances.

Dans la construction de son identité, la visibilité – ressource vulgaire - l'a emporté sur la création – vertu authentique -, clivant son être en deux moitiés hétérogènes. Il s'est vu dégradé, du statut d'auteur à celui, pas même de journaliste mais d'animateur. Et contrairement aux vrais auteurs, dont le capital de notoriété est cumulatif, résistant à l'épreuve du temps voire s'accroissant avec lui, son propre capital de visibilité ne peut être qu'évanescant, menacé de déflation accélérée s'il n'est pas constamment renouvelé par l'exposition télévisée. Car l'obsolescence est la loi de la jungle – la jungle médiatique, sans support stable auquel se référer, sans matérialisation durable des images qui y prolifèrent.

Il est un héros certes, mais seulement pour l'homme de la rue, dont il n'a que faire. Il est une star bien sûr, mais rien qu'une « *star bidon* », voué à la petitesse de l'écran, à la vulgarité du peuple téléspectateur - le mauvais peuple aux yeux des intellectuels, qui ne le voient bon qu'avec faucille, marteau ou pavé à la main. Aussi l'admiration ne fait-elle qu'ajouter à cette déception perpétuelle: plus on l'admire, plus il se déteste, parce que ses admirateurs ne sont pas ceux qu'ils devraient être et que leur admiration ne s'adresse pas à celui que lui-même voudrait être. Pire: elle fait « *frétiller son narcissisme* », comme il doit se l'avouer à lui-même, ce qui l'humilie encore plus, lui qui se voudrait au-dessus des

gratifications vaines de la foule. Certes, les femmes le reconnaissent et même, peut-être, le désirent - mais comment savoir si c'est lui, l'homme, ou l'autre, l'animateur célèbre, qui les séduit ainsi? D'où un intense et permanent sentiment de solitude, paradoxal chez un homme connu par des millions de gens.

Malgré tout, son émission est une « *drogue dure* » - il l'avouera aussi dans une interview - dont il n'a pu se détacher que forcé, à la suite de défaillances physiques qu'il finit par considérer comme une chance, une planche de salut lui ayant permis de s'éloigner enfin de la télévision qui l'a fait en même temps que détruit. D'ailleurs son prestige en est remonté d'autant, du moins aux yeux de ceux qui comptent à ses yeux et qui, comme lui, ne reconnaissent que la valeur des livres, des œuvres. Mais il ne peut y résister: *drogue dure*, décidément, l'exposition médiatique lui manque, même s'il sait qu'elle tue en lui tout ce que lui-même estime.

En publiant ce *Journal*, il réalise le fantasme mis en scène dans l'un de ses films: s'exposer au ridicule en offrant au public une prestation minable dans un genre trop grand pour lui (la littérature), alors qu'il aurait pu se contenter d'être bon dans un genre moins prestigieux (la télévision). Il s'est rêvé grand écrivain, n'est devenu qu'un homme de télévision, et en publiant son journal il autorise les lecteurs à le percevoir tel qu'il est vraiment: un amuseur qui se prend pour un grand homme. Mais au moins, il le sait. Ce qui ne l'empêche pas de continuer à s'exposer. A distance du « *carrousel audiovisuel* », c'est pourtant dans ce journal intime - le lieu où la personne se révèle à elle-même, loin du regard d'autrui, pour peu du moins qu'elle ne l'écrive pas dans l'idée de le publier - que vient se condenser tout son besoin de créer. Aussi lui apparaît-il comme la seule chose valable et, peut-être, durable dans sa vie. Mais aura-t-il encore le moindre intérêt une fois évaporée une visibilité que ne soutient aucun réel accomplissement?: « *Si j'étais mort à la fin de "Droit de réponse", on aurait publié avec beaucoup de succès ces papiers posthumes. Maintenant, avec les années... Un Journal n'a d'intérêt que s'il éclaire une œuvre ou une vie exceptionnelle* ». Ce pourquoi il n'y a pas résisté: ce *Journal* aura été publié de son vivant, avant que son nom ne soit oublié.

UN « ÉVÉNEMENT » PROMOTIONNEL

(p. 317)

Lisbonne, juin 2007. Plusieurs dizaines de journalistes appointées par des magazines féminins arrivent de toute l'Europe, réunies pendant deux jours dans un palace pour un « événement beauté » : le lancement d'une nouvelle ligne de soins par une célèbre marque de cosmétiques. Au programme : conférences scientifiques par des dermatologues ; présentation des photos publicitaires réalisées avec la star de cinéma américaine qui a accepté de promouvoir les produits, en présence du photographe et du directeur artistique (eux-mêmes qualifiés par le dossier de presse de « stars » dans leur domaine) ; présence de la star venue spécialement de Californie (mais non, justement, elle ne viendra pas, retenue par un autre « événement », familial celui-là – mais elle s'en excusera dans un petit film vidéo réalisé exprès pour l'occasion) ; grand dîner en présence du PDG de la firme, avec musiciens et prestidigitateur ; distribution de cadeaux divers, incluant bien sûr les pots de cosmétiques ; et, accessoirement, cours de pilates, piscine, farniente et papotages dans les jardins de l'hôtel...

C'est donc - racontée autrement - l'histoire d'un dossier de presse qui promeut les auteurs des photos d'une vedette chargée de promouvoir une nouvelle ligne de cosmétiques lors d'un « événement beauté » destiné à obtenir de la publicité rédactionnelle dans les pages des magazines féminins.

Et la morale de cette histoire ? Il n'y en a pas. Car ce n'est qu'une histoire d'argent : l'argent que l'entreprise espère engranger par les achats des consommatrices que permettront peut-être les éventuelles mentions du produit par les journalistes, achetées en nature (invitation dans un palace, cadeaux divers et présence attendue de la star). Les bénéficiaires couvriront-ils ces frais de promotion ? Mais sans doute ceux-ci sont-ils peu de choses en regard du cachet offert à la star en échange de son image - dont il reste à conclure qu'elle peut rapporter gros.

UN PELERINAGE A MEMPHIS

(D'après Gabriel Segré, *Au nom du King. Elvis, les fans et l'ethnologue*, 2007)
(p. 407)

- **pèlerinage** : « C'est à la mi-août, pour l'anniversaire de sa disparition (...), que se tient à Memphis l'*Elvis International Tribute Week*, plus communément appelée l'*Elvis Week*. Durant une semaine, tout un ensemble de cérémonies, de commémorations, d'hommages sont organisés sous l'égide de l'*Elvis Presley Enterprises* (EPE). (...) Cette année 1997, 100 000 fans, en provenance des quatre coins du globe, sont attendus pour les célébrations du vingtième anniversaire de la mort de Presley. »

- **étapes** : Graceland (la maison), *Meditation Garden* (tombe du chanteur, de ses parents, de sa grand-mère), musées consacrés à Presley, studios Sun de Memphis, visite de Tupelo avec maison natale et école.

- **circuit bis** (non prévu au programme officiel) : centre médical où il fut hospitalisé, école primaire, magasin où fut achetée sa guitare...

le départ

- **conversion** : « Fabien est persuadé que je vais devenir, à l'issue de ce voyage, un fan d'Elvis : *"Le premier séjour à Graceland est inoubliable, vous verrez, et transforme chacun. Il vous convertira comme il en a converti tant d'autres avant moi"*. »

- **présence** : « Tino est tout aussi convaincu : *"Chaque personne qui met les pieds à Graceland pour la première fois prend un coup dans le cœur. On ressent une présence, je vous assure, c'est vrai. On dirait qu'on ressent une présence"*. »

- **bouleversement et mystère (puissance de la communauté dans l'amour de la singularité)** : « Fabien me raconte l'effet intense que produit sur chacun la participation à la *Candlelight*, l'un des grands rites qui ponctuent le séjour à Graceland : *"Il y a des millions d'hommes et de femmes, de tous âges, de toutes catégories, de toutes religions, de tous pays. C'est presque de la ferveur. C'est palpable. Cela prend aux tripes, cela prend au cœur. Les trois quarts des gens sont bouleversés. Cela ne s'explique pas. C'est cela, le mystère"*. »

sur la Piazza

- **boutiques de souvenirs et petit commerce** : « Ici pullulent les magasins de souvenirs, l'*Elvis Gallery*, le *Good Rockin' Tonight*, l'*Elvis Threads* et autres boutiques consacrées au chanteur. On peut y dénicher tous les objets possibles et imaginables : cuillers assiettes, tasses, bols, verres, affiches, oreillers, lampes, guitares, paires de chaussettes, T-shirts, vestes, blousons, poupées, reproductions de disques d'or,

éventails, bougies et autres innombrables bibelots de pacotille, tous bien entendu à l'effigie du King. »

- **valorisation** : « L'image ou simplement le nom d'Elvis figurant sur une tasse de thé décuple sa valeur. »

- **revêtir des insignes** : « L'immense majorité des fans à Graceland se contentent de revêtir des T-shirts, de porter des badges ou des sacs à l'effigie d'Elvis. »

- **reliques** : « Les salles de réception [des hôtels de Memphis] se transforment en conventions où sont vendus des disques originaux du King, mais aussi des photos, des affiches, des reliques variées : petits coffrets renfermant une mèche de cheveux d'Elvis, morceaux de costume ayant appartenu au chanteur, copies de son certificat de décès ou de naissance... »

- **autographes des proches** : « Des musiciens de Presley et des membres de la *Memphis Mafia*, installés sur une estrade, attendent les fans qui viennent un à un recevoir leur autographe. »

- **miracles** : « La rencontre, sur la Piazza, de l'ancien sergent-major de Presley, l'achat d'un disque rare sont autant de miracles inespérés qui feront l'objet de récits exaltés. »

- **musique contre politique** : « L'hôtel où est mort Martin Luther King, jouxtant le Musée des droits civiques, laisse chacun indifférent. »

Graceland

- **graffitis** : « De part et d'autre de ces grilles [de Graceland] s'étend le mur de la propriété, bariolé de milliers de graffitis. A toute heure de la journée, des fans, le marqueur à la main, y laissent une preuve d'amour, témoignage, prière ou remerciement. Faute de place, quelques-uns de ces hommages au King sont inscrits sur le sol ou un panneau de signalisation. »

- **religion, consommation et surveillance** : « J'ai le curieux sentiment de me trouver plongé à la fois au cœur d'une cérémonie religieuse, entouré d'officiants et de fidèles, au centre d'un univers de haute surveillance, entre vigiles et suspects, ainsi qu'au milieu du règne de la consommation, où prennent place vendeurs et clients ; le costume caractéristique blanc et noir des membres de l'EPE évoque lui-même tour à tour la parure de l'officiant d'un rite sacré, l'uniforme du surveillant ou le costume du vendeur de grande surface. »

- **rite de purification** : « La scène du dépôt des caméras interdites ressemble à une sorte de rite de purification. Chacun, après avoir revêtu les habits propres à l'accomplissement du rite, paraît se défaire de tout ce qui pourrait souiller la maison, se préparant ainsi à quitter le monde profane pour intégrer le monde sacré. »

- **objets sacrés** : « Le lit dans lequel Elvis dormait, le canapé sur lequel il regardait la télévision, le piano sur lequel il jouait, les murs de chaque pièce, les portes, les rideaux sont autant d'objets sacrés qu'il n'est pas question d'approcher ou d'effleurer. »

- **présence (un fan)** : « *Je suis allé deux fois visiter Graceland. Arrivé à la porte... la chair de poule. On sent qu'il est là. Personnellement, je sens vraiment qu'il était là, quoi. Et la chair de poule tout le long. (...) Il nous voit, il nous regarde, il est à côté de nous.* »

- **toucher (un fan)** : « *Faut que je touche les portes. Tout ce qu'Elvis a pu toucher, faut que je le touche, faut que je le fasse. Et je l'ai fait ! J'ai presque tout touché. Tout ce que j'ai pu toucher, je l'ai touché. (...) Je ne sais pas pourquoi. C'est psychique. Depuis le temps, ça a dû être lavé et relavé. Mais bon, c'est un peu comme si je l'ai touché, lui.* »

- **relique (un fan)** : « *C'est sûrement bête, mais ça me fait quelque chose de l'avoir [un bout de moquette]. C'est un peu d'Elvis que je ramène à Paris, c'est comme une sorte de porte-bonheur.* »

la Candlelight

- **attente** : « On prévoit cinq à six heures d'attente pour parvenir au Jardin des Méditations. La procession se mettra en mouvement à 21 heures, mais beaucoup ne pourront accéder à la tombe de Presley qu'aux heures les plus avancées de la nuit. »

- **sanglots** : « Comme il fallait s'y attendre, les accords mineurs du piano, les plaintes langoureuses du violon, la voix chaude et profonde de Presley ont raison des dernières pudeurs. Je suis maintenant entouré de fans sanglotant. Et voici qu'à mon tour je suis gagné par une émotion qui me surprend ; certes, la manipulation des sentiments est grossière, mais le spectacle de communion et de dévotion délivré par ces milliers de femmes et d'hommes a quelque chose d'infiniment poignant. »

- **bain de foule, bain de lumières** : « Une fois *My Way* terminée, une responsable invite les fans à allumer leur bougie. "*Montrez à Elvis, commande-t-il, montrez-lui vos bougies allumées, montrez-lui votre amour*". Des milliers de mains se dressent. Des milliers de petites flammes scintillent sur le boulevard, accompagnées d'une véritable ovation. Tous ces points lumineux sont autant de message d'amour destinés à Elvis. Rassemblés, ils forment un bain de lumière dans l'obscurité, rejetant la nuit hors de Graceland, au-delà des frontières du monde d'Elvis. »

- **la foule et les voix** : « A la diffusion de *Can't Help Falling in Love*, le responsable encourage les fans à reprendre en chœur les paroles. En un chœur gigantesque, plusieurs milliers de voix accompagnent alors celle d'Elvis. »

- **spectacle de l'émotion** : « Beaucoup se tiennent par la main, comme pour communier dans cet instant de grande tristesse. Le boulevard Presley est le théâtre d'une myriade de scènes pathétiques, où l'émotion est aussi sincère et digne qu'elle est théâtralisée et ostensible. A cet instant, chacun pense à Elvis, et dans le même temps offre aux autres le spectacle de sa dévotion. Tous donnent libre cours à une émotion qui non seulement est

ici parfaitement légitime, mais vaut même comme un témoignage de grandeur d'âme, une preuve de vertu. »

- **dépôt des offrandes sur la tombe** : « ...parmi tous ces fans qui tiennent en main bougie, peluche, bibelot, fleur, dessin. A l'issue de cette montée, nous parvenons au Jardin. Et, l'un après l'autre, nous défilons face à la tombe d'Elvis Presley. Les fans déposent leurs présents, sous l'œil vigilant des membres de l'EPE. Les pleurs silencieux accompagnent le don. Chacun reste immobile le temps d'une courte prière, d'un furtif recueillement. »

- **fleurs dans le *Meditation Garden*** : « Des représentants de fan-clubs du monde entier viennent y déposer de magnifiques couronnes de fleurs représentant Presley, une guitare ou un sigle « TCB » [*Taking Care of Business*, nom de son dernier orchestre]. A la fin de *l'Elvis Week*, ces gerbes colorées se compteront par centaines, si ce n'est par milliers ; elles envahiront le Jardin et borderont sur plusieurs centaines de mètres le chemin qui mène du portail d'entrée à la maison. »

le passage

- **souffrance de la séparation** : « Olivier explique qu'après son premier séjour à Graceland, son retour en France fut accompagné d'une grande souffrance : "*Quand je suis parti j'ai ressenti comme si j'avais envie de mourir*". Il a ressenti cette même douleur en quittant Graceland à nouveau après un deuxième séjour : "*Pareil, plus goût de vivre, plus rien du tout*". »

- **normalisation du marginal** : « Tant qu'il est à Paris, le fan doit apprendre à ignorer ces jugements qui le marginalisent. Et il attend le séjour à Memphis comme une libération. Il sait qu'à Graceland, il sera loué et encouragé, et non plus méprisé. Il ne sera plus ce doux dingue un peu loufoque, égaré parmi un petit groupe d'olibrius nostalgiques, mais le membre d'une armée de fidèles dont le nombre force le respect. Il rencontrera à Graceland des fans venus du monde entier, et cette diversité lui dira combien Presley est grand et digne d'être vénéré. Si l'on n'a pas raison seul à Paris, au moins ici, à 100 000, on ne peut pas avoir tort, se dit le fan, enfin heureux, fier et fort. »

- **changement de statut** : « En passant par Graceland, ils sont devenus d'authentiques fans, eux qui n'étaient que des admirateurs dévoués, des aficionados du samedi. Ils ont acquis le statut de fidèles, de pèlerins. Et ils raconteront, car ils en auront conquis le droit. Ils raconteront à tous ceux qui n'ont pas été encore à Graceland, et qui ne sauraient se prétendre *fans*. »

- **grandeur** : « Après son voyage, son statut de fan est manifestement modifié. Il est devenu supérieur ; l'admirateur d'Elvis bénéficie aux yeux des autres d'une certaine aura. Il est devenu celui qui a effectué le pèlerinage et ses rites annuels, « celui qui a été à Memphis, qui a vu et qui sait ». »

BIBLIOGRAPHIE

1. Instruments

- ADAIR Douglass, *Fame and the Founding Fathers*, 1965, Indianapolis, Liberty Fund, 1974.
- ADLER Patricia A., ADLER Peter, "The Glorified Self: The Aggrandizement and the Construction of Self", *Social Psychology Quarterly*, vol. 52, n° 4, 1989.
- AGULHON Maurice, « Nouveaux propos sur les statues de "grands hommes" au XIX° siècle », *Romantisme*, n° 100, 1998.
- AKRICH Madeleine, CALLON Michel, LATOUR Bruno, *Sociologie de la traduction. Textes fondateurs*, Paris, Ecole des Mines, 2006.
- ALBERONI Francesco A., *L'Elite senza potere*, Milano, Vita e pensiero, 1963.
- ALBERONI Francesco A., « The Powerless Elite: Theory and Sociological Research on the Power of the Stars », in Dennis McQuail (ed.), *Sociology of Mass Communications*, Hammondsworth, Penguin, 1972.
- ALBERT Jean-Pierre, « Du martyr à la star. Les métamorphoses des héros nationaux », in Pierre Centlivres, Daniel Fabre, Françoise Zonabend (éds.), *La Fabrique des héros*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1998.
- AMADIEU Jean-François, *Le Poids des apparences. Beauté, amour et gloire*, Paris, Odile Jacob, 2002.
- AMBROISE Jean-Charles, LE BART Christian, « Le fan-club des Beatles : une communauté imaginaire ? », in Philippe Le Guern (éd.), *Les Cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.
- AMBROISE-RENDU Anne-Claude, « Du dessin de presse à la photographie (1878-1914): histoire d'une mutation technique et culturelle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, janvier-mars 1992.
- ANDREWS David L., JACKSON Stephen J. (eds), *Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity*, London, Routledge, 2001.

- AUGÉ Marc (*et al.*), *Diana crash*, Paris, Descartes et c°, 1998.
- BARBAS Samantha, *Movie Crazy. Fans, Stars and the Cult of Celebrity*, New York, Palgrave, 2001.
- BARTHES Roland, *Mythologies*, 1957, Paris, Points-Seuil, 1970.
- BECKER Karin E., « Photojournalism and the Tabloid Press », in Peter Dahlgren, Colin Sparks, *Journalism and Popular Culture*, London, Sage, 2000.
- BELLAICHE Norbert, « Médias », in Anne Bony (éd.), *Les Années 80*, Paris, éditions du Regard, 1995.
- BENDA Julien, *La Trahison des clercs*, Paris, Grasset, 1927.
- BENHAMOU Françoise, *L'Économie du star-system*, Paris, Odile Jacob, 2002.
- BENJAMIN Jessica, *Les Liens de l'amour*, 1988, Paris, Métailié, 1992.
- BENJAMIN Walter, « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique », 1935, in *L'Homme, le langage, la culture*, Paris, Denoël, 1971.
- BENVENISTE Émile, *Le Vocabulaire des institutions indo-européennes*, Paris, Minuit, 1969.
- BERGER Peter, *The Sacred Canopy. Elements of a Sociological Theory of Religion*, New York, Anchor Books, 1969.
- BERLIN Joey, *Toxic Fame: Celebrities Speak on Stardom*, Detroit, Visible Ink, 1996.
- BERLIOZ Jacques, « Texte hagiographique, rock n'roll et politique. Notes sur la tournée de Patti Smith en Italie », in Jean-Claude Schmitt, *Les Saints et les stars*, Paris, Beauchesne, 1983.
- BERNAND Carment, GRUZINSKI Serge, *De l'idolâtrie. Une archéologie des sciences religieuses*, Paris, Seuil, 1988.
- BESNARD Philippe, DESPLANQUES Guy, *La Cote des prénoms en 1994*, Paris, Balland, 1993.
- BIGOT Christophe (éd.), *Médias et vie privée*, in *Problèmes politiques et sociaux*, n° 940, septembre 2007.
- BILLIG Michael, *Talking of the Royal Family*, London, Routledge, 1992.

- BOGDAN Robert, « Le commerce des monstres », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 104, septembre 1994.
- BOISJOLY François, *La Photo carte. Portrait de la France au XIX^e siècle*, Lyon, éditions Lieux dits, 2009.
- BOLTANSKI Luc, avec Yann DARRÉ et Marie-Ange SCHILTZ, « La dénonciation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 51, 1984.
- BOLTANSKI Luc, *L'amour et la justice comme compétences*, Paris, Métailié, 1990.
- BOLTANSKI Luc, THÉVENOT Laurent, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.
- BONNET Jean-Claude, *Naissance du Panthéon. Essai sur le culte des grands hommes*, Paris, Fayard, 1998.
- BOORSTIN Daniel J., *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, 1961, New York, Simon and Schuster, 1977.
- BOORSTIN Daniel J., « From Hero to Celebrity. The human pseudo-event », 1961, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- BOUGNOUX Daniel, « Pour une dianalogie », in M. Augé (*et al.*), *Diana crash*, Paris, Descartes et c°, 1998.
- BOURDIEU Pierre, PASSERON Jean-Claude, « Sociologues des mythologies et mythologies de sociologues », *Les Temps modernes*, n° 211, 1963.
- BOURDIEU Pierre, « Le champ scientifique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 2-3, 1976.
- BOURDIEU Pierre, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.
- BOURDIEU Pierre, *Sur la télévision*, Paris, Liber, 1996.
- BOTTON (de) Alain, *Du statut social*, 2004, Paris, Mercure de France, 2005.
- BRAUDY Leo, *The Frenzy of Renown. Fame and Its History*, 1986, New York, Oxford University Press, 1997.
- BRAUDY Leo, « Interview », *The Hedgehog Review*, vol. 7, n° 1, Spring 2005.

- BRÉCHON Pierre, WILLAIME Jean-Paul (dir.), *Médias et religions en miroir*, Paris, PUF, 2000.
- BRENNAN Geoffrey, PETTIT Philip, *The Economy of Esteem. An Essay on Civil and Political Society*, Oxford, Oxford University Press, 2004.
- BRIGHENTI Andrea, «Visibility. A Category of the Social Sciences », *Current Sociology*, vol. 55 (3), may 2007.
- BRIGHENTI Andrea, *Visibility in Social Theory and Social Research*, Basingstoke, Plagrove Macmillan, 2010.
- BRIM Orville Gilbert, *The Fame Motive from Childhood to Death*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, 2009.
- BROMBERGER Christian, « Paraître en public. Des comportements routiniers aux événements spectaculaires », *Terrain*, n° 15, octobre 1990.
- BRONNER Gérald, *La Pensée extrême. Comment des hommes ordinaires deviennent des fanatiques*, Paris, Denoël, 2009.
- BROWN Peter, *Le Culte des saints. Son essor et sa fonction dans la chrétienté latine*, 1981, Paris, Le Cerf, 1984.
- BROWNSTEIN Ronald, *The Power and the Glitter: The Hollywood-Washington Connection*, New York, Pantheon, 1990.
- BRUNET François, *La Naissance de l'idée de photographie*, Paris, PUF, 2000.
- BUJON Pascal, « L'Étoffe du champion. Contribution à une sociologie de la grandeur », thèse de l'Université Louis Lumière-Lyon II, 2002.
- BURGIN Victor, « Jenni's Room : Exhibitionism and Solitude », *Critical Inquiry*, autumn 2000, vol. 27, n° 1.
- CANNONE Belinda, *Le Sentiment d'imposture*, Paris, Calmann-Lévy, 2005.
- CARBONNIER Jean, *Droit civil. Les obligations*, T. 4, 1998, n° 50.
- CASHMORE Ernest, *Celebrity Culture*, London, Routledge, 2006.
- CASTLES John, *Big Stars*, Curtin, Network Books, 2007.

- CATHCART Robert and DRUCKER Susan (eds), *American Heroes in a Media Age*, Hampton Press, 1994.
- CAUGHEY John L., *Imaginary social worlds. A cultural approach*, Lincoln, University of Nebraska Press, 1984.
- CENTLIVRES Pierre, FABRE Daniel, ZONABEND Françoise (éds.), *La Fabrique des héros*, Paris, éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1998.
- CHALVON-DEMERSAY Sabine, PASQUIER Dominique, *Drôles de stars. La Télévision des animateurs*, Paris, Aubier, 1990.
- CHALVON-DEMERSAY Sabine, « Enquête sur des publics particulièrement concernés. La réception de *L'Instit* et d'*Urgences* », in Daniel Cefaï et Dominique Pasquier (dir.), *Les Sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*, PUF, 2003.
- CHENU Alain, « Des sentiers de la gloire aux boulevards de la célébrité. Sociologie des couvertures de *Paris Match*, 1949-2005 », *Revue française de sociologie*, vol. 49, n° 1, 2008.
- CHEYRONNAUD Jacques, « "La grand-messe du cinéma mondial". Contribution à une socioethnographie du Festival de Cannes », in Emmanuel Ethis (éd.), *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2001.
- CLAVERIE Élisabeth, « Voir apparaître. Les événements de Medjugorje », *Raisons Pratiques*, n°2, 1991.
- CLAVERIE Élisabeth, « Cannes et chicanes : "Voir à Cannes ?" », in Emmanuel Ethis (éd.), *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2001.
- CLAVERIE Élisabeth, *Les Guerres de la Vierge. Une anthropologie des apparitions*, Paris, Gallimard, 2003.
- COENEN-HUTHER Jacques, *Sociologie des élites*, Paris, Armand Colin, 2004.
- COLLINS Gail, *Scorpion Tongues : Gossip, Celebrity and American Politics*, 1998, New York, Morrow, 2007.
- CONNELL Ian, « Personalities in the Popular Media », in DAHLGREN Peter, SPARKS Colin (eds.), *Journalism and Popular Culture*, London, Sage, 2000.

- COOK Philip J., FRANK Robert H., *The Winner-Take-All Society: Why the Few at the Top Get So Much More than the Rest of Us*, New York, Penguin Books, 1996.
- COOMBE Rosemary, « Author(iz)ing the celebrity. Engendering alternative identities », 1998, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- COULDRY Nick, *Media Rituals. A Critical Approach*, London, Routledge, 2003.
- COWEN Tyler, *What Price Fame ?*, Cambridge, Harvard University Press, 2000.
- CRONKITE Kathie, *On the Edge of the Spotlight: Celebrities' Children Speak Out about Their Lives*, New York, Morrow, 1981.
- CUSSET François, *French Theory. Foucault, Derrida, Deleuze & Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux Etats-Unis*, Paris, La Découverte, 2003.
- CZARNOWSKI Stephan, *Le Culte des héros et ses conditions sociales. Saint Patrick, héros national de l'Irlande*, Paris, Alcan, 1919.
- DADOUN Roger, « Quand les médias, c'est pipeau(l) », *Médiamorphoses*, n° 8, septembre 2003.
- DAHLGREN Peter, SPARKS Colin (eds.), *Journalism and Popular Culture*, London, Sage, 2000.
- DAKHLIA Jamil, « Stars au programme. Les stratégies écotières dans la presse de télévision », *Médiamorphoses*, n° 8, septembre 2003.
- DAKHLIA Jamil, *Politique people*, Paris, Bréal, 2008.
- DALOZ Jean-Pascal, *The Sociology of Elite Distinction. From Theoretical to Comparative Perspectives*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010.
- DAYAN Daniel, KATZ Elihu, *Media Events. The Live Broadcasting of History*, London, Harvard University Press, 1992.
- DEBORD Guy, *La Société du spectacle*, 1967, Paris, Champ libre, 1971.
- DEBRAY Régis, *Le Pouvoir intellectuel en France*, Paris, Ramsay, 1979.
- DEBRAY Régis, *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard, 1991.
- DEBRAY Régis, « Admirable Angleterre », in *Diana crash*, Paris, Descartes et c°, 1998.

- DeCORDOVA Richard, *Picture Personalities. The Emergence of the Star System in America*, 1990, Urbana, University of Illinois Press, 2001.
- DeCORDOVA Richard, « The Discourse on Acting », 1990, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- DeCORDOVA Richard, « The Emergence of the Star System in America », in Christine Gledhill, *Stardom, Industry of Desire*, London, Routledge, 1991.
- DELPORTE Christian, « Des échos mondains du XIX^e siècle à Voici », *Médiamorphoses*, n° 8, septembre 2003.
- DENIS Paul, « Sous le regard de Freud », *Communications*, n° 75, 2004.
- DESCOLA Philippe, « L'ombre de la croix », in *Traces du sacré. Visitations*, Paris, Centre Pompidou, 2008.
- DESCOMBES Vincent, *Proust. Philosophie du roman*, Paris, Minuit, 1987.
- DESROSIERES Alain, THÉVENOT Laurent, *Les Catégories socio-professionnelles*, Paris, La Découverte, 1988.
- DINI Vittorio, « Maradona, héros napolitain », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 103, juin 1994.
- DUCCINI Hélène, *Faire voir, faire croire. L'opinion publique sous Louis XIII*, Paris, Champ Vallon, 2003.
- DUCCINI Hélène, « Ladi Di : une starification tabloïd », *Médiamorphoses*, n° 8, septembre 2003.
- DULONG Renaud, *Le témoin oculaire. Les conditions sociales de l'attestation personnelle*, Paris, éditions de l'EHESS, 1998.
- DUMAS Roland, *La Propriété littéraire et artistique*, Paris, PUF, 1983.
- DURET Pascal, *L'Héroïsme sportif*, Paris, PUF, 1993.
- DURET Pascal, SINGLY François (de), « L'école ou la vie. « Star Academy », « Loft Story » : deux modèles de socialisation », *Le Débat*, n° 125, mai-août 2003.
- DURKHEIM Émile, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse*, 1912, Paris, PUF, 1985.

- DYER Richard, *Stars*, 1979, London, British Film Institute, 1998.
- DYER Richard, « Stars as Images », 1979, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- DYER Richard, « *A Star is born and the Construction of Authenticity* », 1982, in Christine Gledhill (ed.), *Stardom, Industry of Desire*, London, Routledge, 1991.
- DYER Richard, *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*, London, British Film Institute, 1986.
- ECKERT Charles, « The Carole Lombard in Macy's Window », 1978, in Gledhill Christine (ed.), *Stardom, Industry of Desire*, London, Routledge, 1991.
- EDELMAN Bernard, *Le Droit saisi par la photographie*, Paris, Maspéro, 1973.
- EDELMAN Bernard, *La propriété littéraire et artistique*, Paris, PUF, Que sais-je?, 1989.
- EHRENBERG Alain, *Le Culte de la performance*, Paris, Calmann-Lévy, 1991.
- EHRENBERG Alain, « Ce soir, je passe à la télé », *Topique. Revue freudienne*, n° 53, 1994.
- EHRENREICH Barbara, HESS Elizabeth, JACOBS Gloria, « Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun », in Lisa A. Lewis (ed.), *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge, 1992.
- ELIAS Norbert, « Remarques sur le commérage », 1965, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 60, 1985.
- ELIAS Norbert, *La civilisation des moeurs*, 1969, Paris, Calmann-Lévy, 1973.
- ELIAS Norbert, *La Société de cour*, 1969, Paris, Flammarion-Champs, 1974.
- ELIAS Norbert, *La Société des individus*, 1987, Paris, Fayard, 1990.
- EPSTEIN Joseph, « Celebrity Culture », *The Hedgehog Review*, vol. 7, n° 1, Spring 2005.
- ETHIS Emmanuel (éd.), *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2001.
- ETHIS Emmanuel, « Des ressemblances galvanisées. Du "je suis comme elle" au "elle est comme moi" ... Une sociologie de nos "identifications" aux stars du cinéma », *Sociologie de*

l'art/Opus, n° 13, 2008.

- EVANS Andrew, WILSON Glenn, *Fame. The Psychology of Stardom*, London, Vision Paperbacks, 1999.

- FAVEREAU Olivier, « L'économie du sociologue ou penser (l'orthodoxie) à partir de Pierre Bourdieu », in Bernard Lahire (éd.), *Le Travail sociologique de Pierre Bourdieu. Dettes et critiques*, Paris, La Découverte, 2001.

- FERRIS Kerry O., « Seeing and being seen: The Moral Order of Celebrity Sightings », *Journal of Contemporary Ethnography*, vol. 33, n° 3, 2004.

- FERRY Jean-Marc, « Les transformations de la publicité politique », *Hermès*, n° 4, 1989.

- FISKE John, « The Cultural Economy of Fandom », in Lisa Lewis (ed.), *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge, 1992.

- FLAHAULT François, *Le Sentiment d'exister. Ce soi qui ne va pas de soi*, Paris, Descartes et Cie, 2002.

- FOESSEL Michaël, *La privation de l'intime. Mises en scène politiques des sentiments*, Paris, Éditions du Seuil, 2008.

- FORBES Malcolm, BLOCH Jeff, *What Happened to Their Kids: Children of the Rich and Famous*, New York, Ballantine Books, 1999.

- FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir*, Paris, Gallimard, 1975.

- FOWLES Jib, *Starstruck. Celebrity performers and the American public*, Washington D. C., Smithsonian, 1992.

- FRANK Robert H., COOK Philip J., *The Winner-Take-All Society. Why the Few at the Top Get So Much More Than the Rest of Us*, New York, Free Press, 1995.

- FRAU-MEIGS Divina, PORTE Jacques, « La peopolisation aux Etats-Unis », *Le Temps des médias*, n° 10, mai 2008.

- FRIZOT Michel, *Nouvelle histoire de la photographie*, Paris, Larousse, 2001.

- FRONTISI-DUCROUX Françoise, « Le crépuscule des idoles. De l'usage du mot "idole" chez les hellénistes, en archéologie et en histoire des religions », in *L'Idolâtrie*, Paris, Documentation Française, 1990.

- FROW John, « Is Elvis a God? Cult, Culture, Questions of Method », *International Journal of Cultural Studies*, vol. 1, n° 2, 1998.
- GABLER Neal, *Walter Winchell: Gossip, Power and the Culture of Celebrity*, London, Picador, 1995.
- GABLER Neal, *Life : The Movie*, New York, Vintage Books, 1998.
- GAILLARD Françoise, « Diana, madone postmoderne », in Marc Augé (et al.), *Diana crash*, Paris, Descartes et C°, 1998.
- GAMSON Joshua, *Claims to Fame. Celebrity in Contemporary America*, Berkeley, University of California Press, 1994.
- GAUCHET Marcel, *Le Désenchantement du monde. Une histoire politique de la religion*, Paris, Gallimard, 1985.
- GELL Alfred, *L'Art et ses agents. Une théorie anthropologique*, 1998, Dijon, Presses du réel, 2009.
- GILES David, *Illusions of Immortality : A Psychology of Fame and Celebrity*, London, Macmillan, 2000.
- GILES David, MALTBY John, « Praying at the altar of the stars », *The Psychologist*, vol. XIX, n° 2, février 2006.
- GIRARD René, *Mensonge romantique, vérité romanesque*, 1961, Paris, Livre de poche, 1978.
- GLEDHILL Christine (ed.), *Stardom, Industry of Desire*, London, Routledge, 1991.
- GLEVAREC Hervé, MACÉ Éric, MAIGRET Éric, *Cultural Studies. Anthologie*, Paris, Armand Colin, 2008.
- GODELIER Maurice, *La Production des grands hommes. Pouvoir et domination masculine chez les Baruya de Nouvelle-Guinée*, Paris, Fayard, 1982.
- GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne. 2. Les relations en public*, 1961, Paris, Minuit, 1973.
- GOFFMAN Erving, *Stigmaté. Les usages sociaux des handicaps*, 1963, Paris, Minuit, 1975.
- GOFFMAN Erving, *Les Rites d'interaction*, Paris, Minuit, 1974.

- GOFFMAN Erving, *Les Cadres de l'expérience*, 1974, Paris, Minuit, 1991.
- GOLDHABER Michael H., « The attention economy on the net », *First Monday*, vol. 2, n° 4, 1997.
- GOODE William J., *The Celebration of Heroes. Prestige as a Control System*, Berkeley, U of California Press, 1978.
- GREIMAS Algirdas-Julien, COURTES Joseph, *Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, 1979.
- GRIGNON Claude, PASSERON Jean-Claude, *Le Savant et le populaire*, Paris, Gallimard-Le Seuil, 1989.
- GRIPSRUD Jostein, « Fans, viewers and television theory », in Philippe Le Guern (éd.), *Les Cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.
- GROSSBERG Lawrence, « Is there a Fan in the House? The affective sensibility of fandom », 1992, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- HABERMAS Jürgen, *L'Espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, 1962, Paris, Payot, 1986.
- HALPERN Jake, *Fame Junkies. The Hidden Truths behind America's Favorite Addiction*, Boston, Houghton Mifflin, 2007.
- HAMPTON Benjamin B., *History of the American Film Industry from its Beginnings to 1931*, 1931, New York, Dover, 1970.
- HARMON Kristine, « Celebrity Culture. Bibliography Review », *The Hedgehog Review*, n° 7, 2005.
- HAROCHE Claudine, « Réflexions sur les constantes anthropologiques et politiques de la civilité », *Revue internationale de psychosociologie*, 2000, vol. VI, n° 15.
- HAROCHE Claudine, « Façons de voir, manières de regarder dans les sociétés démocratiques contemporaines », *Communications*, n° 75, 2004.
- HARTOG François, *Régimes d'historicité. Présentisme et expériences du temps*, Paris, Seuil, 2003.

- HEARN Alison, « "John, a 20-year-old Boston native with a great sense of humor". On the spectacularization of the "self" and the incorporation of identity in the age of reality television », 2006, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- HEIN Fabien, « Le fan comme travailleur : les activités méconnues d'un coproducteur dévoué », *Sociologie du travail*, vol. 53, n° 1, 2011.
- HEINICH Nathalie, « Note sur l'aura de Walter Benjamin », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 49, septembre 1983 (repris dans *Comptes rendus à...*, Paris, Les Impressions nouvelles, 2007).
- HEINICH Nathalie, « Le droit à la biographie: les artistes dans les dictionnaires biographiques à l'âge classique », *Revue de l'Institut de sociologie*, Bruxelles, n° 3-4, 1986-87.
- HEINICH Nathalie, « Au pied du mur : l'homme de la rue, l'art dans la rue et les grands hommes. Sur une fresque en milieu urbain », *Sociologie et Sociétés*, vol. XXI, n°2, octobre 1989.
- HEINICH Nathalie, *La Gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*, Paris, Minuit, 1991.
- HEINICH Nathalie, « Les objets-personnes : fétiches, reliques et œuvres d'art », *Sociologie de l'art*, n° 6, 1993.
- HEINICH Nathalie, *États de femme. L'identité féminine dans la fiction occidentale*, Paris, Gallimard, 1996.
- HEINICH Nathalie, « Entre œuvre et personne: l'amour de l'art en régime de singularité », *Communication*, n° 64, 1997.
- HEINICH Nathalie, *L'Épreuve de la grandeur. Prix littéraires et reconnaissance*, Paris, La Découverte, 1999.
- HEINICH Nathalie, *Etre écrivain. Création et identité*, Paris, La Découverte, 2000.
- HEINICH Nathalie, « Aux origines de la cinéphilie : les étapes de la perception esthétique », in Jean-Pierre Esquenazi (éd.), *Politique des auteurs et théories du cinéma*, Paris, L'Harmattan, 2001.
- HEINICH Nathalie, « Loft Story : à l'aise dans la décivilisation », *Sociétés et représentations*, n° 14, septembre 2002.

- HEINICH Nathalie, « Retour sur la notion d'élite », *Cahiers internationaux de sociologie*, n° 117, 2003.
- HEINICH Nathalie, *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard, 2005.
- HEINICH Nathalie, « La sociologie à l'épreuve des valeurs », *Cahiers internationaux de sociologie*, vol. CXXI, juillet-décembre 2006.
- HEINICH Nathalie, *Le Bêtisier du sociologue*, Paris, Klincksieck, 2009.
- HEINICH Nathalie, *La Fabrique du patrimoine. De la cathédrale à la petite cuillère*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2009.
- HEINICH Nathalie, « Le faux comme révélateur de l'authenticité », in *De main de maître. L'artiste et le faux*, Paris, Hazan-musée du Louvre, 2009.
- HEINICH Nathalie, « Une valeur controversée : les critiques savantes de la visibilité », in Nicole Aubert, Claudine Haroche, *Les Tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister ?*, Toulouse, Eres, 2011.
- HEINICH Nathalie, « Personne, personnage, personnalité. L'acteur à l'ère de sa reproductibilité technique », *Annales de philosophie de l'Université Libre de Bruxelles*, 2011.
- HEINICH Nathalie, « La consommation de la célébrité », *L'Année sociologique*, vol. 61, n° 1, 2011.
- HEINICH Nathalie, « Les limites de l'analogie religieuse : l'exemple de la célébrité », *Archives de sciences sociales des religions*, n° 158, 2012.
- HEINICH Nathalie, « La culture de la célébrité en France et dans les pays anglophones : une approche comparative », *Revue française de sociologie*, n° 2, 2011.
- HEINICH Nathalie, VERDRAGER Pierre, « Les valeurs scientifiques au travail », *Sociologie et sociétés*, vol. XXXVIII, n° 2, automne 2006.
- HENDERSON Amy, « From Barnum to "Bling Bling": The Changing Face of Celebrity Culture », *The Hedgehog Review*, vol. 7, n° 1, spring 2005.
- HENNION Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié, 1993.

- HENNION Antoine, « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, vol. 85, n° 3, 2004.
- HÉNOCCQ Michel, *Les Plaques commémoratives des rues de Paris*, Paris, La Documentation française, 1984.
- HÉRITIER Françoise, « Regard et anthropologie. Entretien avec Claudine Haroche », *Communications*, n° 75, 2004.
- HERMES Joke, *Reading Women's Magazines. An Analysis of Everyday Media Use*, Cambridge, Polity, 1995.
- HERMES Joke, « Reading gossip magazines. The imagined communities of "gossip" and "camp" », 1995, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- HERVIEU-LÉGER Danièle, *Vers un nouveau christianisme?*, Paris, Le Cerf, 1987.
- HERVIEU-LÉGER Danièle, *La Religion pour mémoire*, Paris, Le Cerf, 1993.
- HILLS Matt, *Fan Cultures*, London, Routledge, 2002.
- HINERMAN Stephen, « "I'll Be Here With You". Fans, Fantasy and the Figure of Elvis », in Lisa Lewis, (ed.), *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge, 1992.
- HIRSCHMANN Albert, *Vers une économie politique élargie*, Paris, Minuit, 1986.
- HOGGART Richard, *La Culture du pauvre*, 1957, Paris, Minuit, 1970.
- HOLMES Su, REDMOND Sean, *Framing Celebrity. New Directions in Celebrity Culture*, London, Routledge, 2006.
- HONNETH Axel, *La Lutte pour la reconnaissance*, 1992, Paris, Cerf, 2000.
- HONNETH Axel, « Visibilité et invisibilité. Sur l'épistémologie de la « reconnaissance » », *Revue du MAUSS*, n° 23, 2004.
- HONNETH Axel, « Invisibilité : sur l'épistémologie de la "reconnaissance" », *Réseaux*, n° 129-130, 2005.
- HORTON David and WOHL R. Richard, « Mass Communication and Parasocial Interaction: Observation on Intimacy at a Distance », *Psychiatry*, 19(3), 1956.

- JAUSS Hans Robert, *Aesthetic Experience and Literary Hermeneutics*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1982.
- JAY Martin, *Downcast Eyes: the Denigration of Vision in Twentieth Century French Thought*, Berkeley, University of California Press, 1993.
- JENKINS Henry, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, London, Routledge, 1992.
- JENSON Joli, « Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization », in Lisa A. Lewis (ed.), *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge, 1992.
- JINDRA Michael, « Star Trek Fandom as a Religious Phenomenon », *Sociology of Religion*, 55, spring 1994.
- JOHNSON Richard, « Exemplary differences. Mourning (and not mourning) a princess », 1999, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- JOST François, « Le culte du banal », *Les Cahiers du collège iconique*, XXIV, 2008.
- JOUANNA Arlette, « Les élus du monde » in Guy Chaussinand-Nogaret (éd.), *Histoire des élites en France du XVI^e au XX^e siècle*, Paris, Tallandier, 1991.
- KAFKA Peter (ed.), « the Celebrity 100: Sorted by Pay Rank », *Forbes*, www.forbes.com/lists/2005.
- KANTOROWICZ Ernst, *Les Deux corps du roi. Essai sur la théologie politique au Moyen Age*, 1957, Paris, Gallimard, 1989.
- KARPIK Lucien, *L'Économie des singularités*, Paris, Gallimard, 2007.
- KAUFMANN Jean-Claude, « Tout dire de soi, tout montrer », *Le Débat*, n° 125, mai-août 2003.
- KAYSER Pierre, *La Protection de la vie privée*, Presses universitaires d'Aix-Marseille, Economica, 1984.
- KEAR Adrian, STEINBERG Deborah Lynn, *Mourning Diana. Nation, Culture and the Performance of Grief*, London, Routledge, 1999.
- KEMPER Tom, *Hidden Talent. The Emergence of Hollywood Agents*, University of California Press, 2009.

- KESSOUS Emmanuel, MELLET Kevin, ZOUINAR Moustafa, « L'économie de l'attention : entre protection des ressources cognitives et extraction de la valeur », *Sociologie du travail*, juin-septembre 2010, vol. 52.
- KING Barry, « The Star and the Commodity: notes towards a performance theory of stardom », *Cultural Studies*, vol. 1, n° 2, 1987.
- KLAPP Orrin, *Heroes, Villains and Fools*, Englewood Cliffs, 1962.
- KOESTLER Arthur, « The Anatomy of Snobbery », *Anchor Review*, I, 1955.
- KURZMAN Charles *et al.*, « Celebrity Status », *Sociological Theory*, 25 (4), 2007.
- LAMONT Michèle, *La Morale et l'argent. Les valeurs des cadres en France et aux Etats-Unis*, 1992, Paris, Métailié, 1995.
- LANGER John, « Television's "personality system" », 1981, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- LANGER John, *Tabloid Television. Popular Television and the Other News*, London, Routledge, 1998.
- LARDELLIER Pascal, « La montée des marches. Une lecture sémio-anthropologique du Festival de Cannes », in Emmanuel Ethis (éd.), *Aux marches du palais. Le festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*, Paris, La Documentation française, 2001.
- LASCH Christopher, *The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations*, London, Abacus, 1980.
- LATOUR Bruno, *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, Paris, Les Empêcheurs de penser en rond, 1996.
- LEARD Franck, *L'Univers des musiciens. Analyse d'une expérience artistique*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, 2008.
- LE BART Christian, AMBROISE Jean-Charles, *Les Fans des Beatles. Sociologie d'une passion*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2000.
- LE BART Christian, « Stratégies identitaires de fans. L'optimum de différenciation », *Revue française de sociologie*, 45-2, 2004.
- LE BON Gustave, *Psychologie des foules*, Paris, Alcan, 1896.

- LECERCLE François, « "Des yeux pour ne point voir". Avatars de l'idolâtrie chez les théologies catholiques au XVI^e siècle », in *L'Idolâtrie*, Paris, Documentation Française, 1990.
- LEFRANC David, *La Renommée en droit privé*, Paris, Deffrénois, 2004.
- LE GUERN Philippe (éd.), *Les Cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.
- LE GUERN Philippe, « No matter what they do, they can never let you down... Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux* (numéro spécial « Passionnés, fans et amateurs »), n° 153, janvier-février 2009.
- LENAIN Thierry, « Les images-personnes et la religion de l'authenticité », in Ralph Dekoninck, Myriam Watthee-Delmotte (éds), *L'idole dans l'imaginaire occidental*, Paris, L'Harmattan, 2005.
- LENAIN Thierry, « Le jeu du double et de la relique dans le show-business », conférence à l'EHESS, Paris, 3 décembre 2009.
- LESŒURS Guy, *Diana du Pont de l'Alma, les pèlerins de la flamme*, Paris, Téraèdre, 2005.
- LETERRIER Étienne, « Et vous, comment êtes-vous devenu riche et célèbre ? Pour une définition de l'autobiographie populaire », *La Quinzaine littéraire*, n° 974, 1^o-31 août 2008.
- LÉVINAS Emmanuel, *Totalité et infinité. Essai sur l'extériorité*, 1971, Paris, Livre de Poche, 1990.
- LEVY Emmanuel, « The Democratic Elite: America's Movie Stars », *Qualitative Sociology*, vol. 12, n° 1, Spring 1989.
- LEWIS Lisa A. (ed.), *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge, 1992.
- LINTON Ralph, *The Tree of Culture*, New York, Knopf, 1955.
- LIPOVETSKY Gilles, *La Troisième femme*, Paris, Gallimard, 1997.
- LOUGHLAN Patricia, McDONALD Barbara, VAN KRIEKEN Robert, *Celebrity and the Law*, Sydney, The Federation Press, 2010.

- LÖWENTHAL Leo, « The Triumph of Mass Idols », 1943, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- LÖWENTHAL Leo, *Literature, Popular Culture, and Society*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, 1961.
- LUMBY Catherine, « Vanishing point », 1999, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- LUTAUD Léna, DROMARD Thiébault, *Les Dessous de la presse people*, Paris, La Martinière, 2006.
- McCAULEY Elizabeth Anne, *Industrial Madness: Commercial Photography in Paris, 1848-1871*, New Haven, 1994.
- McCUTCHEON L. E., LANGE R., HOURAN J., « Conceptualization and measurement of celebrity worship », *The British Journal of Psychology*, vol. 93, n° 1, February 2002.
- McLEOD Kembrew, « The private ownership of people », 2002, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- McLUHAN Marshall, *Pour comprendre les média. Les prolongements techniques de l'homme*, 1964, Paris, Seuil, 1968.
- MACÉ Éric, *Les imaginaires médiatiques. Une sociologie postcritique des médias*, Paris, Amsterdam, 2007.
- MAGUET Frédéric, « Le portrait de Che Guevarra. Comment la parole vient à l'icône », *Gradhiva*, n° 11, 2010.
- MAIGRET Éric, « Religion diffuse ou dissolution du religieux: la question des "fans" des médias », in Pierre Bréchon, Jean-Paul Willaime (éds.), *Médias et religions en miroir*, Paris, PUF, 2000.
- MAIGRET Éric, « Du mythe au culte... ou de Charybde à Scylla ? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des médias », in Philippe Le Guern (éd.), *Les Cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.
- MAIGRET Éric, MACÉ Éric, *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, 2005.
- MALINAS Damien, SPIES Virginie, « Mes jours et mes nuits avec Brad Pitt », *Culture et*

musées, n° 7, printemps 2006.

- MALTBY John et al., « Thou Shalt Worship No Other Gods – Unless They Are Celebrities: the Relationship between Celebrity Worship and Religious Orientation », *Personality and Individual Differences*, 32, may 2002.
- MARCELLI Daniel, *Les Yeux dans les yeux. L'énigme du regard*, Paris, Albin Michel, 2006.
- MARCUS Greil, *Dead Elvis : chronique d'une obsession culturelle*, 1991, Paris, Allia, 2003.
- MARION Jean-Luc, « Ce que nous montre l'idole », in *L'Idolâtrie*, Paris, Documentation Française, 1990.
- MARSHALL P. David, *Celebrity and Power. Fame in Contemporary Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.
- MARSHALL P. David, « The Meanings of the popular music celebrity. The construction of distinctive authenticity », 1997, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- MARSHALL P. David, « Intimately intertwined in the most public way. Celebrity and journalism », 2005, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- MARSHALL P. David (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- MARSHALL P. David, « New Media–new self. The changing power of celebrity », 2006, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- MATHIESEN Thomas, « The Viewer Society : Michel Foucault's *Panopticon* Revisited », *Theoretical Criminology*, 1(2), 1997.
- MAUSS Marcel, *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 1950.
- MEHL Dominique, *La Télévision de l'intimité*, Paris, Seuil, 1996.
- MENGER Pierre-Michel, *La Profession de comédien. Formation, activités et carrières dans la démultiplication de soi*, Paris, Ministère de la Culture, DEP, 1997.
- MERCER Kobena, « Monster Metaphor. Notes on Michael Jackson's *Thriller* », in Christine Gledhill (ed.), *Stardom, Industry of Desire*, London, Routledge, 1991.
- MESOUDI Alex, WHITEN Andrew, DUNBAR Robin, « A bias for social information in

human cultural transmission », *British Journal of Psychology*, vol. XCVII, n° 3, août 2006.

- METZ Christian, *Le Signifiant imaginaire. Psychanalyse et cinéma*, Paris, UGE, 1973.

- MEYERSON Ignace (éd.), *Problèmes de la personne*, Paris, Mouton, 1973.

- MEYROWITZ Joshua, *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York, Oxford University Press, 1985.

- MEYROWITZ Joshua, « The majority cult: Love and grief for media friends », in Philippe Le Guern (éd.), *Les Cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.

- MICHAUD Éric, « Capitalisation du temps et réalité du charisme », in Pierre Encrevé, Rose-Marie Lagrave (éds.), *Travailler avec Bourdieu*, Paris Flammarion, 2003.

- MICHAUD Yves, *Qu'est-ce que le mérite ?*, Paris, Bourin, 2009.

- MILLER Alice, *Le Drame de l'enfant doué. A la recherche du vrai soi*, 1979, Paris, PUF, 1983.

- MILLS Charles Wright, *L'Élite du pouvoir*, 1956, Paris, Maspéro, 1969.

- MILNER Murray Jr., « Status and Sacredness: Worship and Salvation as Forms of Status Transformation », *Journal for the Scientific Study of Religion*, vol. 33, n° 2, june 1994.

- MILNER Murray Jr., « Celebrity status as a Status System », *The Hedgehog Review*, vol.7, n° 1, 2005.

- MILO Daniel, « Le nom des rues », in Pierre Nora, *Les Lieux de mémoire. 2. La Nation*, Paris, Gallimard, 1984.

- MISSIKA Jean-Louis, WOLTON Dominique, *La Folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris, Gallimard, 1983.

- MOLINA Manuel, *Le Journalistes. Statut professionnel, libertés et responsabilités*, Paris, Victoires-Editions, 1989.

- MONACO James (ed.), *Celebrity. The Media as Image Makers*, New York, Delta, 1978.

- MONDZAIN Marie-José, *Image, icône, économie*, Paris, Seuil, 1996.

- MORAN Joe, « The reign of hype. The contemporary star system », 2000, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.

- MORIN Edgar, *Le Cinéma ou l'homme imaginaire*, Paris, Minuit, 1956.
- MORIN Edgar, *Les Stars*, 1957, Paris, Seuil, 1972.
- MORIN Edgar, *L'Esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Paris, Grasset, 1962.
- MORIN Violette, « Les Olympiens », *Communications*, n° 2, 1963.
- MUXEL Anne, « Les héros des jeunes Français: vers un humanisme politique réconciliateur », in Pierre Centlivres, Daniel Fabre, Françoise Zonabend (éds.), *La Fabrique des héros*, Paris, éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1998.
- NOGUEZ Dominique, *Le Grand écrivain, et autres textes*, Paris, Gallimard, 2000.
- ORTEGA Y GASSET José, *La Révolte des masses*, 1926, Paris, Gallimard-Idées, 1967.
- PARADEISE Catherine, *Les Comédiens. Profession et marchés du travail*, Paris, PUF, 1998.
- PASQUIER Dominique, *La Culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Paris, éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1999.
- PASQUIER Dominique, « Une nouvelle amie : le héros télévisuel comme promesse d'amour », in Leguern Philippe (éd.), *Les Cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2002.
- PASQUIER Dominique, « Conflits professionnels et luttes pour la visibilité à la télévision française », *Ethnologie française*, XXXVIII, 2008.
- PIETTE Albert, *Les Religiosités séculières*, Paris, PUF, Que Sais-je, 1993.
- PINÇON Michel, PINÇON-CHARLOT Monique, *Dans les beaux quartiers*, Paris, Seuil, 1989.
- PONCE DE LEON Charles S., *Self-Exposure : Human Interest Journalism and the Emergence of Celebrity in America, 1890-1940*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 2002.
- POUCHELLE Marie-Christine, « Sentiments religieux et show business: Claude François objet de dévotion populaire », in Jean-Claude SCHMITT, *Les Saints et les stars*, Paris, Beauchesne, 1983.
- POURRIOL Ollivier, *Éloge du mauvais geste*, Paris, Nil, 2010.
- POWDERMAKER Hortense, *Hollywood : The Dream Factory*, Boston, Grosset, 1950.

- PRINDLE David F., *The Politics of Glamour. Ideology and Democracy in the Screen Actors Guild*, Madison, University of Wisconsin Press, 1998.
- *Prosopographie des élites françaises, XVI^e-XX^e. Guide de recherche*, Paris, CNRS-IHTP, 1980.
- PROST Antoine, « Frontières et espaces du privé », in Philippe Ariès, Georges Duby, *Histoire de la vie privée*, V, Paris, Seuil, 1987.
- PY Christiane, FERENCZI Cécile, *La Fête foraine d'autrefois*, Paris, La Manufacture, 1987.
- REGOURD Serge, *Éloge des seconds rôles*, Paris, Séguier, 2006.
- REIN Irving, KOTLER Philip, HAMLIN Michael, STOLLER Martin, *High Visibility. Transforming your Personal and Professional Brand*, 1987, New York, McGraw-Hill, 2006.
- RIEFFEL Rémy, *L'Elite des journalistes*, Paris, PUF, 1984.
- RIESMAN David, *La Foule solitaire. Anatomie de la société moderne*, 1948, Paris, Arthaud, 1964.
- RODMAN Gilbert B., *Elvis after Elvis. The Posthumous Career of a Living Legend*, London, Routledge, 1996.
- ROJEK Chris, *Celebrity*, London, Reaktion Books, 2001.
- ROJEK Chris, « Celebrity and religion », 2001, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- ROJEK Chris, « The Psychology of achieved celebrity », 2004, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- ROSEN Sherwin, « The Economics of Superstars », *American Economic Review*, 71 (5), december 1981.
- ROSSET Clément, *Logique du pire*, Paris, PUF, 1971.
- ROSSET Clément, *Le Réel et son double. Essai sur l'illusion*, Paris, Gallimard, 1976.
- ROUILLÉ André, *La Photographie*, Paris, Folio, 2005.
- ROUSSEL Violaine, « Parler au nom de publics : Sociologie des prétentions à

représenter de célébrités américaines dans le contexte de la guerre en Irak », *Société contemporaines*, n° 74, 2009.

- ROWE David, *Popular Culture. Rock Music, Sport and the Politics of Pleasure*, London, Sage, 1995.

- ROWLANDS Mark, *Fame*, Stocksfield, Acumen, 2008.

- RUSHDIE Salman, « Diana's crash », in Marc Augé (*et al.*), *Diana crash*, Paris, Descartes et C°, 1998.

- SAÏD Suzanne, « *Eidolon*. Du simulacre à l'idole », in *L'Idolâtrie*, Rencontres de l'École du Louvre, Paris, La Documentation française, 1990.

- SAINT-MARTIN Monique (de), *L'Espace de la noblesse*, Paris, Minuit, 1993.

- SALAMITO Jean-Marie, *Les Virtuoses et la multitude. Aspects sociaux de la controverse entre Augustin et les pélagiens*, Grenoble, Jérôme Millon, 2005.

- SANTAMARIA Yves, *Johnny. Sociologie d'un rocker*, Paris, La Découverte, 2010.

- SCANNELL Paddy, *Radio, Television and Modern Life*, Oxford, Blackwell, 1996.

- SCHAEFFER Jean-Marie, *Pourquoi la fiction*, Paris, Seuil, 1999.

- SCHAEFFER Jean-Marie, *Théorie des signaux coûteux, esthétique et art*, Rimouski, Tangence éditeur, 2009.

- SCHELER Max, *Le Saint, le génie, le héros*, 1933, Fribourg, Egloff, 1944.

- SCHICKEL Richard, *His Picture in the Papers: A Speculation on Celebrity in American Based on the Life of Douglas Fairbanks*, New York, Charterhouse, 1973.

- SCHICKEL Richard, « Fairbanks : His Picture in the Papers », in J. Monaco, *Celebrity. The Media as Image Makers*, New York, Delta, 1978.

- SCHICKEL Richard, *Intimate Strangers : The Culture of Celebrity in America*, New York, Doubleday and C°, 1985.

- SCHLANGER Judith, *La Vocation*, Paris, Seuil, 1997.

- SCHLANGER Judith, *L'Humeur indocile*, Paris, Les Belles Lettres, 2009.

- SCHMITT Jean-Claude, *Les Saints et les stars. Le texte hagiographique dans la culture populaire*, Paris, Beauchesne, 1983.

SCHMITT Jean-Claude, « Les idoles chrétiennes », in *L'Idolâtrie*, Paris, La Documentation française, 1990.

- SEARLE John, *La Construction de la réalité sociale*, 1995, Paris, Gallimard, 1995.

- SEGRÉ Gabriel, « Les biographies d'Elvis Presley : un récit mythique », in Monique Segré (éd.), *Mythes, rites, symboles dans la société contemporaine*, Paris, L'Harmattan, 1997.

- SEGRÉ Gabriel, *Le Culte Presley*, Paris, PUF, 2003.

- SEGRÉ Gabriel, « La fabrication télévisuelle de la star », *Réseaux*, vol. 24, n° 137, 2006.

- SEGRÉ Gabriel, *Au nom du King. Elvis, les fans et l'ethnologie*, Montreuil, Aux lieux d'être, 2007.

- SEGRÉ Gabriel, *Loft Story ou la télévision de la honte. La télé réalité exposée aux rejets*, Paris, L'Harmattan, 2008.

- SEGRÉ Gabriel, « *Loft Story* et la fin d'un monde. Discours sur une société en mutation », *Ethnologie française*, XXXIX, n° 3, 2009.

- SENNETT Richard, « Man as actor », 1976, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.

- SENNETT Richard, *Les Tyrannies de l'intimité*, 1974, Paris, Seuil, 1979.

- SIMMEL Georg, *Essai sur la sociologie des sens*, in *Sociologie. Etudes sur les formes de la socialisation*, 1908, Paris, PUF, 1992.

- STACEY Jackie, « Feminine fascinations. A question of identification? », 1994, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.

- STAIGER Janet, « Seeing Stars », in Christine Gledhill (ed.), *Stardom, Industry of Desire*, London, Routledge, 1991.

- STREET John, « The celebrity politician. Political style and popular culture », 2003, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.

- STREET John, « Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation », *The*

British Journal of Politics and International Relations, vol. 6, n° 4, 2004.

- TARDE Gabriel, *Psychologie économique*, Paris, Alcan, 1902.
- TENZER Nicolas, DELACROIX Rodolphe, *Les Élités et la fin de la démocratie française*, Paris, PUF, 1992.
- TEULON Frédéric, *FFD. La France aux mains des fils et filles de*, Paris, éditions François Bourin, 2005.
- TEULON Frédéric, « Le poids de la « naissance » », *Constructif*, n° 14, 2006.
- THÉVENOT Laurent, *L'Action au pluriel. Sociologie des régimes d'engagement*, Paris, La Découverte, 2006.
- THOMPSON Edward P., *Customs in Common. Studies in Traditional Popular Culture*, New York, The New Press, 1991.
- THOMPSON John B., *The Media and Modernity. A Social Theory of The Media*, Cambridge, Polity Press, 1995.
- THOMPSON John B., « Transformation de la visibilité », *Réseaux*, n° 100, 2000.
- THOMPSON John B., « The New Visibility », *Theory, Culture and Society*, 22(6), 2005.
- TISSERON Serge, *L'Intimité surexposée*, Paris, Ramsay, 2001.
- TODOROV Tzvetan, *La Vie commune. Essai d'anthropologie générale*, Paris, Seuil, 1995.
- TUDORET Patrick, *L'Écrivain sacrifié. Vie et mort de l'émission littéraire*, Paris, INA-Le Bord de l'eau, 2009.
- TUNSTALL Jeremy, WALKER David, *Media made in California*, Oxford University Press, 1981.
- TURNER Graeme, *Understanding Celebrity*, London, Sage, 2004.
- TYLSKI Alexandre, *Le Générique de cinéma. Histoire et fonction d'un fragment hybride*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, 2009.
- URRY John, *The Tourist Gaze*, 1990, London, Sage, 2002.
- VAN WINKEL Camiel, *The Regime of Visibility*, Rotterdam, Nai Publishers, 2005.

- VERNANT Jean-Pierre, « De la présentification de l'invisible à l'imitation des apparences », 1983, in *Mythes et pensée chez les Grecs : études de psychologie historique*, Paris, La Découverte, 1996.
- VEYNE Paul, *Les Grecs ont-ils cru à leurs mythes? Essai sur l'imagination constituante*, Paris, Seuil, 1983.
- VEYNE Paul, *L'Empire gréco-romain*, Paris, Seuil, 2006.
- VIGARELLO Georges, *Du jeu ancien au show sportif. La naissance d'un mythe*, Paris, Seuil, 2002.
- VIGARELLO Georges, *Histoire de la beauté. Corps et embellissement de la Renaissance à nos jours*, Paris, Seuil, 2007.
- VINCENT-BUFFAULT Anne, « Regards, égards, égarements dans la ville aux XVIII^e et XIX^e siècles », *Communications*, n° 75, 2004.
- VINCENT Jean-Marie, *La Théorie critique de l'école de Francfort*, Paris, Galilée, 1976.
- VOIROL Olivier, « Visibilité et invisibilité : une introduction », *Réseaux*, n° 129-130, 2005.
- VOIROL Olivier, « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique », *Réseaux*, n° 129-130, 2005.
- WALKER Alexander, *Stardom. The Hollywood Phenomenon*, New York, Stein and Day, 1970.
- WALKER John A., *Art and Celebrity*, London, Pluto, 2003.
- WEBER Max, *Économie et société*, 1922, Paris, Plon, 1971.
- WEBER Max, « L'objectivité de la connaissance », 1951, in *Essais sur la théorie de la science*, Paris, Plon, 1965.
- WEST Darrell M., ORMAN John, *Celebrity Politics*, Englewood Cliffs, Prentice Hall, 2003.
- WILLIAMS Jeffrey J., « Academostars. Name recognition », 2001, in P. David Marshall (ed.), *The Celebrity Culture Reader*, London, Routledge, 2006.
- WINTER Jean-Pierre, *Les Errants de la chair. Etudes sur l'hystérie masculine*, 1998, Paris, Petite Bibliothèque Payot, 2001.

- WIRTH Jean, « Performativité de l'image ? », in Alain Dierkens, Gil Bartholeyns, Thomas Golsenne, *La Performance des images*, Bruxelles, Editions de l'université de Bruxelles, 2010.

- WOODWARD Kenneth L., *Comment l'Église fait les saints*, 1990, Paris, Grasset, 1992.

2. Documents

- BAUDRILLARD Jean, *Cool Memories*, 1987, 1990, Paris, Livre de poche, 1993.
- CENDRARS Blaise, *Hollywood, la Mecque du cinéma*, 1936, Paris, Ramsay poche cinéma, 1987.
- CHAPLIN Charles, *Histoire de ma vie*, 1964, Paris, Robert Laffont, 1978.
- CROSS David, BENT Robert, *Dead Ends. An Irreverent Field Guide to the Graves of the Famous*, New York, Plume, 1991.
- DAVID Catherine, *Les Violons sur le moi. Pourquoi la célébrité nous fascine*, Paris, Denoël, 2010.
- DUMAS Alexandre, *Mes Mémoires*, III, Paris, Gallimard, 1957.
- DU ROY Albert, *Le Carnaval des hypocrites*, Paris, Seuil, 1997.
- FÉLIBIEN André, *Entretiens sur les vies et les ouvrages des plus excellents peintres anciens et modernes*, Paris, 1705.
- FEYDER Jacques, ROSAY Françoise, *Le Cinéma, notre métier*, Genève, Skira, 1944.
- GENG Jean-Marie, *L'illustre inconnu. Une tératologie de la notoriété ou Portrait du perceur par lui-même*, Paris, 10/18, 1978.
- GISH Lilian, *Le Cinéma, M. Griffith et moi*, 1969, Paris, Robert Laffont, 1987.
- HEDGES Chris, *Empire of Illusion. The End of Literacy and the Triumph of Spectacle*, New York, Paperback, 2009.
- HERMANT Abel, *Souvenirs de la vie mondaine*, Paris, Plon, 1935.
- HUSTON John, *John Huston*, 1980, Paris, Pygmalion 1982.
- KANIN Garson, *Hollywood, années folles*, 1967, Paris, Ramsay poche cinéma, 1988.
- KEATON Buster, *Slapstick. Mémoires*, 1960, Paris, L'Atalante, 1984.
- KOUBESSERIAN Charly, *L'Arménien. De De Gaulle à Belmondo, les mémoires d'un grand maquilleur du cinéma français*, Paris, Bayard, 2003.

- LAPIERRE Marcel, *Anthologie du cinéma*, Paris, La nouvelle édition, 1946.
- NOÉ Ivan, *L'Épicerie des stars*, Paris, Baudinière, 1933.
- POLAC Michel, *Journal*, Paris, PUF, 2000.
- PREMINGER Otto, *Autobiographie*, 1977, Paris, Ramsay poche cinéma, 1988.
- SALMON André, *Souvenirs sans fin* (III, 1920-1940), Paris, Gallimard, 1961.
- SIGNORET Simone, *La Nostalgie n'est plus ce qu'elle était*, Paris, Seuil, 1975.
- SWANSON Gloria, *Gloria Swanson par elle-même. Rêve d'une femme*, 1980, Paris, Ramsay-poche cinéma, 1986.
- THÉVET André, *Portraits et vies des hommes illustres grecs, latins et païens*, Paris, 1584.
- VADIM Roger, *D'une étoile l'autre*, 1986, Paris, Livre de poche, 1987.
- VALERY Paul, *Mauvaises pensées et autres*, Paris, Gallimard, 1942.
- WARHOL Andy, *The Philosophy of Andy Warhol: from A to B and back again*, San Diego, Harcourt Brace Jovanovitch, 1975.
- WATKINS Peter, *Media Crisis*, 2003, Paris, Homnisphère, 2007.

3. Fictions littéraires

- BALZAC Honoré de, *La Muse du département*, 1843, Paris, Garnier, 1970.
- COHEN Annie, *Histoire d'un portrait*, Arles, Actes-Sud, 1992.
- HAWTHORNE Nathaniel, *La Lettre écarlate*, 1850, Paris, Folio, 1977.
- HOUELLEBECQ Michel, *La Possibilité d'une île*, Paris, Fayard, 2005.
- HURST Fanny, *Mirage de la vie*, 1933, Paris, Cercle du bibliophile, 1963.
- JAMES Henry, *Reverberator*, 1988, Paris, La Différence, 2003.
- JAMES Henry, *La Vie privée*, 1891, in *Les Amis des amis*, Milan, Retz-Franco Maria Ricci, 1979.
- KUNDERA Milan, *Risibles amours*, Paris, Gallimard, 1986.
- OHNET Georges, *Le Crépuscule*, 1901, Albin Michel 1949.
- SARTRE Jean-Paul, *Erostrate* in *Le Mur*, Paris, Gallimard, 1939.

4. Filmographie

- *All about Eve* (Joseph Mankiewicz, USA, 1950)
- *A Star is born* (William Welman, USA, 1937; George Cukor, USA, 1954; Frank Pierson, USA, 1976)
- *Autofocus* (Paul Schrader, USA, 2003)
- *Backstage* (Emmanuelle Bercot, France, 2005)
- *Bellissima* (Luchino Visconti, Italie, 1951)
- *Coup de foudre à Notting Hill* (*Notting Hill*, Roger Michell, USA, 1999)
- *Jean-Philippe* (Laurent Tuel, France, 2006)
- *Little Miss Sunshine* (Jonathan Dayton, Valerie Faris, USA, 2006)
- *Looking for Eric* (Ken Loach, Royaume-Uni, 2009)
- *Mes stars et moi* (Laetitia Colombani, France, 2008)
- *Mirage de la vie* (John Stahl, 1934 et Douglas Sirk, USA, 1959)
- *Podium* (Yann Moix, France, 2004)
- *Prêt-à-porter* (Robert Altman, USA, 1994)
- *Reporters* (Raymond Depardon, France, 1981)
- *Le Rôle de sa vie* (François Favrat, France, 2004)
- *La Rose pourpre du Caire* (Woody Allen, USA, 1985)
- *Sunset Boulevard* (Billy Wilder, USA, 1950)
- *The Gilded Lily* (Wesley Ruggles, USA, 1935)
- *The Queen* (Stephen Frears, Royaume-Uni, 2006)
- *Une femme qui s'affiche* (George Cukor, USA, 1953)

- *Zidane, un portrait du XXI^e siècle* (Philippe Pareno, Douglas Gordon, France, 2006)