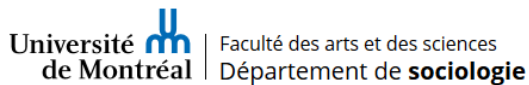


# LE PETIT FRANKFURT

Guide de Rédaction de feuillets sociologiques

2<sup>e</sup> édition



Développé par  
Jules Pector-Lallemand et Barbara Thériault

## TABLE DES MATIERES

Brève introduction .....	2
La construction d'un feuilleton sociologique .....	2
Une énigme de la vie quotidienne .....	2
Une posture empirique .....	2
Un jeu de perspectives .....	3
Une écriture au « je » .....	3
Une théorie implicite.....	3
« L'effet feuilleton » .....	3
La forme .....	3
Les procédés fréquents .....	4
Le titre .....	4
Nombre de mots et éléments à éviter .....	4
Publier un feuilleton dans Sigggi.....	4
La politique de rédaction épïcène de L'Esprit Libre .....	5
Pour approfondir .....	6

## BRÈVE INTRODUCTION

Le feuilleton sociologique est un genre court, à mi-chemin entre la littérature, le reportage et la sociologie, développé notamment sous l'impulsion des travaux du journaliste allemand Siegfried Kracauer (1889–1966). Il s'agit de textes rapportant par fragments les moments d'une enquête sociologique. Celle-ci peut être une ethnographie, une analyse de discours ou de matériaux visuels, une enquête plus conventionnelle par entretiens. La plupart du temps, elle se caractérise par un souci pour les lieux et la matérialité. Traditionnellement publiés dans les journaux, les textes sont sociologiques parce qu'ils ont comme point de départ une observation dont la formulation a été rendue possible par un bagage théorique et un œil aguerris; ils relèvent du reportage par leurs descriptions de situations concrètes, collées au réel; ils empruntent à la littérature une liberté de forme et des techniques de montage. L'intérêt pour le genre des artisan·e·s de *Siggi, le magazine de sociologie* s'inscrit dans une démarche de renouvellement de l'écriture sociologique.

## LA CONSTRUCTION D'UN FEUILLETON SOCIOLOGIQUE

### UNE ÉNIGME DE LA VIE QUOTIDIENNE

Un feuilleton sociologique prend souvent comme point de départ un détail du quotidien (une attitude particulière, une expression langagière, un vêtement, un élément de décor ou encore une chanson à la radio), une observation marquante (*punctum*) qui détonne et vient piquer la curiosité de l'auteur·rice. Il soulève une énigme et questionne ce qui ne l'est pas habituellement, ce qui va de soi. En ce sens, l'écriture d'un feuilleton sociologique, et l'enquête qui la sous-tend, constituent une tentative de résolution de cette énigme.

### UNE POSTURE EMPIRIQUE

Le feuilleton sociologique ne tente pas de démontrer la validité d'un système théorique, mais plutôt de résoudre une énigme et de découvrir la complexité d'un phénomène social au fil d'observations. Le texte implique un contact étroit avec le terrain, à la manière d'un reportage ou d'une ethnographie. Afin d'offrir au lectorat une description riche de la réalité sociale, il privilégie une multiplicité des matériaux d'enquête. Il cherche à rester dans le concret, à privilégier ce qui est observable à l'échelle individuelle. Si le feuilleton sociologique aborde de grandes questions liées aux idéologies, à l'économie ou l'histoire politique, il évite de le faire de plein front : le contexte sociohistorique forme un arrière-plan.

### UN JEU DE PERSPECTIVES

Le parti pris pour le quotidien n'empêche pas l'auteur·rice d'assister à des événements politiques et publics, que ce soit un rassemblement partisan, une projection cinématographique ou une conférence. Il ou elle portera alors attention à l'événement lui-même, mais aussi à la réaction du public. Il s'agit de jouer avec les perspectives, de porter le regard sur l'objet « officiel » de l'attention, mais aussi sur ce qui s'y passe en marge, à côté. En juxtaposant des situations ou des moments, l'auteur·rice peut faire jaillir un questionnement.

### UNE ÉCRITURE AU « JE »

Un feuilleton sociologique, tout comme une nouvelle littéraire, possède une trame narrative. L'auteur·rice rapporte les différents moments qui ont marqué son enquête sous la forme d'une intrigue. Un feuilleton s'écrit souvent – mais pas toujours – au « je », de manière à amener le lectorat dans les pas du chercheur ou de la chercheuse.

### UNE THÉORIE IMPLICITE

Dans son désir d'être accessible, le ou la feuilletoniste n'encombre pas ses lecteurs et ses lectrices avec ses choix méthodologiques, théoriques et épistémologiques. Il ou elle en vient rapidement à l'analyse, parfois sans recours direct ou explicite à des concepts sociologiques. L'auteur·rice pratique une sociologie sans jargon hermétique : un·e initié·e peut repérer le cadre théorique du texte et un·e non-initié·e peut le comprendre sans embûches.

Les classiques du feuilleton sociologique formulent souvent leur théorie sous formes d'aphorismes, de formules qui nous restent en tête. Notons aussi qu'ils et elles ne tentent pas de tout expliquer, mais nous invitent à penser.

### « L'EFFET FEUILLETON »

Le feuilleton sociologique, en priorisant le concret et l'observable, se veut un miroir de la réalité sociale. Il donne à voir ce qui est sous nos yeux, mais que nous n'avions pas remarqué. Par un jeu de réflexion, il invite ses lecteurs et ses lectrices à observer et s'auto-observer. Nous pouvons définir le feuilleton à partir de cet impact qu'il a sur celui ou celle qui lit, de ce que l'on peut qualifier « d'effet feuilleton ».

## LA FORME

Une telle démarche est liée à une forme particulière. Nous avons déjà évoqué l'écriture à la première personne. Voici quelques autres traits récurrents du feuilleton sociologique :

## LES PROCÉDÉS FRÉQUENTS

- La boucle : Afin de jouer avec les perspectives (scène/public, objet micro/contexte macro), le feuilleton nous fait parfois entrer, puis sortir des lieux d'interaction. Par exemple, il dépeint les rues d'une ville, puis entre dans un bar de karaoké et y observe les interactions pour finalement ressortir de ce bar et se retrouver à nouveau dans les rues.
- Les formules d'humilité : l'auteur·rice d'un feuilleton sociologique ose l'interprétation et en vient rapidement à l'analyse, mais ne se prend pas trop au sérieux. Elle ou il présente généralement sa thèse sous forme d'hypothèse susceptible d'être contredite et peut emprunter de telles formules : « si l'on me permet d'émettre une hypothèse », « il se peut que », « autant que je puisse le constater », « je me trompe peut-être, mais ».
- L'ironie : l'auteur·rice d'un feuilletoniste sociologique écrit généralement avec humour. Elle ou il entretient une certaine distance avec les normes qui régissent la vie de tous les jours. L'ironie est un outil important, car elle peut parfois dévoiler les contradictions inhérentes à la vie quotidienne et mettre de l'avant une critique. Attention : l'ironie n'est pas synonyme de moquerie ou de sarcasme.

## LE TITRE

Le titre d'un feuilleton sociologique doit d'être bref et accrocheur. Il évite les concepts abstraits. Voici une série hypothétique de titres « académiques » et leur traduction feuilletonesque :

Le succès de Garou en Pologne à la lumière de la sociologie phénoménologique d'Alfred Schütz / Garou et le problème de la réalité

Spas nordiques : logiques de distinction et micro-normes / Les règles de la détente

Femmes en milieu carcéral : entre souffrance et réhabilitation / *La création d'un journal « positif »*

## NOMBRE DE MOTS ET ÉLÉMENTS À ÉVITER

Dans cette même perspective de distanciation de la « forme académique », on évite les notes de bas de page et les références directes. Les feuilletons publiés dans *Siggi* sont habituellement courts, entre 500 et 1200 mots.

## PUBLIER UN FEUILLETON DANS SIGGI

Pour soumettre un texte à *Siggi, le magazine de sociologie*, veuillez le faire parvenir à un des membres du comité éditorial ou directement à la revue ([siggi@revuelespritlibre.org](mailto:siggi@revuelespritlibre.org)). Le comité prend la décision d'accepter ou non les textes soumis. Si un texte est accepté, il

vous sera normalement renvoyé pour modification. Une fois les modifications apportées, L'Esprit Libre se charge de la révision linguistique finale.

## LA POLITIQUE DE RÉDACTION ÉPICÈNE DE L'ESPRIT LIBRE

Voici une version abrégée de la politique de rédaction épïcène de L'Esprit Libre, l'éditeur de *Siggi, le magazine de sociologie*.

*L'Esprit libre* exige que les textes publiés utilisent des tournures épïcènes et/ou incluent le féminin, mais laisse aux auteur·e·s la liberté de choisir la façon de faire qui leur semble la plus appropriée. Ce type de rédaction permet de contrer l'invisibilisation des femmes que cause la règle traditionnelle du « masculin l'emporte ». Voici quelques méthodes qui sont suggérées.

### Texte courant :

- On privilégie l'emploi d'un **terme générique**. Il s'agit ici de choisir un terme englobant qui est neutre. Cette façon de faire allège la lecture et permet dans une certaine mesure de contrer la binarité des genres.
  - Ex : La classe politique (plutôt que les politiciens et politiciennes), le corps professoral (plutôt que les professeur·e·s), la lutte ouvrière (plutôt que la lutte des ouvriers et ouvrières), etc.
- La **féminisation longue**. Il s'agit d'écrire à la fois le féminin et le masculin, **en ordre alphabétique**. Cette méthode est celle qui est préconisée dans les documents officiels de la revue et les titres, entre autres.
  - Ex : Ce monsieur sert deux clients. Ce monsieur sert un client et une cliente. Celles et ceux; elles et ils; les étudiantes et les étudiants; les lecteurs et les lectrices; les auditeurs et les auditrices.
- La **féminisation courte**. Il s'agit d'ajouter la forme du féminin à la fin du mot masculin en utilisant le **point médian** (mettre le clavier en français (Canada), tenir les touches « alt » et « . » en même temps, puis faire une espace) pour entourer le suffixe féminin.
  - Ex : Les étudiant·e·s motivé·e·s ont fait la grève.

### Entrevues ou citations rapportées :

Pour les entrevues ou citations rapportées où le féminin n'est pas inclus, **on ajoute le féminin avec des crochets**.

Par exemple : La gérante a expliqué que « les clients du restaurant et les spectateurs sont partis en vitesse » deviendrait : La gérante a expliqué que « les client[·e·]s du restaurant et les spectateurs [et spectatrices] sont parti[·e·]s en vitesse ».

## POUR APPROFONDIR

Pour des feuilletons « classiques », lire:

Kracauer, Siegfried (2012 [1929/1930]), *Les employés : aperçus de l'Allemagne nouvelle*, Les belles lettres : Paris.

Kracauer, Siegfried (2024). *Culte de la distraction. Miniatures urbaines et critiques de films (1925-1933)*, textes présentés par Philippe Despoix, traduits par Barbara Thériault et Sabine Cornille, Les Presses du réel, Dijon / Les Presses de l'Université de Montréal, Montréal (à paraître).

Pour des feuilletons contemporains, lire :

*Siggi, le magazine de sociologie*, <https://www.erudit.org/fr/revues/siggi/>

« Section feuilleton », *Sociologie et sociétés*, <https://www.erudit.org/fr/revues/socsoc/>

Pour une définition plus exhaustive du genre, lire :

Thériault, Barbara et Jules Pector-Lallemand (2023). « Définir le « feuilleton sociologique », *Sociologie et sociétés*, 55(1) (à paraître).