



HAL
open science

Le rôle du genre dans la médiatisation des identités culturelles: les représentations du masculin et du féminin dans le programme court *Un gars, une fille*

Laetitia Biscarrat

► To cite this version:

Laetitia Biscarrat. Le rôle du genre dans la médiatisation des identités culturelles: les représentations du masculin et du féminin dans le programme court *Un gars, une fille*. *Signes, Discours et Sociétés*: Revue semestrielle en sciences humaines et sociales dédiée à l'analyse des Discours , 2015. hal-01999902

HAL Id: hal-01999902

<https://hal.science/hal-01999902v1>

Submitted on 7 Apr 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Le rôle du genre dans la médiatisation des identités culturelles : les représentations du masculin et du féminin dans le programme court *Un gars, une fille*

Laetitia Biscarrat, Université Côte d'Azur, LIRCES

Résumé : La contribution s'inscrit dans une approche constructiviste des médias et des identités culturelles. Il s'agit d'étudier la manière dont les identités de genre sont mises en scène dans le programme court *Un gars, une fille* d'Isabelle Camus et Hélène Jacques (1999-2003, France 2). Le contrat communicationnel du genre est analysé du point de vue du format de l'émission, de son ton humoristique et enfin des processus de stéréotypie. L'analyse du dispositif télévisuel est articulée à l'étude des stéréotypes de genre, envisagés comme régimes de monstration stéréotypé et contre-stéréotypé mais aussi selon les rôles narratifs des personnages.

Mots-clés : dispositif télévisuel, genre, masculin, féminin, stéréotype, analyse sémio-narrative

Abstract : This article stands in a constructivist approach of both media and cultural identities. We aim at analyzing how gender identities are depicted in the short program *Un gars, une fille* produced by Isabelle Camus and Hélène Jacques (1999-2003, France 2). The communication contract of gender is analyzed from the standpoint of the TV format, its humoristic tone and eventually the stereotyping process. We articulate an analysis of the TV apparatus with the study of gender stereotypes which are understood both as stereotyped and counter-stereotyped broadcasting regimes and as narrative functions.

Keywords : TV apparatus, gender, masculinity, femininity, stereotype, semionarrative analysis

Qu'est-ce-que l'identité culturelle ? La notion fait l'objet d'appropriations multiples : elle recouvre une pluralité d'acceptions symboliques et idéologiques au détriment d'une conceptualisation solide. Tel est le constat dressé par Geneviève Vinsonneau (2002). Dans une perspective interactionniste, elle suggère d'envisager les identités culturelles à l'aune des dynamiques interculturelles et négociations identitaires à l'œuvre. Cette proposition repose sur une acception constructiviste de la culture « comme production humaine, directement dépendante des acteurs sociaux et de leurs interactions » (Vinsonneau 2002 : 15). Elle est selon l'auteure un « foyer de ressources » qui sont à la fois construites et partagées par les acteurs sociaux. L'identité est également conçue par Geneviève Vinsonneau comme une dynamique : « elle est un processus d'élaboration d'un système signifiant, chez un acteur qui interagit à la fois avec d'autres acteurs et avec le système symbolique dans lequel tous évoluent » (Vinsonneau 2002 : 15). L'identité culturelle désigne dès lors le rapport dialectique qu'entretiennent culture et identité.

Cette conception dynamique des identités présente un intérêt épistémologique pour l'étude des représentations télévisuelles. La notion possède en effet deux points forts. D'abord, elle évite l'écueil d'une conception essentialiste des identités considérées comme homogènes et stables. Ensuite, elle échappe à une vision figée de la culture et à une conception mécaniste de l'identité qui caractérisent le courant culturaliste. En tant que « médiacultures » (Maigret et Macé 2005), les séries télévisées forment dès lors une ressource culturelle mobilisable dans le cadre des stratégies identitaires. Elles sont à la fois une arène des dynamiques de la sphère publique et une scène performative qui donnent à voir des représentations collectives. Les séries télévisées apparaissent dès lors comme un poste d'observation privilégié de la constitution des imaginaires et des représentations sociales du genre, qu'il s'agisse du pouvoir politique (Coulomb-Gully 2012a), des professions (Sepulchre 2014) ou encore de la parentalité (Lécossais 2014).

Afin d'interroger le rôle du genre dans la médiatisation des identités culturelles, nous partons d'une définition du média comme « technologie de genre » (De Lauretis, 2007), le genre étant défini comme un principe organisateur de l'asymétrie des rapports sociaux de sexe. Le genre est à la fois « un observable et un concept » (Bourdeloie, Julliard et Quemener 2014 : 1). Il nous permet de produire des savoirs à partir de l'étude des représentations médiatiques tout autant qu'il est un outil pour comprendre les rapports sociaux de sexe dans ces productions culturelles. Nous considérons ici les identités masculine et féminine des protagonistes du *shortcom Un gars, une fille* (1999-2003, France 2 pour la première diffusion) comme des identités culturelles produites par le genre et produisant du genre. Cette approche

prend acte du tournant pragmatique : les publics se saisissent des représentations identitaires proposées par les médiacultures selon des modalités d'attention oblique (Hoggart 1970), de braconnage et de bricolage (De Certeau 1990) qui s'articulent à leurs propres stratégies identitaires. Envisager le média télévisuel comme « technologie de genre » implique par ailleurs d'intégrer à l'étude des représentations les logiques afférentes à la ligne éditoriale, au genre télévisuel et aux modalités d'énonciation. Comment le genre, dans sa double acception *gender* et genre télévisuel, participe-t-il de la monstration télévisuelle du masculin et du féminin ?

Pour étudier la manière dont le genre participe à la construction des identités culturelles, nous nous basons sur une étude empirique d'un corpus extrait du *shortcom Un gars, une fille*. Cette série courte traite sur un mode humoristique de la vie quotidienne d'un couple de trentenaires incarnés par Jean Dujardin et Alexandra Lamy. Elle compte 485 épisodes répartis en 5 saisons. 6,5 millions de téléspectateurs en moyenne¹ ont suivi tous les soirs les aventures de *Un gars, une fille* (Médiamétrie) lors de leur première diffusion sur France 2. Dans un souci de faisabilité, nous avons borné notre corpus à l'analyse de 21 épisodes² extraits des saisons 1 à 3 et diffusés entre octobre 1998 et juin 2011. Il s'agit là d'une sélection arbitraire, d'une « carotte télévisuelle » (Macé 2006 : 15)

Communément, on associe identités culturelles et interculturalité. Le choix d'une série qui ne traite pas ou peu (à l'exception possible de quelques épisodes autour de la thématique Voyages) d'interculturalité ou de multiculturalité peut alors surprendre. Ce parti-pris permet pourtant d'éviter les écueils de l'ethnocentrisme et de l'invisibilisation de la dimension ethnoraciale de la blancheur³, qui est ici une dimension constitutive de l'identité de genre des personnages. En associant identités culturelles, genre et blancheur, nous inscrivons notre étude dans une démarche constructiviste, rappelant ainsi que les expériences de réception et d'appropriations identitaires des ressources culturelles sont construites socialement et situées. La méthodologie employée s'appuie sur une double grille d'analyse. D'une part, il s'agit d'étudier les régimes de monstration des identités masculine et féminine au travers du

¹ Il s'agit d'un public large, familial, avec toutefois une représentation plus importante des 11-35 ans. Source : *La Dépêche*, 22/03/2001. URL : <http://www.ladepeche.fr/article/2001/03/22/302574-un-gars-une-fille-la-200-sup-e-sup.html> [consulté le 16/12/2014].

² Liste des épisodes étudiés : Dans la salle de bain (1), Dans la cuisine (1), Sur la terrasse, Sur internet, Font du bricolage, Dans le salon, Dans la salle de bain (2), Dans la cuisine (2), Au téléphone, Le copain squatteur, Au lit, Chez l'épicier, A la laverie, Journée beauté, Jouent au foot, Au judo, Brunchent avec Jeannette et Roger, Jeux de société, Au mariage, En boîte, Anniversaire de Jean.

³ Nous employons le terme de blancheur (*whiteness*) à la suite de Judith Ezekiel et Maxime Cervulle (Cervulle 2013 : 48).

diptyque stéréotype, contre-stéréotype (Macé 2007) ; d'autre part, nous analysons dans une perspective sémio-narrative (Greimas 1986 et Lits 2008) la dimension relationnelle des identités de genre en étudiant les rôles narratifs et rapports entre les personnages. Cette méthodologie croisée associe deux approches caractéristiques de l'analyse des processus de médiatisation genrée, c'est-à-dire l'analyse du genre comme stéréotype et comme performance (Biscarrat 2013). Nous procéderons dans un premier temps à l'analyse du format d'*Un gars, une fille* puis de son énonciation sur le ton de l'humour. Cette étude de la médiatisation nous conduira dans un troisième temps à l'analyse du rôle du genre pour les représentations identitaires véhiculées par le programme.

Au-delà de la fiction : un dispositif médiatique complexe

Le programme court *Un gars, une fille* raconte la vie quotidienne d'un couple trentenaire de classe moyenne, Alexandra et Jean, respectivement incarnés par Alexandra Lamy et Jean Dujardin. Les disputes, négociations mais également les instants de complicité des deux partenaires sont montrés sous un régime humoristique. Leurs aventures sont en règle générale liées à des situations de la vie quotidienne : préparation des repas, entretien de l'appartement, soins du corps, intimité du lit conjugal... Chaque épisode est organisé en une succession de 6 à 8 saynètes comiques pour une durée de 5 à 7 minutes en moyenne. L'épisode est réalisé dans un unique décor, bien que les personnages aient de la mobilité. Le plan et la caméra sont fixes. Il s'agit d'un plan unique, généralement en caméra rapprochée.

Selon le triangle des mondes de François Jost (2005), *Un gars, une fille* appartient au monde fictif. Il s'agit d'un récit de fiction sérielle sur le ton de l'humour. Mais son format se distingue des traditionnels 24, 54 voire 90 minutes des séries télévisées. Les épisodes ne durent en effet que quelques minutes. Certes, les programmes courts télévisuels n'ont pas attendu les années 1990-2000 pour se développer. Dès les années 1960, la télévision française a proposé des interludes entre deux programmes de télévision. Pour autant, *Un gars, une fille* ne saurait se résumer à l'héritage des inter-programmes. Comment caractériser ce programme court, souvent désigné par l'anglicisme *shortcom*⁴ ? Florence Rio identifie au travers de la juxtaposition de « scènes de vie séparées par des *jingles* » une « filiation entre brièveté littéraire et formats courts télévisés » (Rio 2013 : 49-50). Cette notion de brièveté comme esthétique doit être distinguée du format court. Lors de ses multiples diffusions sur les chaînes de la TNT (notamment W9), le programme n'est d'ailleurs plus court d'un point de vue

⁴ On retrouve notamment cette désignation au sujet de la minisérie *Bref* (Cheymol 2013).

temporel dans la mesure où une succession d'épisodes s'enchaîne parfois durant plusieurs heures. Le format court ne suffit donc pas à définir *Un gars, une fille*. Il n'est pas non plus satisfaisant de catégoriser le programme comme un sous-genre sériel. Hervé Glevarec définit le genre sériel par « une caractéristique formelle, une diégèse à épisodes, et deux sous-caractéristiques esthétiques : la multiplicité des personnages et des lignes narratives » (Glevarec 2012 : 42). *Un gars, une fille* excède cette définition, notamment au sujet des critères esthétiques : le nombre de personnages est restreint et les lignes narratives sont réduites et simples. D'un point de vue éditorial, le programme a d'abord été diffusé en *access prime-time*, du lundi au vendredi à 19h50, soit juste avant le Journal télévisé de France 2. Il s'agit d'un créneau convoité et concurrentiel au sein duquel les chaînes et les écrans publicitaires cherchent à capter de larges audiences. Par ailleurs, la structure du programme s'inscrit dans cette logique d'audienciation : la brièveté stylistique des sketches s'ancre aisément dans les pratiques de « réception oblique » (Hoggart, 1970) de la vie quotidienne. *Un gars, une fille* peut être regardé tout en gérant l'activité domestique de la fin de journée : sa brièveté permet de suivre le programme tout en effectuant autre chose, ou encore de « raccrocher » facilement après avoir perdu le fil.

Si le programme court *Un gars, une fille* n'est pas un sous-genre sériel, peut-il alors être considéré comme un genre spécifique du monde fictif ? Le genre télévisuel joue un rôle central dans la stratégie éditoriale de la chaîne. Il est « la promesse d'une relation à l'un des trois mondes » (Jost 2005 : 48), c'est-à-dire le monde fictif, le monde réel ou le monde ludique. Pour autant, le programme court n'est pas un genre en soi. Florence Rio (2013 : 53-54) distingue sept types de programmes courts à la télévision, de la météo à la fiction en passant par le tirage du loto. Ces différents types de programmes répondent à des promesses de genre très différentes dont les seuls points communs sont finalement leur place stratégique dans la grille de programmation et leur périodicité. Aussi, nous proposons, à la suite de l'auteure, de définir les programmes courts comme des « dispositifs [communicationnels] protéiformes » (Rio 2013 : 57) caractérisés par la brièveté. Dans le cas d'*Un gars, une fille*, on notera également que la diégèse est bâtie sur deux éléments centraux, un principe de référentialité à la vie quotidienne, ici celle du couple, et un ton humoristique. Les traces numériques de réception soulignent d'ailleurs ces deux caractéristiques, qui sont récurrentes dans les programmes courts de fiction⁵. Par exemple, les critiques des spectateurs sur le site

⁵ A titre d'exemples on citera *Bref*, *Scènes de Ménage*, *Caméra Café* ou encore *Nos chers voisins*, des fictions de format court basées sur ces deux principes.

Allociné⁶ décrivent la série selon les termes suivants : « On ne peut se lasser de ces petits moments de la vie quotidienne qui nous rappellent forcément quelques chose et qui nous font rire de bon cœur » (Un visiteur, 19 novembre 2012) ou encore « On rit aux éclats devant les disputes de Chouchou et Loulou car on ne peut pas s'empêcher de se reconnaître dans leurs accrochages quotidiens qui heureusement aboutissent souvent à des réconciliation » (Godfather09, 12 juin 2012).

Le ton de l'humour

L'énonciation télévisuelle d'*Un gars, une fille* est organisée sur le ton de l'humour. Trois types de procédés concourent à la production d'un contenu télévisuel humoristique. D'abord, les procédés extra-linguistiques créent un contexte propice à la situation de communication humoristique. Par exemple, le *Gimmick* est un « procédé visant à produire un effet au travers d'un motif immédiatement identifiable, (verbal ou non verbal) ; son efficacité repose en partie sur la répétition dont la résultante est l'intégration et la reconnaissance » (Pugniere-Saavedra 2003 : 5). La musique (*jingle*) et les couleurs bleu et rose qui entrecoupent les scènes sont ici des *Gimmicks* auditifs et visuels. En second lieu, les procédés linguistiques produisent de l'humour. Ces procédés ne sont pas drôles en soi mais sont liés au mécanisme d'énonciation. Patrick Charaudeau (2006) distingue notamment le jeu énonciatif, par exemple lorsqu'Alex ironise sur les conséquences d'une soirée alcoolisée pour Jean, qui affirme pourtant se sentir au mieux [Dans la salle de bain (1)] et le jeu sémantique. Le jeu sémantique est quant à lui fondé sur l'incohérence, il crée un effet d'insolite : alors que Jean vérifie laborieusement son relevé bancaire, Alex lui suggère une solution beaucoup plus rapide, jeter le relevé [Dans la cuisine (1)]. Enfin, les procédés paralinguistiques produisent de l'humour au moyen de la proxémique, c'est-à-dire « le positionnement du corps des personnages dans l'espace » (Pugniere-Saavedra 2003 : 8), mais aussi grâce aux gestes des mains et de la tête et enfin aux gestes co-verbaux expressifs. Ces procédés sont omniprésents dans le jeu des acteurs Jean Dujardin et Alexandra Lamy.

La dimension humoristique du programme est un élément important pour notre analyse. En effet, l'humour est un procédé qui fait appel à un référentiel, ici la vie quotidienne d'un couple hétérosexuel dans la France contemporaine. Robert Escarpit et à sa suite Patrick Charaudeau s'accordent sur « l'impossible définition » (Escarpit 1987 : 5) de l'humour. Nous pouvons néanmoins affirmer que le processus humoristique naît bien souvent d'une

⁶ URL : <http://www.allocine.fr/series/ficheserie-298/critiques/> [consulté le 17/12/2014].

oscillation ou d'un paradoxe ; il opère par « la mise en contact soudaine du monde quotidien avec un monde délibérément réduit à l'absurde » (Escarpit 1987 : 115). Le titre du programme, *Un gars, une fille*, est révélateur de l'univers qui est pris en charge sous le registre humoristique. Les deux parties du titre ne sont séparées que d'une virgule et la structure de la locution est strictement la même, soit article indéfini puis nom commun, alternativement masculin et féminin. Jean et Alexandra ont tous deux une activité professionnelle, ils jouissent d'une relative autonomie dans leurs prises de décision et partagent nombre d'activités en commun. Pourtant, la virgule trace également une frontière entre deux entités, elle crée une différenciation⁷ qui est renforcée par les couleurs attribuées aux deux personnages, le bleu et le rose. Le programme fait ainsi aux téléspectateurs la promesse d'une monstration des rapports de couple centrée sur la différence. Les deux conjoints évoluent en parallèle au sein de leur relation et l'humour naît de la rencontre entre ces deux cheminements spécifiques. L'accent est mis ici sur la différence comme point nodal du rapport amoureux. Le traitement humoristique naît de la confrontation entre les univers féminin et masculin dans la vie quotidienne d'un couple.

Cette construction binaire s'organise également par le renvoi des épisodes à la sphère privée et à la sphère publique, c'est-à-dire deux univers antagonistes et traditionnellement associés respectivement au féminin et au masculin. On notera à ce sujet que le travail éditorial autour du volume 3 des DVD de la série reprend cette dichotomie en organisant les épisodes en deux ensembles intitulés « En privé » et « En société ». Ces deux « univers de discours » sont d'ailleurs identifiés par Patrick Charaudeau (2006 : 24) comme des « grands domaines de référence thématique » du discours humoristique. Ces thématiques « Vie privée » et « vie publique » conditionnent selon l'auteur « le type d'humour et l'effet qu'il produit sur le destinataire » tout autant que « son degré d'acceptabilité sociale » (Charaudeau 2006 : 24). Qu'il s'agisse des procédés employés ou de l'univers thématique de référence, l'humour conditionne la monstration des identités de genre. Le contrat de communication qui définit *Un gars, une fille* peut ainsi être qualifié de « contrat de divertissement » (Quemener 2012 : 6). Il fait au téléspectateur la promesse d'une jovialité télévisuelle et d'une dérision bienveillante des identités de genre. Le traitement humoristique des personnages met en scène, sur le registre de l'exagération et du stéréotype, les caractéristiques communément attribuées au masculin et féminin.

⁷ Au contraire, l'usage de la conjonction de coordination « et » aurait signifié plutôt l'association.

Masculin versus féminin : un modèle de la différence hiérarchisée

Une monstration sous le régime du stéréotype

Dans *Un gars, une fille*, l'humour n'est pas au service d'un discours sur les discriminations de genre ou les exclusions identitaires. Basée sur le recours à l'exagération, la monstration des identités de genre ne questionne pas leurs représentations hégémoniques. Cette « scène performative » (Macé 2007) humoristique est néanmoins propice à l'observation de la médiatisation des identités culturelles dans la mesure où elle « se nourrit d'une société dont elle apparaît bien souvent comme le négatif – au sens photographique du terme – et qu'elle 'révèle' de la sorte » (Coulomb-Gully 2012b : 193-194). Le programme participe du travail idéologique des médias, notamment au regard du genre. Les productions télévisuelles forment en effet un « territoire idéologique » (Hall 2008 : 58) qui organise le maintien d'assignations de genre hégémoniques. Ce constat n'a d'ailleurs pas échappé aux pouvoirs publics. Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a publié en 2013 une étude sur la place des femmes dans les œuvres audiovisuelles (fiction TV) et le rapport du Haut Conseil à l'égalité Femmes-Hommes relatif à la lutte contre les stéréotypes « Pour l'égalité femmes-hommes et contre les stéréotypes de sexe, conditionner les financements publics » (2014) souligne le rôle de la fiction dans le maintien d'inégalités de genre.

Concernant la représentation des identités de genre, le régime de monstration largement dominant est celui du stéréotype, tant masculin que féminin. S'appuyant sur les travaux d'Anne Herschberg-Pierrot, Ruth Amossy et Elisheva Rosen, Jean-Louis Dufays (1994 : 51-57) attribue aux stéréotypes cinq traits définitionnels : critère quantitatif, critère historique, critère sémantique, critère formel et critère qualitatif. Constitutifs du récit médiatique (Dufays 1994 et Lits 2008), les stéréotypes sont « l'expression naturalisée d'une asymétrie des rapports de pouvoir – celui de nommer, de montrer, de réduire, d'assigner » (Macé, 2007 : 13).

Dans *Un gars, une fille*, les stéréotypes portent tout d'abord sur le caractère des personnages. Ainsi, Alex nous apparaît narcissique et même vaniteuse. Elle aime se contempler dans la glace tout en racontant à Jean la jalousie de ses collègues de bureau, tout spécialement Brigitte qui cherche à imiter ses tenues vestimentaires [Dans la salle de bain (1)]. Sa coquetterie l'a rend dépendante et sensible aux promesses publicitaires. Elle s'achète des vêtements à des prix prohibitifs [Dans le salon et Dans la cuisine (2)] ainsi que de nombreuses crèmes de beauté onéreuses [Journée beauté]. Ensuite, Alex se montre exigeante et pointilleuse. Lorsque Jean l'aide à faire la cuisine, elle lui reproche de couper les tomates

en morceaux trop petits puis trop grands [Dans la cuisine (2)]. Elle s'inquiète de savoir s'il a rangé les boîtes en plastique par taille [Dans la cuisine (2)]. Alors que Jean, submergé de travail, a oublié leur rendez-vous pour déjeuner, elle exige des fleurs afin de lui pardonner [Au téléphone]. Alex n'a absolument pas l'esprit sportif. Au judo, elle veut choisir la ceinture de son kimono selon des critères esthétiques, sans tenir compte de son niveau [Au judo]. Dans un sport d'équipe, le football, elle s'avère un handicap davantage qu'un pilier pour l'équipe. Alors qu'elle est aux cages, elle réajuste sa chaussette avec soin et ne voit même pas le ballon passer [Jouent au foot]. Lorsqu'elle essaie de l'intercepter, elle s'agite sans aucune efficacité [Jouent au foot].

Côté masculin, le régime de monstration télévisuelle met également en scène plusieurs stéréotypes de genre. Jean est tout d'abord un sportif volontaire. Il apprécie de prendre conseil auprès d'une championne de judo, qu'il traite avec beaucoup de déférence [Au judo]. Au football, il est motivé et marque même un but [Jouent au foot]. L'attitude dichotomique des deux personnages face au sport est révélatrice des stéréotypes de genre véhiculés dans la mesure où « le sport demeure l'un des terrains majeurs pour la délimitation et l'élaboration des idéologies de la suprématie masculine » (McKay et Laberge 2006 : 3). L'épisode du match de football est en ce sens emblématique de l'identification de genre de Jean. Il endosse une masculinité hégémonique fondée sur l'expression et le contrôle de la force physique, mais aussi l'hétérosexualité⁸ et une fraternité masculine. Lorsque Jean marque un but, les joueurs s'étreignent longuement, ce qui provoque l'étonnement d'Alex. Jean insiste sur l'aspect non-sexuel de ces contacts rapprochés [Jouent au foot]. Une longue discussion sur le match télévisé de la veille crée une grande connivence entre Jean et l'épicier Hamed, au détriment d'Alex qui finit par se rendre elle-même à l'épicerie une serviette sur les cheveux afin d'acheter le shampoing dont elle a besoin [Chez l'épicier]. L'analyse de la masculinité au prisme de la thématique sportive permet ainsi d'identifier les valeurs attribuées au masculin « pour le sport, mais aussi pour d'autres contextes » (Terret 2004 : 213).

À l'expression et au contrôle de la force physique s'ajoute le motif de la réussite professionnelle. « Ce point est, particulièrement dans nos sociétés, étroitement lié à la masculinité hégémonique avec toutes ses implications économiques et sociales » (Terret 2004 : 214). Jean incarne le stéréotype du jeune cadre dynamique ; il assume une lourde charge de travail et subit un stress important. Lorsqu'Alex, qui est en train de lire un livre au

⁸ La tourmente médiatique qui accompagne les rares sportifs de haut niveau (Derrick Peterson en athlétisme ou Amélie Mauresmo au tennis) ayant révélé leur homosexualité est à ce titre révélatrice du climat hétérosexiste et souvent homophobe du monde sportif.

bureau, appelle Jean, celui-ci apparaît stressé et débordé [Au téléphone]. Il ira même jusqu'à en oublier un déjeuner avec elle [Au téléphone]. Pour ses 34 ans, il énumère la longue liste des éléments de sa réussite personnelle avant de souffler les bougies du gâteau. Il mentionne son travail, ses amis, mais aussi son ordinateur et sa voiture, qui témoignent de sa réussite professionnelle, tant d'un point de vue relationnel et social qu'économique [Anniversaire de Jean]. Jean est aussi présenté comme un grand séducteur de femmes. On retrouve ici le motif de l'hétérosexualité comme constitutive de la masculinité. « Un tel indicateur est extrêmement précieux pour définir l'hégémonie masculine. Il exprime la capacité d'interagir sexuellement avec des femmes » (Terret 2004 : 214). Il a eu une aventure extraconjugale, lit des magazines pornographiques [Dans la salle de bain (1)], est fier de son pénis [Sur leur terrasse]. Enfin, il expose de manière récurrente à Alex ses fantasmes hétérosexuels [Au téléphone et Au lit]. Un ami d'enfance, Jean-Michel, évoque le passé de coureur de jupon invétéré de Jean, qui séduisait « des canons » [Le copain squatteur].

Enfin, Jean incarne le stéréotype de l'homme rustaud : il manque d'éducation, de délicatesse et se montre souvent inattentif aux autres. Il ne lit que de la bande-dessinée, un genre littéraire communément considéré comme subalterne au roman⁹ [Font du bricolage et Au lit]. Il se montre blessant envers son entourage, par exemple lorsqu'il demande à la représentante en cosmétiques pourquoi elle n'applique pas les crèmes qu'elle vend car elle en aurait bien besoin [Journée beauté]. Il est également à plusieurs reprises désobligeant envers Roger et Jeannette, qui finissent par quitter le jeu de Monopoly furieux [Jeux de société], ou encore lorsqu'il mange les dernières brochettes sans leur en proposer [Brunchent avec Jeannette et Roger]. Il a souvent la même attitude envers Alex : il oublie de la citer lors de son discours d'anniversaire [Anniversaire de Jean], il perturbe sans gêne sa lecture [Au lit] et il lui préfère son magazine automobile [Sur la terrasse]. On l'aura compris, la monstration des identités féminine et masculine obéit à un processus de stéréotypie. Le format du programme, caractérisé par sa brièveté esthétique et sa stratégie éditoriale, mais aussi le ton de l'humour, facilitent la reproduction de stéréotypes de genre classiques qui, dans un autre format ou genre du monde fictif, auraient pu sembler datés et inappropriés.

Une disruption sans risques : les contre-stéréotypes

Le second régime de monstration rencontré dans *Un gars, une fille* est celui du contre-stéréotype ou néo-stéréotype. Le contre-stéréotype propose une monstration inversée du

⁹ Notons à ce sujet qu'Alex lit régulièrement des romans, un genre littéraire traditionnellement associé aux femmes.

stéréotype qui nie l'existence de discriminations puisque la monstration se fait toujours depuis le point de vue hégémonique. Traditionnellement, les femmes sont associées à la réalisation des tâches domestiques. Alex ne déroge pas à ce stéréotype. Si Jean est en charge du bricolage et du barbecue, activités éminemment masculines, elle fait le ménage [Dans la salle de bain (2)] et le repas. D'ailleurs, lorsque Jean a préparé le dîner, elle lui demande de quel traiteur il s'agit [Dans la cuisine (1)]. L'appropriation de l'espace domestique par les femmes est contrebalancée par les tentatives d'Alex pour élargir le champ de l'action féminine. L'épisode du bricolage est à ce titre révélateur. Jean et Alex font des petits travaux dans l'appartement. Jean ne se montre pas très efficace, ce qui est un contre-stéréotype masculin, puisque les hommes sont supposément bricoleurs. Mais l'inaction de Jean est justifiée par son manque de motivation et son rhume [Font du bricolage]. Ce contre-stéréotype s'inscrit dans le point de vue hégémonique sur les identités de genre : si Jean ne bricole pas, ce n'est pas parce qu'il ne sait pas, mais parce qu'il ne veut pas. Au contraire, l'action d'Alex dans l'univers masculin du bricolage est tournée en dérision. Elle recommande très doctement à Jean de planter les clous « toujours dans le sens des aiguilles d'une montre » [Font du bricolage]. Jean la surprend en train d'embrasser le papier-peint blanc de la chambre afin d'y laisser la trace de ses lèvres au rouge à lèvres. Il lui rappelle la quantité de papier-peint qu'elle devra décorer, soulignant dès lors l'inefficacité et même l'absurdité de son action [Font du bricolage].

Lorsqu'Alex veut imposer une quelconque volonté de contrôle sur Jean – un contre-stéréotype puisque l'homme est celui qui prend des décisions et agit -, son action est également dévalorisée. Alors qu'elle prépare le repas, Jean ne cesse de tremper son doigt dans le plat, ce qu'elle lui reproche à plusieurs reprises. Pour le faire cesser, elle verse de la sauce piquante dans la casserole [Dans la cuisine (1)]. Certes, son action empêche Jean de recommencer, mais elle rend également le plat immangeable car trop épicé. L'action féminine est invalidée, et le contre-stéréotype ne procède d'aucune transgression par rapport aux normes hégémoniques.

Quant à Jean, il a des comportements qui peuvent aller à première vue à l'encontre des attendus de genre. Il décide ainsi de laver du linge, une activité hautement significative de l'organisation de la vie conjugale selon Jean-Claude Kaufmann (2002). Le linge revient en effet invariablement aux femmes. Cette attribution témoigne de la reproduction souvent inconsciente des inégalités au sein du couple. L'annonce de Jean provoque l'étonnement d'Alex. Il décompose pas à pas les actions nécessaires au lancement d'une machine et explique qu'une dame le lui a expliqué, soulignant ainsi qu'il s'agit d'un savoir-faire féminin. Mais, une fois la machine en marche, il se rend compte qu'il a oublié d'y mettre le linge sale.

Il se défend alors en rappelant à Alex que « c'est [s]on boulot au départ » [A la laverie]. Le contre-stéréotype, Jean faisant une machine, est invalidé par son échec à reproduire une action féminine. Ce régime de monstration insiste sur la différence des sexes et justifie implicitement la répartition des tâches domestiques au nom d'un savoir-faire spécifique aux femmes et aux hommes. Les contre-stéréotypes participent donc du phénomène de stéréotypie qui organise la monstration des identités de genre dans le *shortcom*. S'ils peuvent susciter le rire chez le téléspectateur, ils n'induisent pas de réelle distanciation par rapport aux attendus du genre. L'apparente disruption des stéréotypes traditionnels ne contrebalance pas une représentation des identités masculine et féminine selon le principe de la différence hiérarchisée.

Des rapports de genre sous le signe de la conflictualité

L'analyse sémio-narrative (Greimas 1986 et Lits 2008) des rapports à l'œuvre au sein du couple formé par Alex et Jean confirme que la représentation des identités de genre obéit au modèle binaire de la différence hiérarchisée. Deux axes de conflictualité apparaissent de manière récurrente au sein du corpus. D'un côté, Alex et Jean sont unis face à un opposant extérieur. L'opposant commun leur permet alors de dépasser leurs différences. Alors qu'ils lisent tranquillement dans le salon, Alex et Jean sont dérangés par le vacarme que font leurs voisins. Pour les faire cesser, ils décident de faire du bruit en tapant sur des casseroles [Dans le salon]. Le schéma actantiel de cet arc narratif peut être résumé de la manière suivante. Sur l'axe du désir, on trouve Alex et Jean (sujets) qui veulent lire en paix (objet). Quant à l'axe du pouvoir, il s'organise autour du couple (sujet) opposé aux voisins bruyants (opposant). Les adjouvants sont les ustensiles de cuisine mais aussi le binôme formé par Jean et Alex pour l'idée et sa mise en place. Le motif de l'union face à l'adversité est également mis en scène à plusieurs reprises dans l'épisode du copain squatteur. Le couple veut retrouver son intimité (axe du désir). Pour cela, il doit se débarrasser de l'opposant, le copain squatteur. Alex et Jean mettent alors en place diverses stratégies et se portent assistance pour les réaliser : ils pensent d'abord le lui demander verbalement lors d'un dîner [Le copain squatteur], puis ils ont recours à un tiers [Le copain squatteur] et même à un livre supposé délivrer leur message [Le copain squatteur].

À l'exception des scènes où le couple est uni face à une menace extérieure, l'axe du pouvoir du schéma actantiel souligne la conflictualité inhérente à leur rapport de couple. Lorsqu'Alex veut ou fait quelque chose, Jean s'y oppose. A l'inverse, Alex est également l'opposante de Jean. Nous présentons ici cinq rapports conflictuels sous forme de tableau récapitulatif :

Épisode	Sujet : Alex	Opposant : Jean
Dans la salle de bain (1)	raconte sa journée de travail à Jean	ne lui prête pas attention
Dans la salle de bain (1)	demande à Jean de l'accompagner à la mise en bière d'un vieil oncle	refuse
Dans le salon	veut un enfant	préfère un chien
Au lit	lit un livre	perturbe sa lecture : il se déshabille à grands gestes et lui prend l'oreiller
Au lit	veut un massage	refuse
Épisode	Sujet : Jean	Opposant : Alex
Dans la salle de bain (1)	regarde un magazine pornographique aux toilettes	entre dans la pièce et énumère la liste des choses à faire
Sur leur terrasse	sirote un cocktail dans une chaise longue en téléphonant à un ami	énumère la liste des tâches d'entretien de la terrasse à réaliser
Sur internet	veut utiliser l'ordinateur	l'écran est maculé de traces de rouge à lèvres car elle a consulté les sites de ses acteurs fétiches
Au téléphone	veut rentrer se reposer car il est grippé	lui demande d'effectuer nombre de tâches domestiques
A la laverie	cherche à séduire une cliente de la laverie	lui tend un slip-kangourou et précise à l'attention de sa rivale que « c'est un vrai porc mais [qu'elle] l'adore »

Figure 1 - Axe du pouvoir entre Alex et Jean

Les rôles narratifs mis au jour témoignent de la conflictualité des rapports de genre entre Jean et Alex. Leur relation s'inscrit dans le registre de la différence des sexes. Le processus de naturalisation des différences est d'ailleurs rendu explicite durant une partie de Scrabble [Jeux de société]. Jean inscrit le mot « ragnagna », dont les autres joueurs questionnent la validité. Piqué au vif, Jean évoque l'humeur d'Alex comme preuve. Celle-ci riposte en écrivant « macho », que Jean considère invalide. Elle le désigne alors comme preuve. On observe ici un processus de naturalisation de la différence des sexes. L'identité de

genre d'Alex est ici associée à son cycle menstruel, à la nature, alors que Jean est signalé par son caractère.

L'organisation économique du couple reflète également les rapports de pouvoir à l'œuvre. Les conjoints sont autonomes financièrement puisqu'ils exercent tous deux une activité rémunérée. Néanmoins, Jean exerce un droit de regard sur les dépenses d'Alex, alors qu'elle n'en a pas sur les siennes. Alex met en place des stratagèmes pour détourner l'attention de Jean de ses dépenses. Par exemple, elle cuisine un repas beaucoup trop salé. Jean n'apprécie pas le plat et elle fait mine d'être vexée, mettant Jean dans l'embarras. Elle en profite alors pour lui annoncer l'achat d'un pull hors de prix [Dans la cuisine (2)]. Un soir, elle l'accueille très chaleureusement à son retour du travail autour d'un apéritif et de canapés. Suspicieux, Jean la remercie puis remarque sa nouvelle robe. Il lui demande le prix et elle cherche à le distraire avec les tomates-cerises [Dans le salon]. En revanche, Alex ne fait pas de reproche à Jean lorsqu'il dépense une somme importante lors d'enchères sur internet pour un absurde séjour à Paris (leur lieu de résidence) au départ de New York [Sur internet]. Jean possède donc un droit de regard sur les dépenses de sa femme, tandis qu'Alex n'a pas son mot à dire.

Lorsque Jean participe, ponctuellement, à la vie domestique, ce n'est pas de son plein gré. Pour faire passer l'aspirateur à Jean, Alex a pour adjuvant son amie Jeannette qui lui téléphone à une heure convenue d'avance, justement celle où elle commence le ménage. Elle en profite pour confier l'aspirateur à Jean [Dans la cuisine (2)]. Il n'est pas question dans l'émission d'une répartition égalitaire des tâches domestiques. L'activité domestique masculine est extra-ordinaire. « En tant que cadre social 'naturel' des interactions conjugales, l'espace domestique constitue un 'insu' structurel qui se révèle très conformiste et très normatif dans le partage des rôles socio-sexués » (Macé 2006 : 114). Comme une réponse au principe d'égalité dans la répartition des tâches domestiques, Alex et Jean observent sur un site exhibitionniste la vie quotidienne d'un couple hétérosexuel [Sur internet]. Ce couple se dispute dans la salle de bain car Sylvie reproche à son conjoint de ne pas avoir rincé la baignoire, ni plié la serviette correctement. Cet homme est montré soumis à une femme très autoritaire. Une fois seul, Jean envoie un mail de soutien à Alain, et l'enjoint à lutter contre « la tyrannie domestique » [Sur internet]. Le pendant de la hiérarchie de genre n'est donc pas ici l'égalité, mais la domination féminine. Les rapports de genre sont des rapports de pouvoir hiérarchisant. Ici, l'égalité est une utopie puisqu'elle signifie en réalité la subordination des hommes. Jean déplore d'ailleurs l'évolution des mœurs depuis 40 ans, et rêve d'une épouse

qui lui enlèverait ses chaussures, lui ferait couler un bain avant de lui servir le dîner [Dans le salon].

Les identités masculines et féminines s'organisent ainsi autour d'une différence hiérarchisée et empreinte de conflictualité. Le masculin et le féminin sont montrés comme foncièrement antagonistes, tout en étant unis et solidaires face à l'altérité. Ces identités et rôles de genre témoignent d'un modèle traditionnel du couple hétérosexuel, romantique selon les termes Anthony Giddens (2004). La différence hiérarchisée, dès lors inégalitaire, apparaît comme un fondement du rapport amoureux. Ici, le traitement humoristique n'induit pas de réelles transgressions des attendus de genre. Il joue d'une différence naturalisée entre l'identité masculine et féminine, lorsqu'il ne contribue pas au *backlash* antiféministe (Maigret et Macé 2005 : 63). « [P]ar le biais de l'humour, le locuteur soumet la réalité à sa guise, s'affranchit des contraintes lui offrant résistance : normes, habitudes, logique, etc. Mais derrière la distorsion, il n'y a pas de révolution » (Lopez Diaz 2006 : 132) : les identités de genre et les rapports qu'elles entretiennent demeurent régulés par un modèle de la différence hiérarchisée.

Conclusion

Dans son travail de recherche sur la réception des séries pour adolescents par de jeunes téléspectateurs, Dominique Pasquier (2002) montre que les récits médiatiques suscitent des formes d'apprentissage relationnel chez leur public. Les récits télévisuels suggèrent des modèles comportementaux et proposent des identifications de genre. Ces « scénarios de vie » (Pasquier 2002 : 37) sont autant de ressources culturelles qui produisent de l'intelligibilité. L'étude du rôle du genre dans la médiatisation des identités féminine et masculine révèle, par le truchement des stéréotypes, contre-stéréotypes et des relations qu'ils entretiennent, les mécanismes de la technologie de genre télévisuelle.

Le programme court *Un gars, une fille* apparaît comme une « proposition de sens » (Coulomb-Gully 2002 : 106) organisée par un dispositif médiatique dont le format et le ton participent d'un « contrat communicationnel du genre » (Bertini 2007 : 117). Ce contrat est fondé sur la promesse du rire mais également de la référentialité à la vie quotidienne. Du point de vue du genre, le contrat de communication médiatique propose des représentations des identités homogènes et stables. Féminin et masculin sont organisés autour d'un principe d'oppositions binaires et hiérarchisées.

Qu'il s'agisse des traits de caractère, des activités sportives, du rapport au travail ou à la vie domestique, Chouchou et Loulou véhiculent des normes de genre hégémoniques que

l'humour concourt à naturaliser davantage qu'à questionner. Le succès et la longévité du programme, tout autant que les multiples appropriations qui en sont faites par les publics, par exemple sous la forme de montages vidéos ou photos, témoignent de la pénétration des modèles identitaires proposés par le *shortcom* ainsi que de la permanence du modèle de la différence hiérarchisée qu'il promeut.

Références bibliographiques

BERTINI Marie-Joseph (2007), « Un mode original d'appropriation des *Cultural Studies* : les Études de genre appliquées aux Sciences de l'information et de la communication. Concepts, théories, méthodes et enjeux », dans Bernard Darras (dir.), « Études culturelles et *Cultural Studies* », *MEI*, 24/25, p. 115-125.

BISCARRAT Laetitia (2013), « L'analyse des médias au prisme du genre : formation d'une épistémè », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 3. URL : <http://rfsic.revues.org/619>

BOURDELOIE Hélène, Virginie JULLIARD et Nelly QUEMENER (2014), « La construction des identités de genre à l'ère du numérique. Usages et représentations », publication du séminaire Genre, Médias et Communication animé par Virginie Julliard et Nelly Quemener. URL : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01073499v1

CERVILLE Maxime (2013), *Dans le blanc des yeux. Diversité, racisme, médias*, Paris, Ed. Amsterdam.

CHARAUDEAU Patrick (2006), « Des catégories pour l'humour ? », *Questions de Communication*, 10, p. 19-43.

CHEYMOL Jean-Bernard (2013), « Le pouvoir de la fiction télévisée d'un point de vue temporel », *Communication*, 32/1. DOI : 10.4000/communication.4945

CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL (2013), La place des femmes dans les œuvres audiovisuelles (fictions TV), *Études*. URL : <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-etudes/Les-etudes-du-CSA/La-place-des-femmes-dans-les-oeuvres-audiovisuelles-fictions-TV> [consulté le 20/11/2014].

COULOMB-GULLY Marlène (2012a), « Les femmes politiques au miroir des fictions télévisuelles. *Commander in Chief* et *L'État de Grâce* : une comparaison France/États-Unis », *Modern & Contemporary France*, 20/1, p. 37-51.

COULOMB-GULLY Marlène (2012b), « Les Guignols de l'Info. Le 'genre' de la satire », *Réseaux*, 171, Paris, La Découverte, p. 189-216.

COULOMB-GULLY Marlène (2002), « Propositions pour une méthode d'analyse du discours télévisuel », *Mots. Les langages du politique*, 70, p. 103-112. URL : <http://mots.revues.org/9683>

DE CERTEAU Michel (1990), *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard.

DUFAYS Jean-Louis (1994), *Stéréotype et lecture. Essai sur la réception littéraire*, Liège, Mardaga.

ESCARPIT Robert (1987), *L'humour*, Paris, Presses Universitaires de France.

GIDDENS Anthony (2004), *La transformation de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*, traduit de l'anglais par Jean Mouchard, Paris, La Rouergue/Chambon.

GLEVAREC Hervé (2012), *La sériephilie. Sociologie d'un attachement culturel*, Paris, Ellipses.

GREIMAS Algirdas Julien (1986), *Sémantique structurale*, Paris, Presses Universitaires de France.

HALL Stuart (2008), « La culture, les médias et l'<effet idéologique> », dans Hervé Glevarec, Éric Macé, Éric Maigret (dir.), *Cultural Studies. Anthologie*, Paris, Armand Colin/INA, 2008, p. 41-60.

HAUT CONSEIL A L'EGALITE ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES (2014), *Rapport relatif à la lutte contre les stéréotypes. Pour l'égalité femmes-hommes et contre les stéréotypes de sexe, conditionner les financements publics.*

HOGGART Richard (1970), *La culture du pauvre. Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*, traduit de l'anglais par Françoise et Jean-Claude Garcias et par Jean-Claude Passeron, Paris, Éditions de Minuit.

JOST François (2005), *Comprendre la télévision et ses programmes*, Paris, Armand Colin.

KAUFMANN Jean-Claude (2002), *La trame conjugale. Analyse du couple par son linge*, Paris, Pocket.

LECOSSAIS Sarah (2014), « Les mères ne sont pas des parents comme les autres », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 4. URL : <http://rfsic.revues.org/706>

LITS Marc (2008), *Du récit au récit médiatique*, Bruxelles, De Boeck.

LOPEZ DIAZ Montserrat (2006), « Des Humours du Discours Publicitaire », *Questions de communication*, 10, p. 119-134.

MACE, Éric (2007), « Des <minorités visibles> aux néostéréotypes », *Journal des anthropologues*, hors-série. URL : <http://jda.revues.org/2967>

- MACE Éric (2006), *La société et son double. Une journée ordinaire de télévision française*, Paris, Armand Colin/INA.
- MAIGRET Éric et Éric MACE (dir.) (2005), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin.
- MCKAY Jim et Suzanne LABERGE (2006), « Sport et masculinités », *Clio. Histoire, femmes et sociétés*, 23. DOI : 10.4000/cliio.1908
- PASQUIER Dominique (2003), « Les savoirs minuscules. Le rôle des médias dans l'exploration des identités de sexe », *Éducation et sociétés*, 10, p. 35–45.
- PUGNIERE-SAAVEDRA Frédéric (2003), « Les contraintes du genre sur la production de l'humour pour deux programmes télévisuels français de format court. Les séquences des *Deschiens* et de *Caméra Café* », X^e Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC, Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003. URL : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000602/fr/
- QUEMENER Nelly (2012), « Mascarade de la diversité. Stéréotypes et feintises dans la série *Inside Jamel Comedy Club* », *Mots. Les langages du politique*, 99. DOI : 10.4000/mots.20698
- RIO Florence (2013), « Du programme court télévisuel à la mini-série web : l'essor d'un dispositif novateur ? », dans Sylvie Périneau (dir.), *Les formes brèves de l'audiovisuel. Des interludes aux productions web*, Paris, CNRS Editions, p. 47-62.
- SEPULCHRE Sarah (2014), « Policier/scientifique, féminin/masculin dans les séries télévisées. Dépolarisation des caractérisations et réflexion sur les outils d'analyse », dans Béatrice Damian-Gaillard, Sandy Montañola et Aurélie Olivesi (dir.), *L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, défigements*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, p. 93-109.
- TERRET Thierry (2004), « Sport et masculinité : une revue de questions », *Staps*, 66, Bruxelles, De Boeck, p. 209-225.
- VINSONNEAU Geneviève (2002), « Le développement des notions de culture et d'identité : un itinéraire ambigu », *Carrefours de l'éducation*, 14, p. 2-20. DOI : 10.3917/cdle.014.0002