

# ASSOCIATION MARCEL HICTER POUR LA DEMOCRATIE CULTURELLE - FMH

"Framing the Other" dans les médias - le rôle et la place des stéréotypes à la télévision et au cinéma.

Par Ljiljana SIMIC, collaboratrice de l'Association Marcel Hicter.

## « Framing the Other » dans les médias - le rôle et la place des stéréotypes à la télévision et au cinéma

Par Ljiljana Simic, collaboratrice de l'Association Marcel Hicter.

Nous utilisons tous des stéréotypes. Personne au monde n'y déroge. Il s'agit maintenant de nous interroger sur ce que nous en faisons ; sommes-nous en mesure de comprendre le rôle et la place qu'ils occupent dans nos vies grâce à l'impact des médias ainsi que la manière dont ils façonnent nos opinions ?

On peut prétendre que les stéréotypes représentent une manière de décrire le monde, mais, manquant de « qualification » (analyse des dimensions culturelles) et de « quantification » (présence relative de diversités culturelles dans les séries télévisées et les films), en fait ce n'est absolument pas le cas. Le stéréotype est avant tout une croyance collective et une représentation de l'autre. Il naît de la peur ou de l'ignorance d'un groupe d'individus par rapport à un groupe culturel. Malgré la mondialisation et la mixité culturelle, les clichés peuplent notre quotidien ; ils possèdent leur propre place, rôle, et une pérennité évidente au sein des médias.

Cet article vise à documenter et analyser leur position et leur impact.

La recherche sur les stéréotypes qui relèvent des différences culturelles a longtemps été une question de « politiquement correct » et, en même temps, un combat contre les préjugés sociaux.

On peut déduire de cette prémisse :

- que les stéréotypes ne sont ni vrais ni faux ;
- que les stéréotypes existent également dans nos relations personnelles et entrent en compte dans notre compréhension de nous-mêmes ;
- que nous avons la liberté d'évaluer de manière critique la présence de stéréotypes à la télévision ou au cinéma et le rôle qu'ils pourraient jouer dans la construction de nos différentes identités.

Les individus également participent activement à la création du paysage médiatique par le simple fait de capturer une image et de la diffuser sur les réseaux sociaux.

La responsabilité est donc partagée. Cependant, si la multiplication des sources d'information et de communication favorise la propagation de clichés, elle ouvre également de nouvelles perspectives et fournit les outils nécessaires à la remise en question de ceux-ci. Il semble essentiel de prendre conscience des multiples effets que les médias exercent sur nous. C'est pourquoi nous devons nous poser les questions suivantes :

Les médias peuvent-ils aider les individus à se défaire de leurs préjugés et de leurs attitudes négatives envers les minorités culturelles ?

Les médias sont-ils en mesure de permettre aux citoyens de développer un esprit de tolérance et de les empêcher de prendre part aux tensions ethniques et culturelles dans la société ?

La plupart du temps, les gens ne voient qu'un aspect des stéréotypes : le côté divertissant, humoristique. C'est une vision relativement limitée de leur nature complexe et contradictoire. Cette remarque mène à deux critères importants pour définir le stéréotype : le niveau d'analyse et le niveau de généralisation (diffusion).

Le niveau d'analyse pose la question suivante : qui véhicule le stéréotype ?

Le niveau de généralité pose la question suivante : à qui le stéréotype se réfère-t-il ?

Cet article explore l'hypothèse selon laquelle l'utilisation de stéréotypes encourage la division en accentuant nos différences au détriment des similitudes qui nous relient. Pour illustrer cette analyse, j'utiliserai des exemples extraits de séries télévisées et de films.

L'analyse de la télévision et de ses données ; la question de la diversité

En analysant plus de mille émissions télévisées diffusées sur soixante-sept réseaux câblés et hertziens durant l'année 2011, les chercheurs de

l'UCLA (University of California, Los Angeles) ont étudié la diversité raciale dans les médias de diffusion. Il en ressort qu'un plus grand nombre de spectateurs choisit des émissions dont les acteurs principaux et les scénaristes sont d'origines variées plutôt que des émissions qui comportent moins de diversité.

Cependant, les minorités ethniques et les femmes restent sous-représentées dans les programmes de diffusion en tant que jouant des rôles principaux, en tant que scénaristes et créateurs d'émission. Selon cette étude, les hommes 'blancs' réalisent 73% de tous les épisodes tandis que les femmes de cette catégorie en produisent seulement 11%. Lorsqu'il s'agit de personnes issues des minorités, les hommes réalisent 13% des épisodes et les femmes seulement 4%.

On peut également observer cette tendance dans la série populaire 'Grey's Anatomy', un drame relatant la vie personnelle et professionnelle de cinq internes en chirurgie dans un hôpital. Malgré la diversité du casting, l'histoire d'amour principale – entre Derek et Meredith – n'implique qu'un seul groupe ethnique. Il en va de même dans la série 'Lost' avec la relation entre Kate et Jack/Sawyer.

Un autre exemple de série télévisée populaire est 'Homeland', un thriller politique. Selon le Docteur Jack Shaheen, les Arabes y sont présentés comme des 'poseurs de bombes, des danseuses du ventre ou des milliardaires'. Prisonniers irakiens, professeurs américains musulmans, extrémistes palestiniens, Hezbollah shiite libanais et Al Qaeda sunnite sont tous, d'une manière ou d'une autre, liés à un grand complot panislamique destiné à attaquer le territoire américain.

La série a suscité des réactions négatives de la part de certains pays. Les Libanais désapprouvent leur représentation dans le Moyen-Orient tandis que les Israéliens sont mécontents de la manière dont leurs villes principales ont été filmées pour représenter Beyrouth. En ne tenant pas compte des réelles différences au sein du monde musulman, Homeland oscille entre insensibilité et irréalisme.

Pour promouvoir la quatrième saison de la série, les créateurs ont choisi une image significative : un

« chaperon rouge » à peau blanche et aux cheveux blonds, l'héroïne américaine typique perdue au milieu d'une foule de femmes musulmanes sans visage. Le message est clair, simple à déchiffrer. Grâce à l'utilisation de contrastes évidents, l'image exprime non seulement l'esprit de la série, mais reflète une représentation stéréotypée du monde arabe et de l'Islam véhiculée par les médias et les politiques.

Dans la culture pop américaine, Homeland n'est certainement pas la première série télévisée à exploiter les stéréotypes et à négliger la diversité culturelle (par exemple, le cliché du 'soviétique' largement utilisé par le cinéma américain pendant la guerre froide). Les créateurs de Homeland ont pris le parti de perpétuer des clichés usés des Musulmans plutôt que de fournir un récit nouveau et différent. Cette série représente un bon exemple de la manière dont la politique étrangère américaine est perçue par différentes cultures. Cette série a succès a été exportée dans plus de quinze pays.

Dans Le Diable s'habille en Prada (2008), une comédie dramatique primée, le spectateur découvre la rédactrice en chef d'un prestigieux magazine de mode. Ce personnage tyrannique est perçu par son entourage comme un « démon en hauts talons ». Dans ce film, les femmes sont très maquillées, portent des hauts talons et se privent afin d'être belles. Toutes transmettent la notion d'une beauté irréaliste et malsaine ainsi que le besoin d'attirer les hommes. En observant attentivement la façon dont sont présentés les personnages, on peut mettre en évidence des représentations majeures de l'ordre social d'une culture, qu'il soit national, organisationnel ou professionnel.

Le stéréotype constitue un sujet délicat car il se heurte souvent au 'politiquement correct'. Il suscite également de multiples interprétations. Toutefois, il s'avère difficile de faire une nette distinction entre 'suppositions' et 'valeurs' parce que la plupart d'entre elles sont rarement remises en question et, quand elles le sont, c'est de manière indirecte. Les médias façonnent et construisent activement notre compréhension des différences culturelles. Par conséquent, ils possèdent une énorme responsabilité lorsqu'il s'agit de politique culturelle. La majorité des

connaissances et des intérêts du public se base sur les images, les symboles et les récits véhiculés par la télévision, le cinéma et les autres médias.

Futures étapes dans notre recherche en tant qu'opérateurs interculturels

Il serait intéressant de mener des études comparatives de films et de leurs remakes à travers le prisme des stéréotypes. Analyser ces différences pourrait révéler les stéréotypes culturels sous-jacents sur lesquels sont construits tant le film original que sa version américaine. Il semble plus intéressant de souligner les différences culturelles qui apparaissent lorsque deux versions de la même histoire sont juxtaposées.

Les meilleurs exemples qui me viennent à l'esprit sont les versions française et américaine de LOL/Laughing out Loud et de Trois hommes et un couffin/Three Men and a Baby. En regardant les différentes versions, on peut voir apparaître une intrigue et des relations. Quelles sont les différences ? Qu'est-ce qui a été ajouté, enlevé ou changé dans le remake ?

Si vous voulez brièvement faire l'expérience de la juxtaposition de films, regardez la vidéo promotionnelle 'La Marche de l'Empereur' produite par Canal +, une chaîne télévisée française. Cette vidéo réinterprète avec humour la bande annonce du film du même titre.

Dans la publicité de canal +, les manchots empereurs sont remplacés par des êtres humains, tous habillés comme l'empereur Napoléon 1er. La vidéo est drôle, paradoxale et, par dessus tout, elle met en valeur le pouvoir de l'histoire et de l'imagination ainsi que de ce que la représentation de 'l'Autre' peut générer.