

Les facteurs clés de succès de l'exportation de concepts télévisés : le cas de la série *Un gars, une fille* en France et au Québec

Caroline Lacroix

Chercheure indépendante
M.A. Université Laval
Montréal - Canada

Philippe Drago

Chercheur au CERAG
Université Pierre Mendès France
Grenoble – France

Jean-François Ouellet

Professeur adjoint
École des Hautes Études Commerciales,
Montréal – Canada

Caroline Lacroix est diplômée à la maîtrise en communication publique de l'Université Laval à Québec, en collaboration avec l'Université Stendhal de Grenoble en France. Elle s'est spécialisée dans l'analyse du discours, une approche novatrice dans le domaine des communications.)

Philippe Drago est membre du C.E.R.A.G., Grenoble, France, spécialiste du marketing des arts et de la culture. Ses travaux se concentrent autour de la modélisation des comportements de consommations cinématographiques et de l'accompagnement de structures culturelles dans les domaines de l'art contemporain, de la danse et du théâtre.

Jean-François Ouellet est Professeur adjoint au Service de l'enseignement du marketing à HEC Montréal. Ses récents travaux de recherche se sont intéressés à la gestion stratégique des "portefeuilles d'artistes" ainsi qu'aux effets de la relation perçue notamment entre les consommateurs et les artistes musicaux.

Résumé

L'objectif de cette communication est de comprendre quels sont les facteurs qui facilitent l'exportation de produits culturels à l'étranger. Pour cela, nous avons étudié le cas de l'adaptation du concept de la série québécoise *Un gars, une fille* en France, une série télévisée populaire qui parodie le quotidien d'un couple contemporain. Son succès tient notamment au fait que les téléspectateurs s'identifient fortement à la relation de couple mise en scène. Ce phénomène est rendu possible grâce à son format qui permet, par la vente du concept plutôt que du produit fini, la production et la réalisation de la série à l'image des différentes cultures, facilitant sa réception auprès des téléspectateurs. Afin de rendre compte de l'adaptation réalisée sur la version française d'*Un gars, une fille*, nous avons effectué une analyse des interactions des personnages principaux de la série, en France puis au Québec. Nous montrerons qu'il existe un continuum de l'adaptation de la série allant de la simple traduction à l'appropriation du concept. En bout de ligne, notre recherche montre que la force du format d'*Un gars, une fille* réside dans sa capacité à reproduire des représentations de couples conformes à chaque culture, d'où l'intérêt d'adapter la série.

Mots-clés

Télévision, représentations sociales, interculturel, produits culturels, exportation, analyse des interactions

Introduction

Le succès connu par certains produits culturels dans leur pays d'origine fait souvent naître chez leurs créateurs le désir de présenter leurs réalisations à l'étranger. Si la voie de l'international peut sembler naturelle pour certaines productions, comme dans les industries culturelles que sont le cinéma ou le disque, elle demeure souvent l'apanage des organisations ayant une surface financière suffisante pour assumer les coûts inhérents à l'exportation. De plus, les spécificités culturelles de ces productions posent la question de l'adaptation : dans quelle mesure les différences culturelles impliquent la nécessité d'opérer des changements, voire des transformations, au produit d'origine ? Si cette question peut faire l'objet d'une littérature importante en marketing, très peu de recherches se sont attardées au domaine culturel.

Dans le cadre de cette étude, nous avons décidé d'appliquer notre recherche au domaine télévisuel. En effet, certaines émissions s'exportent dans le monde entier, comme en témoignent les séries américaines *Dallas* et *Friends*. S'il est vrai que les comédies de situations (ou sitcoms) américaines ont une présence particulière sur les écrans à travers le monde, le succès n'est pas pour autant réservé aux Américains. De plus, l'adaptation d'une série télévisée pour l'étranger peut se faire à différents degrés. On peut simplement doubler et sous-titrer la série avant de la mettre en marché. Allant plus loin, il est possible de retirer certaines scènes pouvant être jugées choquantes dans un contexte culturel particulier. Enfin, il est possible de n'exporter que le concept de la série, laissant alors le soin aux équipes du pays d'accueil de produire et réaliser la série à l'image de leur culture.

Dans l'objectif de comprendre quels sont les facteurs qui facilitent l'exportation de programmes télévisés, nous avons fait le choix de réaliser une étude de cas portant sur le succès de la série *Un gars, une fille à l'étranger*, une situation de comédie dont l'origine est québécoise, et qui a été exportée dans plus de vingt pays dans le monde. Le choix d'une telle série repose également sur le fait que les téléspectateurs, quel que soit le pays qui produit la série, s'identifient aux personnages et aux situations qu'ils vivent dans leur relation amoureuse.

La présentation de notre travail se fera en trois parties. Tout d'abord, nous donnerons un aperçu des théories permettant d'aborder la problématique de l'adaptation interculturelle des produits télévisés. Plus particulièrement, nous nous attacherons aux théories de l'effet de réalité, des représentations sociales, et à celles de l'interaction. Le corpus théorique auquel nous faisons référence n'est pas propre au Marketing. Nous souhaitons apporter un regard neuf à l'étude de l'adaptation des séries télévisées et à l'exportation des produits culturels. Ces bases conceptuelles nous permettront de présenter la méthodologie employée dans cette recherche, une analyse des interactions de l'émission originale québécoise et sa version française, avant d'en présenter les résultats.

L'effet de réalité dans la fiction

Par effet de réalité, on désigne : «l'effet produit, dans une image représentative (tableau, photographie, film, etc.), par l'ensemble des indices analogiques...»¹. L'effet de réalité produit dans une émission fictive suppose alors un jugement d'existence : elle donne la vraisemblance entre la réalité et le monde construit.

Un gars, une fille est une émission de fiction. Par définition, une fiction est une construction plus ou moins semblable du monde réel (Jost, 1999). *Un gars, une fille* est une fiction qui veut

ressembler au monde réel, au «monde de tout le monde» (Jacquinot, 1977). Dans une émission de télévision, il s'agit du cadre référentiel où se déroule l'action et qui se rapproche de celui de la vie de tous les jours.

Pour Hanot, l'effet de réalité se définit comme étant « la résultante du jugement de vérité exercé au niveau iconique de la matière télévisuelle, assurant le rapport de conformité du monde des images avec le monde réel, social » (2002 : 89). Par son mode de lecture, le téléspectateur a la possibilité de relever certains indices lui permettant de faire une distinction entre le vrai et le vraisemblable, ce qui peut lui donner la sensation qu'une émission fictive est construite à l'image de son propre monde.

Selon Jost (1999), il est possible de catégoriser le genre fictif par rapport à l'écart qui sépare la fiction, en tant que construction, et le monde réel, tel qu'il est. On parlera alors d'un monde *plus ou moins proche* selon que l'accent d'une émission se base sur l'importance des lieux, des personnages ou des situations que vivent les personnages. *Un gars, une fille* est une comédie dont le thème principal porte d'abord sur les situations de couple pour ensuite faire place à la construction des personnages.

Hamburger (1986 : 71) utilise la notion de « comme si » pour désigner le fait qu'une fiction ressemble à la réalité : « l'apparence de la réalité est produite [...] y compris lorsqu'il s'agit d'un monde romanesque irréel [...]. Car le Comme Si comporte une dimension de tromperie, et, de ce fait, la mise en relation avec une réalité [...] à la réalité en Comme Si n'est pas la réalité qu'elle prétend être. La réalité en Comme, au contraire, est apparence, illusion de réalité, c'est-à-dire aussi non réel ou fiction ».

Dès lors, pour donner l'illusion du monde réel, une émission fictive doit utiliser des procédés qui concourent à tendre vers ce monde. Plusieurs éléments constitutifs d'un scénario peuvent alors servir à édifier cette réalité : les dialogues, les jeux des acteurs, les décors et les lieux, les plans et mouvements de caméra, les éléments d'actualité insérés, etc. L'ensemble de ces éléments se présente comme autant de procédés qui conduisent à l'effet de réalité. Le succès de la série provient grandement de cet effet de réalité, impliquant notamment une forte identification du public aux personnages (Lacroix, 2004). Cependant, cette réalité ne tient pas à la réalité telle qu'elle est, mais à la réalité telle qu'elle est perçue. Cette perspective relève de la croyance, tel que le souligne Bourdon (1987) et comme le rapporte Hanot (2002 : 8) : « Nous accordons une place centrale aux phénomènes de croyances dans le processus de réception des émissions de télévision [...]. Toute la machinerie de l'audiovisuel paraît être un gigantesque effort pour produire des croyances. Et nous ne voulons pas dire qu'il s'agit de mensonges délibérés, même si c'est quelquefois le cas. [...] Notre relation avec l'objet télévision n'est pas de l'ordre du savoir, mais de la croyance, que nous tenons comme réelles dans une certaine mesure, ces images qui nous sont présentées [...]. Le message télévisuel est structuré en grandes catégories d'émissions et de séquences qui organisent les croyances ».

Ainsi, l'effet de réalité produit dans une émission de fiction telle *Un gars, une fille* fait en sorte que l'image de couple soit vraisemblable et se présente comme «la» réalité. Les individus se prennent au jeu et confrontent leur propre monde à celui de la fiction. Toutefois, leur réalité s'établit à partir de croyances, croyances également renforcées à partir de discours qui prétendent qu'une émission fictive fait figure de réalité. Les images de couple de la série *Un gars, une fille*, de même que celles de monde réel, ne sont pas la réalité : ce que nous tenons pour réel et qui nous donne l'illusion d'être réel – l'effet de réalité – ce sont plutôt des représentations sociales.

Les représentations sociales

Jodelet² définit la représentation sociale comme étant « une forme de connaissance courante, dite de 'sens commun', caractérisée par les propriétés suivantes : (1) Elle est socialement partagée et élaborée ; (2) Elle a une visée pratique d'organisation, de maîtrise de l'environnement (matériel, social, idéal) et d'orientation des conduites et communications ; (3) Elle concourt à l'établissement d'une vision de la réalité commune à un ensemble social [...] ou culturel donné ».

Les représentations sociales, comme «forme d'expression sociale et culturelle» (Jodelet, 1994 : 49) proviennent du besoin des individus d'interpréter et de comprendre la réalité. Elles permettent de dicter, en quelque sorte, les conduites sociales dans un milieu donné. Mannoni (1998) abonde dans le même sens : les représentations sociales jouent un rôle de premier plan dans la vie de l'homme, de ses pensées, de ses sentiments et de ses interactions. Les représentations sociales permettent aux individus de faire sens ; inversement, un être dépossédé de ses points de repère, de son schème de représentations, s'éloigne de l'univers qui lui est familier, l'empêchant ainsi d'être fonctionnel dans son milieu.

Tous les chercheurs consultés³ s'accordent pour affirmer que les représentations sociales engendrent des comportements et des attitudes, et servent d'outil pour réguler les conduites sociales des individus. Et comme l'indique Herzlich, travailler sur une représentation, c'est «observer comment cet ensemble de valeurs, de normes sociales et modèles culturels est pensé et vécu par des individus [...]» (1969, pp. 13-14). De cette façon, les individus peuvent prendre position face à des représentations sociales. Selon Jodelet, les représentations «nous guident dans la façon de nommer et de définir ensemble les différents aspects de notre réalité de tous les jours, dans la façon de les interpréter, statuer sur eux, le cas échéant, prendre position à leur égard et les défendre» (1989: 31).

Les représentations sociales jouent alors un rôle fondamental dans l'organisation des sociétés, des cultures, des groupes d'individus comme manière originale de percevoir la vie. Leur apport est considérable pour comprendre de quelle manière les membres d'une collectivité interagissent les uns avec les autres. Et puisqu'elles sont socialement construites, ces représentations peuvent varier d'une culture à une autre, comme le soulignent Kress et Van Leeuwen : « By "socially constructed" we mean that they have been developed in specific social contexts, and in ways which are appropriate to the interests of social actors in these contexts » (2001: 4). Les représentations sociales dépendent donc du milieu où elles s'inscrivent : par exemple, dans la série *Un gars, une fille*, l'attitude de la « fille » envers les comportements machos du « gars » se manifeste différemment, car elle est co-construite dans des milieux où la culture n'est pas la même. Chaque couple possède sa façon d'interagir qui le caractérise et qui rend compte de sa propre réalité. Dès lors, un lieu privilégié où les représentations de couple se manifestent se veut l'interaction des personnages.

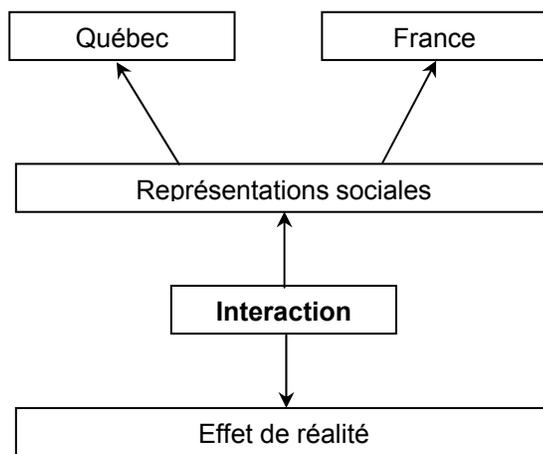
L'interaction

Selon Vion (1992 : 17), l'interaction se définit comme « toute action conjointe, conflictuelle ou coopérative, mettant en présence deux ou plusieurs acteurs. À ce titre, il [le terme 'interaction'] recouvre aussi bien les échanges conversationnels que les transactions financières, les jeux amoureux que les matchs de boxe ».

Pour Goffman, l'interaction en face à face se présente comme étant « l'influence réciproque que les partenaires exercent sur leurs actions respectives » ; et elle « se produit en une occasion quelconque quand des membres d'un ensemble donné se trouvent en présence continue les uns des autres » (1974 : 23). Les études de Goffman sur les interactions en face à face (1973, vol. 1 et 2) ont donné lieu à la notion de *face*. La face est pour Goffman « la valeur sociale positive qu'une personne revendique effectivement à travers la ligne d'actions que les autres supposent qu'elle a adoptée au cours d'un contact particulier » (1974 : 9). La valeur sociale positive fait ici référence à l'identité sociale des individus.

Cette notion de face a été reprise par Brown et Levinson (1987). Selon ces auteurs, chaque individu possède une face positive et une face négative de soi. La face positive correspond aux images valorisantes que les interlocuteurs font valoir dans une interaction. La face négative est définie comme « the want of every competent adult member that is action be unimpleded by others » (p. 62). La notion de face négative est étroitement liée à celle de *territoire* de Goffman (1973). Cette notion fait référence à notre espace personnel, notre «jardin secret», notre «bulle». Aussi peut-on se sentir menacé lorsqu'une personne empiète sur notre territoire. Pour Brown et Levinson, la face positive et la face négative sont constamment mises en danger par la production d'*actes menaçants*⁴, car la façon d'interagir les uns avec les autres peut affecter négativement leur image, d'où l'importance de protéger les faces, le *face-work* de Goffman, comme condition au maintien de l'harmonie dans l'interaction.

Figure 1 :
Cadre théorique de la recherche



En résumé, l'effet de réalité produit dans une émission fictive telle que *Un gars, une fille* a pour but de présenter les personnages et les situations comme la réalité. Toutefois, cette réalité tient de la croyance. Il s'agit précisément de représentations sociales et identitaires, car elles sont construites par les membres d'un groupe, d'une société ou d'une culture en particulier. Les téléspectateurs d'*Un gars, une fille* s'identifient alors à des représentations qu'ils ont d'un couple dans la vie de tous les jours. Ces représentations se présentent comme le mode d'expression d'une société, et le lieu privilégié où elles s'actualisent se trouve dans l'interaction. L'interaction se présente comme un champ de bataille où chaque interactant tente de rétablir l'équilibre de la relation afin de conserver l'harmonie et minimiser le conflit. Il en résulte une constante négociation de la place de chacun dans l'interaction. La manière d'agir les uns avec les autres aide à rendre compte des représentations sociales, et, dans le cadre de cette recherche, des représentations du couple dans une émission de fiction. La figure 1 présente le cadre théorique de notre recherche : les représentations sociales du couple de deux cultures

différentes se construisent dans l'interaction des personnages, ce qui permet de créer l'effet de réalité.

L'analyse des interactions qui constitue la partie suivante se présente comme étant un terrain d'étude privilégié dans l'étude de l'adaptation interculturelle de séries télévisées. En effet, l'étude des interactions entre les personnages permet de rendre compte des représentations sociales propres aux cultures en général et à la représentation du couple moderne en particulier. Afin de décrire les différences culturelles présentes dans le cas de la série *Un gars, une fille* au Québec et en France, nous avons donc effectué une analyse des interactions des personnages principaux de chacune des séries. Cette méthodologie particulière est l'objet de la prochaine partie.

Méthodologie de recherche

Afin de comprendre comment, dans les faits, se construisent les représentations du couple dans la série en France et au Québec, nous avons effectué une analyse des différents procédés discursifs présents dans l'interaction des personnages. Afin d'exposer notre méthodologie de recherche, nous nous attacherons tout d'abord à présenter le corpus de données utilisé avant de nous attacher à la méthode d'analyse.

Le corpus de données

Notre analyse repose sur un corpus d'une centaine de scènes d'*Un gars, une fille*, soit une cinquantaine de scènes pour la version française et autant pour la version québécoise. Une scène se présente ici comme un fragment d'émission télévisuelle, une unité d'action continue sans changement de plan de caméra (Metz, 1968). Pour les besoins de l'étude, les scènes sélectionnées mettent en relief l'interaction conflictuelle ou harmonieuse entre les personnages principaux. Elles doivent illustrer au maximum la construction des représentations qui leur sont propres plutôt que les thèmes qui les chapeautent. Ainsi, l'accent est mis sur l'interaction d'avantage que sur les thématiques abordées dans la série (ex. : la jalousie, la belle-mère, etc.).

Les scènes sélectionnées ont par la suite faites l'objet de transcriptions⁵. Cette étape est déterminante pour l'analyse des interactions (Traverso, 1996). Notons que chaque tour de parole a été numéroté afin de faciliter le repérage et que le ton employé par les personnages a été codé à l'aide de binettes. Nous avons ainsi distingué les énoncés menaçants qui relève du conflit (☹) des énoncés valorisants qui relève de l'harmonie (☺), aboutissant ainsi à une échelle en quatre échelons allant du plus menaçant au plus valorisant : ☹, ☹, ☺ et ☺.

Par la suite, nous avons soulevé deux types de procédés discursifs révélateurs de la manière dont les personnages, le «gars» et la «fille», interagissent l'un avec l'autre pour maintenir ou rétablir l'harmonie dans le couple. Plus précisément, nous nous sommes attachés à étudier : (1) les termes d'adresses désignant « l'ensemble des expressions dont le locuteur dispose pour désigner son allocataire » (Charaudeau et Maingueneau, 2002), et (2) les actes discursifs qui se réfèrent de façon très large à une unité minimale de sens en discours (Roulet, 1991). Concernant les actes discursifs, nous avons également fait la distinction entre les actes menaçants pour la face, indicateurs de la mauvaise entente (s'inspirant des *Face Threatening Acts* de Brown et Levinson [1987]), et les actes valorisants pour la face, indicateurs de la bonne entente (d'après les *Face Flattering Acts* de Kerbrat-Orecchioni [1990, 1996, 2000]). De cette façon, nous avons sélectionné les procédés discursifs les plus susceptibles de rendre compte

des manifestations du conflit et de l'harmonie dans l'interaction des couples de la série française et de la série québécoise. Le tableau 1 résume les distinctions opérées parmi les différents procédés discursifs. Ils sont appuyés par des exemples provenant du corpus.

**Tableau 1 :
Distinctions opérées parmi les différents procédés discursifs**

Procédés discursifs	
Du conflit	De l'harmonie
Termes d'adresse menaçants Ex. : « Monsieur Parfait »	Termes d'adresse valorisants Ex. : « Minou »
Actes discursif menaçants Ex. : « Et pourquoi tu as levé les yeux, parce que tu es mauvaise. C'est ça le problème. »	Actes discursifs valorisants Ex. : « Hé, bravo! »

Analyse et interprétations des données

À la suite de l'étude et de la codification des scènes sélectionnées et transcrites, nous avons mené une analyse des différents procédés discursifs employés dans la série *Un gars, une fille*. Il s'agit précisément de montrer, dans les faits, la manière dont se construisent les représentations sociales de couple dans chacune des séries. Nous aborderons successivement les analyses relatives aux types de termes d'adresse et aux actes discursifs.

Les termes d'adresse

Les termes d'adresse servent à désigner les individus et à caractériser leurs relations, qui peuvent être symétriques (égalitaires, de distance, de familiarité, d'intimité) ou asymétriques (hiérarchiques, de domination). Nous avons distingué trois différents types de termes d'adresse: les prénoms, les hypocoristiques (termes affectueux) et les surnoms comme «désignation, le plus souvent plaisante ou ironique, que l'on substitue au nom véritable d'une personne»⁶. À cet effet, les surnoms peuvent s'avérer valorisants ou menaçants pour la face de l'autre.

Notons également que le ton peut modaliser les termes d'adresse. En effet, le ton est un paramètre prosodique qui peut adoucir ou aggraver un terme d'adresse. Ainsi, certains termes, les valorisants, se trouvent aggravés par le ton menaçant qui les accompagne, et d'autres termes, menaçants, sont adoucis par un ton joyeux ou empreins d'humour. Le ton a donc été pris en compte dans l'analyse afin de conférer une valence aux termes utilisés. Le tableau 2 présente les comptages effectués des termes d'adresse.

Tableau 2 :
Termes d'adresse utilisés par les personnages en France et au Québec

	Prénoms		Hypocoristiques		Surnoms	
	France	Québec	France	Québec	France	Québec
Le « gars »	50 occ.	79 occ.	7 occ.	15 occ.	7 occ.	3 occ.
	29,4%	36,6%	4,1%	6,9%	4%	1,4%
La « fille »	34 occ.	103 occ.	72 occ.	5 occ.	0 occ.	11 occ.
	20%	47,7%	42,4%	2,3%	0%	5,1%

Au Québec, l'utilisation du prénom est favorisée par les deux membres du couple, suivie par les hypocoristiques. Ces derniers sont les plus souvent employés par le «gars», membre du couple qui produit également le plus grand nombre de surnoms de type valorisant à l'intention de la «fille». À ce titre, il est celui qui préserve l'harmonie dans la relation amoureuse. Concernant l'emploi des surnoms chez la « fille », celle-ci privilégie majoritairement ceux qui relèvent du conflit. Toutefois, elle adoucit généralement le caractère menaçant d'une forme d'adresse en employant un ton humoristique. De même, le couple emploie fréquemment des surnoms qui relèvent de la caricature pour se désigner (ex.: Fred Cailloux). Ainsi, les représentations de couple se construisent, entre autres, par l'emploi de l'humour dans la manière de se désigner l'un et l'autre. En contre partie, les représentations du couple québécois se caractérisent parfois par l'utilisation d'un ton menaçant pour la face de l'autre. Chacun négocie sa place dans l'interaction pour ne pas occuper la position basse, signe de la nécessité de rétablir l'équilibre.

En France, la « fille » produit majoritairement des hypocoristiques avec près de la moitié des termes d'adresse employés par le couple. Elle utilise le plus grand nombre de désignations valorisantes pour la face de l'autre, favorisant ainsi la préservation de l'harmonie dans le couple. Le « gars » emploie pour sa part majoritairement le prénom de sa compagne, souvent sous la forme d'un diminutif. Il produit aussi la majorité des termes menaçants, ce qui met en péril l'harmonie de l'interaction. Il est également le seul à employer des surnoms qui portent atteinte à l'image de la « fille » (par exemple, « *pauvre fille* ») sans jamais en adoucir la portée menaçante. Dans cette optique, les représentations du couple français se caractérisent par des termes d'adresse produits par le «gars» qui, par leur forme et le ton qui les accompagnent, menacent la face d'Alexandra.

Les actes discursifs

Les représentations sociales de couple de la série *Un gars, une fille* en France et au Québec se manifestent également dans la production d'actes discursifs. Ceux-ci caractérisent la relation qu'entretiennent les personnages : la production d'actes menaçants pour la face de l'autre (FTAs) met en danger l'harmonie entre les membres du couple, et la production d'actes valorisants (FFAs) préserve l'équilibre de la relation. Le tableau 3 fait état de nos résultats.

Tableau 3 :
Actes discursifs menaçants et valorisants employés
par les personnages en France et au Québec

	Menaçants		Valorisants	
	France	Québec	France	Québec
Le « gars »	256 occurrences 45,6%	226 occurrences 47,7%	33 occurrences 5,9%	24 occurrences 5,1%
La « fille »	256 occurrences 45,6%	220 occurrences 46,4%	17 occurrences 3%	4 occurrences 0,8%

Au-delà de la distinction faite entre les actes discursifs menaçants des actes discursifs valorisants, nous avons distingué, pour les actes discursifs menaçants: la requête, le refus, la contradiction, le reproche et l'insulte ; et pour les actes discursifs valorisants: l'excuse, l'acceptation, le remerciement, le compliment ainsi que la plaisanterie.

Concernant les actes discursifs menaçants au Québec :

Tableau 4:
Actes discursifs menaçants des personnages québécois

	Requête	Refus	Contradiction	Reproche	Insulte	Total
Le « gars »	47 occ. 10%	18 occ. 3,8%	0 occ. 0%	101 occ. 21,3%	60 occ. 12,7%	226 occ. 47,7%
La « fille »	56 occ. 11,8%	2 occ. 0,4%	0 occ. 0%	113 occ. 24%	49 occ. 10,3%	220 occ. 46,4%

Concernant les actes discursifs valorisants au Québec :

Tableau 5:
Actes discursifs valorisants des personnages québécois

	Excuse	Acceptation	Remerciement	Compliment	Plaisanterie	Total
Le « gars »	2 occ. 0,4%	6 occ. 0,3%	0 occ. 0%	5 occ. 1,1%	11 occ. 2,3%	24 occ. 5,1%
La « fille »	0 occ. 0%	1 occ. 0,2%	2 occ. 0,4%	1 occ. 0,2%	0 occ. 0%	4 occ. 0,8%

Au Québec, la majeure partie des actes discursifs employés par les membres du couple québécois est de nature menaçante. Les actes valorisants, minoritaires, sont cependant davantage produits par le « gars ». Ce dernier emploi dans une grande proportion la plaisanterie. Cette façon d'interagir est valorisante, car elle met en évidence une relation de

familiarité et de complicité entre les personnages, le but étant de faire rire sa partenaire en produisant des blagues, des drôleries.

Le reproche est la forme d'acte discursif menaçant le plus employé par les personnages québécois. Ces derniers passent par le sarcasme et l'ironie, qui sont des actes très menaçants pour la face de l'autre. Le ton employé peut ici aussi atténuer ou accentuer le reproche fait à l'autre. La « fille » est celle qui emploie le plus fréquemment un ton menaçant, ce qui accentue l'impacte des reproches, alors que le « gars » les atténue dans une plus grande proportion avec un ton valorisant. Toutefois, il est le membre du couple qui met en danger l'harmonie de la relation en employant un plus grand nombre de refus et d'insultes que sa conjointe. Par contre, tous deux s'emploient à désamorcer la portée menaçante de l'insulte. Leurs représentations de couple se caractérisent donc par la moquerie ; le « gars » et la « fille » aiment bien rire l'un de l'autre, adoucissant du même coup le caractère menaçant de l'insulte.

Concernant les actes discursifs menaçants en France:

**Tableau 6:
Actes discursifs menaçants des personnages français**

	Requête	Refus	Contradiction	Reproche	Insulte	Total
Le « gars »	61 occ. 10,9%	27 occ. 4,8%	10 occ. 1,8%	132 occ. 23,5%	26 occ. 4,6%	256 occ. 45,6%
La « fille »	72 occ. 12,8%	13 occ. 2,3%	9 occ. 1,6%	141 occ. 25,1%	21 occ. 3,7%	256 occ. 45,6%

Concernant les actes discursifs valorisants en France :

**Tableau 7 :
Actes discursifs valorisants des personnages français**

	Excuse	Acceptation	Remerciement	Compliment	Plaisanterie	Total
Le « gars »	14 occ. 2,5%	14 occ. 02,5%	1 occ. 0,2%	8 occ. 0,7%	0 occ. 0%	33 occ. 5,9%
La « fille »	4 occ. 0,7%	4 occ. 0,7%	8 occ. 1,4%	1 occ. 0,2%	0 occ. 0%	17 occ. 3%

En France, les actes menaçants sont également majoritaires. Concernant les actes valorisants, le « gars » en produit le plus grand nombre permettant ainsi de préserver l'harmonie dans la relation. Le reproche est également l'acte menaçant le plus employé par les deux personnages. De plus, l'usage d'un ton valorisant pour atténuer le reproche ou tout type d'actes menaçant est rare. Au contraire, la modalité du ton est souvent très menaçante, et parfois accentuée par l'utilisation de termes injurieux. La représentation du couple français se traduit ici par une manière d'interagir qui rend compte du conflit au sien de leur relation amoureuse.

Concernant les actes valorisants, on note que la coopération au sein du couple s'illustre, entre autres, par de nombreuses réactions positives de la part du « gars » quant aux diverses

requêtes de la « fille ». Cette dernière interagit de connivence avec son conjoint en lui montrant de la gratitude lorsqu'il répond favorablement à ses demandes, permettant ainsi de garder l'harmonie dans le couple. Toutefois, bon nombre des acceptations du « gars » sont aggravées par l'emploi d'un ton menaçant. Cela signifie qu'il cède aux requêtes à contrecœur, lui manifestant son fort mécontentement devant les obligations. Notons enfin que la plaisanterie est absente des interactions du couple français.

L'analyse montre comment les représentations de couple se construisent dans l'interaction dans deux cultures différentes. On constate que certaines représentations sont partagées, par exemple en ce qui concerne la négociation de la place de chacun dans l'interaction ou le besoin de rétablir l'équilibre dans des situations conflictuelles. De même, la façon de rétablir l'équilibre ou d'éviter d'occuper la position basse se présente parfois de la même façon dans l'interaction du couple québécois et du couple français. Par exemple, par l'emploi fréquent d'actes menaçants pour la face de l'autre. Inversement, il arrive que la manière de rétablir et de maintenir l'équilibre diffère d'une culture à l'autre. Par exemple, l'emploi d'un ton très menaçant est beaucoup plus présent chez le couple français que chez le couple québécois. Ceci met en évidence que le couple québécois tolère moins les interactions menaçantes pour la face que le couple français, ce qui caractérise différemment les représentations de couple de chacune des séries.

Pour que les représentations de couple puissent être conformes d'une culture à l'autre et conserver l'effet de réalité dans la série, celle-ci ne peut uniquement faire l'objet d'une traduction dans la langue du pays, car la manière d'interagir pour préserver l'équilibre s'avère différente d'un pays à l'autre: culturellement, les représentations sociales manifestent différemment selon les milieux. Afin de conserver l'effet de réalité, les représentations de couple doivent alors être adaptées.

Différents niveaux d'adaptation de la série *Un gars, une fille*

L'analyse des procédés discursifs a permis d'illustrer la manière dont se construisent les représentations de couple dans la série *Un gars, une fille* en France et au Québec. Cependant, l'adaptation de la série à la culture française a été permise par la vente du format de ce programme. L'étude menée peut nous permettre maintenant de distinguer, dans les faits, comment les représentations du couple dans la série ont été adaptées d'une culture à l'autre. Ainsi, nous verrons dans un premier temps que les personnages emploient certains procédés discursifs similaires d'un côté et de l'autre de l'Atlantique. Dans un second temps, nous étudierons les différentes formes d'adaptations que la série a connues à son arrivée en France. L'adaptation des représentations de couple de la série en France et au Québec se présente donc de différentes façons dans l'interaction des personnages en passant par : (1) la traduction, jusqu'à (2) la construction par des procédés employés par les membres du couple.

Traductions des procédés discursifs

Lorsque les personnages en France et au Québec interagissent de la même manière pour préserver l'équilibre de la relation, on assiste à des traductions. Par exemple, l'utilisation des hypocoristiques est un trait commun des deux cultures. Par contre, le mot employé diffère. Le couple français utilise « Chouchou » et « Loulou » alors que le couple québécois emploie « Minou » ou « Chéri(e) ». Dans ce cas, il s'agit d'une simple traduction du terme d'adresse.

La traduction se retrouve également lorsque les personnages favorisent le même type de procédé. C'est le cas, par exemple, de l'emploi fréquent du reproche, un procédé qui est accepté dans les deux cultures. Enfin, on notera la similitude dans l'utilisation d'actes discursifs menaçants au détriment des actes valorisants.

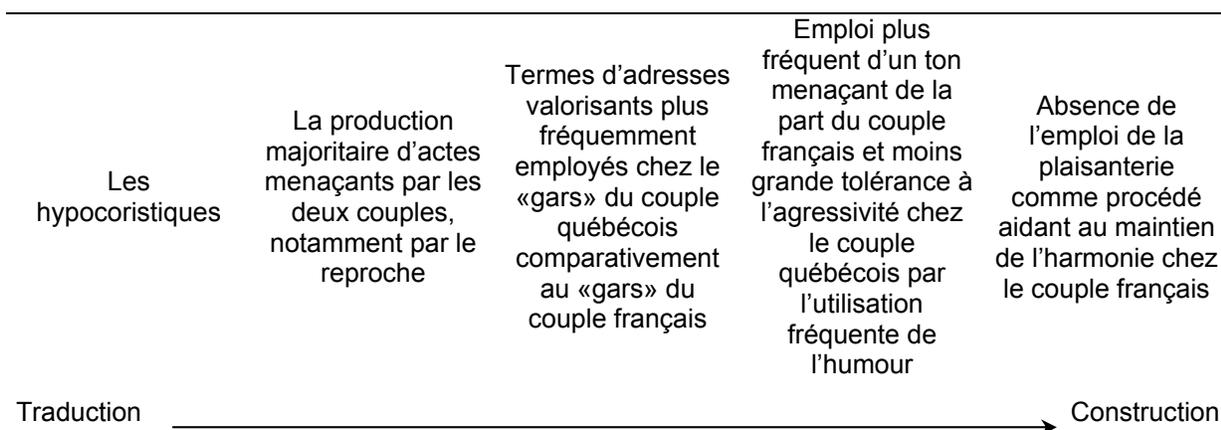
Construction des procédés discursifs

Pour rendre compte de représentations de couple propres à chaque pays, le passage de la série d'une culture à l'autre nécessite plus que de la traduction. La construction relève ici d'une manière d'interagir qui diffère d'une culture à l'autre pour rétablir l'équilibre de la relation. Les différences s'observent notamment par la fréquence d'emploi de certains procédés discursifs, par la modalisation d'autres procédés et par la présence ou l'absence d'un procédé dans l'interaction de l'un ou l'autre des couples d'*Un gars, une fille*. L'adaptation tend alors vers la construction par des procédés discursifs.

Par exemple, l'humour est davantage utilisé par les personnages québécois pour adoucir l'utilisation de surnoms menaçants, signe d'une tolérance moindre que le couple français à l'agressivité. De même, toujours concernant l'emploi de surnoms, le couple québécois utilisera des noms de personnages connus, fictifs ou réels, tels que « Fred Cailloux » ou « Daniel Boon ». Cette façon de désigner l'autre, caricaturale et humoristique, est absente chez les personnages français qui ne cherchent pas à désamorcer le côté menaçant de l'interaction. Enfin, en ce qui a trait aux actes discursifs, on remarque que l'insulte adoucie par un ton empreint d'humour est beaucoup plus présente dans l'interaction du couple québécois, signe d'une tolérance moindre à l'agressivité que le couple français. Notons également que la plaisanterie, qui consiste à faire rire son ou sa partenaire, est un procédé qui ne figure pas dans la manière d'interagir des personnages français, ce qui souligne à nouveau le besoin accentué des membres du couple québécois de rire et de s'amuser.

Ainsi, les différentes formes que peut prendre l'adaptation des représentations de couple dans la série *Un gars, une fille* s'inscrivent sur un continuum, allant de la traduction jusqu'à la construction par les procédés discursifs, tel que le montre la Figure 2.

Figure 2 :
L'adaptation d'*Un gars, une fille* : de la traduction à la construction



Le potentiel du format d'*Un gars, une fille* s'illustre par les différentes possibilités d'adaptation concernant la manière dont les représentations du couple des membres québécois et des membres français se manifestent dans l'interaction en vue de préserver l'équilibre de la relation. L'intérêt du format de cette émission réside donc dans sa capacité à reproduire des représentations de couple conformes à la culture qui achète les droits de la série. De cette façon, la série conserve son effet de réalité, ce qui facilite l'identification des individus au couple d'*Un gars, une fille*, quelle que soit la culture qui produit cette série.

Conclusion

L'objectif de cette communication était de montrer en quoi le format de la série télévisée *Un gars, une fille* a favorisé sa vente à l'international. En effet, le format de vente de la série laisse place à des possibilités d'adaptation pouvant même aller jusqu'à des constructions coïncidant avec la manière de rendre compte des représentations sociales d'une culture donnée.

Cette recherche peut contribuer à la mise en place de fondements d'études de l'adaptation des produits culturels à l'international. Cependant, il s'agirait, dans une série de recherches ultérieures, d'étudier d'autres cas d'adaptations. De plus, des études additionnelles pourraient être réalisées afin de contraster les perceptions et préoccupations de cultures différentes.

Notes

¹ *Dictionnaire théorique et critique du cinéma* (2001 : 43).

² *Grand dictionnaire de la psychologie* (1991 : 668).

³ Voir notamment Moscovici (1961, 2001), Mannoni (2001) et Abric (1994).

⁴ Le concept d'«actes menaçants» de Brown et Levinson sera approfondi dans la section portant sur la méthodologie.

⁵ Voir exemple de transcription à l'Annexe 1.

⁶ *Grand dictionnaire des lettres* (1992 : 5852).

Références

- Abric, J. 1994. *Les représentations sociales : aspects théoriques*. Paris : PUF.
- Aumont, J. et M. Marie. 2001. *Dictionnaire théorique et critique du cinéma*. Paris : Nathan.
- Brown, P. et S. C. Levinson (dir.) 1987. *Politeness : Some Universals in Language Usage*. Cambridge : CUP.
- Charaudeau, P. et D. Maingueneau 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris : Seuil.
- Eisenberg, A et R. R. Smith 1971. *Nonverbal Communication*. Indianapolis et New York : The Bobbs-Merrill Compagny.
- Goffman, E. 1973. *La mise en scène de la vie quotidienne*. Traduit de l'anglais par A. Accardo. Paris : Minuit.
- Goffman, E. 1974. *Les rites d'interactions*. Traduit de l'anglais par Alain Khim. Paris : Minuit.
- Hamburger, K. 1986. *Logique des genres littéraires*. Traduit de l'allemand par P. Cadiot. Paris : Seuil.
- Hanot, M. 2002. *Télévision : réalité ou réalisme : introduction à l'analyse sémio-pragmatique des discours télévisuels*. Bruxelles : De Boeck Université.
- Herzlich, C. 1969. *Santé et maladie : analyse d'une représentation sociale*. Paris : Mouton.
- Jaquinot, G. 1977. *Image et pédagogie : analyse sémiologique du film à intention didactique*. Paris : PUF.

-
- Jodelet, D. 1989. *Les représentations sociales*. Paris : PUF.
- Jodelet, D. 1994. "Représentations sociales : un domaine en expansion", dans *Les Représentations Sociales*, Jodelet, D. (dir.). Paris : PUF, p. 31-61.
- Jost, F. 1999. *Introduction à l'analyse de la télévision*. Paris : Ellipses.
- Kerbrat-Orecchioni C. 1990. *Les interactions verbales*. Paris : Armand Colin, vol. 2.
- Kerbrat-Orecchioni C. 1996. *La conversation*. Paris : le Seuil.
- Kerbrat-Orecchioni C. 2000. *Les actes de langage dans le discours : théorie et fonctionnement*. Paris : Nathan.
- Kress, G. et T. Van Leeuwen 2001. *Multimodal Discourse : the Modes and Media of Contemporary Communication*. Londres : Arnold.
- Lacroix, C. 2004. *Entre fiction et réalités culturelles : les formats télévisuels. Le cas de la série Un gars, une fille en France et au Québec*. Mémoire présenté à la faculté des études supérieures de l'Université Laval, Québec.
- Mannoni, P. 1998. *Les représentations sociales*. Paris : PUF.
- Metz, C. 1968. *Essai sur la signification au cinéma*. Paris : Klincksieck.
- Moscovici, S. 1961. *La psychanalyse, son image et son public : Étude sur la Représentation Sociale de la Psychanalyse*. Paris : PUF.
- Moscovici, S. 2001. *Social Representations : Exploration in Social Psychology*. New York : New York University Press.
- Mucchielli, A. 1961. *L'identité*. Paris : PUF.
- Traverso, V. 1996. *La conversation familière : analyse pragmatique des interactions*. Lyon : Presses Universitaires de Lyon.
- Vion, R. 1992. *La communication verbale : Analyse des interactions*. Paris : Hachette.
- Zavalloni, M. et C. Louis-Guérin, 1984. *Identité sociale et conscience : introduction à l'égo-écologie*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal.

Annexe 1. Exemple de transcription

Thème.13 : Au téléphone

Scène.4 : Jean dans l'embarras

Synopsis : Comme à son habitude, Alexandra téléphone à Jean à son lieu de travail. Et comme bien des fois, elle téléphone à un moment inopportun.

Personnages : Alexandra et Jean

Lieu : Alexandra dans son bureau et Jean dans le cabinet de toilettes de son lieu de travail.

	Texte	Contexte/commentaires	T
J1	Oui	Jean répond au téléphone	☺
A1	Salut, c'est moi		☺
J2	Oui, qu'est-ce qu'il y a?		☺
A2	Je te dérange?		☺
J3	Euh, ouais, un peu ouais	Jean regarde sa situation Alex	☺
A3	De toute façon, à chaque fois que je t'appelle, je te dérange Oui, parce que tu m'appelles toujours quand je suis occupé	s'emporte	☹
J4	Alex hein, c'est pour ça T'es en réunion là?		☹
A4	Euh oui, ouais, comme oui c'est ça, oui		☹
J5	Oui, comme, ça veut dire quoi ça. T'es avec Isabelle?		☹
A5	Non, je suis pas avec Isabelle, non euh non, non		☹
J6	Bon, ben t'es avec qui, avec Mylène, Sophie?		☺
A6	Non, je suis pas avec Mylène ni Sophie, ça va!		☹
J7	Bon, Jean, je suis fatiguée là de ce mystère, ok. Alors dis-moi une bonne fois pour toute, où es-tu?		☹
A7	Bon, tu veux le savoir, c'est ça. Je suis aux toilettes		☹
J8	Alexandra. Au revoir, merci Minou, minou	Furieux, Jean raccroche	☹
A8		Alex tente de se rattraper	☺