Du dialogue interculturel à la construction identitaire interpersonnelle et numérique - possibles exploitations pédagogiques de la série télévisée Emily in Paris (2020) -

Dumitra BARON

Universitatea „Lucian Blaga" din Sibiu, Facultatea de Litrere și Arte, Departamentul de Studii Romanice
Lucian Blaga din Sibiu, Faculty of Letters and Arts, Department of Romance Studies
Personal e-mail: dumitra.baron@ulbsibiu.ro

From intercultural dialogue to interpersonal and digital identity construction - possible educational exploitations of the television series Emily in Paris (2020) -

In this article, we propose to sketch some working hypotheses around the problem of the use of television series in the teaching of the FLE, addressing in an interdisciplinary way the possible fields of exploitation of contemporary cinema. We will focus most of our observations on the use of cultural stereotypes and intercultural communication, considering their expanded exploitation and illustration in the American television series *Emily in Paris* (2020). The issue of personal and cultural identity will also be explored from the perspectives of new media usage.

Keywords: cultural stereotypes, intercultural communication, media, identity construction, FLE teaching.

Dans cet article, on se propose d'esquisser quelques hypothèses de travail autour de la problématique de l'emploi des séries télévisées dans l'enseignement du FLE, en abordant d'une manière interdisciplinaire les possibles champs d'exploitation du cinéma contemporain. Nous choisirons comme corpus d'étude les dix épisodes de la série télévisée américaine *Emily in Paris*, créée par Darren Star, sortie et diffusée en début d'octobre 2020 sur le service Netflix.

La présence du cinéma en tant que média, faisant partie de l'éducation aux médias, dans le cours de langue est, comme l'affirme **Irma** Velez, «très souvent envisagée dans une réception culturelle et/ou linguistique permettant de déployer des activités langagières»[1]. En plus, le cinéma est «motivant», «porteur de culture et de langage non-verbal», ce qui permet aux étudiants de se rapprocher des aspects culturels ou linguistiques de la langue[2]. Dans ce sens, nous considérons, à l'instar des travaux en sociologie de la communication et des médias d'Éric Maigret, que les médias peuvent être vus comme «générateurs de culture, de comportements et de langage»[3].

Cette série télévisée très récente se prêterait à divers usages qui serviraient à l'enseignement de plusieurs disciplines, c'est-à-dire: «Culture et la civilisation françaises», «Communication interculturelle», «Communication et médias» ou «Communication d'entreprise»[4]. Bien évidemment, la question du transfert linguistique est au cœur de cette approche, se dépliant à travers de multiples facettes (les faux amis, la méconnaissance ou l'ignorance d'une langue étrangère, les problèmes de traduction). Une autre réflexion qui pourrait être menée irait dans la direction de la réception de cette série en France, ce qui mettrait en évidence, à travers l'étude des réactions soulevées parmi les Français, comment la confrontation à l'image de soi rendue par les

autres et par les médias correspondrait à l'image de soi et, à la limite, vérifier encore des stéréotypes culturels[5].

Il est intéressant de remarquer que, dès le début, on peut ancrer le niveau des discussions sur des éléments qui reflètent le dialogue interculturel, car la protagoniste principale est une Américaine qui, pour des raisons professionnelles, s'installe à Paris. La série mise d'ailleurs tant sur les barrières linguistiques que sur les barrières culturelles engendrées par une situation professionnelle, vraisemblable jusqu'à un certain point[6].

En ce qui concerne les éléments de communication interculturelle, ceux qui apparaissent dans la série portent notamment sur les différences entre le rapport au temps, la gestion de l'espace, l'importance de la hiérarchie, l'expression des sentiments, l'utilisation du digital, le rapport à l'autre. Les différences culturelles jouent tant sur les éléments de la culture explicite que sur ceux de la culture implicite. Pourtant, ces éléments sont ancrés dans un processus de stéréotypage qui passe du savoir-faire au savoir-vivre et au savoir-être[7]. En plus, le rapport problématique à l'autre s'avère une coordonnée constante, étant abordée de nombreuses perspectives: l'autre en tant que l'étranger, l'autre du point de vue du genre, de l'âge, de l'expérience professionnelle, du statut social[8].

La série met également en scène l'actualité des pratiques médiatiques, l'usage des médias (la dépendance des téléphones portables, des réseaux sociaux[9], ce qui permet une interrogation sur la place occupée par les identités numériques dans la vie de l'individu, sur leur manière de construction, ainsi que les nouvelles pratiques d' «être ensemble»[10]. Dans ce contexte, on pourrait prendre en discussion la multiplicité des identités de l'individu de nos jours, une identité dynamique, fragmentée, qui ressemble à un véritable patchwork identitaire. La communication interculturelle «touche aux questions d'identité, de perception sociale, de relation à l'altérité [...]» ce qui engendre «en chacun de nous des résonances profondes où les mouvements affectifs, souvent inconscients, jouent un rôle prépondérant»[11].

L'exposition du privé sur la scène publique est aussi une coordonnée fondamentale de cette série. Comme l'observe Anabelle Klein: «Nos sociétés contemporaines sont ainsi progressivement passées de la transmission identitaire, de type collectif, à des mouvements pluri-individuels de construction de soi.»[12] La métaphore du *rhizome*, proposée dans les années 1980 par Deleuze et Guattari s'avère fonctionnelle et actuelle plus que jamais[13]. La composition de soi passe par la narration, toujours en rapport avec l'autre. L'intimité devient une «intimité surexposée»[14], dans ce sens, le leitmotiv du *selfie*, qui est tout de suite posté sur Instagram, montre cette dépendance à l'autre dans la légitimation de soi[15]. Le domaine de la construction identitaire s'élargit ainsi à travers les dispositifs de communication. L'homme des réseaux, tellement éloigné ou rapproché de l'homme des cavernes, dépend de la «nébuleuse communicationnelle»[16]. Le compte personnel, le profil sur Facebook ou sur Instagram, deviennent ainsi de véritables «lieux de soi»[17] où le moi s'expose et se met en scène dans le but de trouver un bien-être personnel, même illusoire ou éphémère. Il existe une véritable porosité de la vie en ligne et de la vie hors ligne, de la vie publique et de la vie privée. L'exhibition de soi (Emily fait d'ailleurs partie de la «génération selfie», voire de la génération Instagram) va de pair avec un *récit de soi*, qui suppose une remise en cause de sa propre identité[18]. Dans la construction de soi, l'individu semble avoir besoin d'être vu, s'encadrant parfaitement dans la logique de la génération «des m'as-tu vu»[19] et acceptant volontiers «la tyrannie de la visibilité»[20]. Les nouvelles technologies de l'information et de la communication «sont venues se greffer sur un terrain favorable, en accentuant l'effet de 'bulle' et le culte de l'image»[21]. Ce culte du narcissisme suppose la création du lien en captant de regard des autres, l'altérité étant ainsi «un rapport dynamique entre deux entités qui se donnent mutuellement un sens.»[22]

Non pas en dernier lieu, nous considérons qu'un autre bénéfice majeur de l'usage du cinéma contemporain en classe de FLE serait la translittératie qu'il encourage, c'est-à-dire «l'ensemble des compétences d'interaction avec tous les moyens d'information et de communication»[23]. De cette façon, l'enseignant pourra travailler ainsi non seulement les compétences linguistiques ou culturelles de ses apprenants, mais aussi les compétences médiatiques et interculturelles, par le biais d'un cursus qui établit le dialogue entre la didactique des langues et des cultures et l'éducation aux médias, prouvant encore une fois que «l'interculturel est constitutif du culturel» (Todorov[24]).

Note:

1. Irma Velez, «Pour une éducation au cinéma intégrée dans une pédagogie de projet multimédia: un exemple de translittératie», *Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité*, vol. XXXI, n° 2, 2012, mis en ligne le 18 mai 2012, consulté le 12 octobre 2020. DOI: https://doi.org/10.4000/apliut.2650.
2. *Ibid.*
3. «Les médias cessent d'être des industries plus ou moins aliénantes pour devenir de vraies médiacultures, des lieux faisant se rencontrer des mondes plus ou moins marqués par la défense ou l'abandon d'identités» (Éric Maigret, «Après le choc *cultural studies*», in Éric Maigret, Éric Macé (dir.), *Penser les médiacultures: nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, 2005, p. 34).

4. Disciplines qui figurent par exemple, dans le cursus des niveaux licence et mastère de l'université où nous enseignons.
5. L'image de la France et de sa capitale telle qu'elle se dévoile à travers les épisodes semble totalement édulcorée, ce qui a déjà suscité un tollé de réactions critiques dans la presse française, une des critiques majeures exprimées jusqu'à présent en France portant sur le manque d'aspects négatifs, comme les Tags, les SDF, etc. En laissant de côté l'aspect visiblement atténué de l'image de la ville, laissant l'impression d'une vision «en rose» des réalités bien pesantes, voire pénibles d'ailleurs, à travers cette série, l'apprenant peut découvrir de nombreux lieux emblématiques de la capitale de la France (Café de Flore, Café de la Paix), associés parfois à la présentation des personnages célèbres y séjournant (Jean-Paul Sartre, Simone de Beauvoir). Cette incursion dans la géographie locale, surtout à cette époque où les déplacements sont assez limités, peut représenter un moyen de découverte mais aussi une belle échappée «parisienne». Une échappée non seulement géographique, mais aussi temporelle pourrait y avoir lieu, les renvois à l'architecture de la Belle Epoque étant illustrateurs à cet égard.
6. Car, dans la vie réelle, il très peu probable qu'un employé soit transféré dans un pays étranger sans avoir des connaissances de langue. Bien évidemment, on peut observer aussi l'image stéréotypée du Français qui n'est pas fort en langues étrangères, ce qui a souvent été associé à une certaine forme «arrogance».
7. Tant la vie sociale (les repas, la question de comment saluer, la fréquentation des bistrots, des restaurants, des boulangeries) que la vie professionnelle (les conventions au travail, la charte de valeurs, la culture d'entreprise) se prêtent à des différences culturelles, souvent à des constructions stéréotypées, l'histoire étant truffée d'une série d'impromptus, de triangles amoureux etc., en passant aussi par diverses anecdotes visant les accents, les valeurs différentes, les malentendus interculturels.
8. Le dialogue entre les deux cultures, civilisations et visions du monde, se déclinant souvent en conflit (voire en *choc* de civilisations), est annoncé en quelque sorte dès le titre (*Emily in Paris*) qui fait allusion à la célèbre comédie musicale *Un Américain à Paris* (réalisée par Vincente Minnelli en 1951). Cette fois, il s'agit d'un personnage féminin, la question du genre étant également exploitée dans la série, et pouvant ainsi être un élément important de discussion en classe de FLE (par exemple): l'image (souvent stéréotypée) de la femme (de la parisienne) associée à la mode, au bon goût, aux préoccupations constantes pour l'apparence physique. On constate que même dans la vie quotidienne, les personnages féminins ressemblent à des top modèles, un accent important étant mis sur les vêtements et les accessoires haute couture.
9. La protagoniste américaine veut à tout prix imposer sa vision fortement imprégnée de la culture qu'elle incarne, dominée par le pragmatisme, l'orientation vers l'emploi des NTIC ou des techniques digitales du marketing.
10. Annabelle Klein, «Evolution des dispositifs d'expression de soi et identités numériques», in Alain Kiyindou, Francis Barbey, Laurence Corroy-Labardens (dir.), *De l'éducation par les médias à l'éducation aux médias*, Paris, L'Harmattan, 2015, p. 247.
11. Jean-René Ladmiral, Edmond Marc Lipiansky, *La Communication interculturelle* (2012), Paris, Belles Lettres, 2015, p. 13.
12. Annabelle Klein, art. cit. p. 248.
13. «À la différence des arbres ou de leurs racines, le rhizome connecte un point quelconque avec un autre point quelconque, et chacun de ses traits ne renvoie pas nécessairement à des traits de même nature. Il n'est pas fait d'unités mais de dimensions, ou plutôt de directions mouvantes. Il n'a pas de commencement ni de fin, mais toujours un milieu, par lequel il pousse et déborde. Il constitue des multiplicités linéaires à *n* dimensions, sans sujet ni objet, étalables sur un plan de consciences.» (Gilles Deleuze et Felix Guattari, *Rhizome, Mille Plateaux, Capitalisme et schizophrénie 2*, Paris, Minuit, 1980, p. 30).
14. Serge Tisseron, *L'Intimité surexposée*, Paris, Ramsey, réédition Hachette Littérature, 2003.
15. «Dans l'ère postindustrielle, ce dont a le plus besoin le commun des mortels, c'est de la reconnaissance: l'homme souffre d'un besoin d'identité, il croit pouvoir exister dans et par le Net.» (Jean-Paul Lafrance, *La Civilisation du CLIC - La vie moderne sous l'emprise des nouveaux médias*, Paris, L'Harmattan, 2013. p. 123-124).
16. *Ibid.*, p. 205.
17. Marc Augé, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil, 1992.
18. L'héroïne semble incarner le stéréotype de la femme qui réussit dans sa vie professionnelle à tout prix, étant comme alliés sa débrouillardise, sa mentalité de vainqueur, sa volonté d'aider les autres et d'établir des liens avec ses proches. Pourtant, si ces traits semblent bien fonctionner dans le contexte américain, une fois la décontextualisation opérée, les obstacles à cette réalisation de soi semblent se multiplier.
19. Jean-Pierre Le Goff, «C'est le règne des m'as-tu-vu», propos recueillis par Bérénice Rocfort-Giovanni, *Le Nouvel Observateur*, 31 juillet-6 août 2014, dossier «Génération selfie - enquête sur la nouvelle déferlante narcissique», p. 56.
20. Nicole Aubert, Christine Haroche (éd.), *Les Tyrannies de la visibilité. Le visible et l'invisible dans les sociétés contemporaines*, Toulouse, Érès, 2011.
21. Jean-Pierre Le Goff, art. cit., p. 56.
22. Martine Abdallah-Pretceille, «Pédagogie interculturelle: bilan et perspectives», in *L'interculturel en éducation et en sciences humaines*, vol. 1, Toulouse, PUM, 1985, p. 31.
23. Alexandre Serres, «Un exemple de translittératie : l'évaluation de l'information». *E-dossiers de l'audiovisuel*, INA, mis en ligne 01/2012, consulté le 30/10/2020, 11 p. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01114601.
24. Tzvetan Todorov, «Le croisement des cultures», in *Communications,* nº 43, Paris, Seuil, 1986, p. 16.

Bibliography:

Abdallah-Pretceille, Martine. "Pédagogie interculturelle: bilan et perspectives." In *L'interculturel en éducation et en sciences humaines [The Intercultural in Education and the Humanities]*, vol. 1. Toulouse: PUM, 1985.

Aubert, Nicole, Christine Haroche, éd. *Les Tyrannies de la visibilité. Le visible et l'invisible dans les sociétés contemporaines [Tyrannies of Visibility. The visible and the invisible in contemporary societies]*. Toulouse: Érès, 2011.

Augé, Marc. *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité [Non-places: introduction to an Anthropology of Supermodernity]*. Paris: Seuil, 1992.

Deleuze, Gilles et Felix Guattari. *Rhizome, Mille Plateaux, Capitalisme et schizophrénie 2 [A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia 2]*. Paris: Minuit, 1980.

Klein, Annabelle. "Evolution des dispositifs d'expression de soi et identités numériques." In *De l'éducation par les médias à l'éducation aux médias [From education by media to media education],* edited by Alain Kiyindou, Francis Barbey, Laurence Corroy-Labardens. Paris: L'Harmattan, 2015.

Ladmiral, Jean-René, Edmond Marc Lipiansky. *La Communication interculturelle [Intercultural Communication]* (2012). Paris: Belles Lettres, 2015.

Lafrance, Jean-Paul. *La Civilisation du CLIC - La vie moderne sous l'emprise des nouveaux médias [CLICK Civilization - Modern Life in the Grip of New Media]*. Paris: L'Harmattan, 2013.

Le Goff, Jean-Pierre. "C'est le règne des m'as-tu-vu," propos recueillis par Bérénice Rocfort-Giovanni. *Le Nouvel Observateur [L'Obs]*, 31 July - 6 august 2014, "Génération selfie - enquête sur la nouvelle déferlante narcissique," 47-57.

Maigret, Éric. "Après le choc *cultural studies*." In *Penser les médiacultures: nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde [Thinking about Media Cultures: New Practices and New Approaches to World Representation],* edited by Éric Maigret, Éric Macé, 17-40. Paris: Armand Colin, 2005.

Serres, Alexandre. "Un exemple de translittératie: l'évaluation de l'information." *E-dossiers de l'audiovisuel [Audiovisual e-folders]*, INA. Published in 01/2012, accessed on 30/10/2020. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01114601.

Tisseron, Serge. *L'Intimité surexposée [Overexposed Privacy].* Paris: Ramsey, réédition Hachette Littérature, 2003.

Todorov, Tzvetan. "Le croisement des cultures." *Communications,* nº 43, 5-26. Paris: Seuil, 1986.

Velez, Irma. "Pour une éducation au cinéma intégrée dans une pédagogie de projet multimédia: un exemple de translittératie." *Recherche et pratiques pédagogiques en langues de spécialité [Research and Teaching Practices in Specialty Languages]*, vol. XXXI, n° 2, 2012. Published in 18 May 2012, accessed on 12 October 2020. DOI: https://doi.org/10.4000/apliut.2650.