

**« AND IF YOU KEEP SMILING LIKE THAT, PEOPLE WILL
THINK YOU'RE STUPID » LE STÉRÉOTYPE DE LA PARI-
SIENNE REPRÉSENTÉ PAR LE PERSONNAGE DE SYLVIE
GRATEAU DE LA SÉRIE TÉLÉVISÉE *EMILY IN PARIS***

Jenica Huumo
Kandidaatintutkielma
Romaaninen filologia
Kieli- ja viestintätieteiden lai-
tos
Jyväskylän yliopisto
Kevät 2022

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta Humanistis-yhteiskuntatieteellinen	Laitos Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä Jenica Huumo	
Työn nimi "And if you keep smiling like that, people will think you're stupid" – le stéréotype de la Parisienne représenté par le personnage de Sylvie Grateau de la série télévisée <i>Emily in Paris</i> .	
Oppiaine Romaaninen filologia	Työn laji Kandidaatintutkielma
Aika 04/2022	Sivumäärä 30
Tiivistelmä <p>Tutkimuksemme aiheeksi valikoitui pariisilaisnaisen representaatio Netflixin alkuperäissarjassa <i>Emily in Paris</i>. Erityisesti koronapandemian aikana suoratoistopalveluiden suosio on kasvanut räjähdysmäisesti asettaen yhä useampia katsojia alttiiksi sille, miten eri ihmisryhmät niissä esitetään. Pyrimme tutkimuksemme selvittämään, onko Sylvie Grateau hahmo representaatio stereotyyppisestä pariisilaisnaisesta hyödyntäen diskurssianalyysiä.</p> <p>Tutkimuksemme aineistona toimi kahdeksasta sarjan eri jaksosta poimitut dialogit, joissa Grateau hahmon repliikit välittivät hyvin stereotyyppistä kuvaa. Dialogien avulla pyrimme saamaan vastaukset tutkimuskysymykseemme – Onko Sylvie Grateau hahmo representaatio stereotyyppisestä pariisilaisnaisesta <i>Emily in Paris</i> -sarjassa? Tarkensimme tätä tutkimuskysymystä lisäkysymyksellä "Mitkä ovat yleisimpiä stereotyyppisiä pariisilaisnaisista?" Esittelimme tutkimuksessa tyypillisimpiä pariisilaisnaisiin liitettäviä stereotyyppisiä, aineistomme Retaillaudin teos <i>La Parisienne: Histoire d'un mythe</i>. Jaoimme esille nousseet stereotyyppiset käytösmallit neljään eri kategoriaan – Grateau <i>halveksivana, elitistisenä, itsenäisenä</i> sekä <i>ujostelemattona</i> naisena.</p> <p>Saimme analyysimme avulla selville, että Grateau hahmon repliikeistä esille tulleet diskurssit vastasivat stereotyyppiseen pariisilaisnaisen liitettäviä stereotyyppisiä. Näin ollen Grateau hahmo representoi stereotyyppistä pariisilaisnaista Retaillaudin esittämien määritelmien mukaan. Pariisilaisnaisen stereotypiaa vahvistettiin sarjan läpi asettamalla sille vastakohtaksi amerikkalaisen Emilyn hahmo. Samalla sarja näin siis hyödynsi stereotyyppisiä sekä pariisilaisista että amerikkalaisista. Tutkimuksemme tulosta tukee myös ranskalaisten sekä erityisesti pariisilaisten vahva reaktio sarjaan sosiaalisessa mediassa. Pystyimme tutkimuksemme avulla osoittamaan, minkälainen valta kielellä on representaatioiden ja stereotyyppien luomisessa ja ylläpitämisessä.</p>	
Asiasanat discours, analyse du discours, stéréotype, la Parisienne, représentation, série	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto	
Muita tietoja	

TABLE DES MATIÈRES

0	INTRODUCTION.....	4
1	CADRE THÉORIQUE.....	6
1.1	Discours et représentation	6
1.1.1	La notion de discours.....	6
1.1.2	La représentation en linguistique	7
1.2	Représentation sociale, stéréotypes et préjugés.....	8
1.2.1	La représentation sociale	8
1.2.2	Les stéréotypes.....	9
1.2.3	Les préjugés.....	10
1.3	La Parisienne.....	10
1.4	Les Français selon les Américains	11
2	CORPUS ET MÉTHODOLOGIE	13
2.1	Emily in Paris.....	13
2.2	Le personnage de Sylvie Grateau	14
2.3	Corpus.....	14
2.4	Méthodologie.....	15
3	ANALYSE.....	16
3.1	Grateau, une femme méprisante.....	16
3.2	Grateau, une femme élitiste.....	18
3.3	Grateau, une femme indépendante	19
3.4	Grateau, une femme libre	21
3.5	Le bilan	24
4	CONCLUSION	26
	BIBLIOGRAPHIE.....	28
	ANNEXE	30

0 INTRODUCTION

« Entre les gens qui commencent à bosser à 10h, le jogging au jardin des Tuileries tout en prenant son croissant à Montmartre et le voisin hyper poli... rien ne va » commente @HistoriaTabula (Stan, 2020) sur Twitter avec le hashtag #EmilyInParis¹. Elle n'a pas été la seule à penser cela – *Emily in Paris*, une série télévisée jugée pleine de clichés et de stéréotypes, a fait parler toute la France. La série a été décrite comme « détestée mais très aimée » dans les médias et non sans raison – elle a suscité la colère (en France en particulier) en même temps qu'elle a été nominée comme « meilleure série musicale ou comique » au Golden Globes 2021. Tout ce qui se passe dans la série télévisée montre qu'elle est créée par des scénaristes américains qui donnent une image idéalisée et très irréaliste de Paris et des Parisiennes. En 2021, Netflix comptait environ 214 millions d'abonnés², ce qui montre que les représentations qu'ils choisissent de montrer ont vraiment un impact. Personne ne prend le métro, il n'y a pas d'embouteillage et les personnes sont arrogantes – avec ces choix les scénaristes offrent une représentation de Paris stéréotypée.

Le stéréotype est basé sur le fonctionnement du cerveau, qui simplifie et catégorise les informations reçues. Les stéréotypes sont généralement créés par les personnes à l'extérieur du groupe stéréotypé. Nous formulons les stéréotypes sur la base de l'apparence, de l'habillement et des manières. Nous sommes habitués à penser que les gens de la même nationalité sont tous semblables. Mais ces préjugés s'écartent de la vérité parce que nous sommes tous des individus – différents et uniques. Au XXI^e siècle, beaucoup de films et de séries télévisées que nous regardons sont tous pleins de stéréotypes « amusants ». Mais tout ce que nous regardons agit sur ce que nous pensons – ainsi nos conceptions sur certains hommes peuvent changer. Cependant, avoir

¹ <https://madame.lefigaro.fr/style/cliches-manque-de-realisme-naivete-les-internautes-francais-raillent-emily-in-paris-051020-182877>

² <https://www.insiderintelligence.com/insights/netflix-subscribers/>

des pensées stéréotypées ne signifie pas que nous allons faire quelque chose de discriminatoire. Autrement dit si on identifie nos préjugés et si on n'agit pas en fonction, on ne discrimine pas. Ce qui produit la discrimination, c'est la conduite de l'homme (Schneider 2003 : 317).

Comme on a beaucoup dit que la représentation des Français était très stéréotypée dans cette série, il pourrait être intéressant de vérifier si c'est bien le cas. La série a fait grand bruit dans les médias et nous nous sommes intéressés de savoir si les réactions à la représentation des Français étaient fondées. Dans cette étude, nous allons étudier la représentation de Sylvie Gateau dans la série télévisée *Emily in Paris* et en quoi le personnage de Gateau représente un stéréotype de la Parisienne. Nous allons étudier cela seulement en nous intéressant au discours. Nous allons essayer de répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les stéréotypes les plus courants des Parisiennes ?
- Le personnage de Sylvie Gateau est-il une représentation d'une Parisienne stéréotypée ?

Dans la première partie nous allons présenter le cadre théorique et les notions les plus importantes pour notre étude - l'analyse du discours, la représentation et le stéréotype. Après, nous présenterons notre corpus - la série télévisée *Emily in Paris* et les 8 dialogues choisis. Enfin, nous analyserons les stéréotypes que nous avons trouvés et divisés en catégories, nous présenterons les résultats et en tirerons des conclusions.

1 CADRE THÉORIQUE

Dans cette partie nous présenterons la base théorique de ce mémoire de licence. Premièrement, nous allons expliquer les notions les plus importantes pour cette étude et ensuite nous allons présenter brièvement les stéréotypes les plus connus que les Américains ont des Français et à la fin, nous allons expliquer plus précisément l'histoire du stéréotype de la Parisienne.

1.1 Discours et représentation

Les personnes qui savent utiliser le langage ont un certain pouvoir dans ce monde car avec lui, on peut littéralement changer le monde. En utilisant les discours nous pouvons présenter les choses comme nous voulons et ainsi nous pouvons créer ou modifier certaines représentations (Pietikäinen & Mäntynen 2019 : chapitre 2.2).

1.1.1 La notion de discours

Le langage - écrit ou oral - est un instrument avec lequel nous communiquons avec les autres. Nous utilisons un certain type de langage dans certaines situations, par exemple nous savons quand nous devons utiliser une langue soutenue ou une langue parlée. À l'aide des normes, règles et valeurs sociales nous savons tous comment utiliser le langage dans les situations différentes (*id.*, chapitre 1.6). Ces différentes manières d'utiliser le langage sont ce qu'on appelle des *discours*. Le mot discours vient du mot *discursus* du latin et il signifie « courir autour ». Cependant en français il signifie « la parole », « l'exposé » et « la conversation ». Il y a différentes définitions pour la notion du discours dans différents domaines, mais Pietikäinen et Mäntynen le définissent comme le langage utilisé dans une certaine situation ou un certain domaine (*id.*, chapitre 1.3). Autrement dit le discours est le langage utilisé. Comme

méthode de recherche, l'analyse du discours est le plus souvent qualitative ce qui signifie qu'elle se concentre sur la qualité du phénomène qu'elle étudie.

Un chercheur américain, James Gee, a distingué deux définitions différentes pour le concept du discours – le discours (d) et le Discours (D). L'idée du concept du discours (d) est que le langage est comme une ressource dans l'activité sociale (*id.*, chapitre 1.4). L'analyse du discours étudie l'usage de la langue comme une activité sociale. Elle est un cadre théorique qui s'intéresse à ce qu'on peut faire avec la langue – pas à la langue en tant que telle. L'analyse du discours s'intéresse à comment la langue est utilisée et dans quelles types de situations (le contexte) et aux conséquences pour la langue et pour l'usager (*id.*, chapitre 1.1). Le concept de Discours (D) désigne les façons consacrées de décrire des événements et choses. Avec les Discours que nous choisissons d'utiliser, nous exerçons une influence sur ce dont nous parlons et ce que les autres en pensent (*id.*, chapitre 1.4). Par exemple, ce n'est pas pareil de parler de bigbang et de création du monde – ce sont deux manières très différentes d'étudier les raisons pour lesquelles nous sommes ici. En choisissant un de ces mots, on montre ce qu'on croit et quand nous utilisons les discours ci-dessus, nous utilisons notre pouvoir parce qu'en utilisant la langue nous façonnons ce dont nous parlons (*id.*, chapitre 2.2).

Étant donné que la langue est un acte social, une chose importante à prendre en compte en étudiant un discours est le contexte. Par exemple, si on étudie un livre on doit prendre en compte quand il a été publié (le contexte historique), dans quelle société (le contexte politique) et dans quel pays (le contexte culturel) (*id.*, chapitre 1.1). Autrement dit l'analyse du discours est une approche qui étudie le contenu et le contexte du discours – écrit ou oral. Le langage a un effet sur le contexte qu'il modifie mais d'un autre côté le contexte a un effet sur le langage et comment nous l'utilisons – on peut dire que le contexte, c'est variable (*id.*, chapitre 1.5). Des contextes différents offrent également toujours une représentation différente d'un phénomène ou d'une chose.

1.1.2 La représentation en linguistique

La représentation³ (*Tieteentermipankki, s.v. representaatio*) est une idée que nous avons de quelque chose - c'est-à-dire qu'elle est ce que nous voyons mentalement quand nous pensons quelque chose. Les représentations nous donnent une certaine image des gens, de leurs identités et des relations qu'ils ont. Du point de vue de la linguistique, la langue est un outil de représentation essentiel puisqu'elle permet de nous rendre présent à l'esprit ce que l'on observe dans le monde (Pietikäinen & Mäntynen 2019 : chapitre 2.2). Selon Ogden et Richards, la construction de la signification peut être considérée comme un triangle qui est constitué de trois

³ <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:representaatio>

éléments : le concept, le signe et le référent (=le triangle sémiotique). Par exemple, quand nous pensons le mot « arbre » (le signe), nous imaginons quelque chose qui est grand, vert et qui a des racines (le concept) mais nous pouvons aussi montrer un arbre du doigt (le référent) (Zufferey, & Moeschler 2015 : 136-138). Nous référons au référent avec le même signe, mais l'image mentale associée au concept peut être différente car nous pouvons avoir une représentation différente du même concept. D'autre part, pour désigner un même référent, on peut avoir recours à des signes et des concepts différents. Par exemple, on peut faire référence à une femme en utilisant des mots différents comme une gonzesse, une dame ou une poupée - tous ces mots signifient une adulte de sexe féminin, mais le ton est très différent. Il est donc possible grâce à la langue de représenter un même phénomène de multiples façons différentes. À l'aide de la langue, nous pouvons catégoriser la réalité qui nous entoure afin de pouvoir y penser et en parler. La représentation a un rôle important parce que les manières dont nous décidons de présenter les choses peuvent avoir des retombées très différentes (Pietikäinen & Mäntynen 2019 : chapitre 2.2.). Quand nous analysons les représentations nous comprenons de quel point de vue et comment la réalité est présentée à ce moment-là.

1.2 Représentation sociale, stéréotypes et préjugés

Les représentations se forment essentiellement dans l'apprentissage social – notre culture et environnement exercent une grande influence (Amossy et Herschberg 2011 : 39). Voyons donc, maintenant que nous avons défini la représentation en linguistique, ce qu'est *la représentation sociale, les stéréotypes et les préjugés*.

1.2.1 La représentation sociale

Les représentations sociales sont des systèmes de valeurs, d'idées et de pratiques que nous créons de notre monde. Serge Moscovici explique la théorie des représentations sociales et selon lui, elles ont deux fonctions – en nommant et en catégorisant les choses dans le monde, elles créent de l'ordre dans notre monde et facilitent la communication. Il peut s'agir d'idées, d'images ou de théories que nous créons au fur et à mesure que nous rencontrons de nouvelles choses, afin de les comprendre. Si la nouvelle chose est quelque chose d'abstrait, notre culture et notre environnement nous offrent des images, afin que nous puissions transformer le concept abstrait en quelque chose de concret (=l'objectivation). Par exemple, à l'école nous étudions des groupes ethniques dont nous n'avons peut-être jamais entendu parler, et notre conception de ce groupe est uniquement basée sur les images que nous voyons dans nos livres. Au fil du temps, nous acceptons ces conceptions comme réelles et nous commençons à les

utiliser (=la naturalisation). Si plus tard nous rencontrons une personne de ce groupe, nous pouvons la comparer à la connaissance que nous avons des membres du groupe et si la personne ne leur ressemble pas, nous lui créons une nouvelle catégorie (=l'ancrage) (Pirttilä-Backman & Helkama, 2001).

Les représentations sociales nous aident à catégoriser le monde qui nous entoure, et les médias nous informent et discutent de différents phénomènes. Ce faisant, les médias donnent à une chose abstraite une forme concrète et cette version simplifiée du phénomène commence à façonner nos actions. Les films et les séries télévisées, le divertissement de maintenant, réussissent bien à représenter le monde actuel. Mais parce qu'il s'agit de divertissement, les personnages sont souvent très stéréotypés. Schneider (2003 : 349) décrit bien ce fonctionnement :

La télévision réussit bien à présenter des tranches de réalité, mais réussit moins bien à présenter les complexités dans leur entier. Malheureusement, c'est seulement en présentant les complexités qu'on peut lutter contre les stéréotypes⁴. (Schneider 2003 : 353)

Au fond, les scripts sont seulement une représentation du monde et des discours de l'époque, et ils sont toujours alignés avec les conventions socio-culturelles (Piazza, Bednarek & Rossi 2011 : 9). Nous regardons beaucoup la télévision, nous en parlons fréquemment et les personnages des séries télévisées affectent notre identité aussi (Bednarek 2012 : 8). Fréquemment ce que nous voyons à la télévision nous influence, notamment les représentations des groupes nationaux (Amossy et Herschberg 2011 : 39). Le problème, c'est que si toutes les représentations d'un groupe national que nous voyons sont similaires, nous commençons à les croire – et c'est ainsi que naissent les stéréotypes.

1.2.2 Les stéréotypes

Un stéréotype, c'est une opinion concernant par exemple une classe sociale ou un groupe humain que tout le monde accepte sans hésiter. Il est une image figée que nous avons des autres. Amossy et Herschberg (*id.*, p. 37) décrivent le stéréotype comme une opinion ou une croyance que nous avons d'un groupe et de ses membres. Autrement dit quand nous faisons des généralisations sur des personnes par exemple sur la base de leur groupe national, nous faisons du stéréotypage (Brown 1997 : 68). L'encyclopédie Larousse en ligne (*s.v. stéréotype*) définit *un stéréotype* comme :

Expression ou opinion toute faite, sans aucune originalité, cliché⁵.

⁴ Television is good at presenting slices of reality, but less succesful at presenting full complexities. Unfortunately, the latter is what fighting stereotypes is all about.

⁵ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/>

Les stéréotypes n'ont traditionnellement pas une bonne réputation. Ils sont utilisés généralement dans les contextes négatifs - même s'il y a des stéréotypes de caractéristiques positives. Ils se fondent souvent sur des raisonnements erronés et ils sont trop rigides. Les stéréotypes concernent la foule et pas l'individu (Schneider 2003 : 19-22). On peut dire qu'au plus fort les stéréotypes que nous avons peuvent nous mener à avoir des préjugés - par conséquent, maintenant que nous avons présenté la notion du stéréotype, nous allons présenter la notion du préjugé.

1.2.3 Les préjugés

L'encyclopédie Larousse en ligne (*s.v. préjugé*) définit *un préjugé* comme :

Opinion adoptée sans examen, souvent imposée par le milieu, l'éducation⁶.

Un préjugé est donc un jugement préconçu et il peut concerner la religion, la caste, le sexe ou la race etc. Schneider (2003 : 27) explique qu'avoir des préjugés, c'est humain - mais généralement le mot « préjugé » contient une connotation négative. En effet, dans la pratique, les préjugés peuvent mener à la discrimination qui peut apparaître au niveau institutionnel, culturel ou individuel (*id.*, p. 318). Pourtant Brown (1997 : 11) souligne que nous ne pouvons pas dire que les préjugés sont faux parce que nous ne pouvons pas définir ce qu'est la vérité. Il est important de noter que si quelques préjugés que nous avons sont vrais, cela n'indique pas que tous le sont. Selon Amossy et Herschberg (2011 : 37) la différence entre un stéréotype et un préjugé est qu'un stéréotype est une opinion que nous avons d'un groupe et ses membres, tandis qu'un préjugé est une attitude que nous adoptons envers le groupe.

Maintenant que nous avons expliqué les notions importantes pour comprendre ce qu'est une représentation et comment est-elle construite, il est temps de présenter comment le monde voit les Parisiennes et sur quels facteurs cette image est construite.

1.3 La Parisienne

Quand nous entendons le mot « la Parisienne », une image assez similaire nous vient - une belle femme qui a du style. D'où vient cette image, cette représentation ? Retaillaud (2020 : 6) montre que déjà Jean-Jacques Rousseau au XVIII^e siècle dans son livre « *La nouvelle Héloïse* » décrit les Parisiennes comme galantes. Au cours des années l'idée de la Parisienne a été produite à l'aide de l'art, du cinéma, de la musique, de la publicité et du tourisme (*id.*, p. 4). Toutes ces représentations donnent une image con-

⁶ <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pr%C3%A9jug%C3%A9/63519>

sensuelle de la Parisienne. On peut dire que le stéréotype d'une Parisienne a une histoire très longue et qu'elle est une représentation évolutive – au XVIII^e siècle, elle est décrite comme une personne raffinée qui possède l'art de la conversation tandis qu'au XXI^e siècle la Parisienne est considérée plus comme un état d'esprit (*id.*, p. 213-214). Cependant, l'image d'une Parisienne a changé au fil du temps et Retaillaud (2020 : 213-216) explique qu'à l'époque seules les personnes d'une certaine classe sociale s'appelaient Parisiennes alors qu'aujourd'hui être une Parisienne se définit par la façon dont vous vous comportez. Autrement dit la représentation de la Parisienne reflète le monde de l'époque et comment les femmes doivent se comporter.

Selon Retaillaud (2020 : 4), l'écrit et l'image ensemble ont rendu possible que « la Parisienne » soit vue comme une identité sociale et c'est pourquoi nombre de créateurs ont été inspirés par les Parisiennes. Le concept de « la parisienne » est si connu qu'il nous fait penser à un certain type de style, de maquillage et de coupe de cheveux – pour le reste du monde, « la parisienne » est comme un métonyme pour une femme française. La commercialisation de l'identité parisienne a résulté que c'est possible pour chacune d'adopter cette identité (Humphrey 2012 : 257). Comme nous l'avons dit précédemment, l'image d'une Parisienne se construit par ce que nous entendons, lisons et voyons. Retaillaud (2020 : 214) souligne que presque toute cette représentation a été créée par des hommes, donc au fond l'idée d'une Parisienne n'est qu'un fantasme d'homme. Maintenant que les Parisiennes créent leur propre représentation, au lieu d'être juste des objets sexuels, elles peuvent être féministes ou ce qu'elles veulent.

Même si tout le monde sait que toutes les Parisiennes ne sont pas pareilles, quand les grandes industries cinématographiques les présentent ainsi, on commence à y croire. Hollywood est la plus grande industrie cinématographique au monde – donc la façon dont elle choisit de présenter les gens a un très grand effet.

1.4 Les Français selon les Américains

Tous les groupes nationaux ont une idée différente des Français, mais comme cette étude se concentre sur une série télévisée américaine nous voulons nous concentrer sur les attitudes que les Américains ont envers les Français. Dans une recherche faite par Isabelle Drewelow en 2011, 47 personnes qui étudient le français à l'université ont été interviewées. Drewelow a découvert que 10% des participants de l'enquête pensaient que le français est une langue élitiste, et trois des participants pensaient que les Français pensent qu'ils sont les seuls qui parlent le français correctement. 51% des participants disent que les Français sont arrogants, prétentieux et snobs. 47% des par-

participants supposaient que les Français se conduisent grossièrement et impoliment envers les Américains et 30% des participants pensaient que les Français n'aiment pas les Américains. (Drewelow 2011 : 753-755.) On peut en tirer la conclusion que les Américains ont réellement des préjugés contre les Français et c'est pourquoi nous avons voulu étudier le personnage de Gâteau dans cette étude.

Nous avons ainsi montré que le langage a le pouvoir de changer notre conception des choses et que les stéréotypes, comme la Parisienne, sont généralement profondément implantés dans notre pensée. Toutefois, les stéréotypes ne restent pas aussi forts sans le renforcement extérieur. Voyons donc pourquoi la série *Emily in Paris* a été accusée d'être pleine de stéréotypes sur les Parisiens.

2 CORPUS ET MÉTHODOLOGIE

Pour étudier la représentation de Grateau, il est nécessaire de présenter la série télévisée *Emily in Paris* et le personnage de Grateau de plus près. À la fin de cette partie, nous allons présenter notre corpus et méthode d'analyse.

2.1 Emily in Paris

Emily in Paris est une série télévisée de Netflix sortie le 2 octobre 2020. Netflix a révélé que la série a été regardée par 58 millions de ménages dans le premier mois après son lancement⁷. La série a été créée par Darren Star et a été renouvelée pour une troisième et une quatrième saison en janvier 2022. Les dialogues sont écrits par Ali Waller, Alison Brown, Darren Star, Deborah Copaken, Emily Goldwyn, Grant Sloss, Jen Regan, Joe Murphy, Kayla Alpert, Matt Whitaker, Raina Morris and Sarah Choi⁸. Les sous-titres sont écrits par Aude di Paolantonio (anglais-français).

Lily Collins joue Emily Cooper, une héroïne américaine qui s'installe à Paris pour donner à la société *Savoir* un point de vue de marketing américain. Le déménagement à Paris n'est pas facile pour Emily qui apprend vite que les Parisiens ne sont pas aussi gentils que les Américains – du moins envers une personne qui ne parle pas leur langue. Emily rencontre Mindy Chen (jouée par Ashley Park), une jeune fille au pair dans le parc et elles deviennent devenues amies. Emily se lie aussi d'amitié avec son beau voisin Gabriel (joué par Lucas Bravo), et rapidement elle a le béguin pour lui. La série suit comment Emily s'adapte à la vie parisienne et à un nouveau lieu de travail avec une patronne très stricte qui ne facilite pas les choses. Voyons donc maintenant qui est la patronne d'Emily et l'objet de notre étude, Sylvie Grateau.

⁷ https://en.wikipedia.org/wiki/Emily_in_Paris consulté le 24/01/2022

⁸ <https://m.imdb.com/title/tt8962124/fullcredits/writer> consulté le 28/02/2022

2.2 Le personnage de Sylvie Gateau

Nous voulons présenter plus précisément le personnage de la patronne d'Emily, Sylvie Gateau (jouée par Philippine Leroy-Beaulieu) parce qu'elle est l'objet de cette étude. C'est une femme très élégante, sarcastique et sans scrupules. Gateau a du style et elle a toujours la cigarette à la bouche – voici quelques traits qui font du personnage une « femme fatale » stéréotypée. Au début de la série elle semble arrogante et difficile, mais durant la série nous apprenons à la connaître et elle est petit à petit rendue plus sympathique au spectateur. Le scénariste *Darren Star* a décrit le personnage de Gateau comme « un oignon qui a plusieurs couches » dans une interview de *Glamour*⁹, et il explique que cela se voit mieux dans la saison deux. Par conséquent on peut dire qu'elle est un personnage très compliqué et à chaque épisode les téléspectateurs en apprennent un peu plus sur qui est Gateau.

2.3 Corpus

Nous nous intéressons au personnage de Gateau parce que le stéréotype de la Parisienne est si fort et en plus, le personnage a suscité la discussion dans les médias. Le corpus est composé de cinq épisodes de la saison 1 d'*Emily in Paris*. Dans la série, on parle essentiellement l'anglais, donc nous avons traduit les répliques en français et nous avons mis les répliques originales en notes de bas de page en anglais. Nous avons utilisé les sous-titres faits par Aude di Paolantonio comme guide pour nos traductions, mais ils n'avaient pas tout ce qui était dit dans la série. Nous avons voulu tout inclure et traduire les répliques d'une manière qui ne change pas le sens original. De plus, nous avons ajouté des mots pour décrire des bruits comme des soupirs. Les épisodes choisis sont 1.01 « *Emily à Paris* », 1.03 « *Sexy ou sexist* », 1.05 « *Faux amis* », 1.07 « *Une fin à la française* » et 1.08 « *Affaires de famille* » (les descriptions de ces épisodes se trouvent dans l'annexe 1). Nous avons choisi huit dialogues qui montrent les discours qui concernent Gateau, et dans lesquels c'est surtout Gateau qui a des répliques. Les répliques choisies nous montrent son caractère de plus près. De plus, nous avons essayé de choisir les dialogues qui impliquent des stéréotypes variés sur les Parisiennes. Nous comprenons qu'il y a les stéréotypes différents des Parisiennes et que nous en avons choisi seulement quelques-uns. Nous avons remarqué que les téléspectateurs français et particulièrement les Parisiens ont mal réagi à la série, et nous

⁹ <https://www.glamour.com/story/emily-in-paris-season-two-finale-creator-darren-star-answers-all-your-questions>

pensons que c'est à cause des personnages très stéréotypés. Dans un mémoire de master de 2021, Koppejan a étudié la réception d'Emily in Paris par les spectateurs Parisiens. Elle a étudié les vidéos YouTube dans lesquelles les Parisiens évaluent la série et elle les a réparties en deux groupes : les personnes qui se sont installées à Paris et les habitants de Paris de naissance. Koppejan a appris qu'ils ont vu les représentations comme simples mais en même temps 34% des représentations ont été jugées réalistes. Les personnes qui se sont installées à Paris avaient une attitude meilleure que les habitants de Paris de naissance envers les représentations et Koppejan pense que c'est parce qu'ils pouvaient s'identifier à Emily. Comme seulement un tiers des participants à l'étude ont déclaré que la représentation de Paris était fidèle, cela nous a fait penser que les deux tiers considéraient la série comme très stéréotypée, ce qui vérifierait notre hypothèse que le personnage de Sylvie Grateau est une représentation d'une Parisienne stéréotypée. Mais comment allons-nous étudier cela ?

2.4 Méthodologie

Dans cette étude nous allons analyser les répliques de Sylvie Grateau et étudier les discours qu'elle utilise, et nous essayons de répondre à la question « Le personnage de Sylvie Grateau est-il une représentation d'une Parisienne stéréotypée ? ». Comme Pietikäinen & Mäntynen (2019 : chapitre 2.2) l'ont dit, nous construisons les représentations à l'aide de la langue – les mots et expressions que nous choisissons d'utiliser ont un certain sens. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi d'étudier les discours qui se révèlent dans les répliques de Grateau. Nous avons essayé de distinguer les traits de caractère de Grateau et d'en faire des catégories. À l'aide de ces catégories, nous étudierons la manière dont la représentation d'une Parisienne est construite et si cette représentation correspond à la Parisienne stéréotypée selon nos sources.

Nous avons précédemment présenté que la série parle d'Emily, une Américaine qui tente de s'adapter à la vie à Paris. Cependant, dans cette étude, nous considérons le personnage d'Emily seulement dans la mesure où il met encore mieux en valeur les caractéristiques d'une Parisienne. Nous allons désormais nous intéresser aux discours autour de Grateau.

3 ANALYSE

Dans cette partie, nous allons analyser les traits de caractère du personnage de Sylvie Grateau dans la série *Emily in Paris* et étudier les raisons pour lesquelles ces traits correspondent aux descriptions des Parisiennes stéréotypées. Nous avons distingué quatre stéréotypes différents et nous les avons divisés en catégories pour comprendre avec quels facteurs la représentation de la Parisienne est construite à travers le personnage de Grateau. Les catégories que nous avons faites sont une femme *méprisante*, *élitiste*, *indépendante* et *libre*. D'abord, nous examinerons l'arrogance de Grateau. Nous voulons commencer par cette catégorie parce que dans la série, la rudesse de Grateau est un thème répété. Ensuite, nous l'examinerons comme une femme très élitiste et indépendante. À la fin, nous allons présenter plus ce qui la rend si libre.

3.1 Grateau, une femme méprisante

Emily, qui vient d'Amérique, est très alerte et loquace – et ça irrite Grateau. Emily essaye de se lier d'amitié avec Grateau mais cette dernière considère Emily comme une idiote. Ce thème se renouvelle dans la série et c'est à croire que Grateau est méprisante seulement envers Emily. Grateau n'hésite pas à dire ce qu'elle pense, même si ce n'est pas quelque chose d'agréable. Dans l'épisode 1.03 *Sexy ou sexiste* on voit comme elle est très franche envers Emily :

Extrait 1 (Saison 1. Épisode 3. Durée 24 secondes)

EMILY : Bonjour¹⁰, Sylvie.

¹⁰ Dans la série le savoir du français insuffisant d'Emily frustre Grateau et nous avons souligné les mots et les répliques qu'Emily essaye de dire en français pour le montrer. En plus, nous avons

SYLVIE : Ah. Bonjour. [elle soupire]

EMILY : J'aime ces bottines.

SYLVIE : Merci. Pourquoi souriez-vous comme ça ?

EMILY : [elle rit] Je dis juste « bonjour ». C'est une belle journée à Paris.

[...]

SYLVIE : **Et sourire comme ça, vous fait passer pour une idiote.**¹¹

La communication non verbale est très importante et le soupire de Grateau nous montre qu'elle n'essaye pas de cacher son sentiment de frustration envers Emily. Ici nous avons un bon exemple de la collision des deux contraires – Emily fait un compliment à Grateau, mais elle répond par une insulte. Cela nous montre le contraste entre Emily, l'Américaine souriante, et Grateau, la Parisienne méprisante. Comme cela a été révélé dans l'enquête de Drewelow (2011), la moitié des participants a considéré les Français comme arrogants – cela se retrouve dans notre étude.

Un autre exemple de la nature méprisante de Grateau est dans l'épisode 1.01 *Emily à Paris* où Emily arrive à Savoir. Originellement l'américaine qui devait venir à Savoir était quelqu'un qui parlait français, mais Emily est arrivée à sa place et Grateau ne le savait pas. Nous avons encore souligné les répliques qu'Emily essaye de dire en français pour mettre l'accent sur la réaction de Grateau :

Extrait 2 (Saison 1. Épisode 1. Durée 23 secondes)

SYLVIE : On m'a dit que l'Américaine qui venait ici parlait français.

EMILY : Oh, c'était Madeline.

SYLVIE : Oh, donc **vous n'êtes pas** Madeline.

EMILY : Uh, Je suis Emily. Emily Cooper. Et je suis tellement excitée d'être ici.

SYLVIE : **C'est bien dommage.** [elle soupire]

EMILY : Pardon ?

indiqué en caractères gras les mots et les répliques sur lesquels nous voulons vraiment nous concentrer.

¹¹ EMILY : Bonjour, Sylvie.

SYLVIE : Ah. Bonjour. [sighs]

EMILY : J'aime those bottines.

SYLVIE : *Merci*. Why are you smiling like that ?

EMILY : [chuckles] I'm just saying bonjour. It's a beautiful day in Paris.

[...]

SYLVIE : And if you keep smiling like that, **people will think you're stupid.**

SYLVIE : Que vous ne parlez pas français. C'est un problème.

EMILY : Je vais suivre un cours, mais... [accent américain] ... je parle déjà un peu français.

SYLVIE : **Peut-être il vaut mieux ne pas essayer.**¹²

Quand Grateau constate qu'Emily n'est pas Madeline, on a l'impression que Grateau ne connaissait même pas la personne qui venait à Savoir – la seule chose qu'elle savait c'est que la personne était américaine. Cela montre que Grateau considère les Américains comme interchangeable et que pour elle, les Américains ne sont qu'un grand groupe homogène. La réplique « *C'est bien dommage* » a un double sens parce qu'elle peut se comprendre comme c'est dommage qu'Emily soit excitée, c'est dommage qu'Emily ne soit pas Madeline ou c'est dommage qu'Emily ne parle pas français, voire les trois à la fois – quoi qu'il en soit, Grateau n'aime pas Emily. La dernière réplique de Grateau « *Peut-être il vaut mieux ne pas essayer* » donne l'impression que le français d'Emily est si mauvais qu'il est inutile qu'elle fasse l'effort de l'apprendre – comme si la langue ne devait être parlée que par les Français. Ce jugement instantané de Grateau peut être vu comme un sentiment de supériorité. Cependant dans l'enquête de Drewelow (2011) seules trois personnes sur 47 pensaient que les Français pensent qu'ils sont les seuls à pouvoir parler correctement le français.

Bien qu'elle soit désobligeante envers Emily, Grateau est une femme très distinguée et sophistiquée – mais parfois parce qu'elle est si chic, elle a tendance à être un peu élitiste.

3.2 Grateau, une femme élitiste

Grateau va très bien – elle est belle, elle a de l'argent et du goût. Mais parce qu'elle a toutes ces choses, elle peut être très élitiste. Dans l'épisode 1.05 *Faux amis* Grateau est en colère contre Emily parce qu'elle a fait une publicité gratuitement pour une entreprise avec qui leur entreprise, Savoir, ne travaille pas. Emily a été invitée à un événement pour « *les influenceurs* » et elle en a publié les images sur son Instagram. Emily explique qu'elle a essayé d'amener cette entreprise à embaucher Savoir, mais Grateau

¹² SYLVIE: Yeah, I was told that the American coming here spoke French.

EMILY : Oh, that was Madeline.

SYLVIE : Oh, so you're **not** Madeline.

EMILY : Uh, I'm Emily. Emily Cooper. And I am so excited to be here.

SYLVIE : **Well, that's very unfortunate.** [sighs softly]

EMILY : Excuse me ?

SYLVIE : That you don't speak French. It's a problem.

EMILY : Well I'm going to take a class, but... [American accent] ... je parle un peu français already.

SYLVIE : **Well, perhaps it's better not to try.**

est fâchée parce qu'elle la considère ringarde et comme une personne qui ne représente pas la dignité de Savoir :

Extrait 3 (Saison 1. Épisode 5. Durée 18 secondes)

SYLVIE : Si **vous êtes** leur nouvel arbitre du goût, nous ne voulons rien avoir à faire avec eux. Les entreprises embauchent Savoir **pour élever leurs normes, pas pour les abaisser.**

EMILY : Sylvie, nous sommes du même côté.

SYLVIE : **Ce n'est pas toi personnellement. C'est tout ce que vous représentez. Vous êtes l'ennemi du luxe, car luxe se définit par le raffinement et le goût,** et non par *@emilyinparis*. [elle soupire]¹³

Dans la dernière réplique, Gâteau fait référence au compte Instagram d'Emily, *@emilyinparis* où elle poste des photos au hasard. Parce que Gâteau évoque le goût, on peut conclure qu'elle pense qu'Emily est une personne qui n'a pas de goût – elle aime tout et elle poste des photos de tout ce qu'elle voit sur son compte Instagram. Quand Gâteau dit « *Ce n'est pas toi personnellement. C'est tout ce que vous représentez* » elle fait référence aux instagrameurs. Cela donne l'impression que Gâteau ne considère pas Emily en tant que personne mais en tant que membre d'un groupe, les instagrameurs sans goût. Lorsque nous faisons ce genre de généralisations sur les gens simplement parce qu'ils font partie d'un certain groupe, en fait, nous faisons du stéréotype. Gâteau se considère meilleure qu'eux, et certainement meilleure qu'Emily. À l'époque, l'idée de la Parisienne a été formée par l'élite et elle est toujours considérée comme une identité élitiste (Retailaud 2020 : 214). Ce sentiment d'être au-dessus de tout le monde la fait parfois s'éloigner des autres.

3.3 Gâteau, une femme indépendante

Dans le deuxième épisode de saison 1 les spectateurs comprennent que Gâteau est la maîtresse cachée d'un client de Savoir, Antoine Lambert. Les autres employés de Savoir Emily expliquent qu'elle a eu une liaison avec lui depuis longtemps. Emily est effarée et décide de demander à Gâteau si être une maîtresse cachée d'Antoine est suffisant pour elle. Gâteau lui explique que cet arrangement est exactement ce qu'elle veut (l'épisode 1.07 *Une fin à la française*)

¹³ SYLVIE : If **you're** their new arbiter of taste, we want nothing to do with them. Companies hire Savoir **to raise their standards, not lower them.**

EMILY: Sylvie, we're on the same side.

SYLVIE. **It's not you personally. It's everything you stand for. You're the enemy of luxury, because luxury is defined by sophistication and taste,** and not by *@emilyinparis*. [sighs]

Extrait 4 (Saison 1. Épisode 7. Durée 38 secondes)

EMILY : Vous êtes heureuse ? Avec lui ?

SYLVIE : **Croyez-vous vraiment que la plupart des gens sont heureux tout le temps ?** [elle rit] **Bien sûr que vous le croyez.**

EMILY : Je ne sais pas, je pense juste que... tu pourrais en avoir plus. Vous pourriez avoir 100% de quelqu'un au lieu de...

SYLVIE : Je... **Je ne veux pas à 100% de personne, et je ne veux pas que quelqu'un ait 100% de moi. Même si vous êtes engagé ou marié, cela n'arrive jamais de toute façon. C'est un... [elle soupire] C'est un conte de fées. Mauvais film.**

EMILY : Croyez-vous vraiment cela ?

SYLVIE : **Vous croyez aux fins heureuses, n'est-ce pas ?**¹⁴

Ce dialogue nous montre que Gateau est une femme indépendante qui s'apprécie elle-même – elle ne veut pas appartenir à quelqu'un. Retaillaud (2020 : 210) dit que la Parisienne n'est plus seulement l'objet d'attention des hommes, mais elle joue un rôle actif dans les liaisons. Ce stéréotype est visible dans la série car Gateau est contente d'être la maîtresse de quelqu'un, et non sa petite amie ou sa femme. On voit le contraste entre le réalisme français et l'idée américaine du « tout est possible » - par rapport à Emily, la romantique, Sylvie semble insensible. Là on voit bien le choc des stéréotypes et des cultures – Emily est une Américaine naïve qui attend le grand amour alors que Gateau est une Française aux mœurs libertines et adultères. Gateau souligne la naïveté d'Emily dans son discours en lui posant la question rhétorique de savoir si elle croit que les gens sont heureux tout le temps. Elle souligne l'absurdité de cette croyance avec les procédés d'insistance comme « *vraiment* » et « *tout le temps* ». Avant qu'Emily puisse répondre à la question, Gateau souligne la naïveté d'Emily avec le mot « *bien sûr* ». Là encore on voit que Gateau est méprisante envers Emily.

Gateau n'exprime ou ne dit pas ses sentiments devant les gens. Vers la fin de la saison 1 dans l'épisode 1.07 *Une fin à la française*, Antoine et Gateau avaient prévu d'aller à Saint-Barth mais la femme d'Antoine a cru que les billets étaient elle et son mari – Gateau ne dit rien et s'absente. Après Emily commet une erreur avec un client

¹⁴ EMILY : Are you happy ? With him ?

SYLVIE : **Do you really believe most people are happy all the time ?** [chuckles softly] Of course you do.

EMILY : I don't know, I just think that... you could have more. You could have 100% of somebody instead of –

SYLVIE : I... **I don't want 100% of anyone, and I don't want anyone to have 100% of me. Even if you're committed or married, that never happens anyway. It's a... [sighs] It's a fairy tale. Bad movie.**

EMILY : Do you really believe that ?

SYLVIE : **You believe in happy endings, don't you ?**

et Grateau est furieuse mais elle gère la situation. À la fin de l'épisode, on voit que Grateau s'ouvre à Emily :

Extrait 5 (Saison 1. Épisode 7. Durée 14 secondes)

EMILY : Je veux dire que c'était incroyable. [elle rit] Une vraie dure à cuire, ne se fiant au baratin de personne... Je suis... vraiment impressionnée.

SYLVIE : [elle inspire profondément] **Je suppose que j'avais juste besoin de me défouler.** [elle soupire]¹⁵

Quand Grateau dit qu'elle avait besoin d'évacuer, Emily semble surprise – Grateau ne parle jamais de ses émotions aux autres. Retailaud (2020 : 198) explique que l'apparence n'est pas la seule chose qui permet de distinguer une Parisienne aux autres – le comportement est également important. Cela montre une forme d'indépendance, car il faut se connaître pour pouvoir tout traiter par soi-même. Pendant la série on voit que Grateau ne fait pas de sentiment et c'est à croire qu'elle exprime seulement les mauvais sentiments quand elle est frustrée. Ici Grateau gère la situation, mais devant l'admiration d'Emily, elle minimise son rôle en utilisant les mots « *je suppose* » et « *juste* ». Au lieu d'accepter le compliment et d'assumer le fait qu'elle a sauvé la situation, elle explique sa réaction par sa colère. Les répliques d'Emily donnent l'impression que si elle était à la place de Grateau, elle n'aurait pas eu le courage de faire quoi que ce soit. Même si Grateau ne montre pas ses mauvais sentiments, elle est assez ouverte sur d'autres sentiments – en particulier ceux liés à l'amour et aux relations.

3.4 Grateau, une femme libre

Dans l'épisode 1.03 *Sexy ou sexiste* Emily s'est inquiétée que la campagne de publicité qu'elles ont faite peut être considérée politiquement incorrecte. La campagne de publicité a un modèle nu pour vendre un parfum, et Grateau et Antoine essaient de convaincre Emily que cette publicité, c'est le surréalisme. Malgré cela, Emily pense que la publicité ne marchera pas aux États-Unis – elle pense qu'utiliser une femme nue pour vendre un parfum est scandaleux. Dans cette scène nous apprenons un peu ce que Grateau pense du politiquement correct :

Extrait 6 (Saison 1. Épisode 3. Durée 17 secondes)

EMILY : Dans le climat actuel, cela pourrait sembler politiquement incorrect.

¹⁵ EMILY : Can I just say how amazing that was ? [chuckles] You were a total badass, not taking anybody's bullshit. I'm... truly in awe.
SYLVIE : [takes a deep breath] **Guess i just needed to vent.**

ANTOINE : « Politiquement incorrect » ? C'est le « Me Too » ?

SYLVIE : « *Balance ton porc* ».

EMILY : Pardon ?

SYLVIE : C'est comme ça qu'ils l'appellent ici : « Balance ton porc ».

EMILY : Alors vous voyez ce que je veux dire ?

SYLVIE : ***Chérie, je suis une femme. Je ne suis pas féministe.***¹⁶

Quand Emily fait référence au climat actuel, on peut en déduire qu'elle pense que la publicité objectifie les femmes – alors que pour Grateau, la publicité est de l'art. Grateau disant qu'elle est une femme mais pas une féministe nous montre qu'elle ne veut pas être vue comme cette féministe stéréotypée qui déteste les hommes. Ici, il faut tenir compte du contexte – dit-elle cela uniquement parce qu'Antoine est là ? Cependant, Grateau est la patronne de Savoir, indépendante et intelligente donc ce serait étrange si elle n'était pas féministe. C'est peut-être parce que en général on considère que les Parisiennes ne sont pas si intéressées par la politique (Retaillaud 2020 : 215). Grateau utilise le mot « *chérie* » lorsqu'elle parle à Emily, ce qui est intéressant – un mot qui d'habitude est affectueux et gentil, mais en fait dans ce contexte c'est méprisant.

Plus tard dans le même épisode, Emily et Grateau discutent de la publicité, qui contient un modèle nu, ce qu'Emily considère scandaleux tandis que ça ne pose pas de problèmes à Grateau. Pour cette raison Grateau considère Emily comme ennuyeuse :

Extrait 7 (Saison 1. Épisode 3. Durée 19 secondes)

SYLVIE : Antoine vient ici cet après-midi pour nous montrer la publicité. Je vous suggère de rester silencieuse.

EMILY : Vous n'étiez vraiment pas d'accord avec moi ? Juste un peu ?

SYLVIE : **Je n'ai pas une vision aussi simpliste des hommes et des femmes.** C'est très américain.

EMILY : C'est littéralement pourquoi je suis ici : apporter un point de vue américain.

¹⁶ EMILY : In today's climate, it... it could come off as politically incorrect.

ANTOINE : « Politically incorrect » ? Is this the « Me Too » ?

SYLVIE : « *Balance ton porc* ».

EMILY : Excuse me ?

SYLVIE : That's what they call it here : « Out your pig ».

EMILY : So you know what I mean, right ?

SYLVIE : ***Chérie, I'm a woman. I'm not a feminist.***

SYLVIE : Vous êtes plus comme **la police puritaine**.¹⁷

Quand Grateau dit qu'avoir une vision simpliste des hommes et des femmes est très américain, elle montre une attitude négative envers le groupe des Américains - le mot « *simpliste* » a une connotation péjorative. Grateau juge que les Américains ont tendance à simplifier abusivement la réalité et en donner une représentation plus ou moins erronée, ce qui nous montre qu'elle-même est pleine de préjugés. C'est une chose importante à réaliser car les stéréotypes des Français sont tellement visibles, que les téléspectateurs pourraient ne pas voir que la série se moque aussi des Américains, comme l'a expliqué le créateur de la série Darren Star. Lorsque Grateau appelle Emily « *la police puritaine* » cela nous montre qu'elle est plus ouverte sur ces choses - Retail-laud (2020 : 213) explique que la Parisienne est définie par une morale sexuelle assez lâche.

Comme nous l'avons déjà dit, Grateau est une personne qui n'hésite pas dire quelque chose - mais elle fait ce qu'elle veut également. Sa vie est excitante et riche en péripéties, et elle est une femme libérale. Grateau est très à l'aise pour parler de sexe et de relations avec Emily, alors que ça met Emily très mal à l'aise dans ces situations. Emily sort avec un homme qui a une petite amie, et dans l'épisode 1.08 « *Affaires de famille* » l'entreprise de la famille de la petite amie engage Savoir, et cela rend Emily stressée :

Extrait 8 (Saison 1. Épisode 8. Durée 8 secondes)

SYLVIE : Vous laisserez **votre vie sexuelle** déterminer les décisions d'affaires ?

EMILY : Nous n'avons jamais eu de relations sexuelles !

SYLVIE : **Eh bien, peut-être que vous devriez. Vous êtes tellement tendue**.¹⁸

Dans la culture américaine, la vie sexuelle des employés ne serait jamais discutée sur le lieu de travail - ce dialogue nous montre la différence entre les Américains et les Français. La conversation ressemble plus à celle que vous auriez avec votre amie, pas avec votre patronne. Grateau propose ouvertement à Emily d'avoir des relations sexuelles, et on a l'impression qu'elle n'a aucun problème à parler de sexe. Cela nous montre qu'elles ont des limites très différentes, ce qui rend Emily conservatrice et Gra-

¹⁷ SYLVIE : Antoine is coming in this afternoon to show us the film. I suggest you stay quiet.

EMILY : Did you really not agree with me? Just a little ?

SYLVIE : **I don't take such a simplistic view of men and women.** That's very American.

EMILY : That's literally why I'm here : to bring an American point of view.

SYLVIE : You're more like **the prude police**.

¹⁸ SYLVIE : You'll let **your sex life** determine your business decisions ?

EMILY : We never had sex!

SYLVIE : Well, **maybe you should. You're so tense.**

teau plus libre. Lorsque Grateau qualifie Emily comme tendue, elle la juge ouvertement – elle ne respecte pas Emily et ses choix. Pour Grateau, seule sa vision du monde est pertinente.

Ensuite, avec les connaissances que nous avons obtenues en examinant ces quatre caractéristiques du personnage de Grateau, nous pouvons maintenant passer à conclure nos résultats et y réfléchir pour bien comprendre si le personnage de Grateau est une représentation d'une Parisienne stéréotypée.

3.5 Le bilan

Nous avons découvert que Grateau correspond à de nombreux stéréotypes présentés par Retailaud (2020) dans son livre. Elle décrit les Parisiennes comme élégantes, distinguées et sophistiquées, mais aussi détachées, désinvoltes et légères (Retailaud 2020 : 213). On peut dire que les Parisiennes sont admirées mais aussi détestées, mais dans la série nous voyons plus de stéréotypes négatifs – Grateau en tant qu'une femme élitiste, grossière et méprisante. Nous avons fait quatre catégories à partir des stéréotypes que nous avons trouvés sur la base de nombreux dialogues. Schneider (2003 : 350) suggère qu'il y a deux façons d'utiliser les stéréotypes dans la comédie – cela peut être cruel ou ironique. Dans *Emily in Paris*, le portrait des stéréotypes semble ironique et c'est pourquoi ils sont si accentués. Les stéréotypes que nous avons des autres influencent notre comportement à leur égard, ce qui peut les amener à modifier leur comportement normal et à confirmer le stéréotype (*id.*, p. 565). Ainsi par exemple Emily pense que Grateau est méchante parce qu'elle est Parisienne, donc elle est très gentille avec elle, ce qui irrite Grateau et l'amène à confirmer le stéréotype d'Emily à son égard. Le personnage de Grateau ressemble à une Parisienne stéréotypée parce que le personnage d'Emily est une Américaine stéréotypée – cette confrontation des deux cultures et de leurs stéréotypes tout au long de la série nous fait comprendre qu'ils manquent tous les deux de pertinence. Le personnage de Grateau n'a pas renforcé beaucoup de stéréotypes positifs sur les Parisiennes, car beaucoup de ses traits de personnalité étaient perçus comme négatifs – son indépendance était perçu comme de l'impolitesse, et son désir de n'appartenir à personne était perçu comme du pessimisme. Cela a juste souligné le fait que la série a été créée par des Américains qui ont ces stéréotypes des Français. Après tout, la série fait rire ceux qui ont ces mêmes stéréotypes ou ceux qui se rendent compte que les personnages sont des caricatures. Dans une interview de *Vulture*, l'actrice qui joue Sylvie Grateau elle-même a dit que les Français qui ont trouvé la série très stéréotypée et clichée n'avaient pas remarqué

que la série se moque des Américains tout autant¹⁹. Leroy-Beaulieu révèle aussi que même si la série est pleine de stéréotypes, il y a des choses véritables – comme le fait que les Français ne sont pas obsédés du travail. Cependant, sans ces stéréotypes dans *Emily in Paris*, cela n'aurait pas été aussi réussi – ils ont fourni quelque chose auquel les téléspectateurs peuvent s'identifier.

Maintenant nous avons montré que le personnage de Sylvie Grateau correspond à de nombreux stéréotypes d'une Parisienne. Cependant, nous n'avons pas encore réfléchi à la raison pour laquelle cette représentation a été choisie pour la série. Ensuite, nous essaierons de trouver une réponse à cette question tout en concluant tout ce que nous avons découvert jusqu'à présent.

¹⁹ <https://www.vulture.com/article/emily-in-paris-season-2-philippine-leroy-beaulieu-interview.html>

4 CONCLUSION

L'objet de notre travail a été d'étudier les stéréotypes de la Parisienne dans la série télévisée *Emily in Paris* et nous nous sommes concentrés sur un personnage, Sylvie Grateau. Nous avons été intéressés de savoir si Grateau est une représentation d'une Parisienne stéréotypée. Pour mieux comprendre comment la représentation est construite, nous avons distingué les stéréotypes trouvés en catégories. Nous les avons comparés aux stéréotypes les plus courants que les gens ont des Parisiennes et des Français en général. Même si dans une série télévisée les éléments visuels jouent un grand rôle, les choses comme le choix des mots et l'accent sont également importants.

Comme nous l'avons dit précédemment, les représentations que nous voyons dans les médias affectent notre façon de penser. Beaucoup de généralisations nous faisons sur les gens sont basées sur ce que nous avons lu, entendu ou vu à la télévision (Schneider 2003 : 564). Sur la base de notre analyse nous pouvons dire que le personnage de Sylvie Grateau correspond à plusieurs stéréotypes des Parisiennes. Ces stéréotypes étaient une femme méprisante, élitiste, indépendante et libre, qui ont été soulignés aussi avec une femme totalement opposée, Emily. Le créateur Darren Star a probablement choisi de représenter ces stéréotypes parce qu'être poli et bien élevé n'a jamais fait rire personne. Mais on peut aussi penser qu'il a voulu lutter contre les stéréotypes en les confrontant. En plaçant un personnage stéréotype de la Parisienne face à un personnage stéréotype de l'Amérique, il a peut-être voulu montrer à quel point ces stéréotypes sont exagérés et caricaturaux. L'utilisation de ce type de stéréotype partagé dans une série est utile, car elle offre quelque chose auquel de nombreux téléspectateurs peuvent s'identifier. L'idée de représenter la Parisienne de manière si stéréotypée est de montrer comment elle apparaît à une Américaine, qui est à Paris pour la première fois – les téléspectateurs étrangers voient les choses du même point de vue qu'Emily.

Il faut se rappeler que la série a été regardée déjà par 58 millions de ménages dans le premier mois après son lancement, donc de nombreuses personnes ont vu cette

représentation des Français et des Parisiens. Sur la base de la réaction des médias et de l'étude de Koppejan (2021), il est évident que les Français ne considéraient pas la série comme si drôle ni les stéréotypes comme exacts. L'intention de Darren Star de lutter contre les stéréotypes n'a peut-être pas été comprise par tout le monde – c'est peut-être plus facile de le voir si vous n'êtes ni Américain ni Français.

De plus, il faut se rappeler que nous avons seulement comparé notre personnage aux stéréotypes trouvés dans le livre de Retailaud (2020), et elle ne pouvait pas avoir tous les stéréotypes qu'il y a des Parisiennes dans son livre. Il ne faut pas également oublier que cette étude est une étude linguistique, donc nous n'avons pas étudié par exemple l'apparence ou la toilette d'une Parisienne stéréotypée. Nous devons également prendre en considération le fait que nous sommes finlandaises, nous avons donc nos propres préjugés et stéréotypes sur les Français qui affectent cette étude. Comme dit précédemment, l'idée d'une Parisienne a changé au fil du temps, il serait donc intéressant d'étudier si ce changement se manifeste dans les représentations d'une Parisienne dans l'industrie cinématographique.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages :

- Amossy R. & Herschberg-Pierrot A. (2011). *Stéréotypes et clichés : Langue, discours, société*. Paris : Armand Colin.
- Bednarek, M. (2010). *The Language of Fictional Television : Drama and Identity*. <https://web-p-ebshost-com.ezproxy.jyu.fi/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM0MDI0NI9fQU41?sid=38b1a0b6-e5da-4c69-85bb-8116c6f3b3ad@redis&vid=0&format=EB&lpid=lp_vii&rid=0>
- Brown R. (2010). *Prejudice : Its social psychology*. <<https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/reader.action?docID=555061>>
- Drewelow, I. (2011). American Learners of French and Their Stereotypes of the French Language and People: A Survey and Its Implications for Teaching. *The French review*, 84(4), 748-762. <<https://www.jstor.org/stable/25800244>>
- Humphrey, C. (2012). *Parisienne femininity and the politics of embodiment*. *French Cultural Studies*, 23(3), 256-265. <<https://doi.org/10.1177/0957155812443183>>
- Koppejan, R. (2021). *The Reception of 'Emily in Paris' by Parisian Spectators*. Utrecht : Utrecht University. [Mémoire de maîtrise]
- Piazza, R., Bednarek, M. & Rossi, F. (2011). *Telecinematic discourse: Approaches to the language of films and television series*. <https://web-p-ebshost-com.ezproxy.jyu.fi/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM3NjgXMV9fQU41?sid=7c813132-52d6-4220-868c-020532fe2b03@redis&vid=0&format=EB&lpid=lp_ii&rid=0>
- Pietikäinen, S. & Mäntynen, A. (2019). *Uusi kurssi kohti diskurssia*. <<https://www.ellibslibrary.com/reader/9789517688253>>
- Pirttilä-Backman, A.-M. & Helkama, K. (2001). « Sergei Moscovici. Sosiaaliset representaatio », dans Hänninen V., Partanen J. & Ylijoki O.-H., eds., *Sosiaalipsykologian suunnannäyttäjiä* (s. 253-274). Tampere : Vastapaino. <<https://www.ellibslibrary.com/jyu/951-768-086-4>>

Retaillaud, E. (2020). *La Parisienne. Histoire d'un mythe. Du siècle des Lumières à nos jours*. [GoogleBooks]

<https://play.google.com/store/books/details?id=jHDPDwAAQBAJ>

Schneider D. J. (2003). *The psychology of stereotyping*.

<<https://ebookcentral.proquest.com/lib/jyvaskyla-ebooks/reader.action?docID=330587>>

Zufferey, S. & Moeschler, J. (2015). *Initiation à la linguistique française*.

<<https://r4.vlreader.com/Reader?ean=9782200603274>>

Sites internet :

Larousse. Dictionnaire de français.

<<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pr%c3%a9jug%c3%a9/63519>> Consulté le 05/01/2022.

Stan, K. [@HistoriaTabula]. (4/10/2020). En gros #EmilyInParis c'est inspiré d'un roman Arlequin avouez tout. Entre les gens qui commencent à bosser à 10h, le... Twitter.

<<https://twitter.com/HistoriaTabula/status/1312616347566772225?cxt=HHwWgsC0saLnrLckAAAA>>

Tieteen termipankki. <<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Termipankki:Etusivu>>

Consulté le 25/01/2022.

ANNEXE

ANNEXE 1

Les épisodes d'Emily in Paris que nous avons utilisés dans ce mémoire de licence. Les descriptions des épisodes viennent de Netflix.

Saison 1, épisode 1 « Emily à Paris »

Plein d'idées novatrices et débordante d'une énergie très américaine, Emily débarque dans son nouveau bureau parisien. Mais, malheur, elle ne parle pas français !

Saison 1, épisode 3 « Sexy ou sexiste »

Emily exprime ses réserves face à une nouvelle campagne osée, tout en jonglant avec des problèmes de plomberie, des cours de langue et des collègues désagréables.

Saison 1, épisode 5 « Faux amis »

Emily découvre que sa popularité croissante sur les réseaux sociaux lui ouvre des portes. Gabriel et Emily se retrouvent seuls lors d'une soirée entre amis.

Saison 1, épisode 7 « Une fin à la française »

Après avoir accepté de chaperonner une actrice américaine qui vient présenter un gala, Emily voit sa nuit tourner à la catastrophe... avec une célébrité ingérable !

Saison 1, épisode 8 « Affaires de famille »

Le week-end d'Emily dans le château d'une amie pétillante comme du champagne. À Paris, Mindy revoit à contrecœur de vieilles amies, mais la soirée finit sur une bonne note.