



Institutionen för Kommunikation och Information
Franska

Le comportement stéréotype montré à la télévision en France et en Suède

Sara Blomqvist

C2-Uppsats

Handledare: Jérôme-Frédéric Josserand

Augusti 2007

Table des matières

| | |
|---|-------------------------------------|
| Introduction | 3 |
| Mentalité, une ou des définitions ? | 5 |
| L'école des Annales..... | 7 |
| Ma définition..... | 8 |
| Qu'est-ce qui est montré à l'écran ? | 9 |
| Le tournage..... | 10 |
| Les différentes pratiques des studios..... | 10 |
| Sujets principaux..... | 12 |
| Journal télévisé..... | 13 |
| L'importance du rédacteur en chef, William Leymergie..... | 14 |
| Les stéréotypes français et suédois | 16 |
| La parole..... | 16 |
| La relation à la nation..... | 18 |
| Le rapport à l'heure et la ponctualité..... | 18 |
| Conclusion | 20 |
| Bibliographie | Error! Bookmark not defined. |

Introduction

Ce mémoire traite du sujet « la télé le matin » et le texte suivant est une étude sur les télévisions françaises (FR2) et suédoises (SVT1). J'ai choisi ces deux chaînes car elles sont toutes les deux des chaînes publiques. La principale différence est que FR2 est financée aussi bien par la redevance que par la publicité alors que SVT n'a aucune publicité.

L'idée de comparer les programmes de *Télématin* en France et de *Gomorrön Sverige* en Suède sert de base au cadre de ma formation dans laquelle mes sujets principaux ont été le français et le multimédia. Je regarde souvent la télé le matin et j'ai pensé que les différences culturelles des programmes doivent être nombreuses entre la France et la Suède, mais pourquoi et comment? Et est-ce qu'il est vraiment possible d'exprimer des façons de voir typiquement françaises et suédoises? Pour étudier les manières des gens il faut regarder les sociétés plutôt que les nations. Je vais quand même me concentrer sur ces deux pays. L'histoire par rapport aux races a laissé des traces profondes et on a peur que les idées des nazis au milieu du vingtième siècle ne reprennent forme si on parle soit d'un caractère ou d'une culture nationale. Åke Daun¹ soutient qu'il faut utiliser différentes perspectives proche à, par exemple, la recherche de la psychologie et de la science culturelle pour pouvoir définir une culture nationale de tout.

Pour la méthodologie de la recherche j'ai lu des livres de sciences humaines, culture, ethnologie et sociologie pour mieux établir une image générale sur les cultures des pays respectifs. J'ai eu du mal à trouver une littérature française convenant à ce sujet car il est rare que les Français écrivent sur eux-mêmes. Selon Christiane Landner² cela est un résultat de l'individualisme français. Les Français affirment souvent qu'il est impossible de faire une étude générale sur un pays qui a environ soixante millions d'habitants.

J'ai aussi regardé, pendant une semaine, les programmes télévisés du matin de chaque pays. Cela pour essayer de comparer le comportement général de la France et de la Suède. Ensuite j'ai visité la Télévision Suédoise pour faire une étude sur la production de programmes. Depuis cette visite d'étude j'ai une meilleure idée du travail derrière la caméra et cela me donne une meilleure compréhension générale de la télévision.

¹ Åke Daun, 2005, *En stuga på sjätte våningen* (p. 170)

² Christiane Landner, 1991, *Frankrike som arbetsfält, kulturella särdrag och beteenden* (p. 17)

Il faut savoir que mon travail est influencé par les pensées de Pierre Bourdieu³. Ce dernier trouve que la télé comme média est une institution horrible par rapport à ce que le petit écran reproduit sur la société. Il soutient que la façon de faire les émissions aujourd'hui est homogénéisée, banalisée et ne touche la société qu'en surface. C'est-à-dire que les matériaux produits de façon plus profonde sont exclus des grands organismes sur le marché. Selon lui l'importance de la hiérarchie (qui est un résultat de la commercialisation des chaînes) prend trop de place par rapport à ce que devient le contenu des émissions. Le résultat est que ce qui est montré à la télé laisse nos structures mentales intactes pour que nous n'ayons plus besoin de réfléchir. Et le cercle reprend sa forme : les médias influencent la société et la société influence les médias. Je reviendrai sur ces pensées dans ce mémoire.

³ Pierre Bourdieu, 1998, *Om televisionen* (p. 66)

Mentalité, une ou des définitions ?

Pour comprendre la *mentalité* il faut d'abord en définir le terme. Qu'est-ce que cela veut dire et comment est-il utilisé?

Le terme *mentalité* est vraiment compliqué à définir car il touche plusieurs disciplines. Selon les sciences et les savants, il y a des définitions différentes. Pehr Sällström⁴ explique la difficulté de la définition de *mentalité* à propos des disciplines historique, psychologique et sociologique. Effectivement le terme sert de base à la recherche interdisciplinaire et permet aussi aux disciplines de se rapprocher l'une de l'autre. Cela est extraordinaire et a aussi une fonction positive. Il y a des anthropologues et psychologues sociaux qui ne trouvent pas que le terme *mentalité* est nécessaire car il y a d'autres termes qui décrivent suffisamment la représentation sociale⁵. Charles Westin, psychologue social, soutient que la mentalité est liée à la psychologie sociale par le système de la conception, ce qui veut dire «des imaginations, conceptions du monde, pré conceptions, les représentations conscientes et inconscientes». Selon Jens Allwood⁶, linguiste, la définition est la suivante : «une façon durable de penser, un mélange de procès cognitifs et de sentiments et attitudes». Un ethnologue, Åke Daun⁷ pense « qu'une mentalité est un contenu intact, un système de valeurs, d'attitudes et de perspectives qui sont interalliées ». Gérard Mermet n'utilise pas le terme *mentalité* quand il parle de la société comme du résultat des attitudes des individus. Il pense que le mode de vie est « dicté par les attitudes, opinions et valeurs » et qu'on ne peut pas seulement parler des comportements de l'individu qui composent la société ni de l'inconscient collectif car les attitudes, opinions et valeurs sont le résultat de l'appareil social. C'est-à-dire la vie politique, les institutions, les médias et d'autres acteurs de la vie.

Orvar Löfgren⁸ s'oppose au terme *mentalité* car il trouve que le mot est créé pour nommer tout ce qui n'est pas culture, civilisation, image du monde ou idéologie. Löfgren trouve que le mot est une explication pour ce qui est « primitif ou pensée/ façon d'agir prélogique pour décrire le sous-bois ; ce qui forme l'imagination inconsciente et les comportements, la vie affective et des réflexions. » Il soutient que la *mentalité* est ce qui

⁴ Pehr Sällström, *Mentaliteter* 1986 (p. 13)

⁵ Charles Westin, *Mentaliteter* 1986 (p. 41)

⁶ Jens Allwood, *Mentaliteter* 1986 (p. 120)

⁷ Åke Daun, *En stuga på sjätte våningen*, 2005 (p. 14)

⁸ Orvar Löfgren, *Mentaliter*, 1986 (p. 15)

n'est pas reflété ni articulé dans le comportement des gens. Par exemple il y a des formes culturelles comme les valeurs, les doctrines, les manières de réagir, les habitudes et les traditions. Le problème est d'expliquer comment ces formes se comportent de l'une à l'autre. Comme elles sont toutes représentées par le terme *mentalité* le terme est impossible à définir. Pourtant Löfgren estime difficile de déterminer comment la *mentalité* se produit, se reproduit et change.

Ci-dessous je présente les définitions du terme *mentalité* qu'on peut trouver dans les dictionnaires.

La définition de « l'Encyclopédie Nationale Suédoise » est la suivante:

mentalite't subst. ~en ~er

ORDLED: *ment-al-itet-en*

• själslig inriktning {e**läggning**, s**kaplynne**}

C'est-à-dire que le terme est un mot indiquant une *direction mentale* ou un *état d'esprit*.

Dans le dictionnaire de l'académie suédoise la définition est la suivante :

Mentalitet

sjäsläggning; sinnesförfattning, sinnesart, sinnesriktning; skaplynne

C'est-à-dire *l'état d'esprit*. *Le caractère national* est une traduction vague mais pourrait être une interprétation correcte.

La définition de *mentalité* selon « Le petit Robert 1994 »

1. Ensemble des croyances et habitudes d'esprit qui informent et commandent la pensée d'une collectivité- *idéologie*
2. état d'esprit, dispositions psychologiques ou morales- *psychologie*
« La mentalité est le lien le plus résistant qui rattache l'individu à son groupe »
(G. Bouthoul)

À mon avis la définition du terme *mentalité*, dans les dictionnaires suédois et français, est toujours très vague et est aussi proche des termes culture et idéologie. Je veux, pour

mieux comprendre les disciplines que le terme touche, également donner des définitions dans les disciplines actuelles⁹.

Anthropologie sociale- läran om människans natur som art el. gruppvarelse: socialantropologi
(*la science de la nature humaine, au niveau individuel ou collectif*)

Ethnologie- vetenskapen om europeisk folkkultur i alla dess yttringar materiella, sociala och andliga
(*science de la culture d'une nation au sens matériel, social et spirituel*)

Culture- form i vilken (viss) större grupp människor ordnar sin försörjning och organiserar gemensamma angelägenheter på samhällelig nivå
(*une forme dans laquelle un groupe d'êtres humains organise au niveau collectif sa subsistance et sa façon de vivre*)

Le sociologue Geert Hofstede¹⁰ utilise l'expression « programme mental » quand il parle des modèles de pensées, de sentiments, de façons d'agir etc. Mais il explique aussi que les anthropologues sociaux utilisent le mot « culture » de la même manière. Pour les règles de comportement il mentionne valeurs et normes. Parmi les termes qu'il utilise il n'exprime jamais le terme *mentalité*.

L'école des Annales

Par rapport à l'histoire de la mentalité « L'école des Annales » en France a eu une influence importante sur les savants dans la société. Au début, dans les années vingt on parlait de l'histoire psychologique mais aujourd'hui on parle plus de l'histoire de la mentalité en relation avec la recherche sur la culture, l'anthropologie et l'ethnologie¹¹.

Les principes de l'histoire de la mentalité qui viennent de cette école sont la mentalité et les structures socioéconomiques et géographiques. Il y a des savants qui critiquent cette thèse par rapport à sa méthodologie mais il y en a aussi qui l'adorent pour sa dimension interdisciplinaire¹². Je ne vais pas tenir compte de ces pensées dans ce mémoire mais je trouve que cela vaut la peine de mentionner l'importance de l'école des Annales. Selon toutes ces définitions il est clair que l'image de la *mentalité* est toujours quelque chose

⁹ Le site web de l'encyclopédie nationale suédoise

¹⁰ Geert Hofstede 2005, *Organisationer och kulturer*

¹¹ http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=254524&i_word=mentalitet

¹² Peter Burke, *Annalesskolan, en introduktion*

qui est inconstant. Le terme est un mot généralisé pour expliquer la conduite d'un groupe d'individus, une façon de penser dans une certaine situation quand le comportement change à propos de tel groupe et de telle situation étudiés.

Ma définition

Comme le mot *mentalité* est vague je vais écrire ce mémoire sur des représentations sociales généralisées, et je vais tout simplement utiliser ce mot dans le sens de « comportement d'un groupe », et dans ce cas les groupes sont les nations France et Suède et leurs institutions respectives sont les émissions du matin. Et je fais cela en étant consciente qu'il est difficile de comparer des nations en pensant que les manières de se conduire sont identifiées dans les sociétés et que cela ne rend pas compte des frontières nationales.

Dans mon étude je vais me concentrer sur les aspects suédois et français de la relation de la parole, de la nation et de la ponctualité.

Qu'est-ce qui est montré à l'écran ?

Il est évident que la télé affecte notre culture. Souvent la télé est critiquée pour tout ce qui n'est pas apprécié dans notre société contemporaine¹³. Aujourd'hui tout le monde (au moins 95%¹⁴) a une télé à la maison, il est clair que la télévision a une influence importante sur notre vie quotidienne. Mais, dans ce cas, il faut se demander ce qui est montré à la télévision par rapport à la *mentalité*. Je me demande alors si la *mentalité* est montrée, est-ce que cette manière de se conduire peut être représentative de l'homme de la rue quand tout ce qu'on voit à l'écran est réinterprété et/ ou censuré?

Dans les journaux télévisés il est clair qu'il y a une reconstruction. En effet, les journalistes présentent les images de ce qui est écrit dans les journaux ou de ce qui est dit à la radio. Alors, ce qu'on voit à la télé est-ce qui est choisi comme une nouvelle importante par un journaliste qui doit faire une émission intéressante pour les téléspectateurs et il importe peu qu'il y ait un échange intellectuel ou pas. Bourdieu¹⁵ veut dire que cette manière de créer des programmes sert de base au flot homogène des actualités. Aussi bien en France qu'en Suède la création des émissions est dépendante des chiffres des téléspectateurs. L'institution « *audimat* »¹⁶ en France compte chaque petit changement de comportement de l'audience à chaque instant. Les chiffres suédois font la base de plusieurs enquêtes publiques après le moment de l'émission. Cela fait que la télévision en France est encore plus homogénéisée par rapport aux hiérarchies¹⁷, c'est-à-dire par rapport à celui qui décide ce qu'on va montrer à la télé. L'opinion de la masse? Non, l'interprétation des chiffres par rapport aux concurrents. Finalement c'est le choix du directeur de la chaîne. Et même si le groupe de journalistes est hétérogène avec des extrémistes et des omniscients, la sous-pression de *l'audimat* (et à la fin de leur directeur) le rend homogène. Par rapport au commerce et à la concurrence entre les chaînes pour l'audience, les programmes doivent être amusants et divertir le téléspectateur tout le temps, surtout à FR2 qui est aussi bien soutenue par la redevance que par la publicité.

¹³ Mikael Timm, 1989, *Trollspegel* (p. 12)

¹⁴ Gérard Mermet, 1999, *Francoscopie* (p. 360)

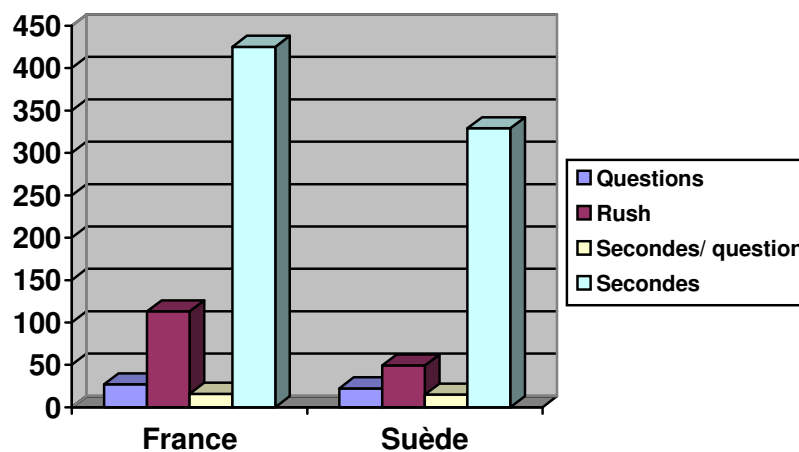
¹⁵ Pierre Bourdieu, *Om televisionen* (p. 41)

¹⁶ Audimètre automatique, une institution pour mesurer les chiffres des téléspectateurs et des auditeurs

¹⁷ Pierre Bourdieu, *Om televisionen* (p. 41)

Le tournage

Bourdieu parle de la télé comme d'un média accéléré¹⁸. Quand j'ai regardé « *Télématin* » j'ai trouvé que la manière de filmer était très différente de celle de « *Gomorrøn Sverige* ». Pour comparer la manière de filmer j'ai choisi une situation semblable entre les deux chaînes, une discussion sur Ségolène Royal qui venait de gagner l'investiture pour représenter le Parti Socialiste aux élections présidentielles. Sur FR2 le porte-parole de Royal a été interviewé pendant environ sept minutes. À la télé suédoise il y avait un expert en science politique d'un grand journal suédois qui a été interviewé pendant cinq minutes et demie. À « *Télématin* » on a changé la prise de vue toutes les 3,8 secondes et à « *Gomorrøn Sverige* » toutes les 6,7 secondes. C'est-à-dire qu'en Suède les rushes¹⁹ ou les prises de vues des caméras sont changés moitié moins souvent qu'en France.



Les différentes pratiques des studios

La différence la plus évidente est la manière de filmer dans les studios. À « *Télématin* » on a plusieurs caméras et cela donne beaucoup de rushes. Les journaux télévisés sont filmés avec une caméra dans les deux pays et à l'exception des couleurs ils sont très semblables à l'écran. Le milieu de « *Télématin* » sur FR2 est lumineux, pour la plupart coloré en blanc et l'intérieur est meublé de façon moderne. Trois stations différentes sont

¹⁸ Pierre Bourdieu, *Om televisionen*

¹⁹ Les coupes entre les vues différentes

disponibles pour le présentateur et ses invités, ce sont des tables et des chaises. Ils se déplacent entre les lieux quand ils changent de sujet. Le rédacteur du studio est toujours William Leymergie et il est là depuis un peu plus de vingt ans.

Le studio de « *Gomorrøn Sverige* » est décoré en couleurs chaudes et il y a deux stations différentes. L'une où trois canapés sont placés, ce qui donne une image très familiale, l'autre étant une table-bar derrière laquelle se trouve un grand écran pour montrer les reportages ou pour donner des images qui améliorent la présentation de ce qu'on dit.

Les invités sont parfois des experts en différents domaines, mais de temps à autre des hommes de la rue se retrouvent aussi sur le canapé. Les rédacteurs du matin sont des journalistes de la rédaction de *Gomorrøn Sverige*, mais les plus fréquents sont deux femmes, Marianne Rundström et Lotta Bouvin.

Le ton des émissions

À « *Gomorrøn Sverige* » le ton est très sérieux. Cela peut être un résultat du regard de la télé comme média. Selon Bourdieu et aussi Mikael Timm²⁰, la télé en France n'a jamais été un média fort aux yeux du peuple par rapport à l'histoire de la télévision politisée (même si les Français regardent souvent la télé). Au contraire la télé en Suède est un média respectueux. La production de « *Télématin* » n'a pas l'air de se prendre autant au sérieux que la rédaction suédoise. Ce qui est montré à la télé suédoise est qu'on a une barrière beaucoup plus large entre devant et derrière la caméra qu'à la télé française. À « *Télématin* », ils filment toujours l'invité quand il est derrière la caméra, avant qu'il ne soit assis à l'endroit où l'interview prend place. Dès que l'invité est entré dans le studio, la caméra le suit. Et l'effet qu'on met pour améliorer l'ambiance est que tout ce qui se montre à l'écran devient noir/ blanc et cela est complété par une musique rythmique et entraînante.

À « *Gomorrøn Sverige* », l'invité est toujours déjà en place à l'endroit où on le filme. Cela veut dire qu'on ne voit presque jamais en dehors de la caméra. S'il y a un problème de microphone, on filme ailleurs quand l'assistant aide l'invité à l'installer correctement. Et il est rare que les caméramans soient montrés à l'écran. À « *Télématin* », tous les gens

²⁰ Mikael Timm, *Trollspegel* (p. 78-79)

autour de la production prennent place à l'écran de temps en temps, qu'il s'agisse du rédacteur en chef ou de l'assistant du technicien.

Sujets principaux

Mikael Timm²¹ mentionne la télé comme un secteur important de la culture. En particulier il remarque le fait qu'on montre aussi bien la culture (l'art, la musique et le théâtre) que l'économie ou la politique dans le journal télévisé. Timm veut dire que le climat culturel du pays est reflété par la télé. À la télé suédoise, il y a parfois des nouvelles qui concernent la culture mais le plus souvent les actualités culturelles sont montrées dans un programme séparé²². Le problème, je trouve, est que par cette façon de faire, la culture est aussi séparée de notre vie quotidienne. Daun soutient que les différentes vues sur la culture générale sont précisément ce qui est enrichissant. Il explique que les Français trouvent que la culture est la connaissance de la littérature, de l'art et de la musique. Pourtant, les Suédois trouvent qu'une bonne qualité de culture générale est de terminer l'école de base et aussi de lire les journaux. En regardant les émissions du matin des deux pays, je trouve qu'elles sont assez similaires. Mais, il est clair que « *Télématin* » montre beaucoup plus de reportages sur ce qui concerne la culture de la société. De même, les deux programmes ont des plateaux qui sont au studio pour exprimer leur avis mais la différence est qu'à « *Gomorrön Sverige* » ils parlent de choses s'étant récemment passées. À « *Télématin* », ils montrent les reportages d'abord et cela est suivi par une courte discussion.

Le programme quotidien « *Télématin* » se déroule entre 6h30 et 8h45 sur FR2 avec l'incontournable William Leymergie qui en est le rédacteur depuis vingt ans. Les invités sont des experts qui ont préparé de petits collages sur certaines actualités ou domaines intéressants. En général les rubriques suivantes sont celles qui constituent le squelette de l'émission. Emploi, vidéorama, mémoire, cinéma, santé, conso, web, mots, Europe, auto, échos, musique, jardin, mémoire, et gastronomie.

²¹ Mikael Timm, 1989, *Trollspegel* (p. 50)

²² Nöjesnytt par exemple

« *Gomorrön Sverige* » n'a qu'un seul rédacteur en chef, et environ quatre personnes sont disponibles²³ pour diriger les téléspectateurs entre les journaux, les conversations et l'amusement. Le programme commence déjà à 6h du matin et dure jusqu'à 9h30. Les rubriques principales sont le sport, les commentaires sur les actualités nationales, le jardinage, les livres, la santé, les jeux, le cinéma, et le temps-libre.

Une chose importante est que « *Gomorrön Sverige* » rediffuse les meilleurs reportages du jour pour remplir le temps. À « *Télématin* », on répète volontiers un reportage mais on a souvent un invité qui le présente et alors si on a une rediffusion du reportage, l'invité la représente.

Journal télévisé

Les journaux le matin reviennent chaque demi-heure dans les deux pays et dure pendant, en moyenne, treize minutes en France et huit minutes en Suède. Landner²⁴ décrit que les actualités le soir souvent sont présentées de façon légère à la télé française, mais je ne trouve pas que cela correspond aux journaux télévisés le matin. Le présentateur/présentatrice est souvent très concentré dans les tâches qu'il présente et les deux chaînes étudiées donnent un choix de nouvelles aussi bien nationales qu'internationales. Cette présentation est valable pour les deux émissions. La différence est que la météo est présentée avant le journal à « *Télématin* » et après le journal à « *Gomorrön Sverige* ». Je suis d'accord avec Landner qui soutient que la présentation de la météo sur FR2 souvent est présentée de façon inventive et amusante.

En Suède, on donne aussi les actualités économiques après le journal et la météo une fois par heure. Les actualités économiques ne sont pas présentées séparément sur FR2. Cela correspond à ce que Timm²⁵ dit sur la télé française, que la culture, la politique et l'économie prennent autant de place à la télé en France.

Qu'est-ce que les images des journaux communiquent ? Une différence importante est la fréquence des actualités internationales. J'avais, avant d'écrire ce mémoire, l'impression que les journaux télévisés en Suède montraient souvent beaucoup plus d'actualités internationales que nationales. Et quand je regardais « *Télématin* » j'avais l'impression de

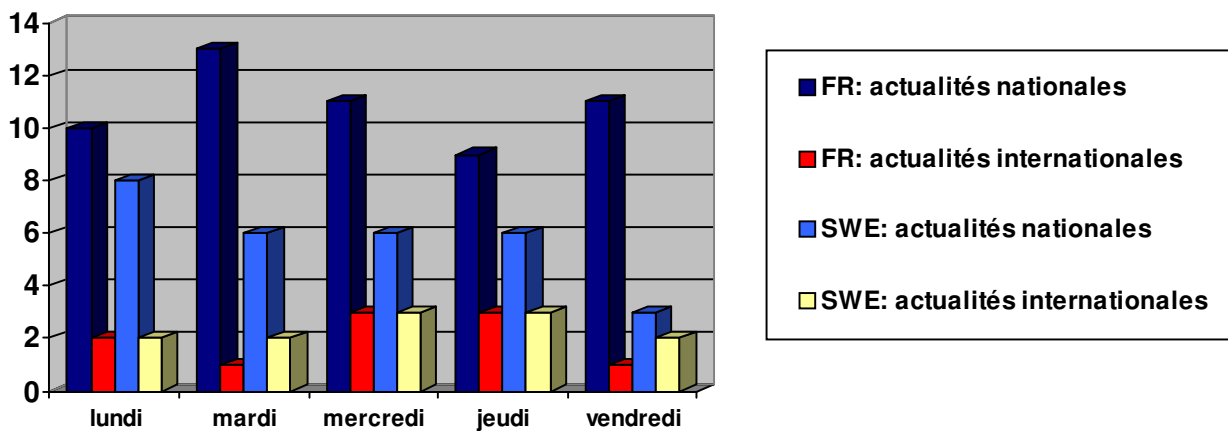
²³ Pourtant il y a un rédacteur par jour même s'ils changent pendant la semaine.

²⁴ Christiane Landner, 1991, *Frankrike som arbetsfält, kulturella särdrag och beteenden* (p. 98)

²⁵ Mikael Timm, 1989, *Trollspegel* (p. 78)

ne presque pas du tout voir les actualités de l'étranger. Une petite étude des images des journaux à sept heures pendant la semaine 46, 2006, montre le résultat suivant.

Le pourcentage est en moyenne de 84,4% pour les actualités nationales et de 15,6% pour les internationales dans les journaux télévisés sur FR2 à sept heures du matin. Pour la Suède les chiffres sont de 69,8% pour les actualités nationales et de 30,2% pour les actualités internationales en moyenne. Ces chiffres montrent que les actualités internationales ont deux fois plus de temps d'antenne en Suède qu'en France.



L'importance du rédacteur en chef, William Leymergie

Le rédacteur en chef de « *Télématin* » sur FR2 s'appelle William Leymergie et il a cette fonction depuis les années quatre-vingt. En 2005 il a fêté ses vingt ans sur la chaîne. Céline Boidin de FR2 l'a interviewé sur sa longévité dans l'émission. Il remarque qu'il est content de son temps sur France2 mais qu'il manque toujours de téléspectateurs. À son avis les Français aiment surtout écouter la radio le matin et il trouve aussi que les chiffres de l'audimat dépendent des traditions familiales. Souvent, les Français ne comptent pas le petit déjeuner comme un vrai repas, c'est-à-dire qu'ils ne prennent pas le temps de le partager en famille. Et en général, ils n'ont pas de télé dans la cuisine ni dans la salle de bain, alors la télé reste derrière la radio comme moyen d'information le matin. Par un questionnaire que j'ai posé à des amis français, je vois que Leymergie a raison, 5 sur 8 ne regardent même pas la télé le matin et dans le rare cas où il y a un spectateur potentiel, son choix tombe sur Canal+ dans 1 cas sur 4.

Leymergie remarque aussi l'importance de conserver la modernité, mais de ne pas être en décalage avec son temps. « *Télématin* doit se situer dans l'air du temps, tant au niveau du ton et de l'image que du commentaire » en réponse à la question de ce qu'il a exprimé dans Libération : « savoir changer de petits détails, sans tout bouleverser, être contemporain mais pas avant-garde ». En outre il répond que le ton de « *Télématin* » doit être souriant tout le temps.

Les stéréotypes français et suédois

Un stéréotype est le fait d'une personne qui porte le comportement d'un groupe qui deviendra schématique aux yeux des interpréteurs²⁶. Cela est une façon pour les étrangers de se créer facilement une opinion sur une personne qui vient d'une culture pour eux inconnue. L'opinion est sûrement créée sur la base des propres valeurs et idées préconçues selon l'ordre de son modèle culturel de l'origine de la personne. Voici une présentation des trois aspects différents qui donnent la possibilité d'une comparaison stéréotypique de la France, des Français, de la Suède et des Suédois. Ce sont la parole, la relation à la nation et la ponctualité.

La parole

La relation à la parole est différente en Suède et en France. Si les étrangers trouvent les Français vivants ils trouvent les Suédois taciturnes.

Les Français eux-mêmes se considèrent intelligents²⁷. Boll-Johansen soutient que cela est un résultat de la clarté de la pensée et de la langue. Selon les Français²⁸, le français est une langue universelle. Dans l'histoire, le français comme langue a été parlée autour du monde mais surtout en Europe. L'histoire de la rhétorique est une des explications de ce phénomène. Hans Boll-Johansen décrit la langue comme très positive et soutient aussi que les Français savent argumenter. Il explique que les Français sont occupés par une présentation séduisante pour que l'auditeur soit séduit par cet art²⁹ de parler. Le mot en soi n'est pas aussi important, chaque syllabe n'a pas besoin de constituer toute la vérité³⁰. Selon les Suédois, les Français ont dans de nombreux cas trop de tempérament. La façon de parler et les expressions corporelles peuvent être considérées comme menaçantes par rapport aux comportements des Suédois.

Au contraire, le Suédois est très calme lorsqu'il parle. Tout ce qu'est dit est très proche de la vérité. Landner mentionne que le Suédois calcule toujours scrupuleusement ce qu'il va dire et qu'il suppose que les auditeurs sont attentifs. Le mot « *kallprat* » en suédois veut

²⁶ Christine Landner, 1991 (p.17)

²⁷ Hans Boll-Johansen, 1992, *De Franske, fransk identitet, myte og virkelighed* (p. 50)

²⁸ (p. 54)

²⁹ (p. 61)

³⁰ Christine Landner, 1991 (p. 94)

dire qu'on ne parle de rien en particulier et seulement pour avoir quelque chose à dire. Cette façon de se conduire est considérée inutile, « N'avez vous rien à dire ? Restez silencieux. » Selon Annick Sjögren³¹, la langue française n'a même pas un mot pour un sens équivalent. Sjögren soutient qu'en France il y a une tradition de parler pour rien, qui fait partie de l'amusement.

Dès l'enfance, les Suédois sont élevés à être silencieux et gentils et les adolescents apprennent à ne pas interrompre. Aussi il n'est pas apprécié de parler bruyamment. Sjögren explique que les enfants en France sont rarement réduits au silence. S'ils dérangent les adultes, ils sont exhortés à continuer de parler dans une autre pièce.

Appliqué aux émissions, je trouve ces aspects de comportement faciles à trouver. Ce qui est difficile à comparer est le fait qu'à « *Télématin* » il n'y a pas de gens de la rue dans le studio comme à « *Gomorrön Sverige* ». Alors les conditions sont différentes. Fréquemment dans les discussions à « *Télématin* », je trouve que les invités parlent beaucoup, à grande vitesse et avec un bon langage. Cela est conséquent par rapport au stéréotype français. À « *Gomorrön Sverige* » par contre, je ne trouve pas que les experts invités (souvent des journalistes ou des gens de l'industrie et du commerce) se conduisent selon le stéréotype suédois. Ils sont assurés et discutent bien avec une certaine hauteur de volume. Pourtant, il faut mentionner que, quand l'homme de la rue est invité, celui qui n'est pas habitué aux caméras et aux journalistes dans le studio, le stéréotype de timidité devient plus clair.

En regardant le résultat de l'analyse de la discussion sur Ségolène Royal³² on voit que la conversation ne diffère pas beaucoup. Sur 7 minutes, le rédacteur à « *Télématin* » pose 27 questions. Cela donne 15,7 secondes par question. À « *Gomorrön Sverige* » le rédacteur pose 22 questions en 5minutes 30. Cela donne 14,8 secondes par question. Alors cette analyse montre bien que la façon de se conduire dans une discussion est semblable pour les chaînes représentées. D'ailleurs je trouve que les conversations en studio en général sont plus actives dans le studio français.

³¹ Voir Åke Daun (p. 24)

³² Voir le tableau page 10

La relation à la nation

Le nationalisme, sentir qu'on fait partie de la nation est une chose significative pour les Français. Landner³³ mentionne que les Français ont du mal à accepter ce qui est étranger. Mon interprétation est que cela peut influencer le choix des actualités. Les journaux télévisés ont tendance à présenter ce qui concerne l'hexagone plutôt que de montrer ce qui se passe ailleurs. Au contraire, l'ethnologue Daun soutient que les Suédois ont un manque de sentiment national. La vieille attitude « prend soin de toi-même et laisse tomber les autres »³⁴ en dit beaucoup. Cela fait longtemps que la Suède n'a pas participé à une guerre. Daun trouve que le fait de s'attrouper renforce le sentiment national, et qu'on est forcé de se rassembler pour combattre d'autres pays. La *mentalité* suédoise peut porter la marque d'un manque de sentiment national des Suédois, même si la société suédoise est très homogène et sert de base à l'égalité entre tous les habitants.

Je veux dire qu'il y a là des images stéréotypes qui fortifient les pensées. Dans une étude des journaux télévisés, il est évident que les Français montrent beaucoup moins d'actualités internationales que les Suédois. La statistique³⁵ d'étude montre en moyenne que 15% des actualités sur FR2 à 7h du matin sont internationales. Sur SVT les actualités internationales à 7h sont en moyenne de 30%.

Le rapport à l'heure et la ponctualité

Christiane Landner³⁶ soutient que les Français donnent de la valeur à « l'improvisation et la capacité d'adaptation ». Il n'est pas rare que les Suédois considèrent irrespectueux et nonchalant que les Français ne soient pas à l'heure. Et le caractère français le plus fréquemment mentionné par des étrangers en France est l'arrogance³⁷. Åke Daun fait référence à Jean-Phillips-Martinsson³⁸ qui a fait une petite enquête sur les caractères stéréotypes que les Suédois s'appliquent à eux-mêmes. Selon ses observations le sens de l'organisation, la ponctualité et la fiabilité sont été les qualités nommées. Cela convient à

³³ Christiane Landner, (p. 51)

³⁴ "sköt dig själv och skit i andra"

³⁵ Voir l'analyse page 15

³⁶ Christiane Landner, (p. 102)

³⁷ Gérard Mermet (p. 208)

³⁸ Åke Daun, (p. 61)

ce que Daun exprime³⁹ sur les Suédois, affirmant que nous percevons le temps comme quelque chose d'extrêmement important et que la ponctualité est donc un signe de confiance.

Une étude de « *Gomorrön Sverige* » montre que la ponctualité est très bonne. On est à l'heure pour les actualités à chaque demi-heure. À « *Télématin* » l'atmosphère est plus décontractée et les actualités commencent en moyenne avec trois minutes de retard.

L'arrogance est reflétée par le rédacteur en chef, William Leymergie. Il est aussi calme par rapport à l'heure que je l'interprète comme arrogant. Par exemple, sans s'excuser, il peut donner une mauvaise date et il n'est pas très soucieux des minutes qui passent. Un autre exemple de la question de la ponctualité apparaît par exemple le vendredi 17 novembre quand les actualités commencent à 8h40 alors que l'horaire prévoyait 8h45.

³⁹ Åke Daun

Conclusion

J'ai posé plusieurs questions dans ce mémoire.

- Est-ce qu'il est vraiment possible d'exprimer des façons de faire typiquement françaises et suédoises?
- Est-ce que la *mentalité* est montrée, est-ce que cette manière de se conduire peut être représentative de l'homme de la rue quand tout ce qu'on voit à l'écran est modifié et/ ou censuré?

Le résultat de ce mémoire montre bien qu'il est possible de distinguer des traits typiques du comportement des Suédois et des Français. J'ai présumé les déclarations stéréotypiques et j'ai analysé si ces comportements sont fortifiés à la télé et cela est le cas. Mais en général, je ne trouve pas que le comportement des gens à la télé puisse être représentatif du comportement d'une société. Il y a trop d'influences sur la production par rapport à la commercialisation etc. pour que cette image soit juste. À SVT, par exemple, il y a des plateaux constitués d'experts et d'hommes de la rue. Par contre on ne voit jamais des gens de la vie quotidienne à FR2. Qu'est-ce que cela veut dire? Pourquoi FR2 ne montre-t-elle pas l'homme de la rue quand cette institution est publique? Je soutiens que les journalistes montrés à la télévision sont habitués aux caméras et à des questions et réponses rapides. Je trouve que dans ces conditions, le vrai comportement de l'individu français ne peut pas être montré. J'ai décrit mon problème pour trouver du matériel sur les stéréotypes français décrit par des Français eux-mêmes. Dans l'introduction, j'ai présenté cela comme un phénomène individualiste, et précisé que les Français ont du mal à se regarder avec objectivité. Il est en revanche beaucoup plus facile de trouver des livres concernant la francophonie et la langue française. Il y a beaucoup de textes d'écrivains étrangers qui décrivent les traits généraux des Français, mais peu d'écrivains français qui décrivent eux-mêmes. Åke Daun⁴⁰ soutient que le regard des étrangers nous aide à nous regarder nous-mêmes et notre comportement. Une société hétérogène comme la France ne devrait pas avoir de mal à se regarder.

⁴⁰ Åke Daun

Au contraire la recherche sur les Suédois et le comportement typiquement suédois est un sujet fréquemment traité par des chercheurs suédois et il est facile de trouver des œuvres qui traitent de ce sujet.

L'image de la télé et de la radio suédoise est très sérieuse. Je trouve que le silence suédois est un sujet intéressant à traiter car notre comportement est pour moi incompréhensible. Je n'arrive pas à comprendre pourquoi nous avons besoin de nous taire. Au contraire, les journalistes à la télé ne montrent pas ce côté suédois et pour cela je ne trouve pas que la télé correspond à la réalité.

Daun parle des Français comme des personnes à la réplique rapide, qui n'ont pas besoin de temps pour répondre. Le Français participe bien aux discussions et n'a pas peur d'interrompre les autres orateurs. Pourtant, il était divertissant de voir que la discussion sur Ségolène Royal a donné un égal résultat en Suède et en France, et montré qu'effectivement nous parlons autant. Notons bien que dans cette situation, les deux côtés montraient des personnes habituées aux caméras et à des situations d'interviews. Comme plusieurs chercheurs le soutiennent, nous ne pouvons pas créer des catégories mentales sur les frontières, et toutes les catégories existent dans notre société quelle qu'elle soit, qu'il s'agisse de la France, de la Suède, des pays de l'ouest ou de l'Europe. Le monde devient encore plus petit.

Je suis toujours étonnée que les Suédois ne se sentent pas partisans de leur pays. La Suède et la France sont deux sociétés individualistes, mais en France les habitants paraissent sentir beaucoup plus d'adhérence à la nation qu'en Suède. Mais qu'est-ce qui rassemble la nation ? Je trouve que l'histoire des pays est ce qui la tient rassemblée. Au contraire de la France, la Suède a vécu en paix pendant deux cent ans, et nous n'avons donc pas eu besoin de collaborer ou de nous rassembler.

Il est clair que ce sujet traite quelque chose de très intéressant et en même temps il y a un manque de recherche. Je trouve qu'une étude plus profonde sur les comportements nous aiderait à nous comprendre les uns les autres. Cela devrait spécialement servir aux compagnies internationales qui collaborent au-delà des frontières.

Bibliographie

Pierre Bourdieu, 1996 (övers. 1998), *Om televisionen: följd av journalistikens herravälde*

Peter Burke, 1992, *Annalesskolan, en introduktion*, Göteborg : Daidalos

Hans Boll-Johansen, 1992, *De franske, fransk identitet myte og virkelighed*, Copenhagen :
Gyldendal

Åke Daun, 2005, *En stuga på sjätte våningen- svensk mentalitet i en mångkulturell värld*

Geert Hofstede, 2005, *Organisationer och kulturer*, Lund : Studentlitteratur

Christiane Landner, 1991, *Frankrike som arbetsfält- kulturella särdrag*, Sthlm : SvD

Gérard Mermet, 1999, *Francoscopie*, Paris, Larousse

Pehr Sällström, 1986, *Mentaliteter" : funderingar kring begreppet mentalitet och
möjligheten av en forskning om mentalitet framförda vid en konferens i Åbo 6-7
juni 1985*, Åbo : Akad

Mikael Timm, 1989, *Trollspegel: Om makt, magi och myter i televisionenl*, Sthlm :
Carlsson

Per-Johan Ödman, 1995 (tredje upplagan 2006), *Kontrasternas spel, En svensk
mentalitets- och pedagogikhistoria*, Stockholm : Norstedts akademiska förlag

Dictionnaires

Le Petit Robert 1994

Svenska Akademin's ordlista

Site d'internet

<http://g3.spraakdata.gu.se/saob/>

http://www.ne.se/jsp/search/article.jsp?i_art_id=O243196&i_word=mentalitet