

Figure de la mère célibataire dans un programme de télé-réalité : une réassignation de genre sous conditions

Laetitia Biscarrat

► **To cite this version:**

Laetitia Biscarrat. Figure de la mère célibataire dans un programme de télé-réalité : une réassignation de genre sous conditions. L'assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, défigements, 2014. halshs-02015485

HAL Id: halshs-02015485

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02015485>

Submitted on 26 Mar 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**Figure de la mère célibataire dans un programme de télé-réalité :
une réassignation de genre sous conditions**

Laetitia Biscarrat

Dans le champ des études médiatiques et sociologiques, nombreux sont les travaux qui analysent la représentation et la place des femmes dans les médias. S'il s'inscrit dans cet héritage, cet article propose un renouvellement de l'objet d'études, tant par le sujet étudié que par la théorie qu'il mobilise, à l'intersection entre les Sciences de l'Information et de la Communication et les études de genre. Certes, les études de genre ne sont pas, au contraire des Sciences de l'Information et de la Communication, une (inter)discipline enseignée dans des départements spécifiques de l'Université française. Néanmoins, leurs « convergences 'ontologiques'¹ » rendent leur rencontre féconde mais aussi nécessaire, « tant l'information comme la communication sont structurées par le genre² ».

Cette recherche part du présupposé que les représentations télévisuelles sont un poste d'observation privilégié des normes de genre, le genre étant entendu comme principe organisateur de l'asymétrie des rapports sociaux de sexe. Nous considérons, à la suite de Teresa de Lauretis, que le média télévisuel est une « technologie de genre³ ». La télévision est à la fois constituée et constitutive des représentations de genre, c'est-à-dire que ses contenus sont à la fois produits par le genre et contribuent à sa reproduction sur un mode itératif. Aussi, en analysant les représentations télévisuelles, on peut accéder au travail de naturalisation des normes de genre.

Nous nous intéressons ici à une figure qui bénéficie d'une visibilité sociale et médiatique émergente, la mère-célibataire. Désigner ce personnage télévisuel comme une « figure » souligne les rapports complexes qu'il entretient avec l'image et la représentation. A propos du travail pictural de Francis Bacon, Gilles Deleuze souligne que l'artiste cherche à inscrire la Figure au sein d'un espace (un rond, un cube) qui est un « champ exploratoire⁴ ». La Figure n'est pas autonome mais inscrite dans un contexte. Cette démarche vise à « arracher la Figure au figuratif.⁵ » La Figure n'a pas de fonction documentaire et figurative, c'est-à-dire qu'elle n'est pas une copie d'une réalité extérieure, tout comme les contenus de la télévision ne sont pas l'image de la réalité. Deleuze rappelle que la Figure demeure néanmoins représentative de quelque chose. Elle n'est pas un en-soi. Cette ambiguïté témoigne du rapport complexe de la Figure au figuratif, à l'image : « la pure présence de la Figure est bien la restitution d'une représentation, la recreation d'une figuration⁶ ». La figure télévisuelle de la mère-célibataire n'est donc ni un reflet d'une réalité extérieure, ni une construction médiacentrée sans lien avec son environnement sociohistorique. Il « s'est produit un saut sur place, une déformation

¹ COULOMB-GULLY M., « Les sciences de l'information et de la communication : une discipline *Gender Blind* », *Questions de communication*, n°15, 2009, p.143.

² *Ibid.*, p.130.

³ LAURETIS de T., *Théorie queer et culture populaire. De Foucault à Cronenberg*, Paris, La Dispute, 2007.

⁴ DELEUZE G., *Francis Bacon. Logique de la sensation*, Paris, Seuil, 2002, p.11.

⁵ *Ibid.*, p.17.

⁶ *Ibid.*, p.92.

sur place, le surgissement sur place de la Figure⁷ ». Analyser la figure de la mère-célibataire permet dès lors d'accéder au travail situé de production de sens par la technologie de genre télévisuelle.

La mère-célibataire est une figure féminine par excellence, la maternité étant traditionnellement le corollaire voire la condition de la féminité. C'est d'ailleurs ce qui la définit en premier dans la locution « mère célibataire ». Le choix de cette terminologie souligne que cette femme est d'abord mère et ensuite célibataire. En outre, sa mise en visibilité médiatique s'inscrit dans un contexte de recentrement sur la maternité dans le débat public. Le soin des très jeunes enfants (allaitement, couches lavables...) tend aujourd'hui à prendre la forme d'injonctions maternalistes qui vont à l'encontre de la liberté de choix⁸. Le décryptage de sa médiatisation télévisuelle permet d'interroger les normes de genre qui organisent la monstration de cette figure féminine. D'un côté, elle correspond aux attendus du genre puisqu'elle s'épanouit et se définit par son rôle maternel. De l'autre, elle déborde l'association traditionnelle de la maternité au couple parental homme-femme, dans un contexte de remise en cause de ce dernier, notamment par les partisans du droit à l'adoption pour les homosexuel.les. Quelles sont alors les assignations de genre à l'œuvre pour ces mères de famille célibataires dans un programme télévisuel de rencontre amoureuse ? Pour y répondre, nous soulignons dans un premier temps les caractéristiques télévisuelles des mères célibataires en tant que catégorie sociale. Ensuite, nous montrons comment le programme étudié procède d'une orthopédie télévisuelle du genre qui vise à réassigner ces femmes à des normes de genre hégémoniques.

Le corpus se compose des 8 épisodes de la deuxième saison du programme de télé-réalité, *Maman cherche l'amour*. La totalité de la saison a été prise en compte afin d'appréhender l'intégralité du récit médiatique de la rencontre amoureuse et de son évolution. Cette émission, diffusée du 12 octobre au 16 novembre 2009 sur la chaîne privée généraliste M6 met en scène quatre mères de famille hétérosexuelles à la recherche d'un conjoint. Elle s'inscrit dans la lignée des émissions de rencontre amoureuse. Les épisodes durent 90 minutes environ. L'audience lors de la diffusion en soirée est allée croissante, de 2,3 à 3,5 millions de téléspectateurs⁹, hors rediffusion et télévision de rattrapage. Le genre télévisuel de *Maman cherche l'amour* est celui de la télé-réalité, c'est-à-dire un format « qui se caractérise par la feuilletonisation même du déroulement du jeu, se distingue par l'exposition des tranches de vies des impétrants [...] confrontés à une série d'épreuves¹⁰ ». Le programme peut-être qualifié, à la suite de Dominique Mehl, de télévision de l'intimité et même de « télévision relationnelle¹¹ ». La télévision relationnelle s'inscrit dans le paradigme de la néo-télévision. A la suite d'Umberto Eco, Francesco Casetti et Roger Odin caractérisent la néo-télévision de la manière suivante : « La néo-télévision substitue à la relation hiérarchisée de la paléo-télévision une *relation de proximité* : la vie quotidienne en est le référent premier¹². » Ce

⁷ *Ibid.*, p.92.

⁸ BADINTER É., *Le conflit. La femme et la mère*, Paris, Flammarion, 2010.

⁹ Les chiffres représentent respectivement 8,6% et 20% des parts de marché sur les femmes de moins de 50 ans et les 15-34 ans. Source Médiamétrie. Les données sont reprises par le site de la chaîne M6 (http://www.m6.fr/emission-maman_cherche_l_amour/news-maman_cherche_l_amour/322182record_d_audience_pour_maman_cherche_l_amour.html) et le blog Direct Media (<http://direct-medias.mabulle.com/index.php/2009/10/13/190061-13h39-chiffres-d-audiences-12-10-09>), consultés le 02/05/2013.

¹⁰ SOULAGES J.C., *Les rhétoriques télévisuelles. Le formatage du regard*, Bruxelles, De Boeck, 2007, p.101.

¹¹ MEHL D., « La télévision relationnelle », *Cahiers internationaux de sociologie*, 2002, n°112, p.63-95.

¹² CASSETTI F. & ODIN R., « De la paléo- à la néo-télévision », *Communications*, n°51, 1990, p.13.

changement de paradigme a fait basculer la télévision d'un rapport pédagogique, structuré autour d'un présentateur porte-parole de l'institution, à une focalisation sur le spectateur, « dans sa double identité de téléspectateur qui se trouve devant son poste et d'invité qui se trouve sur le plateau de l'émission (notre tenant-lieu dans l'espace télévisuel)¹³. »

Le contrat de communication de la néo-télévision et *a fortiori* de la télévision relationnelle est basé sur l'intégration du public au programme et la mise en scène de la dimension relationnelle de la vie quotidienne. A ce titre, *Maman cherche l'amour* s'inscrit pleinement dans la ligne éditoriale de M6, qui depuis 2001 (date de diffusion du premier *Loft Story*) a recours à la télé-réalité pour capter les audiences. Nous lui attribuons les mêmes caractéristiques que celles identifiées par Dominique Mehl à propos de *Loft Story* : la frontière entre réalité et fiction est brouillée et le programme traite de la vie des gens ordinaires en mettant en exergue la dimension relationnelle. Enfin, la télévision est un acteur social. Dans *Loft Story* elle est un agent de promotion professionnelle et dans *Maman cherche l'amour* elle propose de former des couples¹⁴. Néanmoins, *Maman cherche l'amour* se distingue de la télé-réalité des premières années par l'absence de monstration de corps érotisés et/ou sexualisés. Cette absence nous renseigne sur les cibles d'audience du programme, qui, selon la rhétorique de la chaîne, est un « magazine de vie » destiné au « divertissement familial ». Destiné aux jeunes tout autant qu'aux mères de famille, ce programme a une cible d'audience large. Cette visée marketing nous a semblé propice à l'analyse des assignations de genre hégémoniques. En outre, « [l]a vie relationnelle constitue le fil directeur du programme¹⁵. » La vie quotidienne des mères n'est pas anodine : elle est passée au crible médiatique d'une grille de lecture émotionnelle qui articule banalité de la vie quotidienne et rapports affectifs des mères avec leurs prétendants mais aussi leurs enfants. Cette monstration favorise la captation des audiences au travers du « pacte compassionnel » et du « pacte introspectif¹⁶ ». La présence de « gens ordinaires » au sein du programme brouille la distinction entre la production et les audiences, de même que celle entre vie privée et vie publique.

La méthode d'analyse est basée sur une double grille de lecture qualitative. D'une part, il s'agit de mettre en exergue les différents régimes de monstration télévisuelle, de l'autre nous étudions les rôles des personnages et les rapports qu'ils entretiennent. L'analyse des régimes de monstration télévisuelle s'inspire des travaux sur les processus d'ethnoracialisation et de stigmatisation de l'Islam menés par Éric Macé et Nacira Guénif-Souilamas. Trois régimes de monstration peuvent être identifiés : le stéréotype, le contre-stéréotype (une monstration inversée qui est souvent un néo-stéréotype) et l'anti-stéréotype. Ce dernier « constitue les stéréotypes comme la matière même de sa réflexivité¹⁷. » A partir d'un schéma actantiel paradigmatique, la méthode sémio-narrative du linguiste Greimas a permis d'analyser les rôles féminins de ce récit télévisuel. Comme le titre de l'émission l'indique, il s'agit bien en effet d'un récit médiatique, celui de la quête du prince charmant, qui puise son inspiration « dans les récits les plus simples, parfois les plus simplistes, de nos sociétés, oscillant entre les schémas hérités des fables, des contes et des romans de gare¹⁸. »

¹³ *Ibid.*, p.12.

¹⁴ MEHL D., *op. cit.*, p.68.

¹⁵ *Ibid.*, p.85.

¹⁶ *Ibid.*, p.80-1.

¹⁷ MACE É., « Des 'minorités visibles' aux néo-stéréotypes : les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales », *Journal des anthropologues*, hors-série « Identités nationales d'État », 2007, p.15.

¹⁸ JOST F., *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, 2007, p.162.

1 La mère célibataire : une catégorie sociale émergente à la télévision...

Quatre personnages féminins très différents sont présentés dans le programme. Katia vit en Alsace et élève seule son fils de 10 ans. Elle est hôtesse de l'air. Angie a 33 ans, elle vit en Bourgogne où elle exerce la profession d'aide à domicile. Elle élève seule ses cinq enfants. Sophie vit en Normandie. Elle occupe un emploi de commerciale. Sa petite fille Lila a quatre ans. Marie-Jo vit quant à elle en Provence et travaille dans une surface commerciale. Elle est divorcée depuis cinq ans et élève deux enfants. Ces quatre femmes ont des personnalités et des cadres de vie très différents mais elles présentent une caractéristique commune, leur autonomie.

D'abord, les femmes du corpus sont heureuses, ce qui constitue un contre-stéréotype. En effet, si le célibat peut être synonyme de jeunesse et d'un esprit festif, il est, dans le cas des mères célibataires, davantage associé à des responsabilités marquées du sceau de la solitude. Pourtant, dans l'émission, leur vie parentale et professionnelle leur apporte une grande satisfaction. Elles sont des « mamans comblées », nous explique la voix *off* [Épisode 1, 21:30]. « Marie-Jo, Katia, Sophie et Angie sont quatre mamans célibataires heureuses et épanouies. » [Épisode 3, 21:27] Cette observation est effectuée à la fois par la voix *off* et les locutrices elles-mêmes.

On note également l'absence totale de la figure du père de leurs enfants. Contrairement au schéma du couple divorcé tel qu'il est envisagé dans le cadre du divorce par consentement mutuel (1975), les pères sont absents ou en tout cas invisibles. Cette absence de figure paternelle contredit le schéma de la masculinité fondé sur le devoir et la responsabilité, dans la mesure où le programme laisse entendre et même affirme (au travers des paroles de Katia, Angie et Marie-Jo) que ces hommes absents n'assument pas leurs responsabilités paternelles. Katia regrette ainsi l'absence d'un père pour son fils qu'elle a élevé seule. Lorsque Marie-Jo est sans ses enfants, ils se trouvent chez la voisine et non pas chez leur père, comme le modèle de la garde alternée, produit de la reconnaissance de l'autorité parentale conjointe (1970), le laisserait entendre. La place dans la hiérarchie familiale est en effet, selon Thierry Terret, un des piliers de la masculinité hégémonique, celle-ci devant être entendue comme une catégorie idéaltypique visant à révéler les injonctions de genre assignées aux hommes et par effet relationnel aux femmes : « Dans l'organisation patriarcale, la position au sein de la famille joue un rôle crucial dans la définition de la masculinité hégémonique. Celle-ci est renforcée par tout ce qui peut contribuer, en termes de pouvoir (économique ou symbolique) au maintien du premier rang (c'est-à-dire au-dessus de la femme et des enfants)¹⁹. » En d'autres termes, la masculinité hégémonique ne fait pas référence à une norme statistique mais à la « meilleure » incarnation de la masculinité dans un ensemble social situé. Raewyn W. Connell et James W. Messerschmidt la définissent de la manière suivante :

« La masculinité hégémonique est à distinguer des autres masculinités, spécialement de celles qui lui sont subordonnées. La masculinité hégémonique ne doit pas être comprise comme normale au sens statistique, puisque seulement une minorité d'hommes l'incarne. Mais elle est néanmoins normative. Elle incarne la manière la plus honorable actuellement d'être un homme, elle requiert que tous les autres

¹⁹ TERRET T., « Sport et masculinité : une revue de questions », *Staps*, n°66, Bruxelles, De Boeck, 2004, p.214.

hommes se positionnent par rapport à elle, et elle rend légitime d'un point de vue idéologique la subordination des femmes aux hommes.²⁰ »

Selon Anthony Giddens²¹, les piliers du modèle traditionnel du couple homme-femme, désigné comme l'amour romantique, sont l'inclinaison amoureuse et une répartition hiérarchisée des rôles au sein du couple. Or, la mère célibataire objecte au schéma traditionnel du couple comme noyau de la structure familiale. La capacité des femmes du corpus à gérer l'éducation des enfants, la vie domestique et leur activité professionnelle (elles travaillent toutes les quatre) contredit la traditionnelle répartition hiérarchisée des tâches au sein du foyer. Mère de famille nombreuse, Angie souligne ainsi l'excellente organisation de son foyer : « je pense que pour un homme ça doit pas être évident de rencontrer une femme qui a cinq enfants puisqu'il doit se dire : mais comment on fait, comment on s'organise ? Ohlala, ça doit être la course partout et puis ça va être le chantier. Sauf quand on a mes cinq enfants c'est pas le chantier, c'est génial ! » [Épisode 1, 21:39]

Au travers de ces figures, il n'est pas question d'échec et de dépendance. Le programme et ses locutrices véhiculent un discours qui échappe à nos référentiels classiques : celui du parent isolé et celui du modèle de l'amour romantique. Ce choix marketing n'est pas anodin. Il témoigne de la volonté de captation des audiences. Il marque également un positionnement caractéristique de la télévision relationnelle en tant que « télévision actrice²² » qui participe de la légitimation de groupes sociaux. Les contre-stéréotypes évoqués font dès lors de la mère célibataire une catégorie sociale émergente au sens où, comme l'explique Angela McRobbie, elle « n'est plus simplement une 'divorcée' (c'est-à-dire sans homme), pas plus qu'elle ne se définit comme 'non mariée' (et donc sans défense). Elle est célibataire *et* mère. Ce qui évoque à la fois la compétence, la confiance et une identité dé-stigmatisée²³. » Ces quatre femmes échappent aux stéréotypes qui entourent les femmes seules avec enfants. Elles appartiennent à une catégorie sociale émergente dont on ne peut ignorer le « caractère performatif féministe²⁴ ». La catégorie sociale de la mère célibataire opère une performance de genre contre-hégémonique au travers d'une figure féminine autonomisée. Comme le souligne Judith Butler, « l'injonction à être d'un certain genre produit nécessairement des ratés, une variété de configurations incohérentes qui, par leur multiplicité, excèdent et défient celle-là même qui les fait advenir²⁵. » Parce qu'elles ont différé dans la réalisation des attendus du genre, les mères célibataires produisent un discours contre-hégémonique sur l'organisation patriarcale traditionnelle de la cellule familiale. La prise en charge par le média télévisuel des imaginaires sociaux associés à ce groupe, justement dans un genre télévisuel fondé sur une prétendue *mimesis* du réel, témoigne de la circulation et des différentes réappropriations de ce modèle. Ce sont précisément ces processus de réappropriations, de circulation d'imaginaires et de représentations sociales que nous nous attachons à déconstruire dans cette contribution.

²⁰ CONNELL R.W. & MESSERSCHMIDT J.W., « Hegemonic masculinity : Rethinking the concept », *Gender & Society*, n°6, 2005, p.832. (Nous traduisons)

²¹ GIDDENS A., *La transformation de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 2004.

²² MEHL D., *op. cit.*, p.93.

²³ MCROBBIE A., « Ré-articuler l'empirisme et le déconstructivisme : nouvelles questions pour le féminisme et les *Cultural Studies* », H. GLEVAREC, É. MACE et É. MAIGRET (dir.), *Cultural Studies. Anthologie*, Paris, Armand Colin, 2008, p.329.

²⁴ *Ibid.*, p.329.

²⁵ BUTLER J., *Trouble dans le genre. Pour un féminisme de la subversion*, Paris, La Découverte, 2005, p.271.

La monstration télévisuelle de mères-célibataires en 2009 sur une chaîne généraliste grand public et en *prime-time* est rendue possible par un cadre social et législatif spécifique qui dès les années 1970 a contribué à réorganiser les normes familiales françaises. La reconnaissance des familles monoparentales, c'est-à-dire des « familles dans lesquelles les enfants vivent au quotidien avec un seul parent²⁶ » selon des modalités qui débordent les seuls binômes de la veuve et de l'orphelin et de la fille-mère et l'enfant « bâtard » participe de son inscription dans l'ordre social. La reconnaissance statistique et politique de la famille monoparentale se situe dans un contexte socio-historique marqué par les transformations de la condition des femmes (scolarisation, activité professionnelle, liberté sexuelle) et le déclin de ce que le sociologue Rémi Lenoir définit comme le familialisme, « cette vision du monde social qui faisait de la famille le principe de toutes choses, fût-elle de la chose publique : organisation de la vie politique ('vote familial'), redistribution des richesses ('justice familiale'), morale de la vie publique ('ordre familial'), éthique de la vie privée ('famille conjugale', 'famille nombreuse')²⁷ ». Le concept de familialisme souligne que la famille est un point de vue sur le monde et non pas une donnée naturelle. Il historicise notre perception de la famille. Aujourd'hui, la locution « familles monoparentales » est employée par la Caisse Nationale des Affaires Familiales et dans le cadre des politiques sociales. Elle fait pourtant l'objet de critiques en raison de son caractère homogénéisant. Elle ne reflète pas la diversité des expériences monoparentales : mères célibataires, mères mineures, veufs et veuves, parents divorcés ou séparés, pères seuls, parents homosexuels. En outre, elle ignore la réalité des chiffres. Plus la part des familles monoparentales augmente, plus elle se féminise. La part des mères célibataires ne cesse d'augmenter : « elles représentaient 9% des mères de familles monoparentales en 1968 et en représentent plus de 40 % en 2004²⁸. »

Dans ce contexte, la mise en visibilité de la catégorie des mères célibataires plutôt que des familles monoparentales dans l'espace médiatique nous a semblé significative. Le programme de télé-réalité sur lequel se base notre étude a fait le choix marketing de désigner ces femmes sous cette appellation plutôt que comme parent divorcé, séparé ou isolé. La locution est d'ailleurs employée de manière récurrente par la voix *off* tout au long de la saison. C'est en ce sens qu'elle est une catégorie sociale émergente. D'une part, sa visibilité télévisuelle est rendue possible par un contexte social spécifique. D'autre part, les réalisateurs ont choisi de mettre l'accent sur une catégorie de familles monoparentales spécifique. Enfin, l'usage de l'expression « mère-célibataire » dans un langage ordinaire, celui d'un programme de télévision grand public, témoigne des tensions pour la reconnaissance qui traversent la sphère des médiacultures²⁹. Dans les termes de Rémi Lenoir, « l'usage et la signification des mots indigènes sont des enjeux de luttes circonstanciées³⁰ ». Leur circulation médiatique contribue ainsi à les naturaliser : « Une [...] forme de déshistoricisation est induite par l'utilisation des termes du langage ordinaire³¹. » La mise en visibilité médiatique et discursive de ce groupe social contribue à produire ces mères de famille comme catégorie sociale³² émergente, c'est-à-dire produite comme composante de l'ordre social en tant qu'elle en devient une structure

²⁶ EYDOUX A., LETABLIER M.T. avec la collaboration de GEORGES N., « Les familles monoparentales en France », rapport de recherche, Centre d'études de l'emploi, 2007, p.13.

²⁷ LENOIR R., *Généalogie de la morale familiale*, Paris, Seuil, 2003, p.64.

²⁸ EYDOUX A. *et alii*, *op. cit.*, p.24.

²⁹ On se référera sur ce point à la théorie des médiacultures développée par Éric Maigret et Éric Macé. Voir notamment, MAIGRET É. & MACE É. (dir.), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, 2005.

³⁰ LENOIR R., *op. cit.*, p.30.

³¹ *Ibid.*, p.30.

³² Cette catégorie recouvre une multiplicité d'expériences féminines singulières.

instituant. Une question se pose alors : comment le programme de télé-réalité *Maman cherche l'amour* médiatise-t-il de cette catégorie sociale émergente afin de la rendre intelligible et acceptable pour une audience qu'il projette comme familiale et populaire³³ ?

2 ... dans un conte traditionnel : une orthopédie télévisuelle du genre

La première observation révélée par l'analyse sémio-narrative porte sur la structure narrative du récit. Il s'agit d'un programme de rencontre amoureuse. Elle opère à deux niveaux. D'une part, la trame du programme tisse un canevas au sein duquel évoluent les personnages. Ce canevas est un programme narratif qui permet aux réalisateurs de garder la main mise sur les flottements que pourraient induire les participants. L'intelligibilité du programme est maintenue. Cette structure est basée sur le modèle très traditionnel de la quête du prince charmant. Ce schéma narratif, récurrent dans les programmes de télé-réalité, a d'ailleurs déjà été identifié par François Jost dans son analyse du programme *L'amour en danger*. « La quête de l'amour est à présent un parcours semé d'embûches, qui ne sont pas seulement des empêchements au bonheur, mais des épreuves³⁴. » Le motif de la quête est évoqué de manière récurrente tout au long des épisodes, tant par les personnages que la voix-off : « ces mamans comblées par leurs enfants ont décidé de se mettre en quête du compagnon idéal. » [Épisode 1, 21:30] D'autre part, les quatre personnages féminins déclinent avec leurs prétendants les étapes de cette quête amoureuse. Par exemple, le sport est une épreuve physique que les mères célibataires n'hésitent pas à imposer à leurs prétendants. Sophie organise une partie de football puis un match de beach-volley. Elle en profite pour observer les rapports qui se nouent entre ses prétendants. De la même manière, Marie-Jo convie Phil et Dany à faire du roller [Épisode 4, 23:15] et Angie organise une partie de badminton puis une séance de gymnastique. Au fil de ces épreuves, les candidats masculins sont progressivement éliminés au profit de l'heureux élu.

En outre, l'imaginaire véhiculé par les personnages convie les stéréotypes romantiques de la rencontre amoureuse. Par exemple, Marie-Jo confie à son amie qu'elle rêve d'un « coup de foudre ». « J'aimerais bien que la première impression soit la bonne, tu vois, la première impression qu'elle soit la bonne. » [Épisode 1, 21:44] Quant à Angie, elle souhaite de rencontrer « le prince charmant » : « ça m'est arrivé de croire que le prince charmant ne rentrerait plus dans ma vie. » [Épisode 1, 22:10] Cet imaginaire romantique est renforcé par l'esthétique du programme, qui organise les différents chapitres à grands renforts de cœurs et de la couleur rose. Au sein même du récit, les motifs de la rose et du cœur sont des *leitmotive*. La mère de Katia prépare un pâté en croûte décoré de cœurs [Épisode 1, 21:38] et Angie cuisine avec ses enfants un gâteau en forme de cœur [Épisode 1, 21:38]. Les prétendants leur offrent des roses et leur remettent des lettres d'amour de manière récurrente. Ces items confèrent au récit télévisuel une double dimension narrative et esthétique qui vise à renforcer l'idéologie sous-jacente du conte. C'est donc une structure narrative très traditionnelle, héritée du conte de fée, qui encadre la monstration télévisuelle de ces mères célibataires.

Au niveau formel, la mise en intelligibilité d'une représentation de genre divergente passe par un schéma très traditionnel. A ce titre, le programme est révélateur du fonctionnement des

³³ Il va de soi que l'audience-cible telle que la chaîne l'imagine ne correspond pas avec la diversité sociale qui la compose en pratique.

³⁴ JOST F, *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*, Bruxelles, De Boeck, 2004, p.189.

industries culturelles, en tension entre innovation et conformisme : « La télévision est avant tout une industrie culturelle 'à risques' mue par les tensions entre les rentes supposées du conservatisme et les risques supposés de l'innovation, et, symétriquement, entre les gains espérés de l'innovation et les risques de lassitude du conformisme³⁵. » Le genre télévisuel du programme, c'est-à-dire la télé-réalité, lui confère une image novatrice et attractive qui renouvelle auprès des audiences un concept télévisuel des plus classiques. En effet, l'émission de rencontre amoureuse existe sur les écrans français depuis 1985, date de première diffusion de *Tournez Manège* sur TF1. Comment la catégorie émergente de la mère célibataire est-elle inscrite dans ce dispositif télévisuel ? L'analyse révèle que la production d'une monstration télévisuelle intelligible de ces performances de genre contrariantes passe par un certain nombre de conditions. Lorsque les personnages se conforment à ces assignations de genre, elles parviennent à la fin de leur quête et trouvent un partenaire. Dans le cas contraire, elles sont sanctionnées : le programme s'achève sans qu'elles ne forment un couple considéré comme « viable ». Cinq attendus de genre implicites sont identifiés : la polyvalence féminine, la différence hiérarchisée, le contrôle de la sexualité reproductrice, l'invalidation de la critique féministe et l'implicite blanc. Ces attentes sont des structures implicites de la connaissance. Elles offrent une grille de lecture commune qui garantit l'intelligibilité du contenu télévisuel, à partir de laquelle les audiences choisissent leur angle de lecture³⁶.

- Polyvalence et conciliation

Marie-Jo est une femme active et dynamique, drôle et sportive. Elle parvient à conjuguer vie professionnelle et familiale avec une vie sociale et sportive bien remplie. Elle explique d'ailleurs avoir une « casquette multifonctions » [Épisode 1, 21:42]. Elle incarne le modèle féminin du néo-féminisme « pro-femme » qui vante les qualités féminines et maternelles/maternantes au nom desquelles les femmes pourraient accéder à la sphère publique dans une stricte égalité avec les hommes, tout en se réappropriant la sphère privée³⁷. Le personnage de Marie-Jo est ainsi révélateur de l'assignation de genre à la polyvalence et à la conciliation, un discours qui masque bien souvent la réalité de la « double-journée » pour les femmes.

- Des rapports hommes-femmes construits sur le modèle de la différence hiérarchisée

A l'image de l'Égérie dans la typologie des figures médiatiques féminines dressée par Marie-Joseph Bertini, Katia est définie par sa fragilité et sa sensibilité : elle pleure tout au long des épisodes. Elle aime la nature, se promener dans la campagne avec son chien et monter à cheval avec son fils, des activités qui s'accordent avec le mythe de l'Égérie, une nymphe à qui Numa Pompilius rendait visite dans un bois. Katia est délicate et cherche à créer des atmosphères harmonieuses. Elle aime prendre soin de son intérieur et créer des ambiances agréables. Elle dresse par exemple une table très élaborée pour le premier déjeuner avec ses prétendants. Lorsqu'elle pique-nique avec Pierre sur les rives du Rhin, elle installe un chemin de table [Épisode 4,23:59]. Sa profession la situe du côté de la suggestion, de l'accueil et du conseil puisqu'elle est hôtesse dans une compagnie aérienne, tout comme l'Égérie est « la

³⁵ MACE É., « Des 'minorités visibles' aux néo-stéréotypes : les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales », *op. cit.*, p.1-2.

³⁶ HALL S., « Codage/Décodage », *Réseaux*, n°68, 1994, p.27-39.

³⁷ MACE É., « Le piège de la 'cause des femmes'. Éléments pour un mouvement antisexiste post-féministe », *Cosmopolitiques*, n°4, 2003, p.84-103.

figure avenante de la femme conseillère³⁸ ». Elle se place en second plan par rapport aux hommes, et son choix se porte sur des figures masculines de pouvoir et de contrôle. Elle est attirée par Patrick, le chef d'entreprise qui « aime prendre les choses en main. » [Épisode 2, 22:27] D'ailleurs, il vient tout de suite l'aider à couper le pâté en croûte cuisiné par sa mère [Épisode 1, 22:26]. Elle élimine pour cette même raison José, qu'elle juge trop fragile [Épisode 3, 21:50].

Le modèle de couple véhiculé par Katia fonctionne selon une distribution hiérarchisée des rôles, soulignée par Bruno, un autre chef d'entreprise favori de Katia : « - Si une nana tu ne la drives pas, et puis j'en ai discuté avec des copines qui ont cinquante-cinq, soixante ans, une nana si elle sent que tu es pas le meneur... - Ah, il faut mener ? Il faut que tu mènes la barque ? - Ah oui, oui. C'est toi l'homme, c'est toi qui est le patron. C'est toi le chef de famille. » [Épisode 2, 23:50] De manière similaire, Patrick moque l'initiative d'Olivier qui fait la vaisselle chez Katia [Épisode 7, 21:23], tournant ainsi en dérision une répartition des rôles masculin et féminin qu'il juge inappropriée.

- Contrôle de la sexualité reproductrice

Une autre condition de la réassignation de genre pour ces mères célibataires est le contrôle de leur sexualité reproductrice. Avec ses cinq enfants, Angie correspond dans la typologie de Marie-Joseph Bertini à la figure de la Mère. La présentation de sa famille dans le premier épisode est d'ailleurs précédée d'un plan sur le four de la cuisine où cuit un cadeau en forme de cœur [Épisode 1, 21:39]. Le four symbolise ici la matrice maternelle où se développe l'amour, suggéré par la forme du gâteau : « Le fourneau est ce creuset où s'élabore l'union, le *sein maternel* où se prépare la *renaissance*³⁹. » Pour Angie, le sentiment amoureux est indissociable d'une sexualité reproductrice.

Sa recherche d'un partenaire est conditionnée par ce rôle de mère. Angie se montre sensible aux attentions de Thierry qui a acheté des cadeaux à ses enfants [Épisode 2]. Elle s'inquiète que Franck n'ait pas d'emploi, pas de voiture, pas de permis et pas d'enfant, indiquant dès lors que la paternité est une caractéristique sociale importante à ses yeux. Elle élimine Julien, qu'elle juge trop enfantin : « Moi j'ai déjà cinq enfants, j'en ai pas besoin malheureusement d'un sixième. J'ai envie de quelqu'un qui me soutienne et non pas que moi je soutienne quelqu'un. » [Épisode 2, 00:01] De la même manière, Cédric, qu'elle comptait pourtant parmi ses favoris, est éliminé car il est sans emploi et n'a ni l'autorité ni les épaules pour être chef de famille. Les amis d'Angie trouvent qu'il manque de caractère et ne convient pas à une famille nombreuse. Son ami Jérôme explique qu'« elle a besoin d'avoir un homme qui ait une certaine stabilité professionnelle en fait » [Épisode 6, 21:29], soulignant dès lors la charge économique que représente une famille nombreuse. La sexualité reproductrice prolifique d'Angie (à vingt-cinq ans elle était déjà mère de cinq enfants) diffère en effet du standard français, dont le taux de fécondité est de 2,01 enfants par femme⁴⁰.

A la fin de l'émission, Angie n'a pas trouvé le compagnon qu'elle cherchait. Elle demeure célibataire. Ironiquement, cette issue témoigne de l'échec d'un modèle orthopédique de la télévision, dont l'objectif est de réassigner la mère célibataire au modèle normatif d'une

³⁸ BERTINI M.J., *Femmes. Le pouvoir impossible*, Paris, Pauvert, 2002, p.26.

³⁹ CHEVALIER J. & GHEERBRANT A., *Dictionnaire des symboles*, Paris, Robert Laffont, 1982, p.461.

⁴⁰ Il s'agit de l'indicateur conjoncturel de fécondité établi par l'INSEE (http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1385, consulté le 02/05/2013).

famille structurée par le couple. Sur-définie comme mère, Angie ne parvient pas à développer un rapport amoureux. « Angie repart seule, mais elle peut compter sur l'amour de ses cinq enfants pour la soutenir », nous explique la voix-off [Épisode 8, 20:46]. Présentée dans le programme exclusivement comme mère, Angie excède les limites de ce rôle avec sa famille nombreuse. A travers ce personnage, l'émission de télé-réalité véhicule une norme de genre pour les femmes. Si la maternité est un trait de définition de la féminité, elle doit être contrôlée par celles-ci. Ayant dérogé à cette norme, Angie ne parvient pas à former un couple. Elle paie le prix d'une sexualité reproductrice économiquement peu viable et quelque peu effrayante, comme le lui a déjà stipulé un homme : « mon ex-compagnon m'a dit que mes enfants étaient un fardeau. » [Épisode 1, 22:10]

- Invalidation de la critique féministe

Dans cette adaptation à la figure contemporaine de la mère célibataire, l'imaginaire télévisuel a pris acte de l'égalité entre les sexes. Ainsi Marie-Jo ne tolère pas un homme dominant et a une violente altercation avec Dany pour qui une femme doit sacrifier son indépendance au nom du couple. Dany est exclusif et même jaloux [Épisode 2, 23:12]. Lorsque Marie-Jo annonce qu'elle souhaite continuer à vivre seule avec ses enfants, il sort de ses gonds : « - Tu sais, moi, je tiens à avoir mon indépendance, je tiens à rester chez moi, avec mes gamins. [...] - Si tu as des sentiments et que tu aimes la personne, tu as envie d'être avec. C'est pas vivre chacun sa vie. [...] - t'es un gros macho ! - Je suis pas un macho, je suis un mec qui a des couilles ! [...] Tu vois, un routier, il est pas là la semaine, tu vas même pas lui laver son linge, tu vas pas lui faire la bouffe. » [Épisode 7, 22:03]

Si l'évocation du patriarcat est condamnée par la résistance que Marie-Jo oppose à Dany, le corpus ne véhicule pas pour autant un discours féministe. Plutôt, la critique féministe est invalidée au travers du personnage de Sophie. Sophie conçoit les rapports de couple comme des rapports de pouvoir : « Avec tous les hommes que j'ai rencontrés, il y avait toujours cet espèce de rapport de force où il y avait forcément un dominant et un dominé, et c'est pour ça que ça n'a jamais été constructif dans la durée. » [Épisode 1, 21:46] Cette définition des rapports de genre fait implicitement écho aux analyses féministes des rapports de genre. Son association au thème de la conflictualité ne peut qu'évoquer l'argumentaire populiste selon lequel les féministes entretiennent des rapports conflictuels avec les hommes et sont incapables de former un couple hétérosexuel viable. Le souci d'égalité de Sophie est d'ailleurs souligné par son prétendant Romuald : « je sais que tu es très attachée à l'égalité entre les hommes et les femmes. » [Épisode 7, 21:00]

Mais l'aspiration à l'égalité, caractéristique du féminisme, est invalidée par l'association de Sophie au personnage de la Pasionaria (une autre figure-type déjà identifiée par Marie-Joseph Bertini dans la presse d'information). Inspirée du personnage historique de Dolores Ibarruri, la Pasionaria est caractérisée par son caractère passionné. Elle est déterminée et jusqu'au-boutiste, parfois même belliqueuse. C'est une femme d'action, mais elle échoue dans ses ambitions. Le personnage de la Pasionaria est « une *technologie de pouvoir* au sens foucauldien du terme, c'est-à-dire comme un outil de contrôle et de coercition de l'action des femmes⁴¹. » Sophie a un fort caractère et se montre parfois impulsive : « j'ai un caractère fort. Je vais dire les choses comme je les pense. Je vais pas prendre le temps de réfléchir. Ça sort comme je le pense, donc des fois je peux blesser, pas volontairement. Oui, je suis un petit peu

⁴¹ BERTINI M.J., *op. cit.*, p.50.

forte tête. » [Épisode 1, 21 :46]. A l'image de la Pasionaria, « combattante mais belliqueuse⁴² », Sophie adopte souvent une attitude agressive. En vacances à Saint Jean-de-Luz avec Cédric, elle se dispute violemment avec lui et lui reproche de la dévaloriser. Il finit par lui faire tourner les talons : « - Tu n'as pas besoin d'essayer de me rabaisser pour te sentir... - Mais je ne te rabaisse pas ! -Mais si tu me rabaises ! » [Épisode 8, 21 :32] Au travers du personnage de Sophie, on assiste donc à l'association du féminisme et une conduite passionnée et pourtant inefficace. Sophie apparaît en effet comme une femme qui, contrairement aux autres personnages, semble souffrir de carences affectives : « Je pense pouvoir dire, aujourd'hui, que je n'ai jamais été amoureuse. » [Épisode 1, 21:34 et 21:46] Mais ses revendications féministes ne suffisent pas à expliquer la difficulté de Sophie à atteindre son but. Certes, elle forme un couple avec Cédric au terme de l'émission, mais leur relation est très chaotique et même vouée à l'échec, comme le laisse entendre la rhétorique du programme qui souligne de manière récurrente les conflits et difficultés de communication qu'ils rencontrent.

- Un implicite blanc

La dimension intersectionnelle⁴³ éclaire le traitement télévisuel qui est fait du féminisme par le biais du personnage de Sophie. La féministe combattante jusqu'à l'agressivité est incarnée ici par une femme d'origine magrébine, la seule du programme. Ce processus d'ethnoracialisation n'est pas anodin. Il extériorise les revendications féministes vers une figure de l'étranger. Il n'est pas question ici de questionner l'égalité entre les hommes et les femmes en France. Plutôt, la figure ethnoracialisée de Sophie déplace la problématique de l'égalité hors des frontières occidentales. La domination masculine est associée à une figure de l'étranger ; dès lors, elle projette les revendications féministes vers un extérieur. Ce mouvement participe de « l'inquiétante invocation d'un féminisme républicain et universaliste⁴⁴ » au profit de discours racistes qui excluent certaines catégories de femmes. Dans la rhétorique du programme, le féminisme est perçu comme un acquis historique pour les femmes françaises. L'inégalité n'est alors plus que résiduelle en France ; elle est associée aux figures de l'étranger. Cette assignation ethnoracialisée rend illégitime les revendications féministes en France. Ce processus de récupération produit une distinction entre les femmes blanches, pour qui le féminisme est obsolète, et celles non-blanches, qui font dès lors l'objet d'un certain opportunisme nationaliste. Il n'est pas anodin que le personnage de Cédric soit noir : il incarne une masculinité défaillante sur de nombreux points : difficultés de communication (il doit même être sous-titré pour être compréhensible), il n'est pas protecteur, ni séducteur et ne participe pas du tout à la vie du foyer. Lors du parcours d'aventure (une épreuve dans le récit narratif de la quête du Prince charmant), il a très peur, ce qui déçoit Sophie : « Cédric, enfin voilà, si à un moment j'ai peur je ne peux pas compter sur lui pour me rassurer car je pense qu'il aura aussi peur que moi. » [Épisode 4, 23:46] Lors de la traversée d'un filet tendu au-dessus du vide, il n'apparaît « pas forcément très viril », commente la voix *off* [Épisode 4, 23:43]. Cette attitude laisse entendre une masculinité défaillante. Cédric éprouve d'ailleurs des difficultés à épouser le rôle du séducteur, une autre caractéristique de la masculinité hégémonique. En présence des autres prétendants il se

⁴² *Ibid.*, p.67.

⁴³ Par intersectionnalité nous faisons référence à l'analyse non-additionnelle des discriminations dans une perspective relationnelle et multifactorielle. Voir CRENSHAW K.W., « Cartographie des marges : intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur », *Cahiers du genre*, n°39, 2008, p.51-82.

⁴⁴ POWER N., *La femme unidimensionnelle*, Paris, Les prairies ordinaires, 2010, p.116.

montre toujours distant avec Sophie et souligne même son incapacité : « Comme tout ce qui est séduire, te montrer l'attention, tout ça. J'arrive pas par rapport à plusieurs trucs. » [Épisode 2, 23:27] Quant à la vie du foyer, il n'y participe pas. Lorsqu'il invite Sophie à dîner chez lui, sa meilleure amie, c'est-à-dire à nouveau une femme, lui a préparé le repas [Épisode 7, 21:36]. Il demande ensuite à Sophie de faire la vaisselle [Épisode 7, 21:37]. Chez cette dernière, il reste affalé sur le canapé pendant que Romuald et Ludovic rangent les courses [Épisode 6, 21:17]. L'analyse intersectionnelle fournit une explication de l'échec de Cédric à conformer les attentes de la masculinité hégémonique. La masculinité blanche telle que nous l'entendons s'est construite en partie sur le terreau de la colonisation⁴⁵. Il s'est produit une hiérarchisation croisée entre genre, classe et ethnoracialisation soutenue par un argumentaire naturalisant. Le programme ne véhicule pourtant pas explicitement une idéologie raciste. Néanmoins, l'analyse intersectionnelle met en exergue la racialisation des représentations télévisuelles. Cédric et Sophie ont d'ailleurs recours au champ sémantique de l'animalité pour se définir, soulignant ainsi qu'ils ont intégré ce facteur ethnoracial. « On s'apprivoise », explique Sophie [Épisode 7, 21:30]. Quant à Cédric, il commente à propos du parcours d'aventure : « Me fais pas faire Tarzan ! Ça va, je suis *black* mais pas à ce point, c'est bon ! » [Épisode 4, 23:22] L'inadéquation de Cédric aux normes de la masculinité française ne remet ainsi pas cette dernière en question.

Le facteur ethnoracialisé produit une chaîne de significations explicatives du comportement de Sophie. Il justifie ses carences affectives. Lorsqu'elle éprouve finalement des sentiments, elle ne peut les exprimer que dans sa langue d'origine : elle écrit « je t'aime » en turc à Cédric sur la nappe [Épisode 8, 21:21]. Hésitant entre Romuald, qui est blanc, et Cédric, qui est noir, elle se montre incertaine face à deux modèles de masculinité spécifiques. Romuald est un jeune homme athlétique ; il travaille dans une salle de sport et vit dans la même ville que Sophie. Il sait se montrer galant et vient la chercher en cabriolet pour l'emmener dans un restaurant de fruits de mer [Épisode 7, 20:59]. Il est rassurant, ce que Sophie apprécie tout particulièrement lors du parcours d'aventure : « Dès l'escalade de la montagne, Romuald, protecteur et attentif, est le seul à se préoccuper de Sophie. » [Épisode 4, 23:42] Sa sœur le définit comme « un homme drôle et équilibré, bien dans sa tête et dans sa vie. » [Épisode 7, 21:04] Enfin, il contribue à la vie du foyer lors de la soirée chez Sophie en faisant cuire les crêpes. « T'es un homme à marier en fait » commente-t-elle [Épisode 6, 21:17]. Le lendemain matin, il va même chercher les croissants pour le groupe [Épisode 6, 21:55].

En choisissant Cédric plutôt que Romuald, dont la peau est blanche et la description laudative, Sophie fournit une grille de lecture intelligible de son statut de mère célibataire. Malgré sa situation professionnelle, son jeune âge et son joli appartement qui témoigne de sa situation sociale, elle n'est pas parvenue à intégrer totalement les standards du genre. Elle et Cédric sont des figures récalcitrantes au sein d'un « dispositif cohérent, scène d'intelligibilité propre à la nation⁴⁶ ». Le couple qu'elle forme est d'ailleurs voué à l'échec, comme le laisse entendre le dernier épisode où l'on apprend qu'elle a tout quitté pour vivre à Marseille. A peine arrivée, un violent conflit a surgi entre les deux partenaires. La blanchité (*whiteness*) sous-tend donc la réassignation de genre pour les mères célibataires. Cet implicite nous rappelle que le genre est un rapport social consubstantiel à l'ethnoracialisation, mais également à la classe, à l'âge... Cette observation recoupe le constat effectué par Marion Dalibert dans son étude de la

⁴⁵ DORLIN E., *La matrice de la race. Généalogie sexuelle et coloniale de la nation française*, Paris, La Découverte, 2006.

⁴⁶ LE BLANC G., *Dedans, dehors. La condition de l'étranger*, Paris, Seuil, 2010, p.17.

médiatisation du mouvement Ni Putes Ni Soumises⁴⁷. Elle explique que la représentation du genre est constitutive du maintien d'un implicite blanc. Ils se coproduisent. Au-delà des logiques éditoriales spécifiques aux médias et à leurs contenus, cet implicite de la blancheur apparaît comme une constante des imaginaires médiatiques français. Le genre et l'ethnoracialisation se soutiennent mutuellement contribuant ainsi à produire et maintenir des discriminations.

Conclusion

Au terme de cette contribution portant sur les assignations de genre véhiculées par un programme de télé-réalité, nous avons identifié cinq normes qui conditionnent la réassignation d'une figure féminine spécifique, la mère-célibataire. La conciliation féminine, des rapports de couple hiérarchisés, le contrôle de la sexualité reproductrice, l'invalidation du féminisme et la blancheur sont des normes de genre dont le respect permet aux candidates d'être en adéquation avec les objectifs du programme, c'est-à-dire la formation d'un couple. Sous les dehors innovants que lui confère le genre télévisuel de la télé-réalité, le programme fait donc preuve d'une grande force conservatrice. En légitimant les implicites normatifs du genre, toute disruption potentielle dans l'organisation hégémonique des rapports homme-femme est verrouillée. Les femmes qui dérogent à ces assignations sont condamnées par l'échec de la relation ou la solitude. Le programme *Maman cherche l'amour* est prescripteur de normes de genre qu'il produit et reproduit activement.

La contribution souligne le fonctionnement du média télévisuel comme « technologie de genre ». Cette technologie sociale contribue à façonner les représentations médiatiques selon un système genré producteur de hiérarchies. Les assignations de genre témoignent de ce que les producteurs imaginent être le « conformisme du moment⁴⁸ », l'air du temps. Leur visée marketing est inscrite dans les contradictions et ambivalences que l'égalité des sexes mais aussi les restructurations du modèle familial nucléaire génèrent. Certes, le champ des possibles semble s'étendre puisque la catégorie des mères-célibataires est mise en scène autour de plusieurs facteurs de réussite (le bonheur familial, la vie professionnelle, l'épanouissement personnel). Néanmoins, la technologie de genre télévisuelle inscrit ces possibles dans un champ normatif qui produit et contrôle les significations.

Selon Dominique Mehl, cette dimension actrice est caractéristique de la « télévision relationnelle ». A ce titre, le développement du *coaching* télévisuel (qu'il s'agisse du couple, de la cuisine, du ménage ou de l'éducation des enfants) dans les programmes de télé-réalité est révélateur du rôle de prothèse médiatique que ce genre télévisuel souhaite jouer. Ici, l'émission prend en charge les micro-narrations contrariantes (in)volontairement produites par la catégorie des mères célibataires. Elle rend intelligible à une audience, du moins telle qu'elle se la représente, la non-adéquation de ces femmes aux assignations de genre hégémoniques et elle propose leur réhabilitation. Elle est une orthopédie télévisuelle productrice de figures intelligibles et donc perméables à la reconnaissance au sein de la sphère publique et médiatique.

⁴⁷ DALIBERT M., « Le genre construit-il la race dans le discours d'information ? », colloque L'assignation de genre dans les médias, Rennes, 14-16 mars 2012.

⁴⁸ MAIGRET É. & MACE É., *op. cit.*, p.55.

Références

- BADINTER É., *Le conflit. La femme et la mère*, Paris, Flammarion, 2010.
- BERTINI M.J., *Femmes. Le pouvoir impossible*, Paris, Pauvert, 2002.
- BUTLER J., *Trouble dans le genre. Pour un féminisme de la subversion*, Paris, La Découverte, 2005.
- CASETTI F. & ODIN R., « De la paléo- à la néo-télévision », *Communications*, n°51, 1990, p.9-26.
- CHEVALIER J. & GHEERBRANT A., *Dictionnaire des symboles*, Paris, Robert Laffont, 1982.
- CONNELL Raewyn W. & MESSERSCHMIDT J.W., « Hegemonic masculinity: Rethinking the concept », *Gender & Society*, n°6, 2005, p.829-859.
- COULOMB-GULLY M., « Les sciences de l'information et de la communication : une discipline *Gender Blind* ? », *Questions de communication*, n°15, 2009, p.129-153.
- CRENSHAW K.W., « Cartographie des marges : intersectionnalité, politique de l'identité et violences contre les femmes de couleur », *Cahiers du genre*, n°39, 2008, p.51-82.
- DALIBERT M., « Le genre construit-il la race dans le discours d'information ? », colloque L'assignation de genre dans les médias, Rennes, 14-16 mars 2012.
- DELEUZE G., *Francis Bacon. Logique de la sensation*, Paris, Seuil, 2002.
- DORLIN E., *La matrice de la race. Généalogie sexuelle et coloniale de la nation française*, Paris, La Découverte, 2006.
- EYDOUX A. & LETABLIER M.T. avec la collaboration de GEORGES N., « Les familles monoparentales en France », rapport de recherche, Centre d'études de l'emploi, 2007.
- GIDDENS A., *La transformation de l'intimité. Sexualité, amour et érotisme dans les sociétés modernes*, Rodez, Le Rouergue/Chambon, 2004.
- HALL S., « Codage/Décodage », *Réseaux*, n°68, 1994, p.27-39.
- JOST F., *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, 2007.
- JOST F., *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*, Bruxelles, De Boeck, 2004.
- LAURETIS de T., *Théorie queer et culture populaire. De Foucault à Cronenberg*, Paris, La Dispute, 2007.
- LE BLANC G., *Dedans, dehors. La condition de l'étranger*, Paris, Seuil, 2010.
- LENOIR R., *Généalogie de la morale familiale*, Paris, Seuil, 2003.
- MACE É., « Des 'minorités visibles' aux néo-stéréotypes : les enjeux des régimes de monstration télévisuelle des différences ethnoraciales », *Journal des anthropologues*, Hors-série « Identités nationales d'État », 2007, p.1-11 (p.69-87 pour l'édition papier).
- MACE É., « Le piège de la 'cause des femmes'. Éléments pour un mouvement antisexiste post-féministe », *Cosmopolitiques*, n°4, 2003, p.84-103.
- MAIGRET É. & MACE É. (dir.), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, 2005.
- MCROBBIE A., « Ré-articuler l'empirisme et le déconstructivisme : nouvelles questions pour le féminisme et les *Cultural Studies* », GLEVAREC H., MACE É., MAIGRET É. (dir.), *Cultural Studies. Anthologie*, Paris, Armand Colin, 2008, p. 321-335.
- MEHL D., « La télévision relationnelle », *Cahiers internationaux de sociologie*, 2002, n°112, p.63-95.
- POWER N., *La femme unidimensionnelle*, Paris, Les prairies ordinaires, 2010.
- SOULAGES J.C., *Les rhétoriques télévisuelles. Le formatage du regard*, Bruxelles, De Boeck, 2007.
- TERRET T., « Sport et masculinité : une revue de questions », *Staps*, n°66, Bruxelles, De Boeck, 2004, p. 209-225.