

Génération Y et séries télé : comment les millennials ont influencé le renouvellement du genre sériel ?

Adelaïde Barat-Magan

▶ **To cite this version:**

Adelaïde Barat-Magan. Génération Y et séries télé : comment les millennials ont influencé le renouvellement du genre sériel ?. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02545186

HAL Id: dumas-02545186

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02545186

Submitted on 16 Apr 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.

UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

Institut d'Études Politiques

Adélaïde BARAT-MAGAN

GÉNÉRATION Y ET SÉRIES TÉLÉ :

Comment les millennials ont influencé le renouvellement du genre sériel

Année 2017-2018

Master : « Transmédia »

Sous la direction de Pascal CLOUAIRE

Université Grenoble Alpes
Institut d'Études Politiques

Adélaïde BARAT-MAGAN

Génération Y et séries télé :
Comment les millennials ont influencé le renouvellement du genre sériel

Année 2017-2018
Master Transmédia
Sous la direction de Pascal Clouaire

« Reprochait-on à Homère d'avoir été
l'un des premiers à raconter une histoire-fleuve par petits bouts ? »
Marjolaine Boutet

Sommaire

Introduction

I. Les séries télé et la génération Y, deux influenceurs de notre société

Section 1 - Les séries, un genre en constante évolution

Section 2 - La génération Y, analyse d'un public grandissant

II. Renouvellement de l'offre, quand les showrunners sont à l'écoute de toute une génération

Section 1 - Méthodologie

Section 2 - Influence de la génération Y sur les nouvelles créations, études de cas

Section 3 - Tour d'horizon du paysage sériel actuel

Conclusion

Table des matières

Table des annexes

Bibliographie

Annexes

Sigles et abréviations

ABC - American Broadcasting Company, groupe audiovisuel américain.

AMC - American Movie Classics, chaîne de télévision spécialisée américaine.

CBS - Columbia Broadcasting System, réseau de télévision américain.

CSA - Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Channel 4 - Chaîne de télévision britannique.

DuMont - DuMont Television Network, ancien réseau de chaînes télévisées américain, disparu en 1956.

FCC - Federal Communications Commission, équivalent américain du CSA.

HBO- Home Box Office, chaîne de télévision payante américaine faisant partie du groupe Time Warner.

LGBTQ+ - Personnes, lesbiennes, gays, bisexuelles, transidentitaire ou queer. Le + inclus tout autres identités ou orientations sexuelles.

MA - Mature adults, évaluation américaine d'un contenu audiovisuel convenant à un public adulte.

NBC - National Broadcasting Company, groupe audiovisuel américain.

NRK - Norsk rikskringkasting, société de service public norvégienne chargée de la production et de la diffusion télévisuelle et radiophonique.

NTIC - Nouvelles technologies de l'information et de la communication.

Lexique

Anthologie[1] **:** une série qui raconte une histoire complète, cela peut être le cas d'un épisode ou d'une saison, comme dans La Treizième Dimensions, où le narrateur est le seul élément récurrent. *p.19, 21, 50, 52, 53, 68.*

Anticipation : sous-genre de la science-fiction décrivant des sociétés dans un futur proche. *p.15, 50, 64, 67, 68, 70, 71.*

Binge watching : visionnage en rafale, le plus souvent d'épisodes d'une même série. *p.40, 53.*

Chaîne à péage : chaîne dont l'accès est payant. *p.25.*

Cliffhanger : littéralement «suspendu à la falaise» **–** Expression qui désigne une fin brusque et soudaine dans une œuvre de fiction, et qui laisse les spectateurs (ou les lecteurs) dans l'attente haletante de la suite. *p.23, 41, 53, 59.*

Drama : série dramatique. *p.57, 60.*

Digital native : terme désignant une personne issue de la génération Y. *p.36, 37, 38, 39, 42, 48, 51, 53, 67, 68, 70, 72.*

E-generation : terme désignant la génération Y. *p.34.*

Emmy Awards : surnommés Emmys, récompense les meilleurs productions de la télévision américaines, lors de la 66e cérémonie des **Emmy Awards** (l'équivalent des Oscars pour la télévision), Breaking Bad a été sacrée meilleure série dramatique. *p. 25, 50.*

Ensemble Show : série qui n'a pas un héros bien précis, puisqu'elle présente un groupe de personnage dont on suit les aventures. *p.28.*

[1] Source ; *LE VOCABULAIRE DES SÉRIES TV : LEXIQUE*, Magazine Série Ciné, septembre 2014. À savoir, **l'ensemble des définitions** concernant le genre sériel provient de ce même article.

Fandom : contraction de fanatic et domain, terme anglais désignant la sous-culture propre à un ensemble de fans. *p.17, 43.*
GenY : terme désignant la génération Y. *p.11, 17, 34, 36, 39, 59.*

Golden Globes : (littéralement « Les Globes d'or »), un trophée récompensant aussi bien les œuvres cinématographique que les meilleures œuvres de fiction télévisées. *p.23.*

Indice Nielsen: c'est l'instrument de mesure de l'audience TV aux Etats-Unis; en France on utilise le mot Audimat. *p.22, 55, 60.*

Millennial : terme désignant une personne issue de la génération Y. *p.34, 51, 52, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 74.*

Mini-série : séries complètes en très peu d'épisodes (pas plus de 10). Elles ne comportent qu'une saison et bénéficient la plupart du temps de plus gros moyens qu'une série normale. *p.19, 59, 69.*

Multitask : multitâche en français, pratique de visionnage consistant à regarder une fiction tout en portant son attention sur une ou plusieurs autres activités. *p.53, 69.*

Network : les Networks sont les grands réseaux américains (ABC, CBS, NBC…). Ils diffusent leurs programmes à l'échelle nationale. Ils proviennent la plupart du temps de l'association de chaînes locales autrefois indépendantes. Exemple: Fox (1987), WB (1995), UPN (1995). *p.21, 22, 25, 27, 61.*

Plot twist : la péripétie inattendue, le retournement final; cela peut s'apparenter au coup de théâtre. *p.20.*

Showrunners : ce sont probablement les personnes les plus importantes dans la création d'une série. Que ce soit en tant que scénariste, producteur, proche des acteurs, en relation avec la chaîne… ils peuvent être tout ça à la fois. Sans eux, la série ne tournerait pas, puisqu'ils sont l'élément clé de sa réussite. D'ailleurs, ce

n’est pas une coïncidence de voir des séries vivre un coup de moins-bien, lors du départ d’un showrunner… *p.23, 28, 45, 54, 60, 66, 67, 70.*

Shortcom : programme court, entre une et sept minutes, se situant entre le sketch et la comédie. *p.19.*

Sitcom : contraction de l’expression « Situation Comedy », c’est l’un des formats les plus appréciés. D’une durée de 22 minutes, les sitcoms peuvent être tournées en public et en plateau (Comme Friends, Mon Oncle Charlie) ou dans de vrais décors comme Scrubs. De plus, si on associe le terme sitcom aux rires enregistrés, toutes ne les utilisent pas, tout comme toutes les sitcoms ne sont pas tournées en multi-caméra. *p.21.*

Spoiler : élément qui dévoile une partie de l’intrigue à venir. *p.20.*

Soap Opéra : c’est un autre format de série. Très simple d’accès, ils consistent à suivre les différentes intrigues d’un groupe de personnages qui s’étalent au fil des saisons. Avec une diffusion à raison de 5 épisodes par semaine, les soap bénéficient d’un très grand casting et nécessitent des tournages très intensifs. Le meilleur exemple connu en France est Les Feux de l’Amour. *p.21.*

Streaming : lecture d’un flux vidéo à mesure qu’il est diffusé. *p.13, 14, 15, 40, 41, 42, 51, 60, 65, 69, 72.*
Stories : fonctionnalité propre aux réseaux sociaux, elle permet le partage de mini-vidéos pendant 24h. *p.66.*

Teen drama : série dramatique pour adolescents ou jeunes adultes. *p.57, 58, 60.*

Yers : terme désignant les personnes issues de la génération Y. *p.34-40, 42-44, 46-49, 51-53, 55-59, 61, 64, 66, 71, 73, 74.*

Préface

À l'origine de ce mémoire, il y a une interview[2] de l'écrivain et sémiologue Vincent Colonna, dans laquelle l'auteur de *L'art des séries*, Tomes 1 et 2, nous livre son savoir. Au fil de la lecture, je suis fascinée de découvrir les liens entre les séries télévisées et les poètes épiques de l'antiquité gréco-romaine. La sériephile que je suis est flattée de voir les séries comparées à de réelles oeuvres d'art et non pas à du pur divertissement.

Je regarde des séries depuis ma plus tendre enfance et suis devenue passionnée en 2010 exactement[3]. Le phénomène séries a eu raison de moi et je l'ai vu évoluer. Bien évidemment, je ne me considère pas être la seule dans ce cas. Je suis même intimement persuadée qu'il s'agit d'une généralité propre à ma génération[4]. Dans une société ou près d'un français sur deux affirme suivre ou avoir suivi régulièrement des séries télévisées[5], je ne connais aucune personne issue de la GenY ne se revendiquant pas consommatrice de série.

Faisant le lien entre l'évolution des séries et celle de ma génération, je me demande si *nous* avons eu un impact sur ce genre. Je suis persuadée que toutes les remises en question et petites révolutions que *nous*[6] avons initiées, ont impacté l'univers audiovisuel et plus particulièrement celui des séries. Des premières productions à la série contemporaine, bien des choses ont changé.

Le "mauvais genre" est aujourd'hui sous le feu des projecteurs. Les créateurs sont ambitieux et les promesses sont grandes.

---

[2] BASTIÉ, Eugénie, "Pourquoi la série est bel et bien l'œuvre d'art du XXIe siècle", Figaro Vox, 2017.

[3] Le 9 octobre 2010, lors de la diffusion sur Arte de "Chute libre", premier épisode de la série *Breaking bad* réalisée par Vince Gilligan.

[4] Je fais référence ici, à la génération Y.

[5] DONNAT, Olivier, Les Pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique, enquête 2008, Paris, Ministère de la culture et de la communication, DEPS/La découverte, 2009.

[6] Ensemble des personnes composant la génération Y.

Serait-ce alors dû à nos nouvelles pratiques de consommation ? Sommes-*nous* à l'origine du tournant que connaissent les séries ? Nos préoccupations et revendications sont-elles montées jusqu'aux oreilles des producteurs ?

Tant de questions se posent, un seul moyen de trouver la réponse. Dédier mon mémoire aux séries. Aux épisodes qui ont rythmé mes semaines, aux longues attentes entre deux saisons, aux découvertes souvent bonnes, parfois mauvaises. À ma génération, pleine de convictions et initiatrice de tant de changements.

Introduction

Les séries, aussi anciennes que la télévision, sont bel et bien installées dans notre paysage audiovisuel. Générant des taux d'audience records et proposant une diversité de contenu incomparable, elles prennent d'assaut le monopole du visionnage.

En plus de les retrouver aux heures de grande écoute sur la majorité des chaînes de télévision, les séries ont également conquis le web. Se consommant de plus en plus sur nos ordinateurs, le terme "séries télévisées" en devient même anachronique. Les nouvelles technologies et les nouveaux usages qui en découlent ont donné le pouvoir au spectateur. Il est désormais acteur de sa consommation et les créateurs l'ont bien compris.

On constate, en effet, un réel renouvellement des séries depuis quelques années. Que ce soit en matière de format, de scénario, ou de diffusion, le genre connaît un tournant indéniable. L'offre se diversifie tandis que les supports de visionnage se multiplient. Les épisodes sont plus courts, les plateformes de streaming sont accessibles h24… les consommateurs s'affranchissent des grilles horaires.

Tel un cahier des charges à remplir pour s'assurer du succès de la série, les producteurs n'ont plus le choix que de s'harmoniser avec ses consommateurs d'un nouveau genre. Jeunes, mobiles, avides de nouvelles expériences et de plus en plus engagés, les hommes et femmes issus de la génération Y ne peuvent être négligés lors de la réalisation d'un nouveau programme.

Qu'elles traitent de préoccupations plus proches de notre réalité ou que leur format s'adapte à nos modes de vie, c'est sans équivoque que les séries se renouvellent.

En plus de nous divertir, les producteurs et réalisateurs vont désormais mettre en avant des sujets qui nous engageant, qui nous poussent à la réflexion, ou encore

des sujets proches de notre vie quotidienne nous impliquant d'autant plus dans notre visionnage. Par effet de catharsis on se projette et se laisse envahir par ces univers fictifs conducteurs d'émotions ressenties comme étant réelles. Nous métaphorisons peu à peu ce que nous voyons sur notre quotidien. C'est ainsi que la série contemporaine devient à la fois porte-parole et miroir de notre société.

Lorsque l'on parle de séries télés il est important de faire la distinction entre les différents genres qu'elles recouvrent. Il existe dans un premier temps de grandes dissimilitudes entre séries occidentales et non occidentales. Puis, à l'intérieur même de ces deux catégories, nous distinguons divers styles pouvant être à leur tour divisés en deux classes, la série grand public et la série d'auteur.

Partant du postulat que la génération Y est une catégorisation essentiellement valable pour les pays occidentaux, je ne peux analyser l'impact de cette dernière sur des séries dites non occidentales.

Nous faisons le choix de nous intéresser principalement aux séries d'auteur car elles regroupent la majorité des programmes visionnés par les personnes issues de la génération Y. Se désintéressant de plus en plus de la télévision et de ses programmes grand public diffusés sur de grandes chaînes telles que TF1 ou France 3 les genY sont plus attachés au programme qu'au média. Ils manient d'ailleurs la télévision à leur guise et surtout de manière délinéarisée à l'aide du replay ou du streaming par exemple.

En effet, la télé n'est plus un réflexe et la manière dont nous la consommons a changé. Nous sommes désormais plus enclins à regarder nos programmes préférés sur nos ordinateurs et autres supports numériques. Tous les moyens sont bons pour mettre fin au suspens des épisodes, et ceux accessibles vingt-quatre heures sur vingt-quatre sont encore meilleurs. D'où l'émergence de plateformes de visionnage disponibles sur l'ensemble de nos appareils connectés (tablettes, smartphones, ordinateurs portables…).

En plus de ces changements d'usages, les producteurs doivent faire face à bien d'autres défis. Dans un marché dominé par la fiction et où 83% de ces fictions sont

des séries[7], le consommateur issu de la génération Y s'identifie à ce qu'il regarde. C'est alors que les séries deviennent émettrices de signaux forts de discriminations : tu es ce que tu regardes. Les séries dites grand public ou populaires affrontent les séries élitistes. Ces marqueurs forts d'identifications tendent à expliquer le succès des séries produites et/ou diffusées par des chaînes de télévision à péage ou culturelles telles que Canal+, Arte et HBO, et de services de streaming payants comme Netflix ou Ulule. Les productions en étant issues sont au top d'un palmarès d'audience difficilement quantifiable si l'on veut prendre en compte tous les visionnages et téléchargements illégaux.

Ainsi le choix de la série devient un marqueur de leurs choix existentiels. Captivant la génération Y, ce modèle influence ses consommateurs presque tout autant qu'il est influencé par ces derniers.

C'est ainsi que de plus en plus de séries d'auteur voient le jour sous des formats plus adaptés. Ce mémoire vise alors à étudier l'évolution des séries via le prisme de la considération des usages et des préoccupations de la génération Y. En bref : En quoi la prise en compte de la génération Y chez les producteurs renouvelle-t-elle l'offre ?

De ce questionnement central en découle l'hypothèse que l'actuel renouvellement des séries a été initié par l'anticipation des usages et des préoccupations de la génération Y. Afin de vérifier cela, nous analyserons trois séries phénomènes.

Du futur dystopique et pourtant si réaliste de *Black Mirror*[8], au progressisme de *Skam*[9], en passant par *13 reasons why*[10] et sa résonance à la réalité d'un digital native, nous tenterons de répondre à la problématique posée.

---

[7] *En matière de fiction les séries règnent sur les écrans du monde entier*, Culturebox france tv info, 2017

[8] BROOKER Charlie, *Black Mirror*, Charlie Brooker et Annabel Jones de 2011 à 2014, Netflix depuis 2015, première diffusion le 4 décembre 2011.

[9] ANDEM Julie, *Skam,* NRKP3, première diffusion le 25 septembre 2015.

[10] YORKEY Brian, *13 reasons why*, Netflix, première diffusion le 31 mars 2017.

Bien que s'inscrivant chacune dans un registre différent notre point sera de prouver qu'un ensemble de similitudes forment la recette des ces séries contemporaines. Semblables par leur réussite et leur impact sur l'évolution du genre.

Tout d'abord, il est nécessaire de comprendre l'origine et l'histoire des séries télés. Des premières expérimentations à nos jours, il est primordial de distinguer les divers tournants qu'elles ont connus et quelles en sont leurs origines. L'étude des mouvements artistiques et sociaux qui ont façonné le genre nous permettra de prouver le lien intrinsèque entre notre société et ces programmes.

Qu'elles soient révélatrices de cette dernière ou au contraire qu'elles la façonnent, les séries évoluent avec leur temps et seule une analyse approfondie de leur progression pourra nous permettre de comprendre ces mécanismes d'échange entre réalité et fiction.

Aborder la question de la légitimation culturelle nous permettra de comprendre quand, pourquoi et comment la série est passée du statut de divertissement presque abrutissant à oeuvre d'art, mais surtout en quoi cela a-t-il joué sur la prise au sérieux du sériephile.

De son avènement à sa version contemporaine en passant par la révolution des années 90, l'étude de l'évolution du genre est essentielle à la mise en perspective de notre propos.

Ensuite, à l'aide d'études ethnographiques et d'entretiens compréhensifs nous serons en capacité de définir quels sont les usages et préoccupations de ladite génération Y. Trop souvent réduite à une cible marketing et caricaturée par des postulats définis par des hommes et femmes éloignés de la réalité des GenY, cette seconde partie de recherche offrira la parole aux personnes bel et bien issues de cette génération.

Afin de mesurer au mieux la relation entre les GenY et les séries, l'ensemble du spectre de l'activité spectatorielle sera pris en compte, du sériephile solitaire aux fandoms. Ainsi, l'impact de chacun sera évalué afin de vérifier notre hypothèse. Les

similitudes et différences émergeant de cette catégorie d'amateurs de séries, nous permettront de comprendre au mieux les nouveaux usages, mode de consommation, et préoccupations dont-il est question dans ce mémoire.

Pour finir, les études de cas confirmeront, ou non, notre propos. Nous analyserons chacune des trois séries choisies et tenterons de distinguer et de définir en quoi elles anticipent les usages et préoccupations de la génération Y. De l'étude de leur format à celle des scénarii nous serons dans une démarche de validation de nos propos. Afin d'apporter le plus de clarté à nos analyses nous nous appuierons sur nos enquêtes et entretiens, d'analyses faites pas des cabinets d'études statistiques, ainsi que sur les ouvrages de sociologues et journalistes spécialistes du genre. Nous terminerons sur un tour d'horizon des séries actuelles en nous intéressant plus particulièrement aux séries dites innovantes afin de comprendre l'ampleur du renouvellement de l'offre.

première partie

Séries télé et génération Y, deux influenceurs de notre société

Nous analyserons dans cette première partie l'histoire des séries télévisées occidentales des années 50 à ce jour. Nous étudierons plus particulièrement les différents mouvements ayant marqué son évolution. L'observation des phénomènes passés nous permettra de comprendre plus justement la situation actuelle que connaît le genre. Puis, nous analyserons la génération Y, ses usages et préoccupations, afin de définir un portrait du *sériephile Y*.

Qu’est ce qu’une série télévisée ?

Afin de procéder au mieux à ce travail de mémoire, nous allons dans un premier temps définir ce qu’est une série télévisée, quels sont les différents genres qui la composent ainsi que les termes évoluant dans son écosystème. Je vous invite d’ores-et-déjà à consulter le lexique page 8.

Une série télévisée, plus communément appelée série télé ou série, est une oeuvre de fiction se déroulant en plusieurs parties que l’on appelle les épisodes. Ces derniers ont plus ou moins une durée identique et rythment la narration. Le lien entre les épisodes peut varier d’un genre à un autre. Souvent il s’agit tout simplement de l’histoire, parfois ce sont alors les personnages qui font office de fil conducteur d’un épisode à un autre, et d’autres fois seul le thème abordé par la série fait la liaison entre les épisodes.

Les séries se catégorisent en différents genres et types. En ce qui concerne les genres, on en retrouve six majeurs. La comédie, la série dramatique, la série d’action, la science-fiction, l’anime et la série historique.

En plus des genres, la série se distingue également par type. Une fois de plus, l’on en distingue six majeurs. La série bouclée, l’anthologie, le feuilleton, la série-feuilleton, la mini-série et la shortcom.

Histoire des séries télé

Du premier âge d'or à la série moderne

Aujourd'hui, il n'est pas rare d'entendre des mots comme spoiler ou plot twist au fil d'une conversation, et bien que le *phénomène séries* semble être récent, il s'agit en réalité d'un programme apparu très tôt dans les grilles de télévision.

Il demeure cependant évident, que le genre a connu bien des changements depuis son apparition sur le petit écran. Qu'il s'agisse de mutations de production, de diffusion ou encore de consommation, les séries n'en sont pas à leur coup d'essai en matière de renouvellement. Il est alors judicieux de faire un retour en arrière et d'explorer l'histoire des séries télévisées. Comme énoncé plus tôt, il s'agit d'une analyse occidentalo-centrée.

L'après-guerre ou le premier âge d'or

C'est à la fin de la Seconde Guerre mondiale que la télévision s'installe et se développe avant de vite devenir un média de masse, d'abord aux États-Unis puis en Europe occidentale. En effet, en 1945 on estimait à dix milles le nombre de foyers équipés d'un poste de télévision aux États-Unis, 5 ans plus tard on en comptait six millions[11].

Cette prise de terrain considérable de la télévision au sein des ménages américains explique pourquoi ce pays est considéré comme étant à l'origine de la création de la majorité des programmes, et donc des séries.

Les networks se comptaient sur les doigts d'une main, NBC, ABC, CBS et DuMont et organisaient leur diffusion sur le modèle du média phare de l'époque, la radio.

[11] "Television." The World Book Encyclopedia. Chicago: World Book Inc., 2003: 119.

Premièrement utilisée pour retranscrire des émissions radiophoniques préexistantes, il faudra attendre la fin des années quarante pour que la télévision devienne un média d'expérimentation et d'innovation. C'est au cours de cette période que de nombreux programmes test voient le jour. Les producteurs s'affranchissent peu à peu des codes de la radio mais aussi du théâtre et créaient leurs propres règles. C'est cette période de création sans limite que l'on appelle aujourd'hui le premier âge d'or. À cette époque apparaissent alors les premières normes de la série. Des genres tels que la sitcom, s'imposent et influencent les mécanismes de narration et de production des séries jusqu'à nos jours.

Apparue en 1951 la célèbre sitcom *I love Lucy*[12] en est le parfait exemple. Cette série pionnière a mis au point des techniques et procédés encore utilisés des décennies après sa création. C'est à cette série que l'on doit, entre autres, les enregistrements face à un public permettant d'enregistrer et d'inclure au montage les réactions de l'auditoire. Mais aussi, des mécanismes de tournage offrant trois angles de vue différents à une même scène permettant ainsi de varier les plans lors du montage. Véritable phénomène, *I love Lucy* a initié l'engouement du public pour les séries de comédie.

Face à elle, l'anthologie dramatique et le soap opéra se positionnent et donnent naissance à des oeuvres et des interprètes encore admirés, tels que la fameuse série *Alfred Hitchcock présente*[13] et les géniaux Marlon Brando et James Dean, entre autres.

On peut considérer que l'ensemble des codes mis en place au cours de cette décennie ont perduré jusqu'à la fin des années quatre-vingt et l'avènement de ce que certains appellent, le second âge d'or.

[12] Série produite par BALL Lucile et créée OPPENHEIMER Jess, PUGH Madelyn et CARROLL Jr. Bob et diffusée entre le 15 octobre 1951 et le 6 mai 1957 sur le réseau CBS.
[13] Série créée par HITCHCOCK Alfred premièrement diffusée sur CBS entre 1955 et 1960, puis NBC entre 1960 et 1962.

Les années 80 et la quality television, un second âge d'or ?

C'est le professeur et écrivain Robert J. Thompson qui qualifiera cette décennie comme le "théâtre d'un second âge d'or"[14] pour les séries télé. En effet, après avoir suivi le boom de la télévision à la fin des années soixante et après s'être adapté à l'affrontement des progressistes et des conservateurs dans les années soixante-dix, les séries connaissent un renouveau marquant initié par l'arrivée d'innovations techniques.

Dans un premier temps le câble se démocratise, on le retrouve dans un foyer sur cinq en 1980, puis dans un foyer sur deux cinq ans plus tard et dans presque 90% d'entre eux à la fin de la décennie[15].

L'arrivée de la télécommande donnant naissance au zapping ainsi que les foyers se munissant de magnétoscope transforme les téléspectateurs en un public désormais exigeant et accoutumé des normes télévisuelles. La possibilité de passer d'un programme à un autre en un clic et celle d'enregistrer des émissions, films ou séries sur son magnétoscope libèrent peu à peu le spectateur de la grille de télévision.

Afin de garder l'intérêt du spectateur les networks n'ont d'autres choix que de s'adapter à l'exigence de ce dernier en lui proposant des contenus attractifs et innovants.

L'arrivée de ces innovations techniques et la création de nouveaux programmes, les années 1980 font voir le jour à la *quality television*. Cette expression fait référence à l'exigence croissante des téléspectateurs et le renouvellement du genre sériel avec le développement de programmes forts tels que Twin Peaks[16] ou Dallas[17] proposant une narration plus complexe et étendue dans le temps. Cette notion de qualité s'évalue avec une prise en compte de normes esthétique, politique ou encore

[14] THOMPSON, Robert J., *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER,* New York, Syracuse University Press, 1996.
[15] Source: The Nielsen Company.
[16] Série créée par LYNCH David et FROST Mark, originellement diffusée sur ABC d'avril 1990 à juin 1991.
[17] Série créée par JACOBS David, originellement diffusée sur CBS de 1978 à 1991.

morale, selon Jane Feuer l'une des préconisateurs du terme. Bien que subjective et difficilement définissable, la notion de télévision de qualité demeure tout de même pertinente lorsqu'elle devient initiatrice de mouvements de téléspectateurs qui commencent peu à peu à impacter sur les productions. Par exemple, l'association "Viewers for Quality Television" créée en 1984 et dissoute en 2001, a lutté pendant 17 ans pour une télévision non soumise à la course à l'audimat.

Ces requêtes d'une télévision de qualité ont participé à l'avènement de séries d'auteurs, comme *Twin Peaks* cité plus haut. L'avènement de programmes réalisés par des auteurs a la réputation bien construite et au talent n'étant plus à prouver, créait un premier schisme dans le genre sériel. D'un côté la série grand public, de l'autre la série d'auteur plus "légitime". Cette division est à l'origine des premiers questionnements sur la reconnaissance de la série comme étant une oeuvre d'art à part entière. Les nouvelles fictions qui voient le jour offrent une narration bien ficelée, des personnages construits, des mélanges de genres ainsi que des sujets poussant à la réflexion, le tout dans des univers bien plus réalistes que ce que l'on pouvait visionner auparavant. Ces programmes plus élitistes sont vite encensés par la critique et reçoivent de nombreuses récompenses comme les Golden Globes. La légitimation culturelle est en marche.

Figure de cette époque, *Dallas* a apporté, comme *I love Lucy* dans les années 50, son lot de nouveaux codes pour le genre sériel. La première nouveauté se fait dans la diffusion hebdomadaire des épisodes qui jusque-là se faisait de manière quotidienne. Ce renouvellement des modes de diffusion fait voir le jour au fameux cliffhanger dont les showrunners usent et abusent pour maintenir le spectateur en haleine et s'assurer qu'il sera posté devant son écran au prochain épisode. Ce changement pouvant paraître anodin, transforme l'activité spectatorielle et fait de la série un réel rendez-vous à ne pas manquer. *Dallas* apporte également un changement de paradigme dans la représentation du héros. Il est fini le temps du héros "bon" à la morale irréprochable, JR devient le symbole du "héros méchant", comme le sémiologue Vincent Colonna aime les appeler, et est à l'origine d'une longue lignée de personnages que l'on adore détester.

À l'image de *Dallas* bien des créations issues de cette période de "quality television" auront impacté le genre. Entre le premier âge d'or et le second, quelques éléments pouvant conduire à une typologie du renouvellement de l'offre apparaissent. Les tournants qui ont façonné l'évolution de ce programme suivent-ils tous le même schéma ? Pour cela, intéressons-nous aux années quatre-vingt-dix que certains nomment comme étant le troisième âge d'or.

Les années 90 et 2000, ou l'essor de la qualité télévisuelle

Après avoir étudié et considéré les années quatre-vingt comme deuxième âge d'or de la télévision et des programmes sériels, Thompson observe dix années plus tard l'expansion des fictions de qualité. Genre précurseur dans les années quatre-vingt, la série de qualité s'est considérablement étendue et représente à l'aube des années 2000 la majorité des programmes audiovisuels.

« À l'automne 2000, il était difficile de trouver une série qui ne soit pas tombée dans la catégorie de la "télévision de qualité" telle qu'elle était définie dans les années 1980. The Practice, Ally McBeal et Boston Public ; Buffy the Vampire Slayer, Angel et The X-Files ; Once and Again, Judging Amy et Providence ; Law & Order, The West Wing et City of Angels : le style de la qualité était partout. En réalité, les fictions traditionnelles comme Walker, Texas Ranger et Nash Bridges paraissaient assez esseulées. Les programmes contre lesquels nous définissions la télévision de qualité étaient en train de disparaître. »[18]

Certains accordent à cette époque le nom de troisième âge d'or tandis que d'autre tel que Thompson voit tout simplement la continuité de celui des années quatre-vingt. Puisant ses sources dans les mouvements passés, celui des années quatre-vingt-dix assoit l'idée que la série peut être considérée comme une oeuvre d'art, et ce, grâce à l'ensemble des créations originales proposées par les chaînes du câble

[18] Préface de THOMPSON Robert Jr dans *Quality tv* de McCABE Janet et AKASS, I.B.Tauris & Co Ltd, 2007

et les chaînes à péage telles que HBO. N'étant pas soumis aux réglementations de la FCC, l'équivalent du CSA aux États-Unis, ces chaînes en profitent pour proposer des programmes politiquement incorrects faisant évoluer les fameux "héros méchants" si appréciés par les téléspectateurs.

Avec *The Sopranos*[19] et *The wire*[20] la chaîne HBO se compte parmi les instigateurs de ces nouvelles fictions libérées des codes des grands networks. Le phénomène des séries non consensuelles s'empare de l'ensemble des chaînes de télé, même celles soumises aux contrôles du FCC. Ces fictions ne mettront pas longtemps à parvenir en France sur des chaînes comme Canal+ ou M6. Bien que diffusées durant ce que l'on appelle les "heures creuses", c'est-à-dire les horaires à faible audience, ces nouvelles fictions prennent petit à petit du terrain avant de conquérir pleinement la grille des programmes. Le sémiologue Vincent Colonna livre une analyse complète de ce mouvement dans son ouvrage *L'art des séries : l'adieu à la morale*.

Cette émancipation du genre a donné le jour à des programmes totalement libérés voire même déjantés tels que la célèbre série d'animation *Les simpson*[21]. Cette satire délicieuse du mode de vie américain, a été récompensée par des dizaines de festivals prestigieux comme les Emmy Awards et fut reconnue meilleure série télévisée du 20e siècle par le Time Magazine[22].

Dans un autre registre, on retrouve de nombreux chefs-d'oeuvre tels que *The Wire* et *The Sopranos* cités plus haut, *Six feet under*[23], ou encore *OZ*[24]. Ces séries ont toutes la particularité d'avoir été diffusées par la chaîne symbole de la série d'auteur qui a longtemps eu pour slogan "*It's not tv, it's HBO"*. La chaîne a régné en maître jusqu'en 2007, année de fin du phénomène *The Sopranos*, c'est alors qu'une chaîne peu connue, AMC, reprend rapidement le flambeau avec *Mad men*[25].

[19] Série créée par CHASE David, originellement diffusée sur HBO de 1999 à 2007
[20] Série créée par SIMON David, originellement diffusée sur HBO de 2002 à 2008
[21] Série créée par GROENING Matt, en diffusion sur la Fox depuis 1989
[22] Time Magazine, 31 décembre 1999, Vol. 154 No.27
[23] Série créée par BALL Alan, originellement diffusée sur HBO de 2001 à 2005
[24] Série créée par FONTANA Tom, originellement diffusée sur HBO de 1997 à 2003
[25] Série créée par WEINER Matthew, originellement diffusée sur AMC de 2007 à 2015

HBO a aujourd'hui repris de sa superbe et propose des séries que l'on considère comme étant les "meilleures de tous les temps" telle que l'inratable *Game of thrones*[26]. L'adaptation de la saga romanesque de George R. R. Martin compte d'ailleurs parmi les séries les plus chères de l'histoire, avec un budget de 100 millions d'euros pour la saison à venir. En 2012, Olivier Joyard journaliste pour Les Inrockuptibles, dédie un article[27] à la chaîne, dans lequel il écrit :

" La chaîne cryptée new-yorkaise, qui fêtera ses 40 ans le 8 novembre, a engendré une révolution culturelle. Un changement de paradigme dont les conséquences ont irradié au-delà du petit écran américain, pour secouer le monde. L'invention des séries modernes."

Comme énoncé plus haut, la notion de *quality tv* devenue trop généraliste n'était plus synonyme de distinction ni même de qualité. La place est alors laissée à la série moderne qui engendrera un véritable phénomène social ; la reconnaissance de la série comme art. Nous étudierons plus exactement ce qu'est la série moderne, quelles sont ses caractéristiques, en quoi a-t-elle enclenché le processus de légitimation culturelle et quel a été l'impact d'une telle distinction sur le genre.

[26] Série créée par BENIOFF David et WEISS Daniel Brett, en cours de diffusion sur HBO depuis 2011

[27] JOYARD Olivier, *HBO : la chaîne qui a révolutionné la série d'auteur*, lesinrocks.com, 2012

La série moderne

Reconnaissance et distinction

La série moderne, définition et caractéristiques

La révolution des années quatre-vingt-dix et deux mille est à l'origine de l'avènement de la série moderne. D'ores et déjà présentée plus haut, il est essentiel d'en faire une analyse plus approfondie afin de comprendre l'influence qu'elle a eue sur les séries d'aujourd'hui. La question de la série contemporaine est centrale dans ce travail de mémoire car elle nous dirige vers celle de la légitimité des séries et donc des sériephiles. Seuls des sériephiles pris au sérieux peuvent prétendre avoir une influence sur le genre.

Lorsque l'on parle de série moderne, nous faisons référence aux fictions créées entre la fin des années quatre-vingt-dix et le commencement du nouveau millénaire. Nées de l'essoufflement des grands networks et de l'essor de la prise en compte des différents segments composant le public, ces fictions ayant émergé il y a trente ans ont bouleversées le genre[28].

La série moderne recherche un public plus haut de gamme avec une offre fictionnelle de qualité supérieure à celles que l'on retrouve sur les grands networks. C'est d'ailleurs ainsi que HBO s'est démarquée rapidement de l'ensemble des chaînes en proposant des programmes de qualité, mais surtout, s'affranchissant de tous les standards. Pendant longtemps utilisée comme vectrice de valeurs morales traditionnelles et conservatrices le seul moyen de se démarquer des autres programme et de dire adieu à la morale.

[28] PERREUR Nathalie, La néo-série, arène d'évaluation culturelle d'une société américaine en crise, *Réseaux* n°165, 2011

Ces programmes se distinguent en effet, de par leur qualité cinématographique, leur narration complexe, leur univers réalistes et leur appétence pour l'immoralité. Qu'il s'agisse des séries fortes de l'époque, comme celles précédemment citées, ou leurs héritières comme *Breaking bad*[29] ou *Weeds*[30], ces fictions mettent majoritairement en scène des héros très éloignés du politiquement correct.

Une impression de réalisme ressort fortement de ces séries, l'écart entre la fiction et le quotidien du spectateur, jusque-là fort, disparaît peu à peu. Sur un plan technique, la série moderne abandonne les codes des trois caméras fixes et fait entrer des plans filmées en caméra portée. Les personnages, eux, ne sont plus les caricatures simplifiées du gentil ou du méchant, ils ont désormais des personnalités plus nuancées et donc plus tangibles. Plus humains, on se retrouve dans leurs faiblesses et leurs complexités[31].

La série moderne est également à l'origine de la diversification des représentations dans le genre sériel. On retrouve de plus en plus de familles issues de la classe moyenne, jusqu'alors très peu représentées. Ainsi que des personnages divers tout aussi important les uns que les autres. Ce que l'on appelle les ensemble show mettent en scène de nombreux personnages à importance égale, favorisant à nouveau la projection. Si l'on ajoute à cela la prise en compte de la temporalité et l'aspect de quotidienneté recherché par les showrunners le réalisme est presque parfait.

Cette illusion de réel a considérablement renforcé le lien entre la série et son audience. En bousculant les codes narratifs ainsi que les formats, la nouvelle génération d'auteurs issus de cette période a marqué plus que jamais un schisme en série classique et série moderne. Tournant à l'origine des séries les plus notoires, il était un renouveau nécessaire à la reconnaissance du genre sériel.

---

[29] Série créée par GILLIGAN Vince, originellement diffusée sur AMC de 2008 à 2013.
[30] Série créée par KOHAN Jenji, originellement diffusée sur Showtime de 2005 à 2012.
[31] JOST François, *De quoi les séries américaines sont-elles le symptôme ?*, Paris, CNRS Éditions, 2011

Légitimité culturelle

La notion de légitimité culturelle est apparue au début des années quatre vingt avec la parution du livre *La distinction*[32] du sociologue Pierre Bourdieu, et a longtemps dominé notre vision de l'art. Il défend dans son ouvrage que nos goûts et pratiques culturelles sont étroitement liés à notre classe sociale et élabore ainsi une théorie des goûts et styles de vie.

Il définit un univers social composé d'une classe dominante, d'une classe moyenne et d'une classe dominée. La classe dominante cultivée décide de ce qu'est la culture, tandis que la classe moyenne s'efforce de l'acquérir et que la classe dominée en est tenue à l'écart.

Les dominants imposent alors leur vision du beau au reste de la population et aux producteurs culturels qui se doivent de proposer des créations dignes d'intérêt afin d'assurer leur succès. Selon Bourdieu les catégories sociales transparaissent à travers un attrait pour une oeuvre plus qu'une autre, cela permet de faire la distinction entre un dominant, une personne issue de la classe moyenne et un dominé - pour reprendre ces termes. Sa théorie permettrait également de maintenir à distance les personnes n'appartenant pas à notre catégorie sociale.

Des années plus tard, Bernard Lahire publie *La culture des individus*[33]*,* ouvrage dans lequel il explore les données de Bourdieu en analysant d'autres données. La vision binaire de Pierre Bourdieu y est remise en question, complexifiée et rectifiée. Il tente ainsi de transformer cette vision qu'il considère simpliste et caricaturale en insistant sur le fait que chaque individu possède ses pratiques et préférences culturelles et ce dans toutes classes de la société. Il fait naître l'idée que la singularité de l'individu prime sur son groupe et remet en question l'objectivité de la légitimité culturelle.

---

[32] BOURDIEU Pierre, *La distinction*, Les éditions de minuit, 1979

[33] LAHIRE Bernard, *La culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi,* La découverte, 2006

La légitimation du genre sériel, au même titre que les bandes dessinées, a été une question centrale du début du siècle. Alors qu'émergeaient de plus en plus de séries de qualité, les sociologues peinaient à se mettre d'accord sur la reconnaissance, ou non, du genre comme art.

Particulièrement réticents à explorer l'expérience télévisuelle, les sociologues français se sont très longtemps désintéressée du cas des séries. Considérée comme étant issue d'un outil aliénant, la télévision, les séries ont souvent reçu de fortes critiques provenant de la part de sociologues refusant de lui accorder le statut d'art. D'ailleurs, le sociologue français David Buxton qualifiait d'avilissantes les conditions de réception de la série par le téléspectateur[34].

Une telle remarque fait preuve d'une vision homogénéisée de la diversité des créations composant le genre mais aussi du public, et bien que Buxton refuse de considérer la série comme art, d'autres avant lui comme Martin Winckler encense le genre.

"Les créateurs de téléfictions sont des artistes, au même titre que les cinéastes, les romanciers, les peintres, les metteurs en scène de théâtre, les poètes ou les chorégraphes. Comme tous les artistes, ils veulent laisser une marque, construire une oeuvre, transmettre une vision du monde."[35]

Depuis l'avènement de la série moderne, nombreux sont ceux qui considèrent le genre comme une oeuvre d'art. Les conséquences de cette reconnaissance de la série nous guident vers une reconnaissance du sériephile et de sa pratique. L'activité spectatorielle est de ce fait, de moins en moins perçue comme une perte de temps et le spectateur est peu à peu pris au sérieux.

[34]« Ce qui grève en général la prétention des séries à accéder au rang de "huitième art", ce sont les conditions avilissantes de leur réception. » BUXTON David, *Les séries télévisées. Forme, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattant, series : "Champs visuels", 2011

[35] WINCLKER Martin, *Miroirs de la vie : Histoire des séries,* 2002

La légitimation des séries télé est pour beaucoup un accomplissement pour le genre qui fut trop longtemps mal perçu et catégorisé comme avilissant voire même abrutissant. Il s'agit d'une étape importante dans l'évolution des séries qui font désormais partie du patrimoine culturel occidental. Cette distinction a donné un souffle de dynamisme au genre, ouvert la voie à des cinéastes en quête de renouvellement, puis a poussé les sociologues, sémiologues et autres chercheurs à s'intéresser de plus près à ce sujet.

Génération Y, analyse d'un public

Définition et caractéristiques d'un concept occidentalo-centré

Selon les sociologues, une nouvelle génération apparaît tous les vingt, vingt-cinq ans. Segmentées par tranches d'âge, on estime les personnes issues d'une même génération celles nées entre deux dates définies, puis, l'on accorde des caractéristiques communes à ces même personnes. Souvent, ces dates correspondent à des jalons de l'évolution de notre société[36]. Par exemple, les Baby boomers naissent à la fin de la Seconde Guerre mondiale, suivis par la génération X débutant au déclin de l'impérialisme colonial et prenant fin à la chute du mur de Berlin. En plus d'être synonyme d'un groupe de personnes nées entre l'intervalle de deux dates prédéfinies facilitant l'organisation des données[37], les générations se caractérisent par des mouvements, des modes de vie propres et parfois le partage d'un même état d'esprit.[38]

La génération que nous étudierons dans ce travail de recherche et celle que l'on appelle génération Y, parfois prononcé "Why" signifiant pourquoi.

Avant de nous intéresser aux caractéristiques de cette génération, nous allons démontrer qu'il s'agit d'un concept occidentalo-centré ne pouvant s'appliquer à

---

[36] ATTIAS-DONFUT Claudine, DAVEAU Philippe, BAILLAUQUÈS Simone, *Génération*, In: Recherche & Formation, N°45, 2004. Transmission intergénérationnelle et formation professionnelle, sous la direction de Simone Baillauquès. pp. 101-113.

[37] MARSHALL Victor, *Tendancies in generation research : from the generation to the cohort and back to the generation, in* V. Garms-Homolova, E. Hoerning, D. Shaeffer, *Intergenerational Relationships,* N.Y. Toronto, 1984, Hogrefe.

[38] ATTIAS-DONFUT Claudine. *La notion de génération : Usages sociaux et concept sociologique*. In: L'Homme et la société, N. 90, 1988. Le temps et la mémoire aujourd'hui. pp. 36-50.

l'ensemble de la population mondiale. Il est important de faire ce point afin de comprendre pourquoi ce mémoire porte uniquement sur des séries et des téléspectateurs occidentaux.

En effet, chacune des générations établies par les sociologues ont pour début et fin des événements marquants de notre société occidentale. Qu'il s'agisse comme précédemment cités, de la Seconde Guerre mondiale ou d'un conflit géopolitique entre deux géants de l'Occident. L'identification des membres d'une génération à un événement historique, un mouvement social ou encore des phénomènes d'actualités[39], prouve l'intérêt d'apporter des frontières géographiques au concept. Une représentation collective ne peut être attribuée à une génération ne partageant pas les mêmes "temps forts", d'autant plus lorsque l'on occulte ceux qui se sont déroulés hors de l'Occident.

Ceci s'explique par le fait que pendant longtemps, et encore à ce jour, l'Occident s'est imposé comme norme de notre société. En plus de se baser sur des événements historiques marquants, les sociologues prennent également en compte les avancées techniques, technologiques et scientifiques afin d'établir la typologie d'une génération. Il est alors évident que la rapidité d'expansion de ces avancées n'est pas égale entre les pays du nord et ceux du sud. Partant du postulat que pour faire partie d'une seule et même génération ces membres doivent partager une histoire et une culture commune, il est alors aisé d'affirmer que la génération Y ne s'étend pas hors de certaines zones géographiques. Ce raisonnement nous amène à délimiter ces zones comme étant les suivantes : Amérique du nord, Europe continentale et Grande Bretagne.

À présent que nous avons défini le cadre dans lequel s'étend la génération Y, nous pouvons nous atteler à sa définition et à l'étude de ses différents aspects.

[39] ATTIAS-DONFUT Claudine. *La notion de génération : Usages sociaux et concept sociologique*. In: L'Homme et la société, N. 90, 1988. Le temps et la mémoire aujourd'hui. pp. 36-50.

Représentant environ 15%[40] de la population européenne, ladite genY, génération à laquelle j'appartiens, regroupe l'ensemble des hommes et femmes nés entre 1980 et 1996, parfois étendu à 2000. Bénéficiant d'une éducation moderne et plutôt démocratique, cette génération a évolué dans un monde où les rapports sont très peu hiérarchisés et où les choses se discutent[41], d'où la tendance à définir les Yers comme des personnes cherchant à savoir et comprendre pourquoi. Le terme génération Y est imprégné de cette image, car en plus de tout simplement signifier qu'elle succède à la génération X, la lettre Y prononcée en anglais signifie "pourquoi". Les Yers sont connus pour leur refus des contraintes et leur remise en question totale du système dans lequel ils évoluent[42].

Cette cohorte[43], terme hérité du sociologue allemand Karl Mannheim, que l'on nomme Yers, Millenials ou encore e-generation, est devenue le sujet d'études de nombreux sociologues, anthropologues et autres chercheurs.

La majeure partie des enquêtes menées pour comprendre la génération Y a été commandée par les départements de Ressources Humaines et les services Marketing, inquiets de l'arrivée sur le marché du travail de ces futurs acteurs de l'économie. Néanmoins, certaines études et sondages ont été faits avec une démarche tout autre, dont quelques-unes cherchant à déceler le lien entre ma génération et les médias.

En s'inspirant, entre autres, des travaux de recherche de Monique Dagnaud[44], David Moriez[45] et de Pascale Ezan[46], nous tenterons d'éclaircir les mystères de

[40] EU Youth Report.

[41] DAGNAUD Monique, *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris, Presses de Sciences Po, coll. Nouveaux Débats, 2013.

[42] Étude APEC, *La génération Y dans ses relations au travail et à l'entreprise*, 2009.

[43] Le sociologue Mannheim définit la cohorte comme un "ensemble d'individus nés durant la même période et influencés par un ensemble de conditions historiques et culturelles spécifiques".

[44] Sociologue au CNRS, DAGNAUD Monique est également enseignante à l'EHESS et à l'INA. Sociologue des médias, elle a publié de nombreux ouvrages dont *Les Artisans de l'imaginaire* (2006), et *La Teuf* : *essai sur le désordre des générations* (2008)

la génération Y en présentant et analysant ses caractéristiques. Moi-même issue de cette génération je saurai donner mon expertise via le prisme de mon vécu.

Bien que la génération Y soit soumise à de nombreuses variables internes, voici les caractéristiques qui ressortent de l'ensemble des travaux de recherche.

Tout d'abord, les Yers ont grandi dans un contexte géopolitique stable et visiblement modéré lorsque l'on compare l'histoire de ces décennies à celle, bien plus tumultueuse, des années précédentes. En effet, les personnes issues de la génération Y n'ont pas connu de guerres et étaient très jeunes lorsque le mur de Berlin fut détruit. La perspective de conflits armés est alors très loin de l'esprit de ce groupe. Néanmoins, il s'agit de la première génération n'ayant pas souvenir d'un monde sans le SIDA et doit faire face au désastre écologique jusqu'alors minoritairement considéré.

Bien que d'autres faits de ce genre démontrent un certain intérêt, il n'est pas essentiel pour nous de les présenter plus amplement. C'est en effet le contexte culturel qui primera sur notre étude.

Tout d'abord, il est primordial de rappeler que les Yers étaient très jeunes lors de l'expansion de l'informatique, expliquant leur aisance avec les outils numériques qui leur valut le surnom de digital natives. Peu après l'essor de l'informatique les digital natives découvrent l'internet, qui se démocratise autour des années quatre-vingt-dix, avec lequel ils grandiront et dont ils maîtriseront très vite et très intuitivement tous les ressorts. Témoins de l'évolution du "world wide web" et d'autres nouvelles technologies, le rapport de la GenY à ses outils est décisif dans la compréhension de cette génération. Un autre marqueur clé

---

[45] Enseignant-chercheur à l'ISC Paris, MORIEZ David a participé à l'écriture d'une étude nommée *Les valeurs de la génération Y et ses implications pour la gestion*, pour la Revue internationale de psychologie et de gestion des comportements organisationnels, 2016

[46] Professeur des universités et directrice de recherche EZAN Pascale est l'auteure de l'article *Utiliser les séries télévisées pour communiquer différemment auprès de la génération Y*, revue *Décisions Marketing*, 2014, pp 129-145

de la typologie de cette génération est son rapport à la télévision, en 1984 92% des foyers français en possèdent une contre près de 98% en l'an 2000[47]. Le poste de télévision est alors banalisé et le pourcentage de ménages français en étant équipés ne cesse d'augmenter. Cette démocratisation de la télévision eut un rôle moteur sur l'appétence des digital natives pour le genre sériel.

Cette génération ayant évolué en même temps qu'Internet, se retrouve sans cesse reliée au changement de paradigme initié par l'avènement des technologies numériques. En imposant ses codes à toute la société, cette génération du questionnement est pour le journaliste Olivier Rollot[48] "porteuse de bouleversements". Cette idée que la génération Y impose ses codes plutôt qu'elle ne s'adapte à ceux préétablis nous permet de déceler l'impact qu'elle a eu sur le renouvellement des séries.

Pour résumer, la génération Y est bel et bien perçue comme un jalon de l'évolution de notre société. Les caractéristiques qui la composent restent cependant peu objectives et trop considérées par le biais d'une idéologie managériale. Pour résumer, une enquête[49] réalisée par Mazars[50] et Women'Up[51] nous offre une analyse des réponses de plus de 1000 Yers provenant de 64 pays différents, en voici les chiffres et informations clés.

Selon cette étude, la génération Y est une génération qui revendique son droit au bonheur, à l'humain et à l'égalité. Sur la totalité des personnes interrogées sur leurs objectifs de vie la majorité a répondu vouloir trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle (28,5%) et souhaite vivre pleinement sa vie (23,5%). La réussite professionnelle et financière se situe bien derrière avec respectivement 9,4% et 11,5%.

---

47 INSEE, *Trente ans de vie économique et sociale*, 2014

48 Auteur du livre *La génération Y*, 2012

49 Mazars et Women'up, *LA RÉVOLUTION Y ? Une enquête internationale sur la génération Y : ses aspirations, son rapport à la mixité et à l'entreprise*, 2016

50 Mazars est une organisation indépendante d'audit, de conseil et de services aux entreprises.

51 WoMen'Up est une association de loi 1901 se proclamant agitateur d'idées et révélateur de tendances. L'association a pour but de mettre à jour les problématiques de mixité et permet à la jeune génération de créer des liens et de progresser en entreprise.

Pour faire le parallèle avec la génération de leurs parents, il leur a été demandé quels étaient, selon eux, les objectifs de vie de ces derniers. C'est alors l'indépendance financière qui ressort en premier avec 32% des voies, puis arrivent le désir de fonder une famille (25%) et celui d'obtenir un équilibre entre vie professionnelle et personnelle (18%). Les digital natives s'opposent à ces valeurs traditionnelles qu'ils considèrent obsolètes tout en reconnaissant le rôle précurseur qu'ont eu les générations précédentes sur la leur. Souvent perçue comme initiatrice d'un schisme entre les plus anciens et les plus jeunes, la génération Y se perçoit pourtant comme étant dans la continuité de ce qui a été engendré avant elle.

Tout de même accès sur un axe managérial, cette étude nous permet de mettre un terme aux clichés qui persistent autour des Yers. Premièrement, l'enquête nous démontre que bien qu'individualistes les personnes issues de la génération Y n'en sont pas moins profondément humanistes. En effet, il ressort de cette étude que plus de la moitié des Yers (57,5%) estiment que la réussite professionnelle ne peut se faire si l'on ne dispose pas de "solides qualités humaines".

La seconde idée reçue, alors remise en question, est celle de l'insolence de la génération Y. Il est indéniable que les Yers n'hésitent pas lorsqu'il s'agit de manifester leur point de vue, cependant 55% d'entre eux considèrent que l'apprentissage se fait tout au long de la vie et que pour cela il faut s'inscrire dans une volonté de partage et d'écoute. Ceci implique alors un dialogue, très souvent intergénérationnel et un positionnement d'adaptabilité et de remise en cause de la part du Yer.

D'autres clichés et stéréotypes sont remis en question dans cette enquête, cependant, comme bien souvent, l'étude se fait dans un axe managérial presque uniquement lié au monde de l'entreprise. Il est cependant judicieux de s'y intéresser afin de comprendre l'image que la génération Y renvoie, quelles

sont les interrogations des générations précédentes, et quelles sont les vérités derrière la multitude de clichés qui gravitent autour des digital natives.

La majorité des enquêtes et discours produits sur la jeunesse ont trop souvent tendance à créer des prophéties et projection d'une vision trop simpliste du futur[52]. La création d'une typologie générale et exacte de la génération Y n'est pas le but de ce mémoire, c'est pourquoi nous allons plutôt nous intéresser à deux axes d'étude alimentant notre travail de recherche ; les usages et les préoccupations qui animent les Yers. Ce mémoire s'intéressant aux sériephiles et afin d'évoluer dans notre démarche, l'étude des usages sera centrée autour de l'utilisation des médias, principalement de la télévision et d'internet.

Usages et préoccupations

Afin de découvrir qui est le sériephile issu de la génération Y, que nous appellerons sériephile Y, nous étudierons les nouveaux usages ainsi que les nouvelles préoccupations de la genY. Une analyse des usages nous permettra de percevoir s'il y a une corrélation entre la mutation des formats, des modes de diffusion, et l'évolution du mode de consommation des digital natives. Nous tenterons donc de comprendre, dans un premier temps, les modes de consommation des séries télé de la génération Y à l'ère du numérique. Quant à l'étude des préoccupations propres aux digital natives, elle nous permettra d'établir un lien entre le renouvellement des scénarii et sujets traités par le genre sériel, et la réalité de la vie d'un Yer.

Comme démontré précédemment, les personnes issues de la génération Y ont grandi avec la télévision et ont connu l'avènement d'internet. Si une caractéristique commune aux Yers ne peut être contestée, il s'agit bien de cette dernière. Bercés par les films, émissions et séries, nombreux sont les digital natives dont les parents

[52] MAUGER Gérard, *La catégorie de jeunesse, in : Les jeunes et les autres*, 1985.

possédaient une télévision[53]. Cette découverte de l'informatique et d'internet à un âge très jeune explique la raison pour laquelle les Yers ont une maîtrise intuitive des technologies.

Qu'en est-il de la consommation de séries télé des Yers aujourd'hui ?
En se basant sur les travaux de recherche[54] de Lucien Perticoz et Catherine Dessinges nous étudierons les pratiques de consommation des Yers via trois axes, l'axe de l'autonomie des visionnages, celui des interfaces connectées et celui de la participation.

Depuis l'affranchissement de la grille des programmes offert par l'essor d'innovations techniques comme la télécommande ou le magnétoscope, de nouveaux outils permettent au sériephile de naviguer sans contrainte d'un programme à un autre. Le rapport qu'ont les Yers à la mobilité accentue davantage cette émancipation de la grille des programmes mais aussi du poste de télévision. Les innovations techniques ont bien évolué depuis l'avènement de la télécommande, et de nos jours la télévision n'est plus le support unique pour visionner une série "télé". L'autonomie du spectateur s'accentue et ses modes de consommation en sont impactés. Liberté et flexibilité résument bien les usages actuels des Yers. Ce besoin de flexibilité dans le visionnage explique l'expansion des plateformes de streaming et l'explosion des plateformes légales. Une entreprise bien connue s'est imposée comme leader mondiale du streaming légale, Netflix. Avec 125 millions d'abonnés[55] à travers le monde, la plateforme a révolutionné l'industrie de la vidéo à la demande et surtout la consommation des séries. Accessible h24 et permettant l'optimisation et l'intériorisation du temps, ces plateformes de streaming font naître des comportements de visionnage propre au sériephile Y.

---

[53] Comme cité plus haut, plus de 9 foyers sur 10 possédaient un poste de télévision au milieu des années quatre-vingt. Étude de l'INSEE, *Trente ans de vie économique et sociale*, 2014

[54] PERTICOZ Lucien, et DESSINGES Catherine, *Du télé-spectateur au télé-visionneur. Les séries télévisées face aux mutations des consommations audiovisuelles*, *Études de communication*, vol. 44, no. 1, 2015, pp. 115-130.

[55] CHÉRIF Anaïs, *Avec toujours plus d'abonnés Netflix développe les séries étrangères, in :* LesEchos.fr, 2018.

Le binge-watching, par exemple, est une pratique fortement développée chez les Yers. Il s'agit d'un visionnage intensif d'une série, comme un "marathon" le téléspectateur enchaînera les épisodes les uns après les autres et ce durant des heures, voire des jours[56]. Les plateformes comme Netflix ou Hulu on mit fin à l'attente entre deux épisodes en proposant les saisons dans leur intégralité. Les visionneurs de séries sur ces plateformes n'ont plus de rendez-vous sériels à proprement parlé et peuvent regarder leur programme favori comme bon leur semble. Ce mode de consommation des séries conduirait à une reconfiguration de l'écriture et de la réalisation des séries. En effet, ce mode d'activité spectatorielle intense et immersif se pratique très bien sur des séries feuilletonnantes dans lesquelles l'on retrouve presque un cliffhanger par épisode. L'appréhension du spectateur sur la suite des événements est tellement forte qu'il est comme "obligé" de visionner l'épisode suivant immédiatement.

Les services de streaming en ligne, légaux ou non, ont permis le développement d'autres pratiques comme le visionnage multitâche ou plus connu en anglais "multi-tasking while watching" qui consiste à regarder un programme tout en faisant autre chose. Une étude en 2016 a révélé que 31% des téléspectateurs font des recherches internet sur ce qu'ils sont en train de visionner, 19% discutent en ligne sur ce qu'ils regardent, 20% disent regarder deux programmes en même temps[57]. Le consommateur ajuste sa programmation au temps et aux supports dont il dispose mais aussi, et surtout, à ses envies.

Cette diversification de comportements a entraîné un nouveau mode de consommation basé sur l'auto-programmation. "Par auto-programmation, nous entendons une modalité de consommation désynchronisée par rapport à la grille de programmes, potentiellement fragmentée sur différents supports et selon différentes

[56] COMBES Clément, *Du rendez-vous télé » au binge watching : typologie des pratiques de visionnage de séries télé à l'ère numérique*, Études de communication, vol. 44, no. 1, 2015, pp. 97-114.

[57] Ericsson, TV and media 2016, Nov. 2016

temporalités, voire déterritorialisée. Programmation imposée et auto-programmation constituent donc les deux extrémités de cet axe de l'autonomie de visionnage."[58]

L'axe des interfaces connectées nous permettra de comprendre les facteurs de changement de consommation du genre sériel chez le téléspectateur. Une fois de plus ces changements sont initiés par une évolution technique et technologique. La démocratisation d'internet et l'expansion de nouveaux supports numériques entraînant la multiplication des écrans ont permis la restructuration des modalités d'accès aux contenus sériels.
Que ce soit sur un poste de télévision, un ordinateur, une tablette ou un smartphone le public est témoin de la multiplication des moyens mis à sa disposition pour visionner la série de son choix. Afin de comprendre l'activité spectatorielle des Yers, intéressons-nous aux modes de visionnage alternatif préférés de ces derniers.

Tout d'abord il faut savoir que 85% des Yers utilisent leur smartphone ou ordinateur pour plus de la moitié des activités qu'ils font et presque 100% d'entre eux possèdent leur propre smartphone et ordinateur, tandis que seulement moitié est propriétaire d'une tablette[59]. Ces chiffres nous renseignent sur le rapport des Yers aux outils numérique et le résultat est sans appel, les nouvelles technologies font partie de leur quotidien. Si l'on se réfère uniquement à l'activité spectatorielle, le groupe Deloitte a enquêté sur les supports préférés des Yers en fonction de quinze activités différentes. En France, sur près de 500 personnes interrogées, l'ordinateur portable est l'outil préféré de la génération Y pour consommer des séries télé, il est important de noter que la tablette n'a été le premier choix d'aucun digital native questionné. En Europe, les Yers sont plus divisés, sur plus de 4000 personnes interrogées, deux cohortes se distinguaient concernant le visionnage des séries. Les 18-24 ans les visionnent sur l'ordinateur portable tandis que les 25-34 ans préfèrent la télé. La croyance persistante que la génération Y tourne le dos à la télévision n'est

[58] PERTICOZ Lucien, et DESSINGES Catherine, *Du télé-spectateur au télé-visionneur. Les séries télévisées face aux mutations des consommations audiovisuelles*, *Études de communication*, vol. 44, no. 1, 2015, pp. 115-130.

[59] Source : Étude Deloitte, *Gen Y the rise of the individual*, 2017

pas avérée, car elle reste le support préféré des Yers pour regarder des programmes en direct ou en replay. La démocratisation de l'utilisation de l'ordinateur comme support premier du visionnage impact sur l'essor des séries diffusées uniquement en streaming. Bien que l'ordinateur fasse office de support numéro un chez les Yers, ils n'en oublient pas pour autant les autres écrans et supports (télévision, smartphone…) on parle alors de spectature multimodale.

Le rapport du public à la série ne se limite pas uniquement à la spectature. La génération Y révèle avoir un besoin d'interaction et la série lui permet alors de se rassembler autour de thèmes fédérateurs et créait des perspectives de discussion et d'échanges. Jenkins documentait déjà ces pratiques dès les années soixante en établissant la série comme "objet social-symbolique porteur de significations"[60].

Les Yers ne consomment pas uniquement les séries, ils les transposent comme sujet de conversation et moyen de rassemblement. Les sériephiles Y se retrouvent alors en fandom pour échanger autour de leurs séries préférées. Ce mode de consommation de la série en dehors même de son visionnage fait vivre le genre au-delà de sa fonction première. Cette prolongation de l'expérience sérielle a guidé les chaînes et producteurs à élaborer des stratégies orientées vers le public, tels que des sites, blogs et réseaux sociaux associés au programme. Ce développement de support et de contenu pour alimenter les échanges des communautés de fans est l'instigateur de projets de fictions transmédiatiques. Entre partage d'expérience et création de contenus créatifs[61] la génération Y a changé le paradigme du simple visionnage en implantant la culture du partage et de la participation au genre sériel.

À présent, intéressons-nous aux préoccupations majeures des Yers afin d'établir, plus tard, s'il y a une corrélation entre ces dernières et le renouvellement des scénarii. Pour cela, nous porterons une attention particulière à l'enquête Génération

[60] Étude d'Henry Jenkins sur la fanfiction, 1988

[61] CAILLER B. et MASONI LACROIX C., *Industries narratives et publics de télévision : le défi de la logique transmédia*, in La télévision et après : vers le transmédia, Télévision, n° 5, CNRS Éditions, pp. 27-46, 2014.

What[62] ayant pour but de dresser le portrait de la génération Y. Ce dispositif en ligne a permis de donner la parole à plus de 320 000 jeunes français âgés entre 18 et 34. Cette enquête a abordé, entre 2013 et 2016, des thèmes plus spécifiques que les études classiques, tels que la sexualité, l'adulescence, la fainéantise, la tolérance…

Les personnes interrogées se sont exprimées tout autant sur leur vie personnelle, leur vie professionnelles, leurs opinions et point de vue sur notre société actuelle et son avenir. Cette étude est premièrement centrée sur la jeunesse française, puis européenne, cependant l'homogénéité de la culture occidentale nous permettra de considérer ces réponses comme vraies pour l'Amérique du nord. Nous étudierons les résultats pouvant nous donner des indicateurs sur l'impact de la génération Y sur les choix de sujets traités, et la manière dont ils sont traités, dans les scénarii des séries actuelles.

Dans un premier temps notons que 62% des personnes interrogées ont déclaré ne pas pouvoir être heureuses sans cinéma, film et séries. Ce chiffre est important pour comprendre le rapport tissé entre les Yers et les séries qu'ils considèrent comme un facteur de leur bonheur. Il semble alors essentiel que les séries qu'ils visionnent soient en adéquation avec leurs préoccupations et leur rapport au monde.

Concernant les préoccupations, on retrouve un pessimisme généralisé chez les Yers qui à 73% se considèrent comme "sacrifiés" ou "perdus", cependant plutôt que de perdre confiance ils ont plutôt intégré l'insécurité et l'impermanence dans leur mode de vie et sont 65% à avoir pour devise *Carpe Diem*. Ces premières préoccupations sur leur avenir dominent, néanmoins des préoccupations bien moins individualistes les succèdent, l'avenir du monde et de l'humanité. Qu'il s'agisse de l'éventualité d'une guerre, de désastres écologiques ou économiques, les Yers sont préoccupés par le futur de la planète et le font savoir en devenant des citoyens plus critiques et plus engagés. 61% des personnes interrogées se disent prêtes à participer à un mouvement de révolte de grande ampleur, type mai 68. Cette indignation transparaît

[62] Generation What est un programme interactif produit par France Télévisions, Upian et Yami 2, en partenariat avec l'UER et 14 diffuseurs européens. Il s'agit d'une évolution de Génération Quoi, une grande enquête réalisée en France en 2013 pour dresser le portrait des 18-34 ans.

dans beaucoup de séries dans lesquelles évoluent des personnages prêts à tout pour renverser le système en place, telle que la série phénomène *The handmaid's tale*[63], version dystopique et totalitaire des États-Unis.

On remarque également que les Yers sont plus tolérants et ne se préoccupent plus de l'orientation sexuelle, de la culture ou de la religion des personnes qui les entourent[64]. Cet essor de la tolérance au sein de la société se ressent dans les représentations des minorités dans le genre sériel. La série Skam, par exemple, brille par son approche intelligente de l'Islam. Elle réconcilie le spectateur avec une religion victime de forts stéréotypes et dans un climat de normalisation de l'islamophobie en Occident[65]. En effet, dans son rapport publié le 17 juillet, le Conseil des relations américano-islamiques (CAIR) présente des chiffres édifiants. Les actes à caractère islamophobe ont augmenté de 91% lorsque l'on compare le premier semestre de 2017 à celui de l'année précédente[66]. En plus d'apporter un autre visage à l'Islam, la série Skam offre une représentation pleine de justesse de la communauté LGBTQ+.

En résumé, il ressort que les millennials sont méfiants mais mobilisés. Bien que pessimistes ils sont prêts à s'investir pour la création d'un monde meilleur en lequel ils croient. Plus tolérants et plus ouverts d'esprit ils sont à l'origine de nombreux mouvements sociaux, tel que le célèbre MeToo. La réalité influence la fiction, et les combats de la génération Y se retrouvent de plus en plus scénarisés dans l'univers sériel. Par exemple, la saison 2 de la série *13 reasons why* reprend d'ailleurs cette thématique et intègre dans sa série de nombreuses références au mouvement #MeToo et à l'affaire Weinstein.

---

[63] Série créée par MILLER Bruce, première diffusion en avril 2017 sur la plateforme de streaming Hulu.

[64] Pour 75% des personnes interrogées, l'immigration est une source d'enrichissement culturelle. 81% ne sont pas choqués par un couple homosexuel s'embrassant dans la rue. 60% ont des amis d'une origine ethnique différente. 60% n'ont pas les mêmes orientations sexuelles que leurs amis. Plus de 50% ne partage pas la même culture ni la même religion que leurs amis. Source : Génération What

[65] Rapport 2017 du Collectif Contre l'Islamophobie en France.

[66] CAIR National Civil Rights report, 2017.

Nous allons désormais passer à l'étude de trois séries dites phénomènes qui semblent avoir pris en compte les usages et préoccupations de la génération Y. L'analyse de ces séries nous permettra de nous assurer de la considération des Yers dans la production et de prouver le fait que les showrunners reprennent alors les codes de cette génération.

L'étude des contextes théorique et historique nous a permis d'établir un premier lien entre génération Y et renouvellement de l'offre sérielle. Nous sommes à présent capables d'élaborer une étude de cas nous permettant d'apporter une réponse à notre problématique. À ce titre nous avons choisi d'étudier trois séries dites phénomènes, Black mirror, 13 reasons why et Skam. Avec des scénarii représentant des sujets chers à la génération Y, des formats, mode de diffusions et dispositifs innovants, elles représentent le renouvellement du genre sériel.

seconde partie

Renouvellement de l’offre, quand les showrunners écoutent toute une génération

Au fil de cette seconde partie, nous analyserons trois séries afin de présenter à travers des cas concrets en quoi la prise en compte de la génération Y chez les producteurs a initié un renouvellement de l’offre. Nous allons à présent démontrer que les producteurs de Black Mirror, 13 reasons why et Skam ont anticipé les usages et les préoccupations des Yers.

Méthodologie

Après avoir étudié les usages et préoccupations de la génération Y, il est temps d'analyser trois séries phénomènes et de découvrir comment leurs créateurs ont anticipé les attentes des Yers.

À présent il est temps de procéder à notre étude de cas afin d'apporter une réponse à notre problématique. Au fil des recherches la problématique s'est défini comme étant la suivante : En quoi la prise en compte de la génération Y chez les producteurs renouvelle-t-elle l'offre ?

L'observation des différents mouvements ayant initié un renouvellement de l'offre sériel ainsi que des parties prenantes de cette étude, nous pouvons aisément deviner une corrélation entre l'évolution du genre sériel et l'influence des Yers.

Le choix des séries a étudié s'est fait rapidement, tant elles sont célèbres et appréciées au sein de la génération Y. Notre étude ethnographique nous a également permis de préciser notre sélection en l'adaptant aux résultats reçus, ainsi nous sommes au plus près des centres d'intérêt de la génération Y.

Notre analyse portera donc sur Black Mirror, 13 reasons why et Skam, trois séries phénomènes rencontrant un succès indéniable auprès de la génération Y. Nous étudierons chacune d'entre elles séparément afin de déterminer quelles sont leurs particularités en matière de scénario, de format et de diffusion. Nous prendrons également le temps de faire le parallèle entre les thématiques abordées dans ces séries et leur adéquation avec les préoccupations des digital natives. Afin de comprendre au mieux l'influence entre réalité et fiction nous ferons également le parallèle entre les sujets mis en scène et l'actualité.

Nous tenterons de démontrer en quoi elles se différencient des autres séries et donc en quoi elles représentent un renouvellement de l'offre. À l'aide de notre étude préalable sur la génération Y, nous serons à même de dire si ces trois séries en question ont anticipé les usages et préoccupations des Yers. Pour cela, nous explorerons les trois séries choisies et établirons un lien entre le choix des formats utilisés, des modes de diffusion et des sujets abordés avec les résultats des enquêtes préalablement observées.

Nous ferons également appel aux travaux et articles de sociologues, journalistes et critiques de séries ainsi qu'à une collecte de données. Nous procéderons à une étude ethnographique en récoltant des informations auprès de sériephiles Y à l'aide de formulaires mis en ligne. Des entretiens compréhensifs seront également réalisés afin d'apporter un complément à notre étude.

Nous observerons également, dès que nous en aurons l'occasion, certains entretiens des producteurs et autres parties prenantes des créations que nous étudierons.

Études de cas

Trois séries phénomènes ayant anticipé les usages et préoccupations de la génération Y

Black Mirror, ou le choix d'un thème fédérateur

Cette anthologie d'anticipation britannique créée par Charlie Brooker est premièrement diffusée sur Channel 4 de 2011 à 2014 puis rejoint le géant Netflix en 2016. Black Mirror met en scène la dépendance des hommes vis-à-vis des "miroirs noir", ces écrans faisant la frontière entre l'humain et les nouvelles technologies. Cette vision effrayante de notre rapport à la technologie est encensée par la critique[67] et fait l'objet d'une véritable passion des sériephiles.

En 2017, la série figurait dans le classement des créations originales netflix les plus populaires avec 12 836 506 de moyenne journalière des demandes exprimées par les abonnés en France et 19 209 127 aux États-Unis[68], la plaçant respectivement à la deuxième et treizième place. La demande exprimée est une unité universelle représentant la demande absolue exprimée pour une série dans un pays donné, elle traduit l'intérêt, l'engagement et l'audimat.

Chaque épisode est indépendant et a pour univers commun un futur proche et pour thématique récurrente la manière dont les écrans façonnent notre rapport au monde. Comme dans un cauchemar, nous sommes les témoins impuissants d'une réalité si proche de la nôtre où les technologies révèlent ce qu'il y a de pire en nous. Les similitudes avec notre société actuelle sont déstabilisantes et la frontière entre la fiction et le réel semble s'amoindrir avec le temps.

[67] La série est en effet le sujet de nombreux articles et critiques reconnaissant le génie du créateur mais aussi et surtout Black Mirror a reçu de nombreux prix tels dont le GLAAD Media Award, International Emmy Award de la meilleure mini-série ou du meilleur téléfilm.
[68] Source : The Global Television Demand Report 2017, Parrot Analytics

La collection “d’horribles et délicieux ‘et si…’”[69], comme le dit Charlie Brooker, nous offre à ce jour quatre saisons et dix-neuf épisodes tous plus anxiogènes les uns que les autres. Durant plus ou moins quarante minutes, les épisodes se servent de nos peurs collectives et de nos préoccupations technologiques du moment. Les saisons sortent intégralement sur la plateforme de streaming légal, permettant aux sériephiles de binge watcher les épisodes tant attendus.

En s’inspirant directement de la réalité, le créateur Charlie Brooker évalue nos modes de consommation des nouvelles technologies et nous montre les travers qu’elles pourraient révéler de nous d’ici quelques années. Les personnes issues de la génération Y que l’on appelle aussi digital natives sont ainsi principalement touchés par cette thématique. Hyper connectés, les Yers font partie de la première génération pour qui les nouvelles technologies sont ancrées dans le quotidien. Enfants de l’avènement et de la démocratisation d’internet, ils ont une approche intuitive du numérique qui fait partie intégrante de leur vie[70]. La série techno-dystopique leur permet de se retrouver à travers les usages abusifs des NTIC des personnages. Cependant une tendance à se méfier de ces technologies apparaît peu à peu. Divers scandales viennent alimenter les craintes des millenials, tels que la réutilisation des données collectées lors de notre navigation, la revente de données personnelles[71] ou tout simplement la crainte de l’aliénation technologique[72].

72% des personnes interrogées au cours de notre étude ethnographique regardent Black Mirror et 59,1% d’entre eux admettent visionner la série car ils sont sceptiques concernant l’avenir des nouvelles technologies. Black Mirror prend alors la forme

---

[69] ROBINSON John, *Charlie Brooker: ‘The more horrible an idea, the funnier I find it’*, The Guardian, 2016

[70] BOËTON Marie, *La génération Y, une classe d'âge façonnée par le Net*, Études, vol. tome 419, no. 7, 2013, pp. 31-41.

[71] “De même, en raison de leur familiarité avec le caractère exhibitionniste des échanges internautes, les jeunes dénoncent « le fait que les données ne soient pas assez protégées » comme le frein principal à l’utilisation d’internet” DAGNAUD Monique, *Génération « je m'exprime par l'image », Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, sous la direction de Dagnaud Monique. Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2013, pp. 17-72.

[72] « La diffusion des technologies de l’information et de la communication dans la société française », CREDOC, rapport 2011.

d'une catharsis libérant le spectateur tout en le poussant à réévaluer son rapport aux technologies qui l'entourent. 58,3% des Yers interrogés ont en effet avoué avoir revu leur rapport à une ou plusieurs technologies suite au visionnage d'un épisode.

Bien que futuriste, la représentation des rapports de l'homme aux technologies proposée par Charlie Brooker, semble prendre source dans notre société actuelle, d'ailleurs 95,8% des interrogés estiment que notre génération a eu un impact sur les scénarii de l'anthologie. Lorsque l'on sait que 92% des millenials possèdent un smartphone et que 85% d'entre eux sont présents sur les réseaux sociaux[73], et ce principalement de manière quotidienne, on ne peut douter que Charlie Brooker trouve son inspiration dans les usages des Yers.

Un épisode illustre par ailleurs très bien notre rapport abusif à ces technologies et principalement aux médias sociaux, Chute libre ou Nosedive[74] en anglais, l'épisode un de la troisième saison. Chute libre met en scène l'histoire de Lacie Pound une jeune femme active évoluant dans un monde où chaque personne note les autres sur cinq à l'aide d'une application. Les gens se retrouvent alors évalués et leur identité numérique prévaut sur leur identité réelle. Nous assistons alors à l'obsession naissante de Lacie prête à tout pour être mieux notée et ainsi mieux perçue. L'impermanence de ces "notes sociales" qui menacent de dégringoler à chaque écart et l'importance immodérée qui leur est apportée, font basculer notre héroïne vers la folie.

Lorsque l'on visionne cet épisode nous sommes rapidement déstabilisés par la justesse de cette satire pas si éloignée de notre réalité. Comme nous l'avons vu précédemment, la majorité des Yers sont présents sur les réseaux sociaux et le phénomène de la "dictature du like" ne cesse d'augmenter. «Il s'agit pour eux d'être populaires : à la fois assez proche des autres pour être accepté et suffisamment singulier pour être respecté», observe le journaliste Olivier Rollot. La mise en scène

[73] Source : Pew research center, *January 2018 Core Trends Survey*, février 2018.

[74] Épisode réalisé par WRIGHT Joe, d'après une histoire de BROOKER Charlie, en ligne sur Netflix France depuis le 21 octobre 2016.

de soi-même via les réseaux sociaux est d'ailleurs un phénomène étudié par la sociologue Monique Dagnaud dans son ouvrage *Génération Y*[75].

D'ailleurs de nombreuses applications permettent d'ores et déjà de noter son prochain, Peeple permettrait à ses utilisateurs d'évaluer les personnes avec lesquelles elles interagissent, et le gouvernement chinois a par ailleurs lancé son Social Credit System permettant de donner un score aux citoyens leur permettant, ou leur interdisant, l'accès à certains services comme le train ou l'avion par exemple. Cet épisode n'est pas le seul à s'inspirer de faits réels et de préoccupation propres aux digital natives.

La prise en considération des spectateurs issus de la génération Y, se traduit par le choix des thématiques abordées mais aussi celui de la diffusion. En rejoignant Netflix, la série s'inscrit dans une démarche d'accessibilité et de flexibilité pour un public, rappelons-le, s'affranchissant des grilles de programmes. La série favorise alors les pratiques de visionnage des Yers, tels que le binge watching ou le multi task. Avec la sortie de tous les épisodes d'un coup, Netflix et Black Mirror offre alors aux sériephiles Y ce qu'ils attendent : l'immédiateté. En ce qui concerne la question de la fidélisation, elle ne se fait pas dans la continuité narrative et n'use pas, à tort ou à raison de cliffhangers vertigineux, mais se fait dans la permanence de la thématique. Le choix d'ailleurs de proposer une anthologie, offre la possibilité aux spectateurs de s'affranchir également de l'ordre de visionnage des épisodes et lui apporte ainsi une flexibilité en cohérence avec ses attentes. D'ailleurs, si un épisode ne lui plaît pas il peut aisément décider de ne pas le regarder sans que cela impacte sur son expérience spectatorielle.

Le choix d'un thème aussi fédérateur que la technologie créait des perspectives de discussions et d'échanges à une génération en quête d'interactions et de partage. Les fans de la série se retrouvent sur des forums tels que reddit et élaborent ensemble des hypothèses, des liens et des fins alternatives à l'oeuvre de Charlie Brooker.

---

[75] DAGNAUD Monique. *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion.* Presses de Sciences Po (P.F.N.S.P.), 2011

Comme nous l'avons présenté précédemment dans ce mémoire, la série véhicule de forts signaux de discrimination. Black Mirror s'inscrivant dans la lignée des séries d'auteurs ou de qualité, renvoie alors une image de sériephile élitiste. En faisant le choix de collaborer avec des artistes reconnus du milieu du cinéma ou de la télévision, comme Jody Foster qui fut réalisatrice de l'un des épisodes de la saison quatre, les showrunners de Black Mirror font de leur création une oeuvre légitime et reconnue socialement.

Black Mirror se différencie des autres séries et s'inscrit dans cette dynamique de renouvellement de l'offre sérielle, de par l'originalité de son format et de ses scénarii et comme nous avons pu le constater ces deux facteurs de renouvellement se sont adaptés aux usages et préoccupations de la génération Y.

13 reasons why, ou l'engagement de la fiction face au harcèlement

13 reasons why est une série américaine développée par Brian Yorkey et inspirée du best-seller du même nom écrit par Jay Asher. Née en 1992 la productrice exécutive de cette série, Selena Gomez, fait partie de cette génération Y touchée par les thèmes sensible abordés. La fiction est diffusée depuis le mois de mars 2017 sur Netflix et se retrouve constamment en tête des classements des programmes les plus populaires avec, par exemple, 49 657 678 de moyenne journalière des demandes exprimées par les abonnés de la plateforme aux États-Unis[76]. La série dont le spectatorat est composée à 75%, séduit principalement les 34 ans et moins, c'est-à-dire une majorité de Yers[77].

Le choix de cette série s'est imposé lors de notre étude ethnographique. En effet, le formulaire se concluait par une question invitant les personnes interrogées à proposer une série qui selon eux avait été influencée par la génération Y et 13

[76] Source : Parrot analytics, US Top cross-platform audience demand and average demand expressions, juin 2018.
[77] Source : Nielsen Media Research, mai 2018

reasons why est apparue presque systématiquement. Cette série phénomène semble avoir touché les Yers par la représentation du harcèlement et les conséquences gravissimes qu'il peut avoir.

La série raconte l'histoire d'une jeune adolescente s'étant donné la mort, Hannah Baker, et donnant les raisons pour lesquelles elle est passée à l'acte dans une collection de treize cassettes distribuées aux "fautifs". La première saison est composée de treize épisodes mettant chacun en scène une des raisons la poussant au suicide. Grâce aux doubles récits la série offre deux points de vue à l'histoire, celui d'Hannah et celui de Clay l'un de ses amis qui découvrira les mystérieuses cassettes. La saison 2 reprend à la suite de la mort d'Hannah et met en lumière la période de deuil des différents personnages. Le lycée dans lequel l'héroïne était scolarisée s'apprête à passer en procès face à la famille de la victime qui estime que les enseignants n'ont rien fait pour lui venir en aide. Malgré le décès d'Hannah le climat de harcèlement ne disparaît pas et devient même plus oppressant pour ses camarades.

Cette fiction couvrant des thématiques fortes comme la dépression, les agressions sexuelles, le harcèlement et le suicide est alors classée MA, c'est-à-dire qu'elle convient à un public mature et est déconseillée aux personnes atteintes par l'un des problèmes soulevés par la série. Des capsules de prévention ont été intégrées au commencement de chaque épisode et un site internet nommé www.13reasonswhy.info a été mis en ligne afin de venir en aide aux victimes ou aux témoins de harcèlement.

Le site propose une collection de vidéos informatives réalisées avec les acteurs de la série s'adressant directement au spectateur sur une diversité de sujets gravitant autour de la question du harcèlement. Qu'il s'agisse de parler à quelqu'un d'abus de drogue ou d'alcool[78], de comprendre le consentement ou encore de repérer les signes de dépression, les protagonistes offrent des conseils essentiels au public. En fonction du pays, le site renvoie également vers la plateforme gouvernementale

[78] « Les études réalisées au cours des dix dernières années montrent que plus d'un tiers des enfants sont concernés au moins une fois et que les deux tiers le sont avant 16 ans », David Buckingham, La Mort de l'enfance, op. cit., p. 75.

agissant contre le harcèlement, soit www.nonauharcelement.education.gouv.fr en France.

Lorsque André Canvel, ancien délégué ministériel à la lutte contre le harcèlement scolaire, dévoile dans un entretien que 1 élève sur 10 est victime de harcèlement[79], il est évident que la série 13 reasons why s'inspire directement de la réalité des Yers. Nés entre les années 80 et 2000, certains Yers sont encore étudiants et font partie alors des victimes potentielles.
Qu'ils le vivent actuellement, ou bien qu'ils l'aient vécu par le passé, il ne s'agit pas d'une thématique passant inaperçue dans la vie d'une personne issue de la génération Y.

Afin d'apporter une réponse plus claire à la question de harcèlement au sein de la génération Y, nous avons eu recours à deux collectes de données. Dans un premier lieu un formulaire a été mis en ligne, puis afin d'approfondir notre compréhension du sujet nous avons eu recours à deux entretiens compréhensifs sur le sujet avec deux jeunes femmes âgées de 25 et 23 ans.

Vingt-trois personnes âgées entre 18 et 26 ans ont répondu à notre étude, la majorité d'entre elles ont 23 ans à 26,1% suivie à égalité par des Yers de 18 et 24 ans à 13,7%. Près des deux tiers des personnes interrogées ont regardé la série dans son intégralité, tandis que 21% d'entre elles l'ont commencé mais se sont arrêtées en cours de visionnage.

Les questions du formulaire portaient dans un premier temps sur le rapport des Yers au harcèlement, ont-ils été victimes ou témoins, dans quel cadre etc. Les signes de harcèlement étant difficilement reconnaissables, même pour une victime, l'option "je ne sais pas trop" a été ajouté aux possibilités de réponse.

[79] BATTAGLIA Mattea, *Harcèlement scolaire : « Un élève sur dix est concerné »*, Le Monde, Nov. 2017

À la question “As-tu déjà été victime de harcèlement au cours de ta vie ?” 52,2% des personnes interrogées acquiescent, 26,1% répondent “non” et 21,7% avouent ne pas vraiment savoir. Cette zone grise entre moqueries et harcèlement a été prise en compte dans la création de la série qui met en scène une multitude de cas concrets. En plus d’exposer le harcèlement, les créateurs ont fait le choix de l’analyser et de le commenter, ce qui distingue particulièrement 13 reasons why des autres teen dramas dont elle reprend les codes.

Ce phénomène de maturité dans les nouvelles séries répond aux besoins constants des Yers de demander “pourquoi”. On aperçoit alors une adaptation indéniable des producteurs à une génération en quête de réponse.
On ne fantasme plus la jeunesse, on la représente et on l’analyse. 13 reasons why traite de sujets graves mais de manière plus réaliste et pertinente que ses homologues.

La série ne se différencie pas uniquement des teen dramas par ce choix scénaristique, elle a une forme éminemment moderne. Le rythme des épisodes reprenant celui des cassettes nous inclut dans la peau d’un personnage découvrant à son tour la suite de rites initiatiques tragiques auxquels sera soumise Hannah. L’hétérogénéité des personnages représentés apporte également une diversité des points de vue permettant à tout un chacun de se positionner au cours de son visionnage jusqu’à s’identifier à l’un des protagonistes. 44,4% des personnes interrogées ayant vu la série disent se retrouver à travers l’un des personnages, ce qui est un facteur essentiel des raisons pour lesquels elles visionnent la série. En effet, à la question “Pourquoi regardes-tu 13 reasons why” cette raison arrive en troisième place précédée de “Parce qu’il est important de visionner une série soulevant une telle thématique” à la seconde place avec 66,7% et “Je me sens concerné par les sujets abordés” en première position avec 72,2%.

Lorsqu’il s’agit du lieu ou cadre dans lequel s’est déroulé le harcèlement, l’école se situe en première position avec 87,5% des voix, amplifiant ainsi le phénomène d’identification du spectateur. Les résultats de notre étude nous démontrent rapidement que la série est en effet proche de la réalité et s’inspire directement du quotidien, actuel ou passé, d’un Yers.

Afin d'approfondir cette hypothèse nous avons eu recours à deux entretiens compréhensifs avec Sarah 25 ans et Anne 23 ans[80].

Au cours de ces entretiens, Anne déclare faire partie d'une "génération pour laquelle la réputation ou le harcèlement sont des préoccupations très actuelles" et que ces deux préoccupations sont remises en question par une majorité de Yers. Elle apprécie alors que la série soulève cette thématique et en fasse une approche intelligente et réfléchie. Bien que le cadre lui semble trop américanisé, Julie parvient aisément à s'identifier aux personnages, tantôt dans le rôle de la victime tantôt dans celui de la fautive. La manière dont est abordée la notion de culpabilité l'interpelle particulièrement et cette fameuse "zone grise" dont nous parlions précédemment a pu se dissiper à l'aide de la série.

Sarah, à son tour, avoue avoir vécu presque la totalité de ce que l'héroïne principale a subi : "Pratiquement tout ce qui se passe dans la série m'est arrivée, du moins pour la saison une. Soit plus tôt dans ma vie, soit plus tard…" Cette réponse nous conforte dans l'idée que la série représente une réalité pour un grand nombre de personnes, elle s'inspire du réel et ne le déforme pas. Sarah poursuit en déplorant le côté très graphique de la série qui l'a presque poussé à mettre un terme au visionnage. Néanmoins, Anne nous confie d'ailleurs avoir aimé que la série soit réaliste presque brute, "sans essayer d'enjoliver ou épargner le spectateur". La suite des entretiens devenant très personnelle, nous préférons ne pas la divulguer.

Comme pour Black Mirror, il est évident que la prise en considération des spectateurs issus de la génération Y, se traduit par le choix des thématiques abordées en cohérence avec les préoccupations des Yers mais également dans celui de la diffusion. La série fait en effet partie des "programmes originaux Netflix" et rejoint le modèle d'adaptabilité à un public en quête d'immédiateté et de flexibilité. 13 reasons why s'inscrit, comme Black Mirror, dans la catégorie des séries que l'on peut binge watcher. Contrairement à cette dernière, 13 reasons why est rythmé par une suite de cliffhangers donnant l'envie au spectateur de découvrir la suite de

[80] Par souci de confidentialité les prénoms des personnes interrogées ont été modifiés.

l'énigme, et ce, très rapidement. C'est ainsi que son format convient à un public Y sérievore et impatient.

Le choix de cette thématique directement inspiré du quotidien du segment le plus jeune de la GenY, bien que nos études aient prouvé que peu importe l'âge chaque personne issue de la génération Y a son mot à dire sur le sujet du harcèlement, prouve l'intérêt des producteurs pour les préoccupations de ce public. Ce thème fédérateur et universel a su toucher des millions de spectateurs. La série la plus populaire de l'histoire de Netflix est, sans grande surprise, une fiction adaptée à une génération ayant le pouvoir d'influencer les showrunners.

Bien que les audiences ne soient pas divulguées par le géant du streaming, les réseaux sociaux nous permettent de comprendre l'ampleur du phénomène 13 reasons why. Selon Fizziology, entreprise de recherche spécialisée dans les médias sociaux, la série comptabilisait plus de tweets durant la semaine suivant sa grande première qu'aucun autre show Netflix[81]. Au cours des trois premiers jours du lancement de la saison 2, la société Nielsen, comptait un total de 6 077 000 spectateurs, aux États-Unis uniquement, dont plus de la moitié fait partie de la génération Y[82]. C'est d'ailleurs les spectateurs issus de cette même génération qui ont été le plus nombreux à finir la totalité de la série en 3 jours seulement[83]. Ces chiffres sont la preuve de l'intérêt important de la génération Y pour la série.

Comme nous avons pu le démontrer, 13 reasons why se différencie des autres teen drama et s'inscrit dans une dynamique de renouvellement du genre sériel. La thématique abordée, l'originalité de l'approche, la représentation de la jeunesse et l'adaptation du format à un public Y font preuve du désir des producteurs de s'adapter à un tel public.

On retrouve également cela à travers la campagne de communication mise en place par Netflix, aidé de l'agence Darewin, qui invite le spectateur à entrer dans le

[81] Au total 3,5 millions de tweets ont été décomptés au cours de la première semaine de diffusion.
[82] Source : Nielsen Media Research, SVOD content ratings, based on US viewership only, first 3 days of availability, mai 2018.
[83] Source : Nielsen Media Research, SVOD content ratings, based on US viewership only, first 3 days of availability, mai 2018.

smartphone de l'un des personnages de la série et d'en découvrir son contenu à l'aide du site www.talktothereasons.com. Uniquement disponible via smartphone le site reprend l'interface d'un téléphone portable et nous donne accès à l'intégralité de son contenu. L'utilisateur reçoit également des notifications, messages et appels vidéo des autres protagonistes de la série.

Le format original de ce support plonge les fans dans une dimension de l'univers de la série, l'histoire ne se contient plus seulement dans les épisodes. Le choix des producteurs d'étendre l'univers sériel à d'autres supports plaît particulièrement à la génération Y en quête d'interaction et d'inédit[84], elle nécessite d'ailleurs une maîtrise intuitive des technologies propre aux Yers. De plus, il est possible pour les fans de la série de retrouver leurs personnages préférés sur Instagram. En effet, le réseau social compte parmi ses abonnées les "étudiants" de Liberty High le lycée dans lequel évolue l'intrigue de la fiction. Le choix d'utiliser une telle application pour étendre le storytelling de la série est judicieux. En effet, l'application est le troisième réseau social le plus utilisé au monde avec 800 millions d'utilisateurs actifs par mois[85] dont 60,4% issus de la génération Y[86]. L'héroïne Hannah Baker, compte près d'un million d'abonnés à l'heure actuelle. 13 reasons why n'est pas la seule série à à étendre son storytelling sur divers supports. Une série a su faire preuve d'avant-gardisme en la matière et doit en partie son succès à cela, la fameuse fiction norvégienne Skam, dernière étude de cas de notre travail de recherche.

Skam, la réalité des Yers à travers un dispositif innovant

Signifiant honte en français, Skam est une série norvégienne pour jeunes adultes créée par Julie Andem et produite par la station de radio publique NRK P3. Le premier contenu diffusé de la série était un clip mis en ligne le 22 septembre 2015,

[84] EZAN Pascale, *Utiliser les séries télévisées pour communiquer différemment auprès de la génération Y*, 2014.
[85] Source : KALLAS Priit, *Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps*, Dreamgrow, mai 2018.
[86] Source : Statista, *Instagram: global user age and gender distribution 2018*, avril 2018.

et le premier épisode fut diffusé à la télévision trois jours après. Skam a pour particularité scénaristique de changer de personnage principal à chaque saison, Eva dans la première, Noora dans la deuxième, Isaak dans la troisième et pour finir Sana dans la quatrième. Le concept de la série se distingue particulièrement de l'ensemble du paysage sériel actuel, il propose de suivre le quotidien d'adolescents à travers différents médias. Le spectateur peut, par exemple, suivre les personnages de la série sur leurs comptes Facebook et Instagram et rester en lien avec eux en l'attente du prochain épisode. Contrairement aux deux séries étudiées précédemment, Skam reste cependant dans une cadence de diffusion hebdomadaire. Ce choix pouvant paraître classique, s'explique par la complexité d'un storytelling qui s'étend en dehors de l'épisode seul. En effet, tout au long de la semaine des scènes de l'épisode à venir ainsi que d'autres contenus sont partagés en ligne et en temps réel.

En se focalisant sur un personnage distinct à chaque saison la série offre une représentation de la génération Y emplie de justesse et permet de mettre en lumière la diversité qui la compose. La première saison, évolue autour du personnage d'Eva que l'on suit au cours de onze épisodes équivalant à onze semaines de sa vie. La saison dépend l'histoire délicate entre Eva, son petit ami Jonas et le meilleur ami de ce dernier Isak. Au fil des événements on découvre une jeune femme esseulée manquant de confiance en elle et en Jonas. Entre quête de popularité et dysfonctionnements relationnels, ce scénario pourtant si simple nous offre un portrait plein de vérité d'une jeune Yer.

La seconde saison, composée de douze épisodes, se focalise sur le personnage de Noora, une jeune femme au caractère bien trempé, et sa relation avec William un étudiant un peu plus âgé qu'elle. Au fil des épisodes le tableau s'assombrit et l'héroïne doit faire face au harcèlement de l'un des personnages. Cette saison soulève alors des thématiques, une fois de plus proche du quotidien du spectateur. Des tumultes de la relation amoureuse au harcèlement, le personnage de Noora permet à de nombreux fans de s'identifier à travers son vécu.

La troisième saison narre, en dix temps, l'histoire d'Isak. Cette saison met en avant la question de l'acceptation de l'orientation sexuelle et joue un rôle fort de

sensibilisation sur la santé mentale. Le jeune homme n'assumant pas son homosexualité cache son petit copain atteint de troubles bipolaires. Une fois de plus la série représente des personnages souvent minorisés dans le reste du paysage audiovisuel et devient catalyseur de tolérance et d'acceptation.

La quatrième et dernière saison est centrée autour du personnage de Sana. Dix épisodes sont alors dédiés à la question de l'islamophobie et de la conciliation d'une vie de jeune en cohérence avec la religion. Skam apport une approche juste et intelligence de l'Islam et détruit un à un les stéréotypes et clichés dont sont victimes les musulmans. Cette saison fait office de réel phénomène dans la communauté musulmane qui n'a pas l'habitude d'être représentée à l'écran, encore moins le temps de toute une saison. Provoquant le débat sur la représentation des jeunes musulmanes à l'écran la série a à nouveau fait parler d'elle. La chaîne Arte a même dédié une courte vidéo d'animation[87] traitant du "phénomène Sana Bakkoush".

La série à succès a dépassé les frontières et s'est imposée comme un réel phénomène en Occident. C'est ainsi que la série norvégienne hyperréaliste s'est retrouvée adaptée au public français par France Télévision.

À l'occasion de la sortie de l'adaptation française en début d'année 2018, Numerama, un site web d'actualité spécialisé sur la société numérique, décortique le phénomène Skam à travers un article intitulé *Skam, sur France.tv Slash : "une série au coeur des usages de la génération numérique"*[88]. Le responsable éditorial de France TV Slash, Antonio Grignoli, précise alors que ce nouveau média est à la destination des jeunes hommes et femmes qui "s'installent dans la vie". La cible des 18-35 ans est ainsi clairement définie, la génération Y a été au coeur de l'élaboration du projet. L'équipe France.tv Slash se confie alors sur leurs motivations derrière ce projet pensé pour les millenials et déclare : "France·tv slash traite des thématiques **en résonance avec les étapes de vie de son public** : la formation et les trajectoires professionnelles, les discriminations, la sexualité, le corps, l'identité, les relations amicales, l'engagement, la conso, la vie connectée. On les traite par le

[87] PLAIRE Nicolas, *Best Ever "Sana Bakkoush"*, Arte en coproduction avec Les produits frais, 2017.
[88] DURAND Corentin, *Skam, sur France TV Slash : "une série au coeur des usages de la génération numérique"*, Numerama, février 2018

biais **d'histoires de vie, d'exemples, de témoignages, de réactions directes**. Et on va le faire avec vous : vos suggestions, vos idées, vos commentaires, vos questions, vos coups de gueule, vos vannes bien senties. **Car on veut construire Slash avec vous**, et un média qui n'accepte pas l'échange, n'a que très peu de sens."[89]. La déclinaison française de la série par FranceTv s'inscrit alors parfaitement dans cette dynamique d'anticipation des usages et des préoccupations de la génération Y.

Lorsque nous nous rendons sur la partie dédiée à Skam sur le site internet Francetv slash, nous avons accès à l'ensemble des épisodes de la série et il nous est indiqué qu'un nouvel épisode est diffusé tous les vendredis à 18h30 "ici même". Cependant plusieurs séquences viennent rythmer la semaine du spectateur. En effet, chaque épisode est découpé en trois séquences diffusées au cours de la semaine avant que l'épisode dit intégral ne sorte. La plateforme gratuite permet alors aux Yers de visionner leur série en toute légalité depuis leur ordinateur, support préféré des millenials pour visionner une série[90], et ce au rythme de leurs envies.

Afin de comprendre au mieux les adeptes de Skam, nous avons procédé à deux entretiens compréhensifs, l'un avec Esther 23 ans, l'autre avec Célia[91] 20 ans. Tandis qu'Esther regarde l'adaptation française, Célia ne peut se décrocher de l'original.

Étudiante en transmédia, Esther déclare de prime abord avoir été "vraiment intriguée, avec un regard d'étudiante en transmedia, par le storytelling qui avait été fabriqué autour", c'est d'ailleurs la raison pour laquelle elle décida de visionner la série. Petit à petit l'identification se créait, en grande partie grâce à cette frontière très floue entre la fiction et le réel, amplifiée par la diffusion originale et le complément de l'univers transmédia, et "l'hyperréalisme" du scénario. Bien que connaisseuse dans le domaine, Esther est, comme beaucoup d'autres fans, perdue entre fiction et réalité et laisse échapper des réflexions comme "Je crois qu'en off les

[89] Équipe Francetv Slash, *Qui nous sommes, ce que nous faisons, et pourquoi on veut le faire avec vous*, Medium, février 2018

[90] Source : Deloitte, *Global Mobile Consumer Survey, French Edition*, 2016.

[91] Par souci d'anonymat les prénoms des personnes interrogées ont été modifié.

acteurs sont vraiment amis…". Esther explique également suivre les personnages, et non pas les acteurs, sur leurs réseaux sociaux. En effet, chaque protagoniste de Skam possède son compte instagram sur lequel il poste plusieurs fois par semaine. On retrouve d'ailleurs la liste de l'ensemble des comptes à suivre sur le site France.tv slash. Comme nous l'avons énoncé plus haut Instagram compte parmi les réseaux sociaux les plus populaires au sein de la génération Y, le choix d'un tel support pour étendre l'univers de la série a donc suivi une logique d'adaptation aux usages des Yers. Pour conclure, elle rejoint l'équipe de France.tv slash lorsqu'ils attestent s'inspirer directement de la vie des Yers et confirme se retrouver entièrement à travers les thématiques abordées.

En ce qui concerne la version originale, nous sommes allés à la rencontre de Célia une jeune étudiante de 20 ans. Fan inconditionnelle de la série depuis ses premières heures, elle suit les aventures de ses personnages préférés en streaming. La question de la précision des sujets traités par la série a été au coeur de cet entretien, et Célia est formelle la série représente avec justesse le quotidien des millenials, elle déclare "Je ne suis plus lycéenne et pourtant je me retrouve dans ce que vivent les personnages. C'est comme si je me voyais il y a quelques années… enfin, il y a quelques-unes de leurs péripéties qui m'arrivent encore aujourd'hui !". En tant que jeune adulte, elle est comme face à un "miroir de sa génération" et voit très clairement l'impact qu'a eu cette dernière sur la création d'un tel programme. La sexualité, la santé mentale, les problèmes liés à la réputation et au harcèlement étaient majoritairement sous représentés dans le paysage sériel, et les communautés minorisées étaient invisibles, à l'aide de Skam le public peut se reconnaître dans la diversité des personnages et des thématiques représentées. "Ce qui me plaît dans Skam c'est la représentation. Je me vois, je vois mes amis, mon entourage et l'ensemble de ma génération à travers cette série. Ça ne m'était jamais arrivé et rien que pour ça je continuerai de la visionner, encore et toujours."

Qu'il s'agisse d'une main tendue vers les millenials ou de réflexion purement marketing, le résultat est là, Skam est pour elle "le début d'un renouveau dont on avait besoin en matière de série". Le poids démographique et économique des millenials en fait un public incontournable et les showrunners semblent l'avoir bien compris. Cette notion d'offre renouvelée fait écho à notre hypothèse stipulant que

Skam, mais aussi Black Mirror et 13 reasons Why, font partie des séries ayant anticipé les usages et les préoccupations de la génération Y initiant alors le renouvellement que le genre sériel connaît depuis quelques années.

À l'aide de ces diverses études de cas, nous avons pu mettre le doigt sur un phénomène récent mais tout de fois bien réel. Chacune des fictions étudiées nous a apporté son lot de pistes de réflexion et de réponses. Le choix d'analyser des séries originaires de trois pays différents nous permet de comprendre l'ampleur de ce changement de paradigme. Qu'elle soit britannique, américaine, norvégienne ou même française, la série se transforme et s'accorde à un public ne pouvant être ignoré.

Nous avons pu remarquer que pour chacune des trois séries étudiées, le renouveau s'opérait dans les choix scénaristiques, mais aussi dans ceux du format et de la diffusion. Nos études nous ont permis d'apporter des réponses plus claires et chiffrées à nos questionnements, les entretiens, eux, nous ont offert l'opportunité de découvrir le sériephile Y au-delà des pourcentages. Chaque rencontre établie avec une personne issue de la génération Y nous permettait de découvrir plus intimement les préoccupations qui animent les Yers et nous avons pu analyser, avec eux, la justesse des représentations dans les séries actuelles. La notion de représentation est particulièrement ressortie au cours de nos échanges et nous indique sans détour que les producteurs ont bel et bien considéré les millenials dans leur processus de création. En effet, les sujets traités à travers ces productions ne sont pas le fruit du hasard et représentent l'intérêt porté par les producteurs à la génération Y.

Quant à la question des formats et des modes de diffusion, il est une fois de plus indéniable que les décisions prises par les sociétés de production s'accordent aux modes de consommation des digital natives. La diffusion en intégralité d'une saison, le choix de la plateforme Netflix, la mise en ligne de contenu sur des terminaux alternatifs etc., sont autant de résolutions témoignant de l'anticipation des usages de la génération mais surtout de la décision de s'y adapter. Cette décision apporte alors un vent de nouveauté dans le paysage sériel.

Pour conclure cette phase de recherche, il serait intéressant de présenter des séries au format innovant, voire même, des séries s'inscrivant au sein de dispositifs transmedia confirmant la transition du genre.

Paysage sériel, découverte des dispositifs innovants

Ce tour d'horizon des séries actuelles nous permettra de nous rendre compte que le renouvellement du genre n'est pas un phénomène rare et uniquement applicable aux trois séries précédemment étudiées. La majorité des dispositifs innovants se dirigent peu à peu vers une nouvelle forme d'écriture et de production, le transmédia.

À titre de rappel, le transmédia, ou transmedia storytelling, consiste à renouveler les formes de narration en développant une oeuvre sur divers supports apportant par principe de complémentarité différents points de vue à une même histoire. Comme l'explique Amandine Prié dans *Les séries à l'heure d'internet et du transmédia*[92], les showrunners entendent de plus en plus développer les liens entre la série et sa communauté de fans. Situant le fan au centre du processus créatif, le chercheur et essayiste américain Henry Jenkins, à qui l'on doit d'ailleurs le concept de transmédia[93], explique l'importance de la prise en compte de la communauté de fans dans les productions culturelles et plus particulièrement celles du genre sériel. Ainsi, avec l'essor de la considération du Yer par les producteurs et la démocratisation des outils numériques, les séries se développent à travers des dispositifs innovants. Facilitant la transmédialité et étant fortement ancrés dans les pratiques des digital natives, les outils numériques et nouvelles technologies sont catalyseurs de l'avènement des séries innovantes.

Afin de rester dans notre démarche de recherche sur le renouvellement du genre sériel, nous nous intéresserons aux séries contemporaines s'inscrivant dans cette dynamique d'anticipation des usages et préoccupations des digital natives. Ainsi,

92 PRIÉ Amandine, *Les séries à l'heure d'internet et du transmédia*, TV/Series, 2012.
93 JENKINS Henry, *La culture de la convergence, des médias au transmédia*, A. Colin, 2013.

nous ne considérons pas le transmédia comme unique moyen de proposer un dispositif original aux millenials et ferons le tour de l'ensemble des oeuvres nouvelles se démarquant de leurs homologues.

Le besoin d'interaction des millenials, maintes fois présenté au cours de ce travail de recherche, a été visiblement pris en compte lors de la production de séries novatrices. Il est judicieux de rappeler que parmi les séries présentées plus haut, la fiction Skam proposait un univers développé sur divers médias et proposer différents niveaux de lecture aux spectateurs. Cette série figurant parmi les plus abouties en matière de transmédialité a, pour son adaptation française, été déployée par Bigger Than Fiction une société reconnue du paysage transmédia français. Le dispositif digital de la série est par ailleurs le premier à intégrer l'usage des stories en France. L'ampleur du dispositif digital est présenté sur le site internet de Bigger Than Fiction où l'on peut lire " Ce dispositif ne vient pas seulement accompagner, prolonger et approfondir la narration de la série dite « tv » mais la constitue directement puisque SKAM France est une série *transmedia native.*". Très complet, le dispositif évoluant autour de la fiction fait d'elle l'une des figures de proue du courant d'innovation dans le genre sériel.

Les séries innovantes non pas nécessairement besoin d'être complexes pour surprendre, parfois même, les concepts les plus simples peuvent être les meilleurs. L'année dernière la chaîne Canal + s'est associée au Studio Bagel pour proposer à ses téléspectateurs une série pas comme les autres, Calls[94]. Dans un monde où l'image prime, les créateurs de Calls nous offrent la première série sonore laissant l'imagination du spectateur se charger des "visuels". Courte anthologie de dix épisodes d'à peu près 10 minutes chacun, Calls nous fait vivre l'histoire d'appels ayant lieu au cours d'événements tragiques. Déconseillée au moins de dix ans, la création originale de Timothée Hochet s'adapte avec brio aux usages de la génération Y. Le format court des épisodes, la quasi non existence de visuels[95]

[94] Série créée par HOCHET Timothée, première diffusion le 15 décembre 2017 sur Canal+.

[95] Le spectateur ne se retrouve pas à proprement parlé face à un "écran noir". Un travail de jeu de lumière, l'inscription du nom de chaque personnage prenant la parole ainsi que l'audiodescription des échanges sont visibles.

permettant le multi task watching, et la disponibilité de l'ensemble de la saison sur le site myCanal correspondent aux attentes des sériephiles Y.

Après la simplicité de Calls, découvrons l'univers complexe et interactif de Mosaïc[96] dernière création de Steven Soderbergh. La fiction policière avec pour héroïne Sharon Stone est un réseau complexe de personnages et de perspectives offrant une expérience visuelle unique. Plusieurs options de visionnage s'offrent au spectateur qui dispose du choix dans la manière avec laquelle il plongera dans le mystérieux univers de Soderbergh. Dans un premier temps il peut télécharger l'application Mosaic pour être maître de son cheminement au cours de l'enquête. En effet, il peut suivre différentes perspectives, choisir différents indices et ainsi se créer sa propre version du mystère. Ce choix de navigation à travers la fiction peut se faire également sur ordinateur, ainsi les utilisateurs préférant ce support au précédent, c'est-à-dire la majorité des millenials[97], pourra vivre la même expérience sur un tout autre médium. De manière plus classique, le spectateur peut retrouver une version en six épisodes directement à la télévision en étant soumis alors aux horaires de diffusion. Dans une démarche d'accessibilité et de flexibilité la série est également disponible en streaming sur le site de HBO, l'utilisateur peut alors décider du support et des horaires de visionnage.

En terme d'innovation, les nouvelles technologies et nouveaux médias ne sont pas les seuls moyens de proposer une expérience nouvelle aux sériephiles. À l'occasion du festival South by Soutwhest[98] les créateurs de Westworld[99] ont créé une copie du célèbre parc d'attractions de la série afin de proposer une expérience immersive à sa communauté de fans. La société Netflix a également proposé une expérience similaire lors du lancement de la série Altered Carbon[100] en déployant un lieu éphémère en plein Paris. L'univers du thriller futuriste est transposé au sein d'un

[96] Mini-série créée par SODERBERGH Steven, première diffusion le 22 janvier 2018 sur HBO, disponible en format interactif sur iOs et Android depuis novembre 2017 seulement aux États-Unis.
[97] Source : Deloitte, *Global Mobile Consumer Survey, French Edition*, 2016.
[98] Festival de musique, cinéma et médias interactifs, ayant lieu chaque année depuis 1987 à Austin, Texas.
[99] Série créée par NOLAN Jonathan et JOY Lisa, première diffusion le 2 octobre 2016 sur HBO.
[100] Série créée par KALOGRIDIS Laera, en ligne sur Netflix depuis le 2 février 2018.

pop-up store proposant à ses visiteurs de “choisir son corps de demain”, la thématique de la série étant le transfert de l’esprit d’un corps à l’autre.

Toutes ses expériences mises en place par les sociétés de production témoignent de l’attention particulière portée par les producteurs aux sériephiles. Ce qui nous indique que les producteurs en question ont pour cible les sériephiles Y se retrouve dans la nature des expériences proposées. En effet, chacune des innovations mises en place a pour particularité la cohérence avec les usages des digital natives. Cette harmonisation de l’offre par les showrunners traduit l’anticipation des besoins et attentes des millenials.

Analyse des études de cas

Nous voyons par comparaison des différentes séries étudiées, que le secteur de l’audiovisuel sériel est en pleine mutation. Bien que différente, chaque fiction analysée se retrouve dans l’autre, des similitudes sont en effet bien visibles et laissent à croire que les producteurs sont influencés, voire même inspirés, par un sujet commun.

Lorsque l’on place ces séries dans l’ensemble du genre sériel, en considérant son histoire et son évolution, on remarque alors aisément que nous sommes à l’aube d’un renouvellement de l’offre. La question était de savoir si ce renouvellement a été initié par la prise en considération de la génération Y. Par nos recherches, entretiens et études de cas, nous apercevons la récurrence de trois changements majeurs, ceux du format, de la diffusion et des thématiques évoquées.

Issues de trois pays différents et s’adressant à trois segments distincts de la génération Y, Black Mirror, 13 reasons why et Skam répondent bien aux attentes des Yers et s’imposent comme jalon de l’évolution du genre. Le fait que ces trois productions comptent parmi les plus populaires de notre époque montre que l’anticipation des usages et préoccupations des Yers, en plus de faire évoluer le genre, est un facteur de succès.

Au-delà de l’analyse de ces trois fictions, nous avions intérêt à présenter d’autres séries afin de faire comprendre l’étendue de cette mouvance. Nous attestons ainsi qu’il s’agit d’une démarche tendant à se généraliser au sein de la communauté de décideurs de cette industrie. Nous découvrons également que l’évolution du genre n’en est qu’à son début et que d’autres changements sont à venir. En effet, les séries innovantes présentées dernièrement sont annonciatrices de l’avènement de la série créatrice d’expériences. Le téléspectateur devient acteur de son visionnage, comme nous avons pu le voir avec Mosaic de Steven Soderbergh par exemple. Toutes ces petites évolutions témoignent de la transformation du “rapport de force” entre producteurs et spectateurs.

Conclusion

Ensemble, nous nous sommes interrogés sur la corrélation entre la génération Y et le genre sériel, plus spécifiquement en quoi la prise en compte des personnes issues de cette génération chez les producteurs renouvelle-t-elle l'offre.

Pour aborder cette question complexe nous avons dans un premier temps contextualisé notre questionnement en étudiant, lors d'une première phase de recherche, l'histoire et l'évolution des séries. En s'intéressant plus particulièrement à trois mouvements marqueurs pour le genre, c'est-à-dire les dits âges d'or et la révolution des années 90-2000, nous avons pu distinguer les éléments récurrents d'un renouvellement de l'offre. Ces derniers peuvent être résumés ainsi, l'avancée technologique, la remise en question des normes et enfin la prise en considération du téléspectateur. Lorsque l'on transpose ces trois éléments au contexte actuel du genre sériel nous les retrouvons alors aisément : la démocratisation d'internet et l'essor des nouvelles technologies, la considération de la génération Y et la remise en question des normes du genre avec l'avènement des plateformes de streaming, entre autres. Cette typologie succincte du renouvellement de l'offre, alors applicable à ce que le genre connaît aujourd'hui, fait office de première étape de validation de notre réflexion.

Ce premier palier de recherche est immédiatement suivi par une analyse de la génération Y. Avant de s'atteler à une telle étude, il était primordial de démontrer qu'il s'agit d'un concept occidentalo-centré, raison pour laquelle les séries ultérieurement étudiées proviennent de pays occidentaux. Ceci nous a permis de centrer notre réflexion et de nous intéresser au modèle dominant en ce qui concerne le genre sériel. Au cours de notre recherche nous faisons face à de nombreuses études nous permettant d'établir un portrait du digital native. En nous axant principalement sur ses usages d'internet et des outils numériques et sur ses préoccupations et attentes, nous décelons petit à petit le profil type du sériephile Y.

Il consomme les séries principalement sur son ordinateur, se détache totalement de la grille des programmes, a besoin de flexibilité, d'immédiateté, d'interaction et ressent le besoin de se sentir représenté dans les fictions qu'il visionne. En conséquence, on aperçoit les prérequis que doivent respecter les producteurs pour être en adéquation avec un public grandissant. Les nouvelles séries doivent favoriser la mobilité du spectateur, s'adapter à ses nouveaux modes de consommation, fidéliser son audience, s'inscrire dans une culture de partage et de communauté, être représentatives des valeurs de la génération Y, permettre l'identification du fan et parfois même jouer un rôle de catharsis.

En conséquence, cette première partie théorique nous permet de distinguer et de développer une connaissance approfondie des deux variables composant notre problématique. Nous sommes désormais en capacité de définir les éléments catalyseurs d'un renouveau dans l'offre sérielle et de concevoir et analyser les usages et préoccupations de la fameuse génération Y.

Une fois les caractéristiques des deux sujets bien établies, il s'agissait de comprendre, à l'aide d'études de cas, l'application concrète de notre spéculation. C'est pourquoi, après avoir constaté la nature du renouvellement sériel et de la génération Y, nous avons décidé d'analyser trois séries phénomènes de notre époque. La qualification de phénomène fait écho au succès et à la popularité des créations choisies. En effet, chacune d'entre elles est reconnue à travers le monde et encensée par la critique. L'étude de Black Mirror, 13 reasons why et Skam intervient avec l'objectif de prouver que les producteurs anticipent les usages et préoccupation de la génération Y. À l'aide d'enquêtes et d'entretiens compréhensifs, nous avons pu interroger directement les Yers au sujet de ces séries. Ce qui ressort de ces études de cas est la nette validation de nos propos.

Il est en effet indéniable que ces trois productions se sont accordées au mode de consommation et aux attentes des millenials, il est également probant que ces créations apportent un renouveau notoire au genre sériel. Se démarquant en tout point de leurs homologues du passé ces trois séries insufflent un vent d'innovation et de diversification de l'offre. Le tour d'horizon des productions contemporaines nous a

pareillement permis de rendre compte de la portée de ce renouveau. De simple divertissement à oeuvre d'art, les séries sont aujourd'hui créatrices d'expériences. Nous avons également pu constater, avec Skam par exemple, que le transmédia s'inscrit dans la lignée de l'évolution des séries. Ce mémoire ouvre alors la voie à une réflexion parallèle sur l'adaptabilité du transmédia sur le genre sériel et sur le public Y. France.tv Slash nous démontre aujourd'hui qu'il s'agit d'une équation gagnante avec son adaptation française de Skam. D'autres créateurs, peut-être plus frileux, ne se dirigent pas directement vers un storytelling transmédia, cependant ils placent la notion d'interactivité au centre de leur création et implantent une nouvelle approche de la spectature. Afin de s'assurer de la véracité de nos propos nous avons, comme indiqué plus haut, pris contact avec des sériephiles issus de la génération Y. Au cours de nos entretiens et en vue des résultats de nos enquêtes, nous avons pu confirmer l'adaptation du genre au millennials. Les Yers se sentent en effet plus représentés et se reconnaissent à travers les sujets abordés, ils déclarent également que leur activité spectatorielle est facilitée par l'adaptation des producteurs à leurs usages des outils numériques.

En conséquence, notre démarche nous a permis de prouver la corrélation entre considération de la génération Y et renouvellement de l'offre. Le cheminement de notre réflexion nous a guidés d'étape en étape vers la validation de nos allégations. Les ouvrages sociologiques et scientifiques ont légitimé notre pensée, nos recherches et enquêtes ont approfondi notre compréhension du sujet et nos études de cas ont donné lieu à une contextualisation et une concrétisation de nos propos validant ou non nos pensées. Nous sommes aujourd'hui en capacité de considérer l'ensemble des personnes issues de la génération Y comme influence majeure dans le mouvement de renouveau de cet art à part entière.

Table des matières

Remerciements……..….**p.5**

Sigles et abréviations……...….**p.7**

Lexique……**p.8**

Préface……...**p.11**

Introduction……**p.13**

II. Les séries télé et la génération Y, deux influenceurs de notre société

Section 1 - Les séries, un genre en constante évolution

a. Qu'est ce qu'une série télé ?.....**p.19**

b. Histoire des séries télé, du premier âge d'or à la série moderne……**p.20**

- L'après-guerre ou le premier âge d'or……..**p.20**
- Les années 80 et la quality television, un second âge d'or ?.....**p.22**
- Les années 90 et 2000, ou l'essor de la qualité télévisuelle.....**p.24**

c. La série moderne, reconnaissance et distinction……..….**p.27**

- La série moderne, définition et caractéristiques……..….**p.27**
- Légitimité culturelle……..……..….**p.29**

Section 2 - La génération Y, analyse d'un public

a. Définition et caractéristiques d'un concept occidentalo-centré……...**p.32**

b. Usages et préoccupations…….……..**p.38**

II. Renouvellement de l'offre, quand les showrunners sont à l'écoute de toute une génération

Section 1 - Méthodologie…….……..**p.47**

Section 2 - Influence de la génération Y sur les nouvelles créations, études de cas de trois séries phénomènes ayant anticipé les usages et préoccupations de la génération Y

a. Black Mirror, ou le choix d'un thème fédérateur……..**p.49**
b. 13 reasons why, ou l'engagement de la fiction face au harcèlement……..**p.53**
c. Skam, la réalité des Yers à travers un dispositif innovant……..**p.59**

Section 3 - Tour d'horizon du paysage sériel actuel

a. Paysage sériel, découverte des dispositifs innovants……....**p.65**

Analyse des études de cas……**p.68**

Conclusion……**p.70**

Table des matières……**p.73**

Table des annexes……**p.75**

Bibliographie……**p.77**

Annexes……**p.84**

Tables des annexes

Annexe 1 : Tableau “13 reasons why (Season 2)” Taux d’audience (US) de la saison 2 de la série 13 reasons why au cours des trois premiers jours suivants la sortie. ……..**p.84**

Annexe 2 : Graphique “Social volume, one week post premiere” représentant le nombre de téléspectateurs une semaine après la première de la série…..……..**p.85**

Annexe 3 : Graphique “Séries originales de plateforme VOD les plus populaires en France 2017” représentant la moyenne journalière des demandes exprimées pour les séries en France en 2017……..**p.85**

Annexe 4 : Graphique “Dis moi quelle plateforme tu regardes...”, pourcentage des types de contenu visionné sur les plateformes de vidéos à la demande Netflix, Hulu, et Amazon prime……...**p.86**

Annexe 5 : Graphique “Netflix roi de la production originale”, nombre de séries originales par plateforme de streaming.……..……**p.86**

Annexe 6 : Capture d’écran de l’interface du site www.talktothereasons.com…..**p.87**

Annexe 7 : Capture d’écran de l’interface du site www.talktothereasons.com….**p.87**

Annexe 8 : Capture d’écran de l’interface du site www.talktothereasons.com….**p.87**

Annexe 9 : Capture d’écran de l’interface du site www.talktothereasons.com…..**p.87**

Annexe 10 : Capture d’écran de l’interface du site www.talktothereasons.com...**p.87**

Annexe 11 : Capture d’écran de l’interface du site www.talktothereasons.com....**p.87**

Annexe 12 : Capture d’écran du compte instagram de Hannah Baker (@itsmehannahbaker), l’une des personnages principaux de la série 13 reasons why……..**p.88**

Annexe 13 : Capture d’écran du compte instagram de Isak Valtersen (@isakyaki), l’un des personnages principaux de la série Skam Norvège.……**p.88**

Annexe 14 : Capture d’écran du compte instagram de Emme Borgès (@em.brgs), l’une des personnages principaux de la série Skam France. ……..….**p.88**

Annexe 15 : Résultat enquête Black mirror et génération y, *pour quelles raisons regardes-tu Black mirror*……..…...**p.89**

Annexe 16 : Résultat enquête Black mirror et génération y, *penses-tu que notre génération a eu un impact sur la série*……..**p.89**
Annexe 17 : Résultat enquête Black mirror et génération y, *considères-tu que la série Black Mirror est représentative des préoccupations de notre génération*……..**p.89**
Annexe 18 : Résultat enquête Skam et génération y, *pour quelles raisons regardes-tu skam*……..**p.90**
Annexe 19 : Résultat enquête Skam et génération y, *penses-tu que notre génération a eu un impact sur la série*……..**p.90**
Annexe 20 : Résultat enquête Skam et génération y, *considères-tu que Skam est représentative des préoccupations de notre génération*……..**p.90**
Annexe 21 : Résultat enquête 13 reasons why et génération y, *as-tu regardé ou regardes-tu 13 reasons why*……..**p.91**
Annexe 22 : Résultat enquête 13 reasons why et génération y, *quel-âge as-tu*……..**p.91**
Annexe 23 : Résultat enquête 13 reasons why et génération y, *pourquoi regardes-tu 13 reasons why*……..**p.91**
Annexe 24 : Résultat enquête 13 reasons why et génération y, *as-tu déjà été victime de harcèlement au cours de ta vie*……..**p.92**
Annexe 25 : Résultat enquête 13 reasons why et génération y, *si oui, dans quel cadre*……..**p.92**
Annexe 26 : Résultat enquête 13 reasons why et génération y, *considères-tu que 13 reasons why est représentative des préoccupations de notre génération*……..**p.92**
Annexe 27 : Résultat enquête 13 reasons why et génération y, *penses-tu que notre génération a eu un impact sur la création d'une telle série*……..**p.93**

Bibliographie

Ouvrages

BOURDIEU Pierre, *La distinction*, Les éditions de minuit, 1979.

BUCKINGHAM David, *La mort de l'enfance : grandir à l'âge des médias,* A. Colin, 2010.

BUXTON David, *Les séries télévisées. Forme, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattan, series: « Champs visuels », 2011.

COLONNA Vincent, *L'art des séries télé, tome 1 et 2,* Payot, 2015.

COMBES Clément, *La pratique des séries télévisées : une sociologie de l'activité spectatorielle*, Economies et finances, Ecole Nationale Supérieure des Mines de Paris, 2013.

DAGNAUD Monique, *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion,* Paris, Presses de Sciences Po, series : "Nouveaux débats", 2013.

JENKINS Henry, *La culture de la convergence, des médias au transmédia*, A. Colin, 2013.

JOST François, *De quoi les séries américaines sont-elles le symptôme ?*, Paris, CNRS Éditions, 2011.

JULIER-COSTES Martin, JEFFREY Denis, LACHANCE Jocelyn, *Séries cultes et culte de la série chez les jeunes: penser l'adolescence avec les séries télévisées,* Hermann, 2014.

LAHIRE Bernard, *La culture des individus, dissonances culturelles et distinction de soi*, La découverte, 2006.

THOMPSON, Robert J., Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER, New York, Syracuse University Press, 1996.

Préface de THOMPSON Robert Jr dans Quality tv de McCABE Janet et AKASS, I.B.Tauris & Co Ltd, 2007.

ROCHE Agnès, *Les jeunesses au prisme de la sociologie. État des lieux*, Siècles, 24, 2006.

ROLLOT Olivier, La génération Y, Presse universitaire de France, 2012.

WINCKLER Martin, *Miroirs de la vie : Histoire des séries*, Librio, 2002.

World Book Inc, *The World Book Encyclopedia*, Chicago, IL : World Book, 2003.

Articles

ATTIAS-DONFUT Claudine, *La notion de génération : Usages sociaux et concept sociologique*, L'Homme et la société, N. 90, 1988. Disponible sur : https://www.persee.fr/doc/homso_0018-4306_1988_num_90_4_2365

BATTAGLIA Mattea, *Harcèlement scolaire : « Un élève sur dix est concerné »*, Le Monde, novembre 2017. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/education/article/2017/11/09/harcelement-scolaire-un-eleve-sur-dix-est-concerne_5212707_1473685.html

BASTIÉ, Eugénie, *Pourquoi la série est bel et bien l'œuvre d'art du XXIe siècle*, Figaro Vox, 2017. Disponible sur : http://www.lefigaro.fr/vox/culture/2017/08/04/31006-20170804ARTFIG00253-pourquoi-la-serie-est-bel-et-bien-l-oeuvre-d-art-du-xxie-siecle.php

BOËTON Marie, *La génération Y, une classe d'âge façonnée par le Net*, Études, vol. tome 419, no. 7, 2013. Disponible sur : https://www.cairn.info/revue-etudes-2013-7-page-31.htm

BOUTET Marjolaine, *Les séries télévisées américaines des années 1980. Une autre histoire de la guerre du Vietnam*, Vingtième Siècle. Revue d'histoire, vol. nº 84, no. 4, 2004. Disponible sur : https://www.cairn.info/revue-vingtieme-siecle-revue-d-histoire-2004-4-page-61.htm

CAILLER B. et MASONI LACROIX C., *Industries narratives et publics de télévision : le défi de la logique transmédia*, La télévision et après : vers le transmédia, Télévision, n° 5, CNRS Éditions, 2014. Disponible sur : https://www.cairn.info/revue-television-2014-1-p-27.htm

CHÉRIF Anaïs, *Avec toujours plus d'abonnés Netflix développe les séries étrangères*, La tribune, 2018. Disponible sur : https://www.latribune.fr/technos-medias/avec-toujours-plus-d-abonnes-netflix-developpe-les-series-etrangeres-775629.html

CHEVALLIER Hélène, *La série Mosaic va t-elle changer notre façon de regarder les séries?*, franceinter, novembre 2017. Disponible sur : https://www.franceinter.fr/emissions/c-est-deja-demain/c-est-deja-demain-15-novembre-2017

COMBES Clément, *Du rendez-vous télé » au binge watching : typologie des pratiques de visionnage de séries télé à l'ère numérique*, Études de communication, vol. 44, no. 1, 2015. Disponible sur : https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2015-1-page-97.htm

COMBES Clément, *La consommation des séries à l'épreuve d'internet, Entre pratique individuelle et activité collective*, RÉSEAUX, vol. 1, n° 165, 2011. Disponible sur : https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01636332/document

DURAND Corentin, *Skam, sur France TV Slash : "une série au coeur des usages de la génération numérique"*, Numerama, février 2018. Disponible sur : https://www.numerama.com/pop-culture/327579-skam-sur-france-tv-slash-une-serie-au-coeur-des-usages-de-la-generation-numerique.html

En matière de fiction les séries règnent sur les écrans du monde entier, Culturebox france tv info, 2017. Disponible sur : https://culturebox.francetvinfo.fr/series-tv/en-matiere-de-fiction-les-series-regnent-sur-les-ecrans-du-monde-entier-258597

Équipe Francetv Slash, *Qui nous sommes, ce que nous faisons, et pourquoi on veut le faire avec vous*, Medium, février 2018. Disponible sur : https://medium.com/@francetvslash/qui-nous-sommes-ce-que-nous-faisons-et-pourquoi-on-veut-le-faire-avec-vous-185f7e5fb255

EZAN Pascale, *Utiliser les séries télévisées pour communiquer différemment auprès de la génération Y*, Décisions Marketing, Association Française du Marketing, 2014.
PERTICOZ Lucien, et DESSINGES Catherine, *Du télé-spectateur au télé-visionneur. Les séries télévisées face aux mutations des consommations audiovisuelles*, Études de communication, vol. 44, no. 1, 2015. Disponible sur : https://www.cairn.info/revue-etudes-de-communication-2015-1-page-115.htm

GALVAIRE Morgane, Skam au coeur des nouvelles technologies générationnelles genrées, Trouble studies n°1, 2017. Disponible sur :

https://troublestudies.wordpress.com/skam-au-coeur-des-nouvelles-technologies-generationnelles-genrees/

JOYARD Olivier, *HBO : la chaîne qui a révolutionné la série d'auteur*, lesinrocks.com, 2012. Disponible sur : https://www.lesinrocks.com/2012/10/27/cinema/hbo-to-be-continued-11317128/

Le vocabulaire des séries Tv : lexique, Magazine Série Ciné, septembre 2014. Disponible sur : https://www.cineseries-mag.fr/news/actu-series/vocabulaire-series-tv-lexique-20353/

MAUGER Gérard, *La catégorie de jeunesse*, Les jeunes et les autres, 1985. Disponible sur : https://journals.openedition.org/siecles/1466

PERREUR Nathalie, *La néo-série, arène d'évaluation culturelle d'une société américaine en crise*, Réseaux n°165, 2011. Disponible sur : https://www.cairn.info/revue-reseaux-2011-1-page-83.htm

PRIÉ Amandine, *Les séries à l'heure d'internet et du transmédia*, TV/Series, 2012. Disponible sur : https://journals.openedition.org/tvseries/1586

ROBINSON John, *Charlie Brooker: 'The more horrible an idea, the funnier I find it'*, The Guardian, 2016. Disponible sur : https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/oct/14/charlie-brooker-black-mirror-tinder-pokemon-go

Enquêtes et rapports

APEC, *La génération Y dans ses relations au travail et à l'entreprise*, 2009. Disponible sur : https://cadres.apec.fr/Emploi/Marche-Emploi/Les-Etudes-Apec/Les-etudes-Apec-par-annee/Les-archives-des-etudes-Apec/La-generation-Y-dans-ses-relations-au-travail-et-a-l-entreprise

CAIR, *National Civil Rights report*, 2017. Disponible sur : https://ca.cair.com/sfba/publications/2017-cair-national-civil-rights-report-the-empowerment-of-hate/

CCIF, *Rapport 2017 du Collectif Contre l'Islamophobie en France*, 2017. Disponible sur : http://www.islamophobie.net/wp-content/uploads/2017/05/CCIF-rapport-2017.pdf

CREDOC, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, 2011. Disponible sur : http://www.credoc.fr/pdf/Rapp/R278.pdf

DONNAT, Olivier, Les Pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique, enquête 2008, Paris, Ministère de la culture et de la communication, DEPS/La découverte, 2009. Disponible sur : http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf

Deloitte, *Gen Y the rise of the individual*, 2017. Disponible sur : https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/gen-y-the-rise-of-the-individual.html

Deloitte, *Global Mobile Consumer Survey, French Edition*, 2016. Disponible sur : https://www2.deloitte.com/fr/fr/pages/presse/2017/francais-leur-smartphone-une-relation-fusionnelle.html

EU Youth Report, rapport de l'UE sur la jeunesse, 2015. Disponible sur : http://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/reports/youth-report-2015_en.pdf

Ericsson, *TV and media 2016*, novembre 2016. Disponible sur : https://www.ericsson.com/en/trends-and-insights/consumerlab/consumer-insights/reports/tv-and-media-2016

INSEE, *Trente ans de vie économique et sociale*, 2014. Disponible sur : https://www.insee.fr/fr/statistiques/1374377

KALLAS Priit, *Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps*, Dreamgrow, mai 2018. Disponible sur : https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/

Nielsen Media Research, *SVOD content ratings, based on US viewership only, first 3 days of availability*, mai 2018. Tableau en annexe.

Parrot Analytics, *The Global Television Demand Report*, 2017. Disponible sur : https://insights.parrotanalytics.com/hubfs/Resources/whitepapers/Parrot%20Analytics%20-%20The%20Global%20TV%20Demand%20Report%202017.pdf

Parrot analytics, *US Top cross-platform audience demand and average demand expressions*, juin 2018. Disponible sur : https://www.parrotanalytics.com/insights/tv-data-for-svod-ott-and-broadcast-usa-top-10-20-26-may-2018/

Pew research center, *January 2018 Core Trends Survey*, février 2018.

Disponible sur : http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/var/www/vhosts/cms.pewresearch.org/htdocs/wp-content/blogs.dir/12/files/2018/05/01114504/Topline-for-generations-and-tech-post.pdf

Statista, *Instagram: global user age and gender distribution 2018*, avril 2018. Disponible sur : https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/

Vidéos

Netflix France, *13 Reasons Why, la discussion : Reconnaître les multiples formes du harcèlement*, mise en ligne sur YouTube le 17 mai 2018. Disponible sur : https://youtu.be/os3bnaxXr1Y

PLAIRE Nicolas, Best Ever “Sana Bakkoush”, Arte en coproduction avec Les produits frais, 2017. Disponible sur : https://youtu.be/MY0q3KIHslE

Podcasts

Association des Critiques de Séries, *Comment les séries font écho au mouvement MeToo*, Un épisode et j’arrête, 2018. Disponible sur : https://soundcloud.com/unepisodeetjarrete/comment-les-series-font-elles-echo-au-mouvement-me-too

Association des Critiques de Séries, *Le retour du phénomène Black Mirror*, Un épisode et j’arrête, 2018. Disponible sur : https://soundcloud.com/unepisodeetjarrete/phenomene-black-mirror-saison4

Association des Critiques de Séries, *Quand les réalisateurs de cinéma squattent les séries*, Un épisode et j’arrête, 2018. Disponible sur : https://soundcloud.com/unepisodeetjarrete/realisateurs-cinema-series

Association des Critiques de Séries, *Y a-t-il une bonne façon de regarder les séries*, Un épisode et j’arrête, 2018. Disponible sur : https://soundcloud.com/unepisodeetjarrete/bonne-facon-regarder-series

Association des Critiques de Séries, *13 reasons why et les teen dramas*, Un épisode et j’arrête, 2017. Disponible sur : https://soundcloud.com/unepisodeetjarrete/13-reasons-why-teen-dramas

Sites internet

https://www.cairn.info/

https://www.france.tv/slash/skam-france/

http://generation-what.francetv.fr/

https://hal.archives-ouvertes.fr/

www.nonauharcelement.education.gouv.fr

www.talktothereasons.com

www.13reasonswhy.info

Annexes

Annexe 1 : Tableau taux d'audience (US) par épisode pour la saison 2 de 13 reasons why, au cours des trois premiers jours après la sortie de la saison sur Netflix

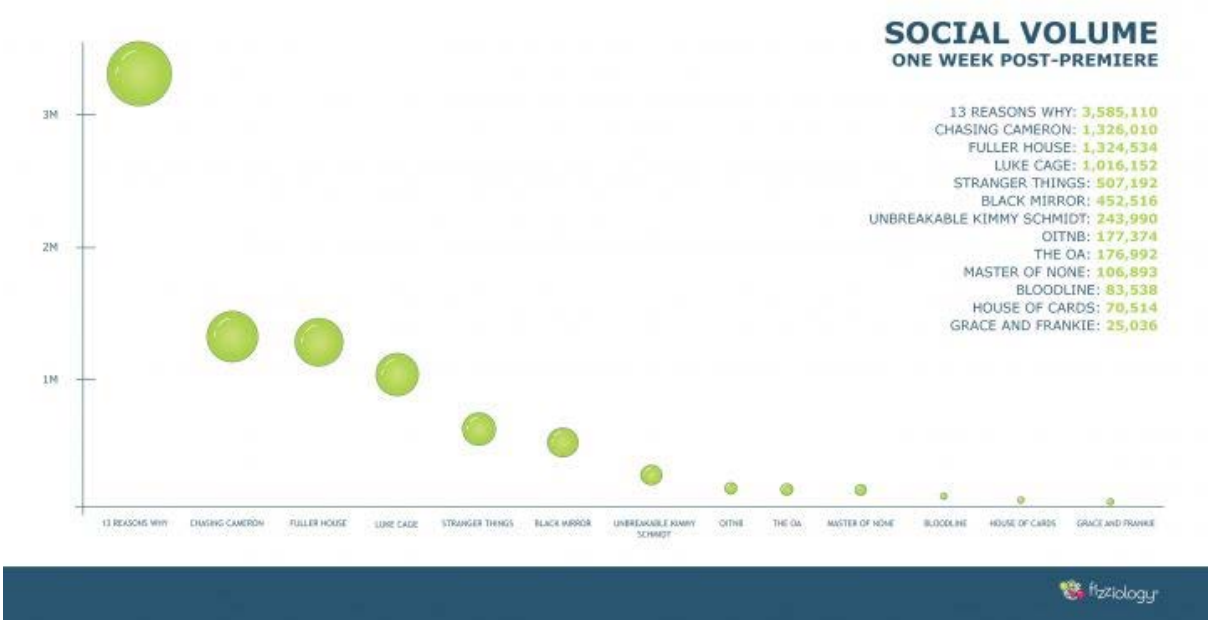
13 Reasons Why (Season 2)

Avg. Minute Audience from First 3 Days of Availability

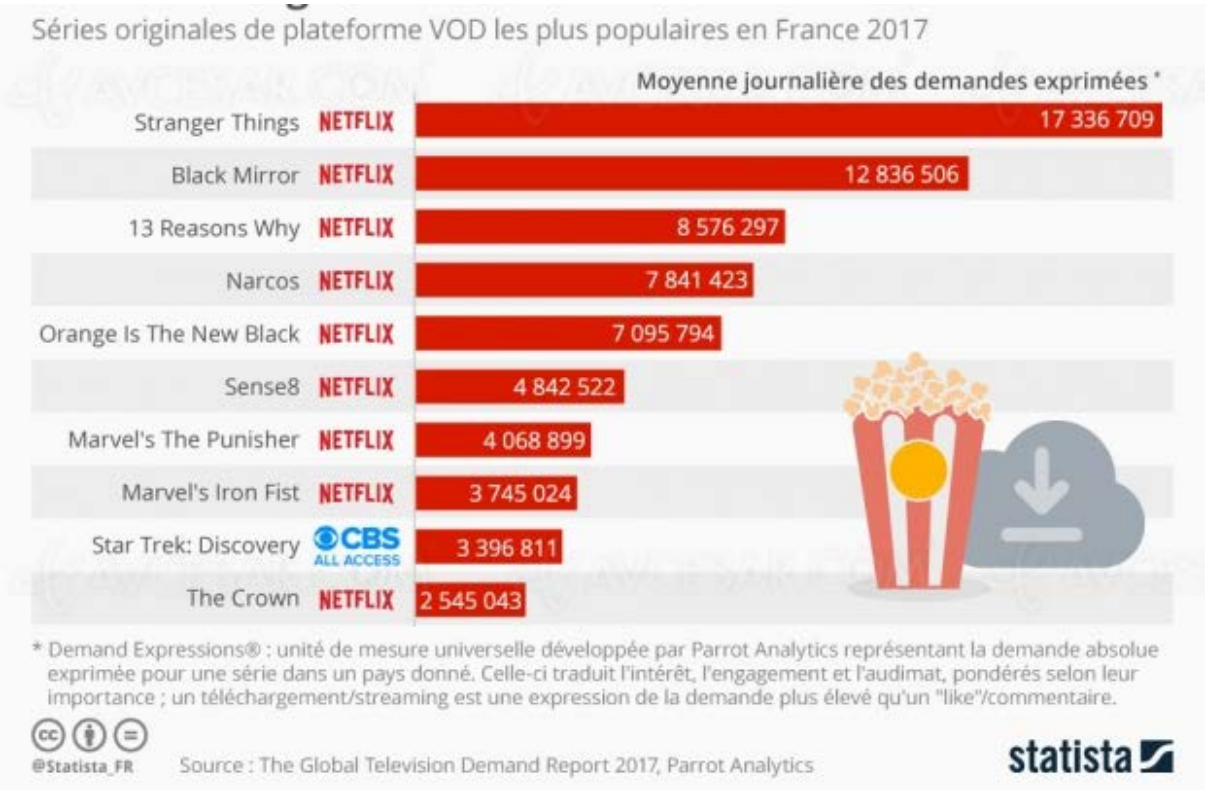
SEASON 2	Persons 2+ Avg. Minute Audience	Females 2+ Avg. Minute Audience	Males 2+ Avg. Minute Audience	Persons 2-11 Avg. Minute Audience	Persons 12-17 Avg. Minute Audience	Persons 18-34 Avg. Minute Audience
Episode 1	6,077,000	3,896,000	2,181,000	366,000	970,000	3,187,000
Episode 2	5,104,000	3,292,000	1,812,000	275,000	833,000	2,694,000
Episode 3	4,477,000	2,920,000	1,557,000	262,000	738,000	2,351,000
Episode 4	3,585,000	2,369,000	1,216,000	222,000	599,000	1,867,000
Episode 5	2,891,000	1,940,000	951,000	148,000	490,000	1,501,000
Episode 6	2,374,000	1,548,000	825,000	121,000	397,000	1,229,000
Episode 7	2,033,000	1,344,000	689,000	84,000	352,000	1,066,000
Episode 8	1,701,000	1,124,000	577,000	70,000	282,000	896,000
Episode 9	1,468,000	968,000	500,000	63,000	229,000	786,000
Episode 10	1,374,000	881,000	493,000	63,000	209,000	721,000
Episode 11	1,237,000	797,000	441,000	66,000	214,000	629,000
Episode 12	1,144,000	740,000	404,000	65,000	196,000	586,000
Episode 13	986,000	641,000	345,000	42,000	173,000	476,000
Season 2	**2,641,000**	**1,721,000**	**920,000**	**142,000**	**436,000**	**1,378,000**

Source: Nielsen SVOD Content Ratings. Based on US viewership only.
First 3 Days of Availability: 05/18/2018 - 05/20/2018.

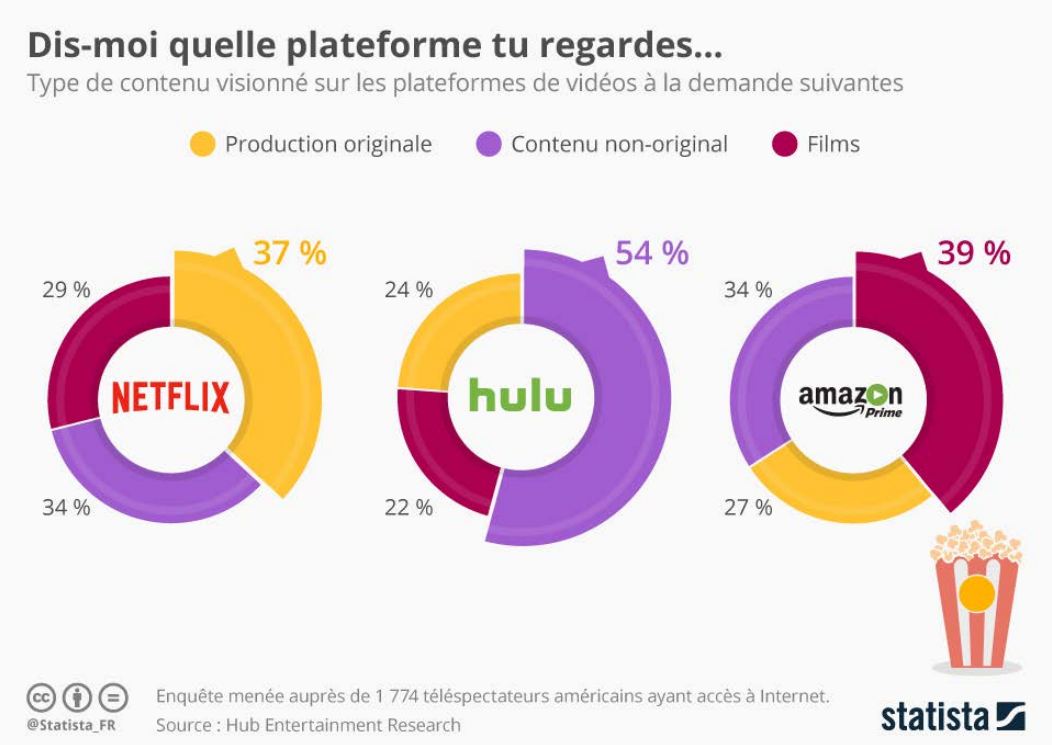
Annexe 2 : Taux d'audience par série, 1 semaine après leur sortie



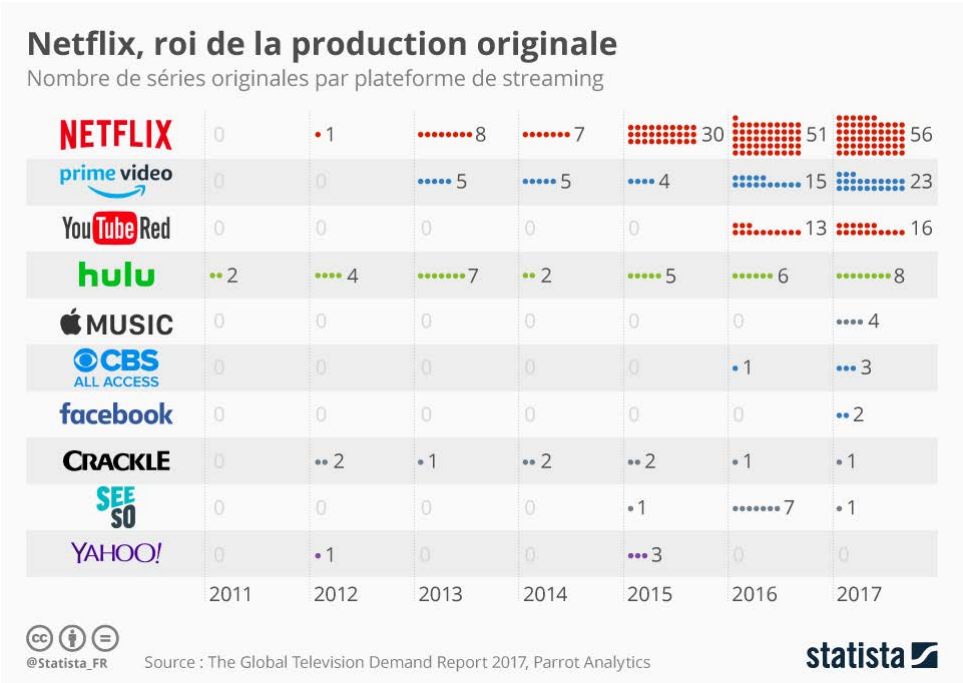
Annexe 3 : Moyenne journalière des demandes exprimées en France pour les séries originales de plateforme VOD.



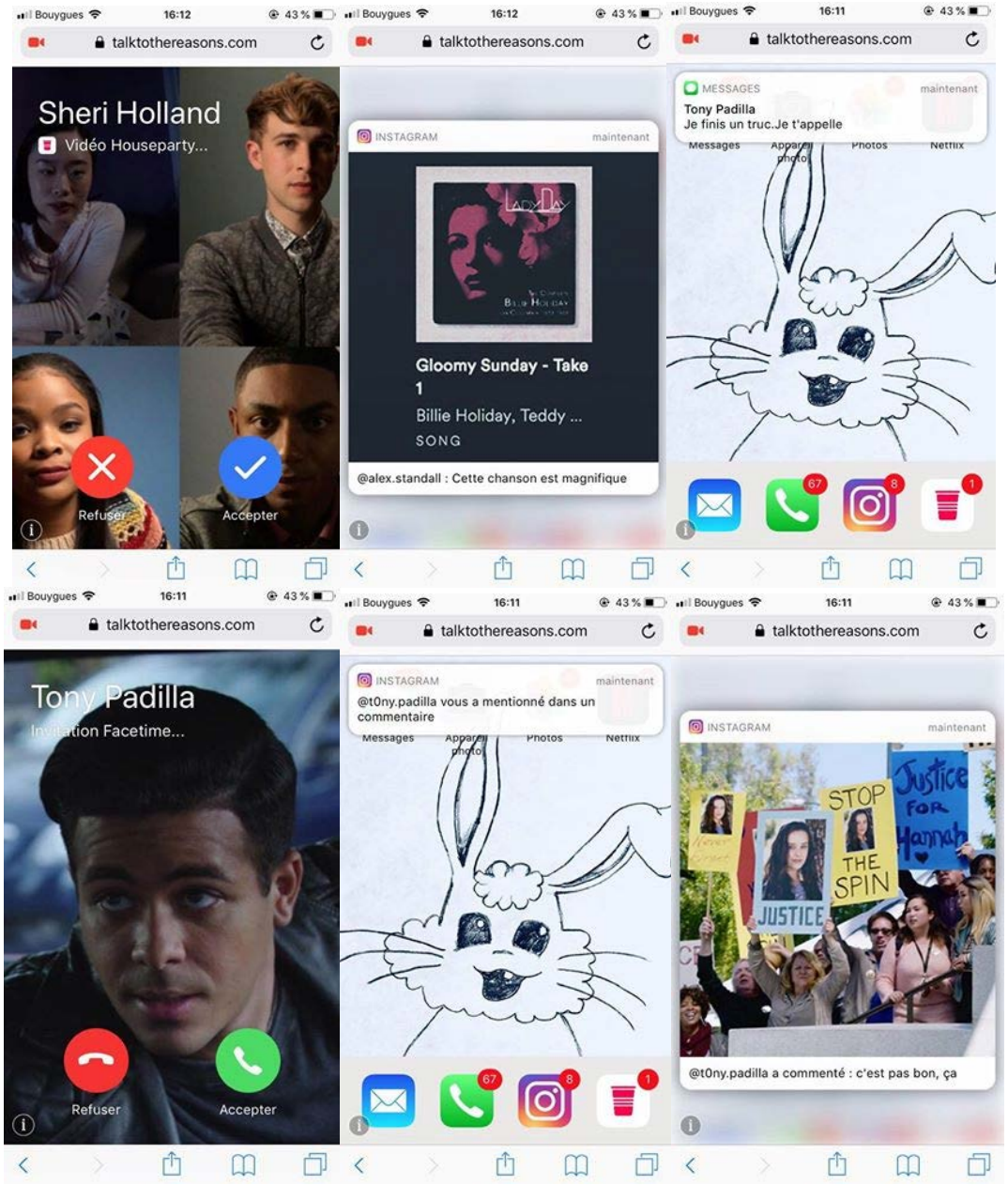
Annexe 4 : Pourcentage du type de contenu visionné en fonction de la plateforme de VOD



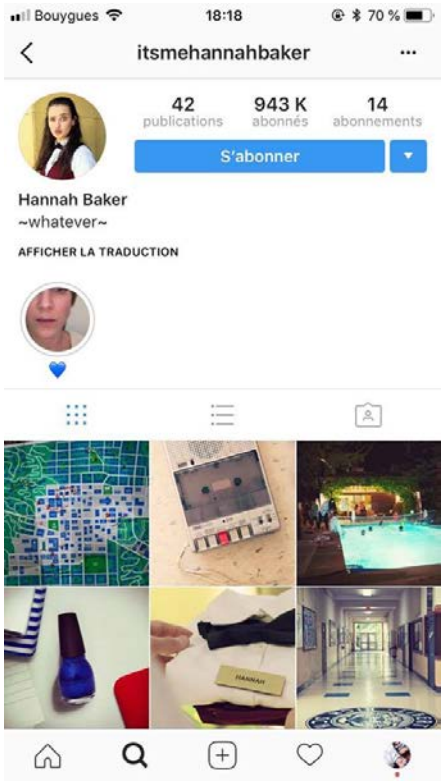
Annexe 5 : Nombre de séries originales par plateforme de streaming



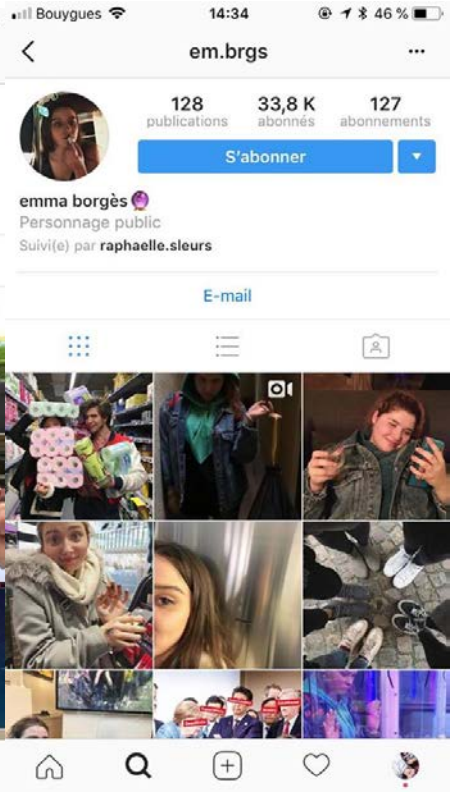
Annexes 6 à 11 : Captures d'écran interface site internet mobile www.talktothereasons.com



Annexes 12 à 14 : Captures d'écran interface site internet mobile www.talktothereasons.com



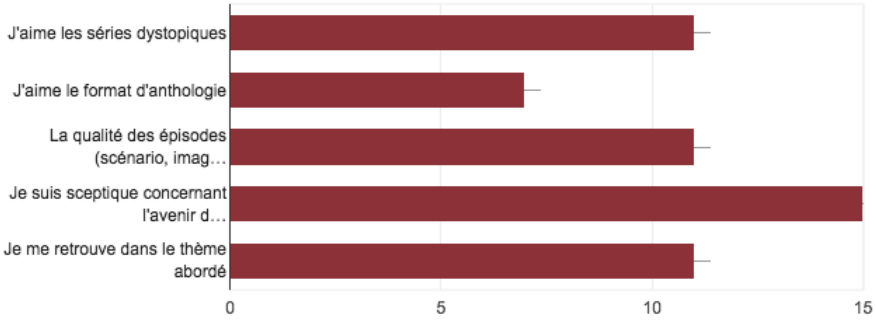




Annexes 15 à 17 : Résultats de notre enquête sur Black mirror et génération Y

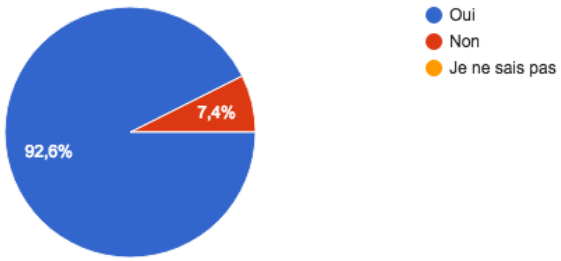
Pour quelles raisons regardes-tu Black Mirror ?

25 réponses



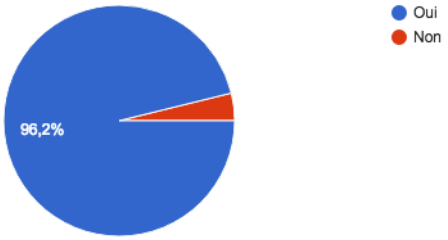
Penses-tu que notre génération a eu un impact sur la série ? Par exemple dans le choix de la représentation des...l'homme et les nouvelles technologies

27 réponses



Considères tu que la série Black Mirror est représentative des préoccupations de notre génération ?

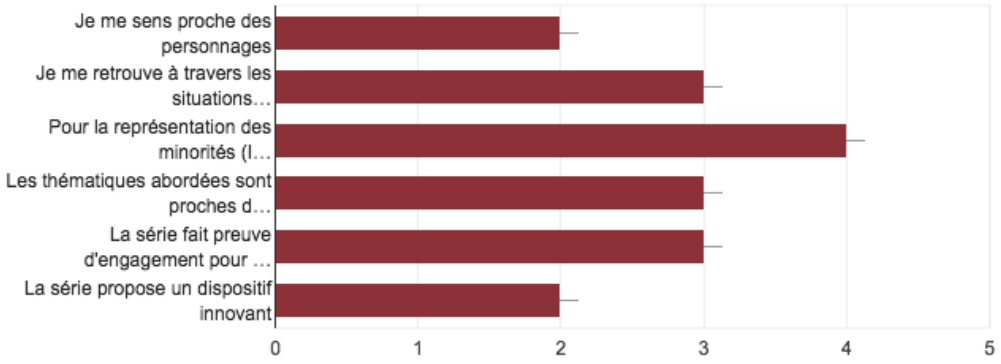
26 réponses



Annexes 18 à 20 : Résultats de notre enquête sur Skam et génération Y

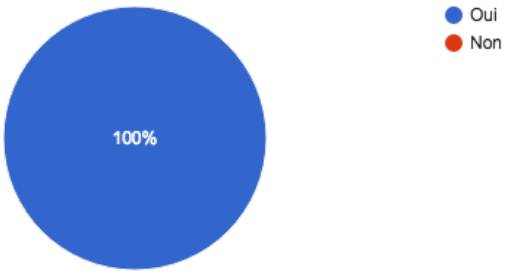
Pour quelles raisons regardes-tu Skam ?

6 réponses



Considères tu que Skam est représentative des préoccupations de notre génération ?

8 réponses



Penses tu que notre génération a eu un impact sur la série ? Par exemple dans la représentation de communaut...onnages souvent occultés auparavant

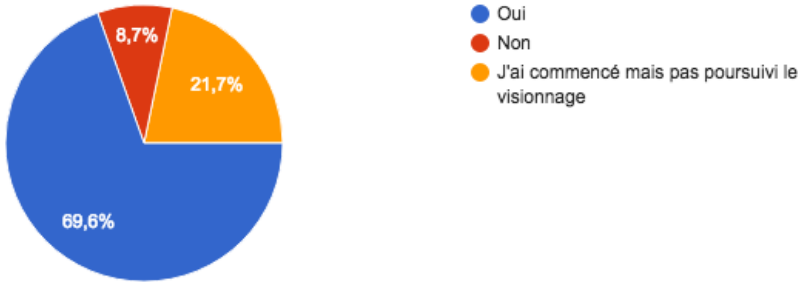
9 réponses



Annexes 21 à 27 : Résultats de notre enquête sur 13 reasons why et génération Y

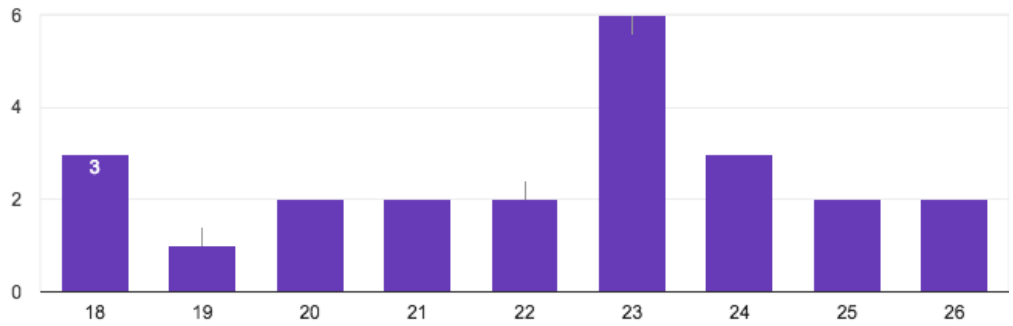
As-tu regardé ou regardes-tu la série 13 reasons why ?

23 réponses



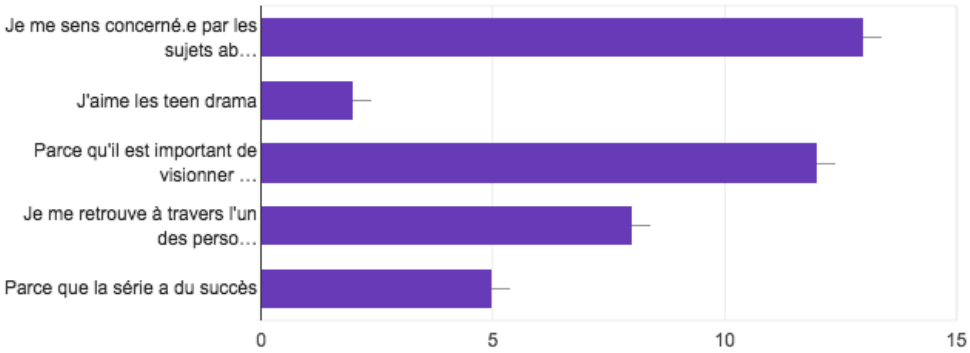
Quel âge as-tu ?

23 réponses



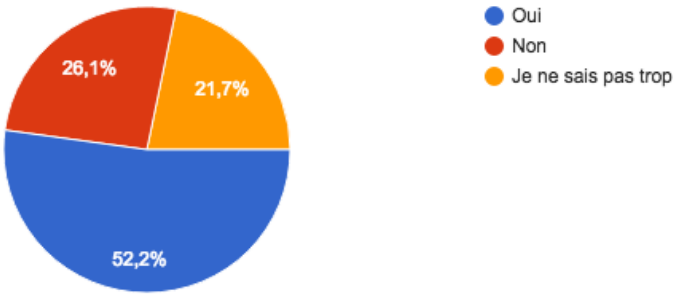
Pourquoi regardes-tu 13 reasons why ?

18 réponses



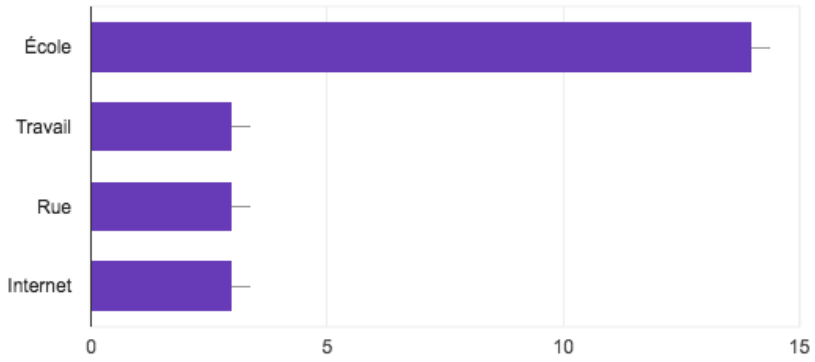
As-tu déjà été victime de harcèlement au cours de ta vie ?

23 réponses



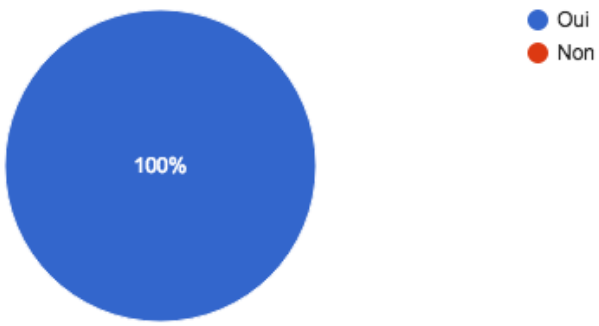
Si oui, dans quel cadre ?

16 réponses



Considères tu la série 13 reasons why comme proche de la réalité d'une personne issue de la génération Y ?

23 réponses



Penses-tu que notre génération a eu un impact sur la création d'une telle série ?

22 réponses

